

**Monitoring wyborczy telewizyjnych  
audycji publicystycznych**

**Wybory do Parlamentu Europejskiego 2014**

**Raport podsumowujący**

**Badanie zrealizowane na zlecenie:**



**Opracowanie raportu:**



Czerwiec 2014

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

**Zespół koordynujący i przygotowujący raport:**

Dr Tomasz Gackowski, mgr Marcin Łączyński

**Zespół badawczy realizujący projekt:**

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

**Współpraca przy projekcie:**

Katarzyna Dumała, Michał Mijalski, Anita Mycak, Radosław Prachnio

**Redakcja raportu:**

Mgr Anna Krawczyk

## Spis treści

1. Wprowadzenie do raportu .....	6
1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu .....	7
1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 <i>Ustawy o radiofonii i telewizji</i> ) .....	9
2. Część porównawcza .....	11
2.1. Liczba materiałów publicystycznych wg programów .....	12
2.2. Tematy poruszane w audycjach .....	14
2.2.1. Frekwencja tematów .....	15
2.3. Goście audycji.....	16
2.3.1. W podziale na programy telewizyjne – komercyjne vs publiczne .....	19
2.3.2. Przynależność partyjna gości wg programów.....	23
2.3.3. Goście-eksperti (nienależący aktualnie do żadnej partii) wg programów .....	26
2.4. Prowadzący audycje .....	29
2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących wg programów .....	30
2.4.2. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych dziennikarzy wg programów.....	32
2.4.3. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg programów .....	33
2.5. Strona edytorska audycji.....	46
3. Część analityczna.....	48
3.1.1. TV Trwam – <i>Polski punkt widzenia</i> .....	49
3.2.1. TVN 24 – <i>Babilon</i> .....	50
3.2.2. TVN 24 – <i>Fakty po faktach</i> .....	51
3.2.3. TVN 24 – <i>Jeden na jeden</i> .....	53
3.2.4. TVN 24 – <i>Kawa na ławę</i> .....	54
3.2.5. TVN 24 – <i>Kropka nad i</i> .....	55
3.2.6. TVN 24 – <i>Piaskiem po oczach</i> .....	56
3.3.1. TVP Info – <i>Czyż. Bez retuszu</i> .....	57
3.3.2. TVP Info – <i>Debata po europejsku</i> .....	58
3.3.3. TVP Info – <i>Dziś wieczorem</i> .....	59
3.3.4. TVP Info – <i>Forum</i> .....	60
3.3.5. TVP Info – <i>Minęła dwudziesta</i> .....	61
3.3.6. TVP Info – <i>Gość poranka</i> .....	62
3.3.7. TVP Info – <i>Po przecinku</i> .....	63
3.3.8. TVP Info – <i>Przystanek Bruksela</i> .....	64
3.3.9. TVP Info – <i>Rozmowa Info</i> .....	65

3.4.1. TVP 1 – <i>Debata europejska</i> cz. 1 i 2 .....	66
3.4.2. TVP 1 – <i>Polityka przy kawie</i> .....	67
3.5.1. TVP 2 – <i>Tomasz Lis na żywo</i> .....	68
3.6.1. Polsat News – <i>Gość Wydarzeń</i> .....	69
3.6.2. Polsat News – <i>Grafitti</i> .....	70
3.6.3. Polsat News – <i>Nowy dzień</i> .....	71
3.6.4. Polsat News – <i>Premierzy</i> .....	72
3.6.5. Polsat News – <i>Rozmowa Wydarzeń</i> .....	73
3.6.6. Polsat News – <i>Tak czy nie</i> .....	74
3.6.7. Polsat News – <i>To był dzień</i> .....	75
3.6.8. Polsat News – <i>Wydarzenia, opinie, komentarze</i> .....	77
4. Podsumowanie .....	78
4.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT) 79	
4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności.....	80
4.1.1.1. Część opisowa .....	80
4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm.....	81
4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność .....	82
4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie.....	84
4.1.1.5. Wartości misyjne – niezależność.....	85
4.1.1.6. Wartości misyjne – integralność .....	86
4.1.1.7. Wartości misyjne – jakość.....	87
4.1.1.8. Wartości misyjne – innowacyjność .....	88
4.1.2. Analiza porównawcza audycji pod kątem elementów misyjności.....	89
4.1.2.1. Pluralizm .....	89
4.1.2.2. Bezstronność .....	90
4.1.2.3. Wyważenie .....	91
4.1.2.4. Niezależność .....	92
4.1.2.5. Integralność .....	93
4.1.2.6. Jakość.....	94
4.1.3. Łączny indeks realizacji misji.....	95
4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych .....	97
4.2.1. Kobiety prowadzące audycje w programach komercyjnych vs publicznych (analiza porównawcza ról przyjmowanych przez poszczególnych prowadzących)....	99
4.2.2. Kobiety goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet – gości audycji) .....	101
4.2.2.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji.....	102

4.2.2.1.1. Dobór wg partii.....	103
4.2.2.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert).....	104
4.2.2.2. Tematyka wypowiedzi i sposób uczestnictwa w dyskusji .....	105
4.2.2.3. Strategie edytorskie wobec kobiet gości.....	107
4.3. Wnioski łączne .....	108
5. Załączniki: .....	112
A. Arkusze kalkulacyjne – ilościowy, jakościowy, analityczny (CD).....	112
B. Karty programowe poszczególnych audycji (CD).....	112
C. Transkrypcje dziennikarskie audycji objętych monitoringiem(CD).....	112
D. Spis wszystkich audycji poddanych analizie z podziałem na dni – wg przyjętego kryterium celowego .....	112

## **1. Wprowadzenie do raportu**

We wstępie do raportu prezentujemy najważniejsze informacje dotyczące organizacji procesu badawczego (doboru materiałów i zakresu monitoringu), a także sygnalizujemy główny zamysł analityczny, jaki stał za konstrukcją wskaźników używanych w badaniu ilościowym i doborem zagadnień do analizy jakościowej. Zastosowana na potrzeby tego badania matryca analityczna wywodzi się z art. 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji*, który w pkt 1 określa główne postulaty dotyczące sposobu realizacji misji nadawców publicznych. Szczegółowy opis matrycy analitycznej i podsumowanie pod kątem wynikających z niej wskaźników ilościowych znajduje się w rozdziale 4 niniejszego raportu.

## 1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu

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

- analiza audycji spełniających kryterium tematyczne i faktycznie dotyczących wyborów do Parlamentu Europejskiego;
- przekrojowy charakter analizy pozwalający na porównanie formy i treści audycji publicystycznych w programach publicznych i prywatnych;
- realizacja pogłębionej analizy za pomocą identycznego narzędzia na każdym z materiałów przyjętych do próby;
- realizacja badania na próbie audycji opiniotwórczych – publicystycznych, które zazwyczaj w analizach ilościowych i standardowym monitoringu są ujmowane w zbiorczych kategoriach ilościowych z audycjami informacyjnymi, bez uwzględnienia ich specyfiki funkcjonalnej i gatunkowej.

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

- publicystyczny charakter audycji<sup>1</sup> (kryterium gatunkowe);
- emisja w okresie od 10 maja (początek monitoringu) do 23 maja (ostatni dzień przed ciszą wyborczą) (kryterium czasowe);
- wystąpienie w audycji kandydata do Parlamentu Europejskiego lub tematu wyborów do PE jako przeważającego tematu dyskusji<sup>2</sup>.

W badaniu możliwa (i faktycznie stosowana) była także kwalifikacja częściowa, która polegała na analizowaniu tylko fragmentów audycji spełniających powyższe kryteria.

---

<sup>1</sup> Definicja operacyjna za: *Słownik terminologii medialnej*, red. Walery Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006.

<sup>2</sup> Przeważającego, czyli zajmującego ponad 50 procent czasu trwania audycji.

Argumentem przemawiającym za przyjęciem takiej kwalifikacji była chęć objęcia jak najszerszego zakresu materiałów publicystycznych, przy jednoczesnej optymalizacji procesu badawczego (uniknięcie kodowania fragmentu audycji nie dotyczącej badanej tematyki).

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

Sumarycznie analizą za pomocą pełnego spektrum narzędzi badawczych objęte zostało blisko 55 godzin materiału audiowizualnego (szczegółowy wykaz analizowanych materiałów stanowi załącznik D do raportu).

Należy nadmienić, iż monitoring nie obejmował takich programów informacyjnych jak „Superstacja” oraz „TV Republika”. Powodem były ograniczenia logistyczne, czasowe oraz budżetowe. Ponadto, powyższe programy wyraźnie odstają w wynikach badań telemetrycznych od tych, które zostały objęte monitoringiem.



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

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

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

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

Jednym z założeń tego badania było także uniwersalne potraktowanie kategorii ustawowych jako matrycy do analizy audycji, zarówno dla nadawcy publicznego, ustawowo zobligowanego do realizacji misji publicznej, jak i dla nadawców komercyjnych, dla których składowe pojęcia misji można potraktować jako nieobowiązkowe, ale pożądane cechy przekazu informacyjnego i publicystycznego. W oparciu o tekst ustawy dokonana została operacjonalizacja dla siedmiu wskaźników:

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

Wskaźniki te zostały oparte o szereg obserwowalnych zmiennych opisujących analizowane audycje, a następnie obliczone w celu porównania realizacji poszczególnych postulatów misyjnych przez audycje publicystyczne objęte

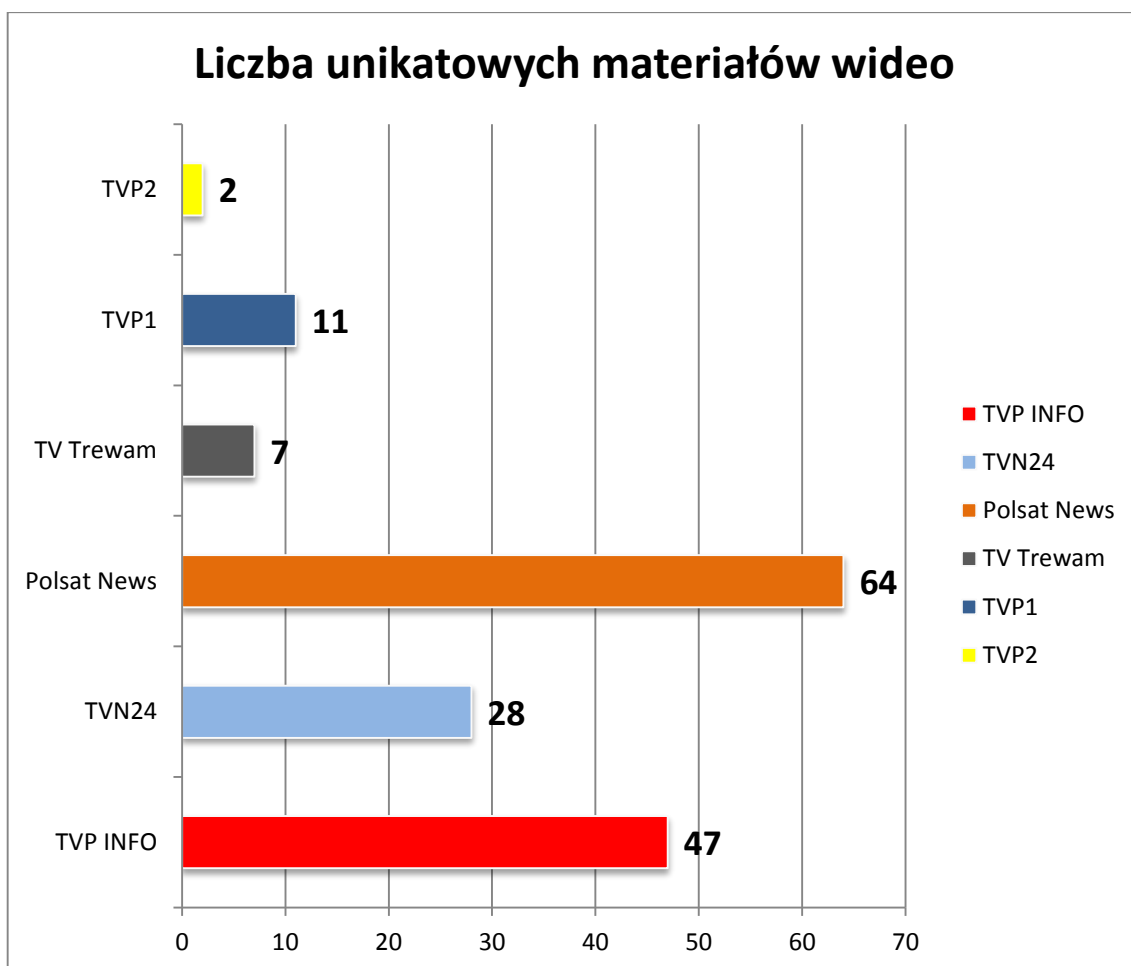
monitoringiem. Część 4 tego raportu zawiera szczegółowe omówienie sposobu konstrukcji wszystkich wskaźników i stanowi prezentację ich praktycznego zastosowania. Ponieważ opracowany na potrzeby tego badania klucz kategoryzacyjny i zestaw zmiennych opisujących audycje zostały zaaplikowane wyłącznie do materiału objętego monitoringiem, wartości wskaźników należy potraktować jako porównawczą informację dotyczącą wyłącznie badanego obszaru, bez prób uogólniania na całokształt oferty poszczególnych programów. Ponadto, ponieważ jest to pierwsze użycie tego typu narzędzia, należy ostrożnie odnosić się do poszczególnych wartości bezwzględnych wskaźników, które na obecnym etapie rozwoju tego narzędzia mogą służyć do porównywania badanych audycji i programów między sobą, ale nie dają możliwości odniesienia się do jakiegokolwiek normy porównawczej wypracowanej na większym korpusie materiałów wideo o tematyce niezawężonej do problematyki wyborczej i do badanego okresu.

## **2. Część porównawcza**

W tej części raportu prezentujemy najważniejsze wskaźniki ilościowe podsumowujące zawartość monitorowanych audycji pod kątem tematyki, ekspozycji poszczególnych partii politycznych, ekspertów oraz wybrane wskaźniki opisujące zachowanie prowadzących i stronę edytorską audycji, zagregowane dla całych programów (wartości szczegółowe dla poszczególnych prowadzących oraz audycje są opisane w części 3, analitycznej, raportu).

## 2.1. Liczba materiałów publicystycznych wg programów

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



Wynika z niego jasno, że główny ciężar prezentacji materiałów publicystycznych o tematyce związanej z wyborami do Parlamentu Europejskiego wzięły na siebie kanały tematyczne o profilu informacyjnym (Polsat News, TVN 24, TVP INFO). Duża liczba unikatowych materiałów wynika z dwóch głównych czynników kształtujących ramówki tych programów:

- regularności publikacji materiałów (codzienny, stały poziom zainteresowania tematem wyborów) – jedyną audycją emitowaną poza programami informacyjnymi, który w sposób regularny poruszał temat wyborów, była poranna audycja *Polityka przy kawie* w TVP 1;

- urozmaiconej ramówki publicystycznej o dużym stopniu nasycenia tematyką wyborczą – praktycznie wyłącznie telewizje informacyjne poruszały temat wyborów do PE w więcej niż jednej dedykowanej audycji publicystycznej w danym dniu. Przykładowo w TVP INFO było to aż 9 różnych audycji, dla TVN 24 i Polsatu News wartości te wynoszą odpowiednio 6 i 8 różnych pasm programowych, w których z różną regularnością poruszana była tematyka wyborcza.

Obie powyższe obserwacje, uzupełnione zestawieniem ilościowym, zdają się uprawomocnić hipotezę o tym, że głównym nośnikiem treści publicystycznych w kampanii do Parlamentu Europejskiego były wyspecjalizowane telewizje informacyjne, w mniejszym zaś stopniu kanały ogólnotematyczne.

## 2.2. Tematy poruszane w audycjach

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

Zaskakującą obserwacją dotyczącą tematyki materiałów jest siła autoreferencyjności w publicystyce dotyczącej wyborów do PE. Bardzo wysoki odsetek dyskusji prowadzonych przez dziennikarzy dotyczył w mniejszym lub większym stopniu samej kampanii – jej stylu, retoryki przyjmowanej przez poszczególne partie, spotów wyborczych, strategii komunikacyjnych itd. Tematami pokrewnymi do przebiegu kampanii były także aktualnie publikowane sondaże, refleksje nad jakością i poziomem debaty publicznej czy dyskusje dotyczące autoprezentacji konkretnych polityków.

Zagadnienia merytoryczne wychodzące poza zakres kampanii i dotyczące praktycznych problemów politycznych zostały wyraźnie zdominowane w dyskursie badanych programów telewizyjnych przez tematy ogólne, niezwiązane z bieżącymi decyzjami politycznymi. Głównym tematem audycji publicystycznych poruszanych poza samą kampanią była bieżąca, w przeważającym stopniu krajowa, polityka poszczególnych partii startujących w wyborach do PE. Częstokroć audycje wyborcze z udziałem eurokandydatów były wykorzystywane do dyskusji o polityce krajowej. Spośród konkretnych wydarzeń, które były podnoszone w dyskusjach, wskazać można problemy z oświadczeniami majątkowymi (Aleksandra Kwaśniewskiego, Donalda Tuska i Jarosława Kaczyńskiego), kryzys na Ukrainie oraz sytuację zagrożenia powodziowego. Co ciekawe, Unia Europejska jako wątek przewodni pojawiała się najczęściej tylko w przypadku kwestii możliwej unii energetycznej i dalszej integracji struktur europejskich. Inne tematy czy agenda polityczna ogólnounijna były obecne w dużo niższym stopniu.

### 2.2.1. Frekwencja tematów

W toku analizy opisanych zostało 841 jednostek tematycznych (jeden temat poruszony w jednej audycji był kwalifikowany jako jedna jednostka), z tego na dwóch poziomach ogólności kodowania zostało zidentyfikowanych łącznie:

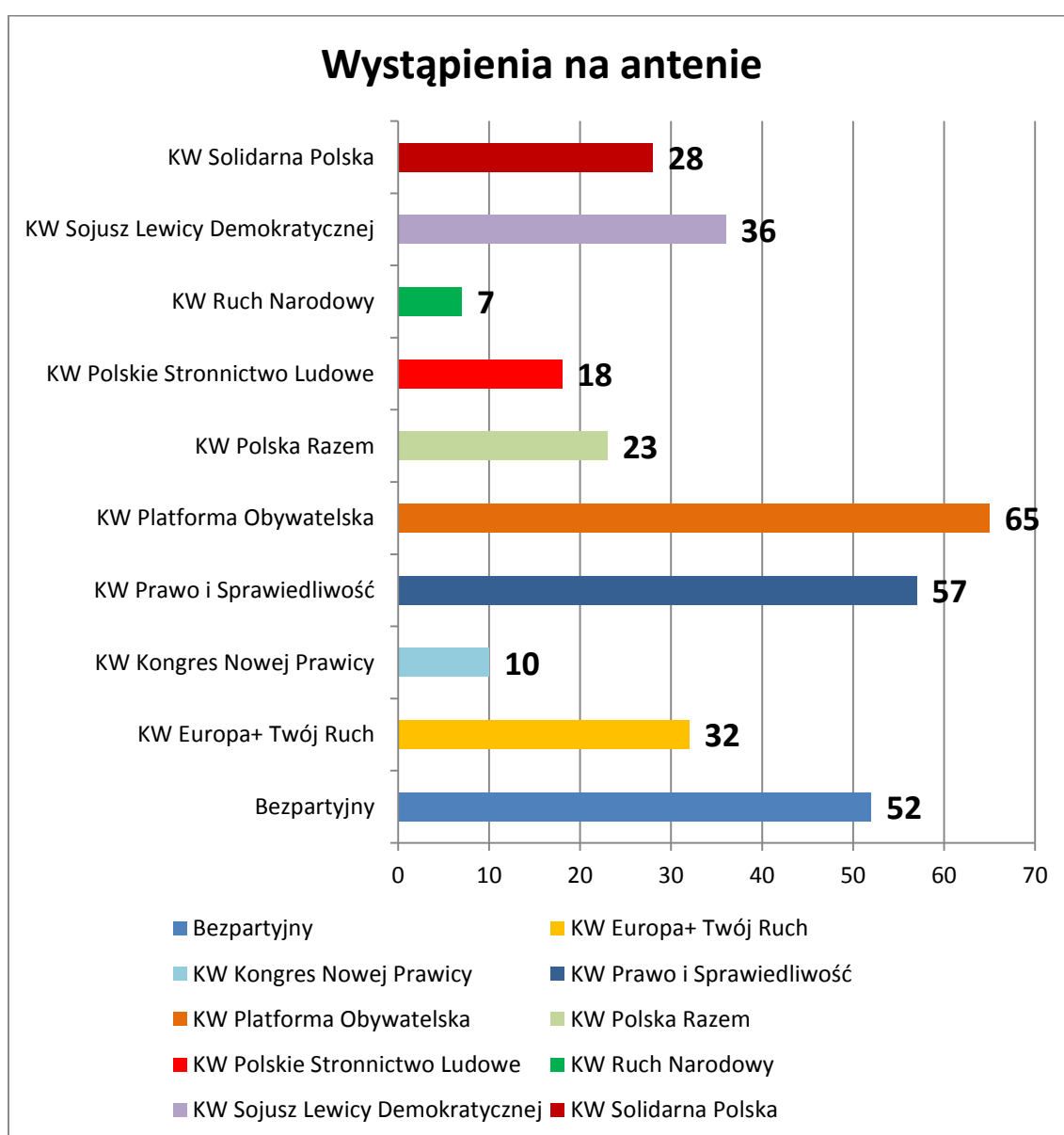
- na poziomie szczegółowym zagregowanym – 623 unikatowe jednostki tematyczne;
- na poziomie uogólnionym – 185 zagregowanych kategorii tematycznych.

Spośród 185 zagregowanych kategorii dziesięć najpopularniejszych mieści łącznie prawie 66 proc. spośród 841 zidentyfikowanych jednostek tematycznych. Kategorie te wraz z procentową i bezwzględną frekwencją przypisanych do nich jednostek tematycznych wyszczególnia poniższa tabela.

Temat	Frekwencja	Procent wszystkich tematów
Kampania wyborcza	302	36%
Bieżąca polityka partyjna	76	9%
Sondaże	55	7%
Oświadczenia majątkowe (A. Kwaśniewski, D. Tusk, J. Kaczyński)	31	4%
Jakość debaty publicznej	24	3%
Kryzys ukraiński	21	2%
Unia energetyczna	16	2%
Pogłębienie integracji	11	1%
Zabezpieczenie przeciwpowodziowe	10	1%
Autoprezentacja polityków	8	1%

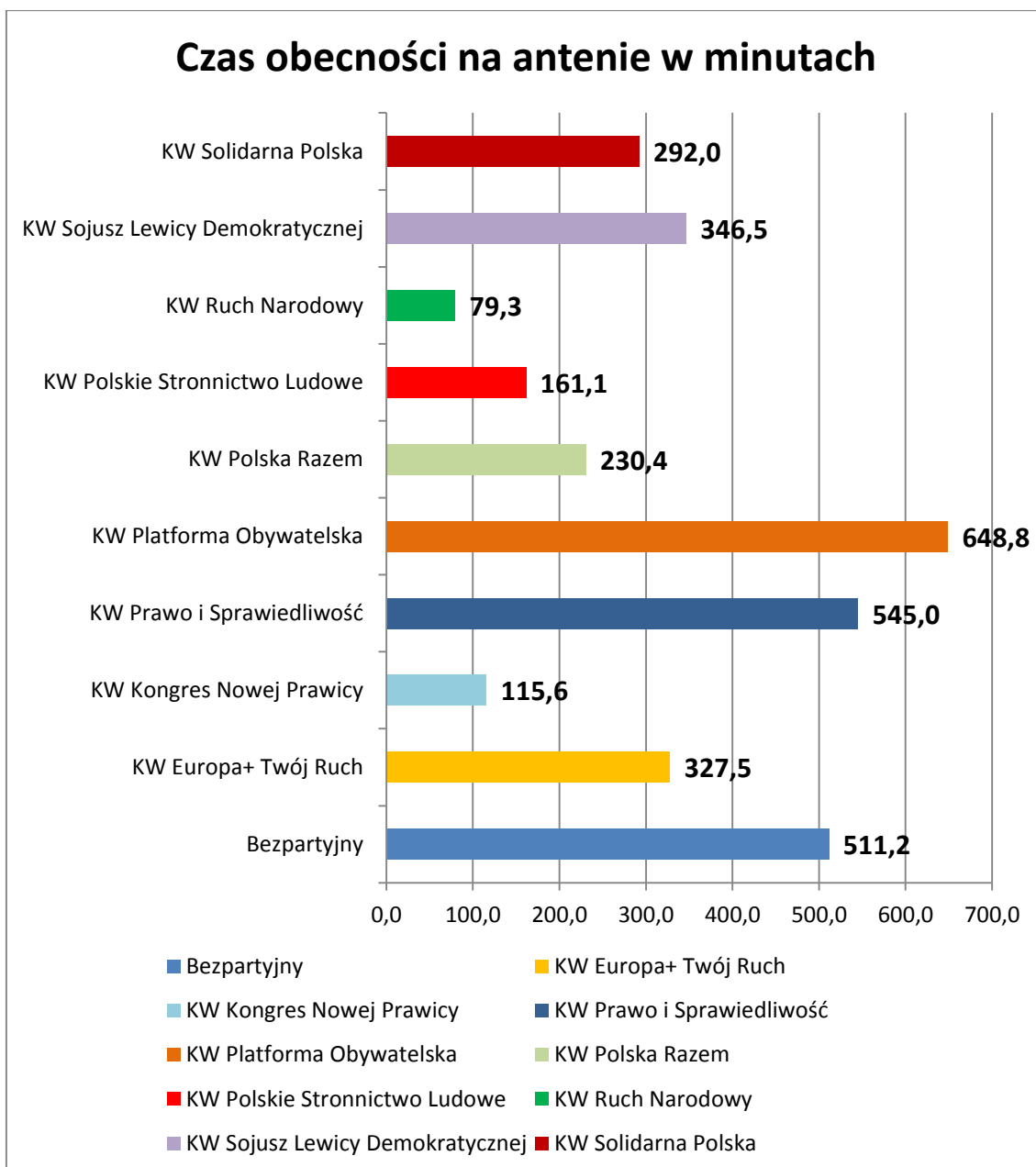
### 2.3. Goście audycji

Zestawienie frekwencji wystąpień przedstawicieli różnych partii politycznych wskazuje na ilościową dominację dwóch zwycięskich partii – PO i PiS – oraz grupy ekspertów i polityków bezpartyjnych. Następną trójkę partii tworzą: SLD, Europa+ Twój Ruch oraz Solidarna Polska. Niższe wyniki ekspozycji w wyborach odnotowano dla Polski Razem Jarosława Gowina, Polskiego Stronnictwa Ludowego oraz Kongresu Nowej Prawicy. Naj słabiej reprezentowanym w audycjach publicystycznych w okresie wyborczym ogólnopolskim komitetem wyborczym był Ruch Narodowy.





W kontekście wyniku wyborów najbardziej znacząca wydaje się relatywnie wysoka reprezentacja Solidarnej Polski, Polski Razem oraz Europy+ Twojego Ruchu, które ostatecznie nie przekroczyły progu wyborczego, w połączeniu z nieproporcjonalnie niską (w stosunku do wyniku wyborczego) reprezentacją Kongresu Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego. Należy nadmienić, iż osoby bezpartyjne, ale startujące z określonych list ogólnopolskich komitetów wyborczych były w syntetyzujących zestawieniach wliczane do puli danego komitetu wyborczego (np. Michał Kamiński na listach PO czy Marek Jurek z Prawicy Rzeczypospolitej na listach PiS).



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

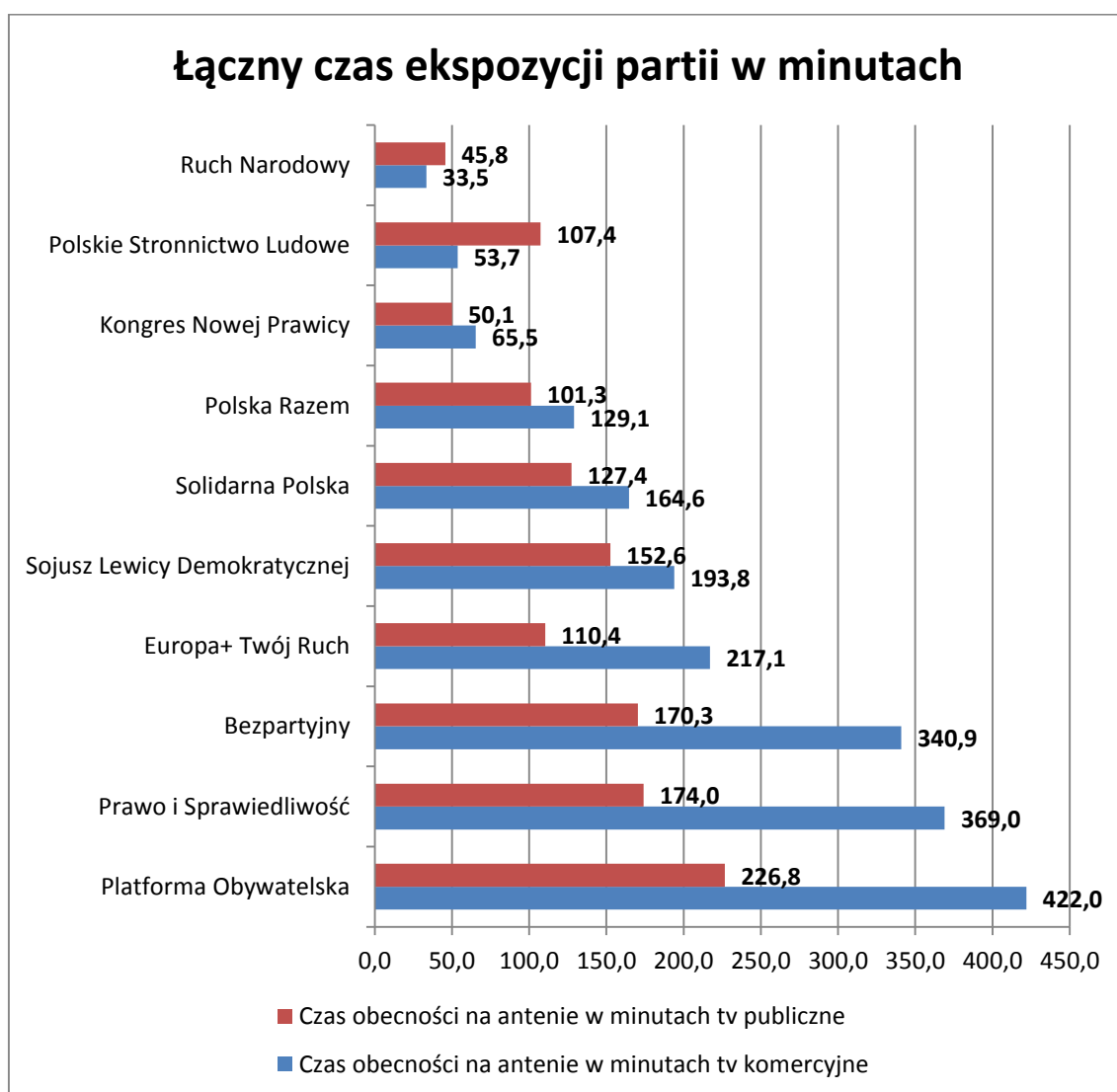
Zestawienie czasu prezentacji poszczególnych partii, a także ścisła korelacja między czasem ekspozycji polityków danej partii a częstotliwością zapraszania jej przedstawicieli<sup>3</sup> wskazuje na to, że w skali makro nie da się zaobserwować sytuacji, kiedy to przedstawiciele jakiejś grupy politycznej – owszem – są zapraszani do audycji, ale prowadzący traktuje ich tylko jako swoisty „listek figowy” pluralizmu, a jednocześnie nie dopuszcza do głosu i ogranicza ich ekspozycję w programie. Analiza wykazała, że zaproszenie przedstawiciela jakiejś partii było w okresie analizowanej kampanii wyborczej tożsame z udostępnieniem mu programu i nie wystąpiło zjawisko pozornej ekspozycji poszczególnych partii.

---

<sup>3</sup> Wartość korelacji R-pearsona między oboma indeksami dla partii politycznych wynosi 0,998, a więc związek jest prawie idealny.

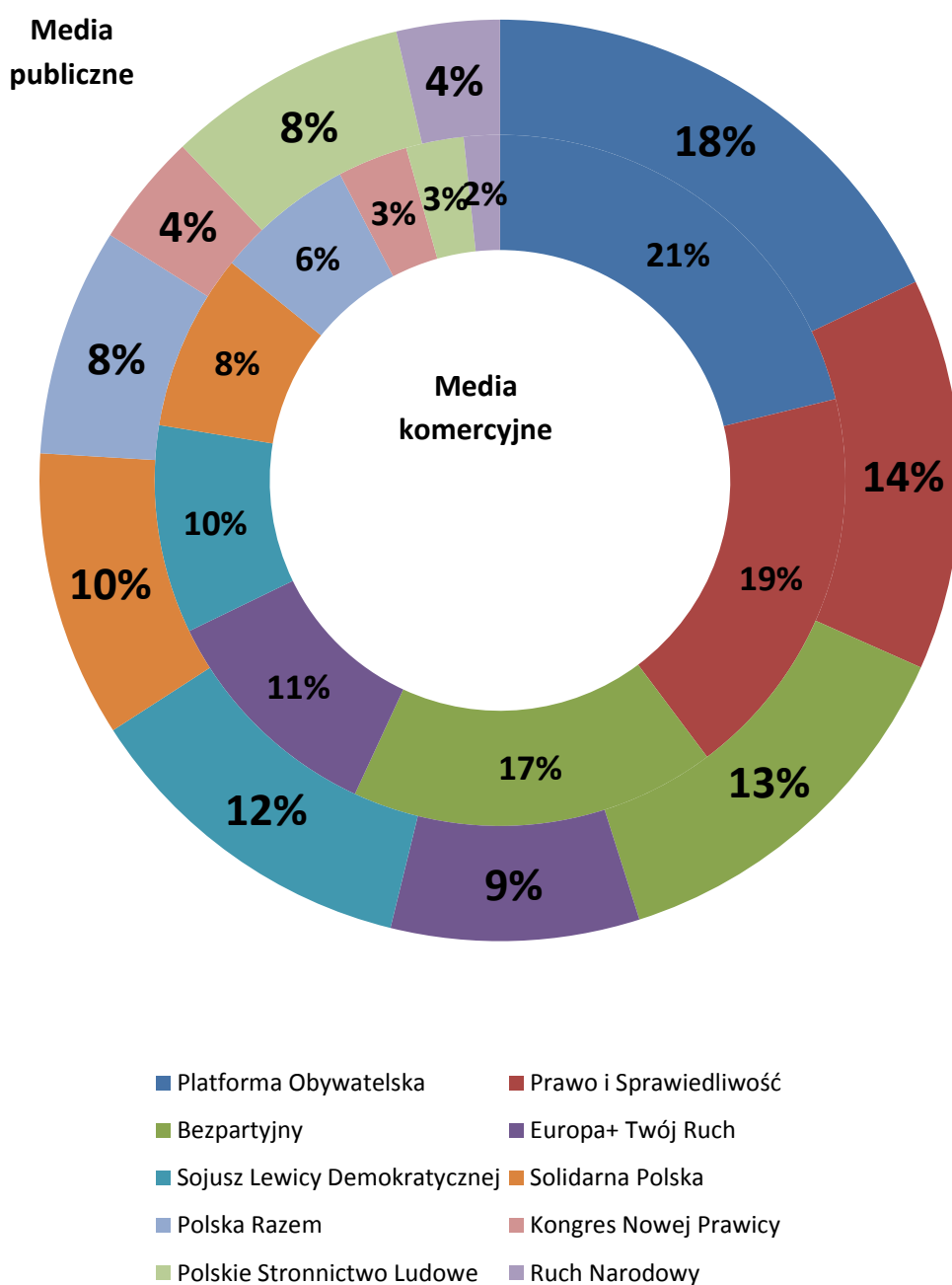
### 2.3.1. W podziale na programy telewizyjne – komercyjne vs publiczne

Zestawienie strategii zapraszania przedstawicieli poszczególnych partii politycznych w mediach publicznych i niepublicznych pokazuje wyraźne skupienie – w przypadku mediów komercyjnych – na polaryzacji sceny politycznej między PiS a PO. Na programie telewizji niepublicznej zdecydowanie dominowali politycy tych dwóch partii wraz z ekspertami i politykami bezpartyjnymi.



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

## Procent czasu antenowego ekspozycji gości



W zestawieniu tym wyraźnie widać, że w przypadku telewizji niepublicznej w audycjach publicystycznych proporcjonalnie częściej reprezentowani byli eksperci i bezpartyjni politycy (o 4 punkty procentowe częściej), politycy Europy+ Twojego Ruchu (o 2 punkty procentowe częściej), Prawa i Sprawiedliwości (o 5 punktów procentowych częściej) i Platformy Obywatelskiej (o 3 punkty procentowe częściej). Partią relatywnie najbardziej wyłączonej z ekspozycji w mediach komercyjnych był PSL,

w przypadku którego różnica wynosi aż 5 punktów procentowych na niekorzyść telewizji publicznej.

Obserwacje zawarte w powyższym zestawieniu zdają się wskazywać na dwojakie rozumienie pojęcia pluralizmu przez osoby odpowiadające za dobór gości do audycji publicystycznych.

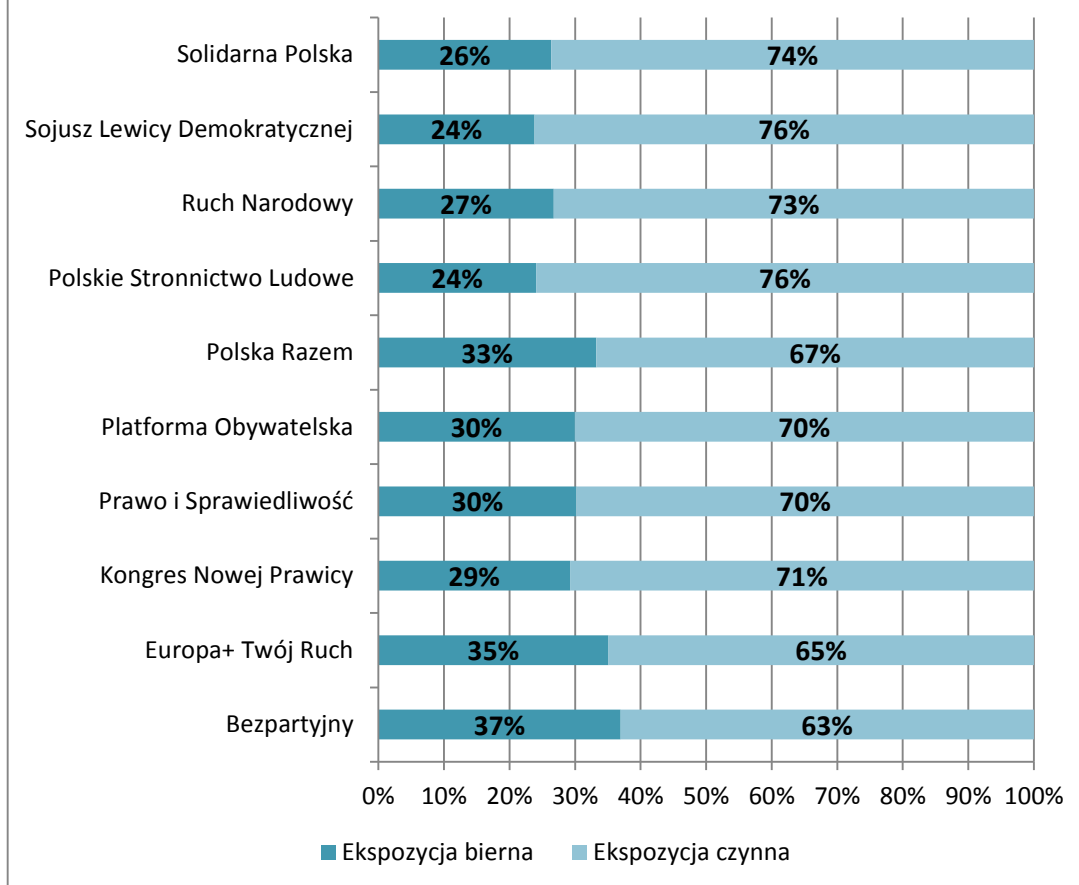
W pierwszym rozumieniu, widocznym w przypadku telewizji publicznych, pluralizm rozumiany byłby jako dbałość o widoczną ekspozycję wszystkich sił politycznych, w proporcjach zbliżonych do ich aktualnego poparcia, z odchyleniem na korzyść partii mniejszych.

W drugim rozumieniu, które – jak widać z przeprowadzonego monitoringu – dominowało w telewizji komercyjnej, pluralizm byłby definiowany jako pełna prezentacja dwóch głównych, konkurujących ze sobą sił politycznych, przy relatywnie dużym udziale ekspertów komentujących ten konflikt i proporcjonalnie niższym udziale mniejszych partii i ruchów politycznych.

Dowodzi to, że faktyczne strategie doboru i ekspozycji gości w kampanii do PE przyjęły kształt zbliżony do intuicyjnego, ponieważ to telewizje publiczne w większym stopniu (procentowo, w stosunku do łącznego czasu w ramówce) udostępniły swoją przestrzeń mniejszym partiom opozycyjnym, prezentując jednocześnie model pluralizmu (inkluzywny, zwiększający różnorodność dyskursu publicznego), który wydaje się bardziej naturalny dla nadawców publicznych ze względu na ich ustawowe zobowiązania.

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

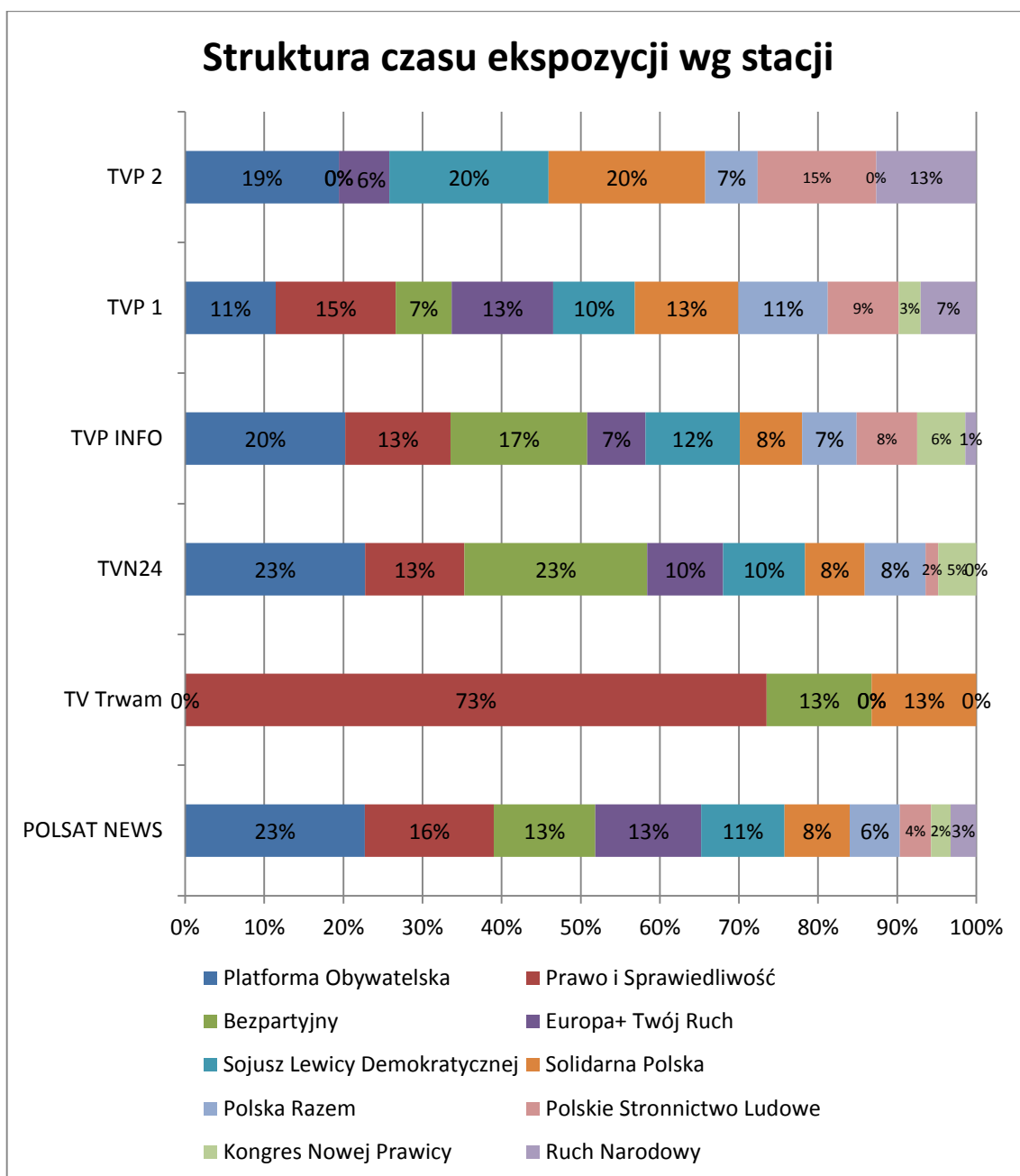
## Stosunek czasu ekspozycji czynnej do biernej



Najwyższe wartości ekspozycji czynnej uzyskali przedstawiciele SLD i PSL (po 76 proc.) co oznacza, że politycy tych partii, jeśli są zapraszani, to proporcjonalnie nieco częściej dostają okazję do wypowiedzi. Najniższe wartości ekspozycji czynnej uzyskali przedstawiciele Europy+ Twojego Ruchu oraz bezpartyjni eksperci, co oznacza, że są to grupy, które – choć zapraszane do audycji – są relatywnie rzadziej dopuszczane do głosu (różnica w ekspozycji czynnej między najbardziej aktywnymi SLD i PSL a Europą+ TR nie jest jednak bardzo wysoka i wynosi tylko 13 punktów procentowych).

### 2.3.2. Przynależność partyjna gości wg programów

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



W przypadku TVP 2, w której jedynym zakwalifikowanym do próby audycją była *Tomasz Lis Na żywo*, widoczna jest stosunkowo równomierna reprezentacja polityków wszystkich partii – z wyjątkiem nieobecnych: Prawa i Sprawiedliwości oraz Kongresu

Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego. Symptomatyczne jest zwłaszcza niepojawienie się polityków PiS, którzy prawdopodobnie – według komentarzy prowadzącego audycję – nie przyjęli zaproszenia.

W ramówce TVP 1 widać stosunkowo duże wyważenie między ekspozycją poszczególnych partii. Wyraźnie słabiej niż w pozostałych programach reprezentowana była także grupa ekspertów i polityków bezpartyjnych, co wskazuje na silnie partyjny klucz doboru gości do audycji publicystycznych w medium publicznym.

TVP INFO jest – obok Polsatu News i TVN 24 – jedną z trzech audycji, w której pojawili się przedstawiciele wszystkich dziewięciu komitetów wyborczych, których obecność rejestrowana była w prowadzonym monitoringu. Dobór gości na tym programie był zbliżony do średniego dla całej badanej próby audycji, z wyjątkiem relatywnie wyższej ekspozycji polityków SLD.

Dobór gości w TVN 24 cechował się najwyższym w próbie odsetkiem ekspertów i polityków bezpartyjnych, a także relatywnie największą procentową nadekspozycją polityków PO nad politykami PiS. Na programie reprezentowani byli przedstawiciele wszystkich partii.

Propozycję doboru gości najbardziej odbiegającą od średniej pod względem czasu ekspozycji poszczególnych partii zaprezentowała TV Trwam, na którym programie pojawili się wyłącznie politycy PiS (przeważająca część gości, w tym również Marek Jurek z Prawicy Rzeczypospolitej) oraz Solidarnej Polski. Co ciekawe, mimo wyraźnego nachylenia tego programu w kierunku ekspozycji prawej strony sceny politycznej, nie znalazło się na niej miejsce dla polityków prawicowych, ale zbliżonych do PO (Polska Razem Jarosława Gowina), ani dla partii przedstawianych jako radykalne / antyeuropejskie (Kongres Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego oraz Ruch Narodowy).

Polsat News zaprezentował – podobnie jak TVP INFO – wyważoną strategię doboru gości ze wszystkich monitorowanych partii, przy nieco mniejszym odsetku czasu poświęconego ekspertom i komentatorom bezpartyjnym, a także z nieco wyraźniejszym – niż w przypadku TVP INFO – wyeksponowaniem polityków PiS.



Wyłączając TVP 2, z której do próby zakwalifikowała się bardzo mała liczba audycji (dwie audycje *Tomasz Lis Na żywo*), można uogólnić obserwację płynącą z dwóch powyższych zestawień, prezentując trzy modele pluralizmu, jakie wyłaniają się ze zgromadzonych danych:



### 2.3.3. Goście-eksperti (nienależący aktualnie do żadnej partii) wg programów

Bardzo ciekawych wniosków dostarcza zestawienie trzydziestu (spośród łącznie czterdziestu ośmiu) najbardziej eksponowanych ekspertów/bezpartyjnych specjalistów komentujących przebieg kampanii wyborczej. W opisywanej grupie widoczne są różne kategorie osób, z których najliczniej reprezentowani są:

- naukowcy i badacze (np.: ks. prof. Dariusz Oko, prof. Paweł Śpiewak, dr Jacek Wasilewski, prof. Magdalena Środa, prof. Ireneusz Krzemiński);
- artyści (np.: Paweł Kukiz, Roma Ligocka, Tomasz Jastrun, Selena Saleene – Drag Queen);
- byli lub aktualnie nieuczestniczący w kampanii politycy (np.: dr Barbara Labuda, Roman Giertych, Kazimierz Marcinkiewicz);
- działacze społeczni (np.: Krzysztof Dośla, Piotr Duda);
- dziennikarze (np.: Jacek Żakowski, Marek Beylin).

Obecność dwóch grup wśród najbardziej eksponowanych ekspertów jest szczególnie zastanawiająca.

Pierwszą z nich są artyści. Wysoka obecność przedstawicieli tej grupy mogłaby pozornie sugerować celebryzację kampanii wyborczej i skupienie na niemerytorycznych aspektach wydarzeń poprzedzających wybory. Przeczy temu jednak szczegółowa analiza jakościowa kontekstu zapraszania artystów i ludzi kultury jako ekspertów do badanych audycji publicystycznych. Wskazuje ona na co najmniej uzasadnione i wynikające z tematyki dyskusji w audycji przesłanki doboru poszczególnych gości, a także brak dominacji kontekstów sensacyjnych/ kontrowersyjnych/celebryckich wśród powodów ich zaproszenia do audycji.

Drugą grupą, której obecność w audycjach publicystycznych w roli ekspertów może budzić większe zaniepokojenie, są dziennikarze. Popularność komentarzy udzielanych przez przedstawicieli tej profesji może wskazywać na postępującą autoreferencyjność publicystyki, która skupiona jest na analizie, ocenie i prognozie dokonywanej przez osoby reprezentujące środowisko medialne, w możliwym oderwaniu od dyskusji z faktycznymi aktorami sceny politycznej.

Szczegółowe zestawienie trzydziestu najpopularniejszych ekspertów – komentatorów – wraz z ich sumaryczną ekspozycją minutową w badanej próbie obejmuje:

<b>Ekspert</b>	<b>Sposób przedstawienia przez dziennikarza</b>	<b>Ekspozycja na programie minutach</b>	<b>Program</b>
Krzysztof Dośla	Szef „Solidarności” w regionie gdańskim	17,6	TV Trwam
Paweł Kukiz	muzyk i działacz	15,9	Polsat News
ks. prof. Dariusz Oko	Uniwersytet Papieski w Krakowie	14,8	TVN 24
Jan Krzysztof Bielecki	były premier, szef Rady Gospodarczej przy obecnym premierze	14,4	TVN 24
Paweł Śpiewak	profesor	14,2	TVN 24
Igor Janke	Publicysta, Salon24, Instytut Wolności	14,0	Polsat News
Roma Ligocka	pisarka, malarka, scenografka	13,5	TVN 24
Tatiana Mindewicz-Puacz	twórczyni kampanii społecznych	13,4	TVN 24
Piotr Duda	Szef „Solidarności”	13,0	TVP 1
Tomasz Jastrun	pisarz, publicysta, poeta, uważny obserwator rzeczywistości i komentator	12,6	TVP INFO
dr Henryka Bochniarz	Konfederacja Lewiatan	12,5	TVP INFO
dr Barbara Labuda	minister w Kancelarii Prezydenta RP w latach [19]95–2005	12,4	TVP INFO
dr Jacek Wasilewski	kulturoznawca, Uniwersytet Warszawski	12,3	Polsat News
Eryk Mistewicz	ekspert do spraw marketingu politycznego	12,1	Polsat News
prof. Magdalena Środa	Uniwersytet Warszawski	12,1	TVP INFO
prof. Ireneusz Krzemiński	socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego	12,0	Polsat News
Marek Beylin	redaktor (...) komentator i publicysta polityczny „Gazety Wyborczej”, autor właśnie wydanej książki <i>Spokojnie, to tylko rewolucja</i>	11,7	TVP INFO
dr Marta de Zuniga	politolożka z Uniwersytetu Warszawskiego	11,6	TVN 24
Andrzej Urbański	minister	11,6	TVN 24
Jacek Żakowski	redaktor (...) publicysta, komentator „Polityki”, pisarz	11,3	TVP INFO
dr Magdalena Ogórek	historyczka kościoła, od niedawna prowadzi audycję w TVN 24 Biznes i Świat	10,6	TVN 24
Selena Saleene - Drag Queen	Sławek – Drag Queen, pseudonim artystyczny „Selena”	10,3	Polsat News

Anna Chodakowska	aktorka	10,3	Polsat News
dr Ewa Modrzejewska	portal MamPrawoWiedziec.pl	10,2	TVP 1
Roman Giertych	mecenas, kiedyś wicepremier, szef Ligi Polskich Rodzin	10,2	TVN 24
Kazimierz Marcinkiewicz	były premier	10,0	TVN 24
Artur Balazs	minister w kilku rządach	9,1	TVP INFO
Michał Tober	były rzecznik rządu Leszka Millera	9,1	TVN 24
prof. Radosław Markowski	z Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej	8,7	TVP INFO
Janusz Zaorski	reżyser	8,3	TVN 24

## 2.4. Prowadzący audycje

W tej części raportu pragniemy pokazać i omówić kilka kluczowych kwestii związanych z doborem i zachowaniem prowadzących badane audycje publicystyczne. Zestawienie to ma za zadanie wskazać, którzy dziennikarze najczęściej mieli okazję prowadzić audycje o tematyce eurowyborczej, a także jak rozkładały się łączne, zagregowane zachowania dziennikarzy (związane z używaniem nacechowanych, ocennych sformułowań i gestykulacji oraz zadawaniem pytań gościom audycji i sposobem prowadzenia sportu (retoryka i erotetyka).

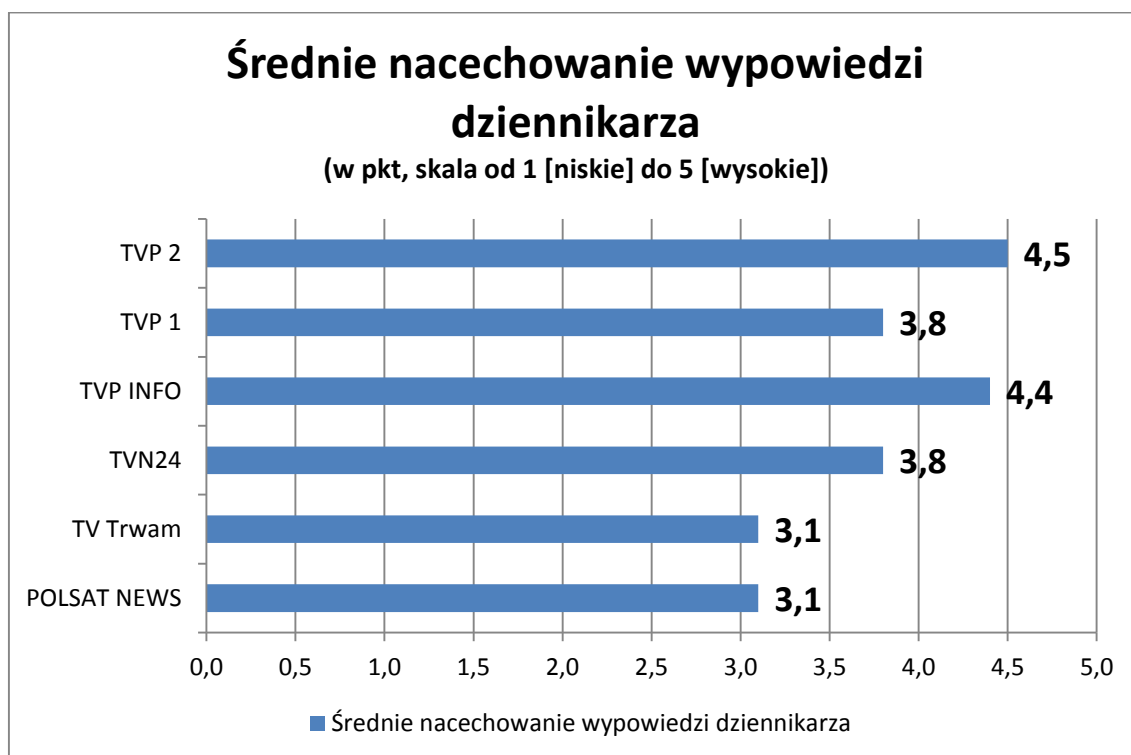
W sumie badane audycje prowadziło 43 dziennikarzy obojga płci. Najczęściej występującymi dziennikarzami prowadzącymi badane audycje byli:

<b>Dziennikarz</b>	<b>Liczba prowadzonych audycji</b>
Dorota Gawryluk	12
Karolina Lewicka	9
Marek Kacprzak	7
Joanna Wrześniewska-Zygier	7
Jan Ordyński	7
Monika Olejnik	6
Justyna Dobrosz-Oracz	6
Dariusz Ociepa	6
Agnieszka Gozdyra	6
Małgorzata Serafin	5
Kamila Biedrzycka-Osica	5
Hanna Lis	5
Bogdan Rymanowski	5
Wojciech Szelaąg	4
Marta Kurzyńska	4
Marek Piotr Wójcicki	4
Kamil Durczok	4
Justyna Pochanke	4
Jarosław Gugala	4

Interesująca jest proporcja między audycjami prowadzonymi przez dziennikarki a tymi prowadzonymi przez dziennikarzy. O ile, o czym piszemy w dalszej części raportu, proporcja między gośćmi – kobietami a mężczyznami – wynosi 14 do 86 proc., o tyle w przypadku płci prowadzących audycje proporcje te są prawie idealnie wyważone, z drobną przewagą kobiet jako prowadzących – dziennikarki stanowią 55 proc. wszystkich prowadzących analizowane audycje.

#### 2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących wg programów

W toku analizy ilościowej posłużyliśmy się także indeksem nacechowania języka dziennikarzy w zależności od programu, którego zadaniem było przekrojowe pokazanie tego, w jakim stopniu dziennikarze danego programu posługują się językiem neutralnym, bez wyrażeń nacechowanych (niskie wartości wskaźnika) lub wręcz odwrotnie – językiem zawierającym wiele wyrażeń wartościujących, emotywnych (wysokie wartości wskaźnika, nawet jeżeli nie są one używane wobec gości audycji)<sup>4</sup>.



<sup>4</sup> Wszelkie przyjęte definicje operacyjne poszczególnych wskaźników oraz miar zawarte są w arkuszach kalkulacyjnych – bazach znajdujących się w dyspozycji KRRiT.

Zestawienie stopnia nacechowania języka dziennikarskiego pokazało, że dziennikarze programów publicznych generalnie posługują się nieco bardziej nacechowanym słownictwem. Dobre wyniki (niską wartość wskaźnika) uzyskały Polsat News oraz TV Trwam.

Jako pomocniczą miarą zrozumiałości tekstu (obok nacechowania kodowanego w sposób jakościowy) można by posłużyć się także tzw. indeksem mglistości<sup>5</sup>, miarą opracowaną przez Amerykanina Roberta Gunninga i używaną do oceny złożoności różnego rodzaju tekstów (od informacji prasowych i tekstów marketingowych, aż po teksty dziennikarskie i prawne)<sup>6</sup>. Wszystkie wypowiedzi dziennikarzy-prezenterów zostały spisane, następnie gotowe transkrypcje zostały poddane analizie według odpowiedniego algorytmu.

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

Indeks mglistości	
Polsat News	<b>13,15</b>
TV Trwam	<b>14,13</b>
TVN 24	<b>13,23</b>
Średni dla tv komercyjnych:	<b>13,50</b>
TVP 1	<b>12,61</b>
TVP 2	<b>11,68</b>
TVP INFO	<b>13,40</b>
Średni dla tv publicznych:	<b>12,56</b>

Wartości indeksu mglistości mogą być w przybliżeniu interpretowane jako liczba lat nauki potrzebna do zrozumienia danego tekstu. Za wartość graniczną przyjmuje się ok. 13 punktów, co stanowi próg zrozumiałości tekstu dla osób bez wyższego wykształcenia. W badanej próbce taką wartość osiągnęły TVP 1 i TVP 2, a więc programy ogólnotematyczne, wszystkie zaś komercyjne telewizje informacyjne i TV Trwam (najtrudniejszy język w ogóle, co potwierdza obserwację dokonaną również za pomocą innego wskaźnika w naszej analizie) osiągnęły wartości powyżej 13 pkt.

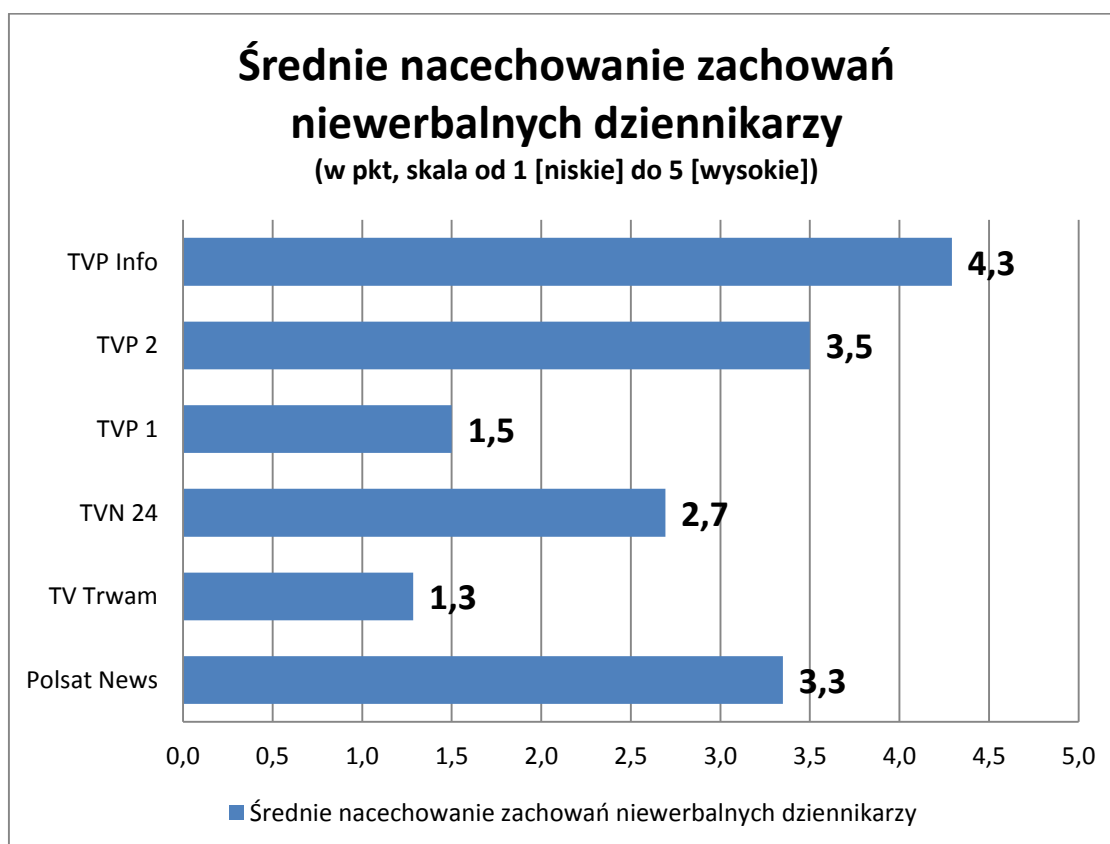
<sup>5</sup> Jest on obliczany jako ważony stosunek liczby wyrazów trudnych (mających ponad 4 sylaby) do liczby wszystkich wyrazów w tekście, wyrażony jest w punktach, posiadających przybliżoną interpretację w postaci liczby lat nauki niezbędnych dla zrozumienia danego tekstu.

<sup>6</sup> R. Gunning, *The Technique of Clear Writing*, McGraw-Hill, New York 1952.

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

#### 2.4.2. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych dziennikarzy wg programów

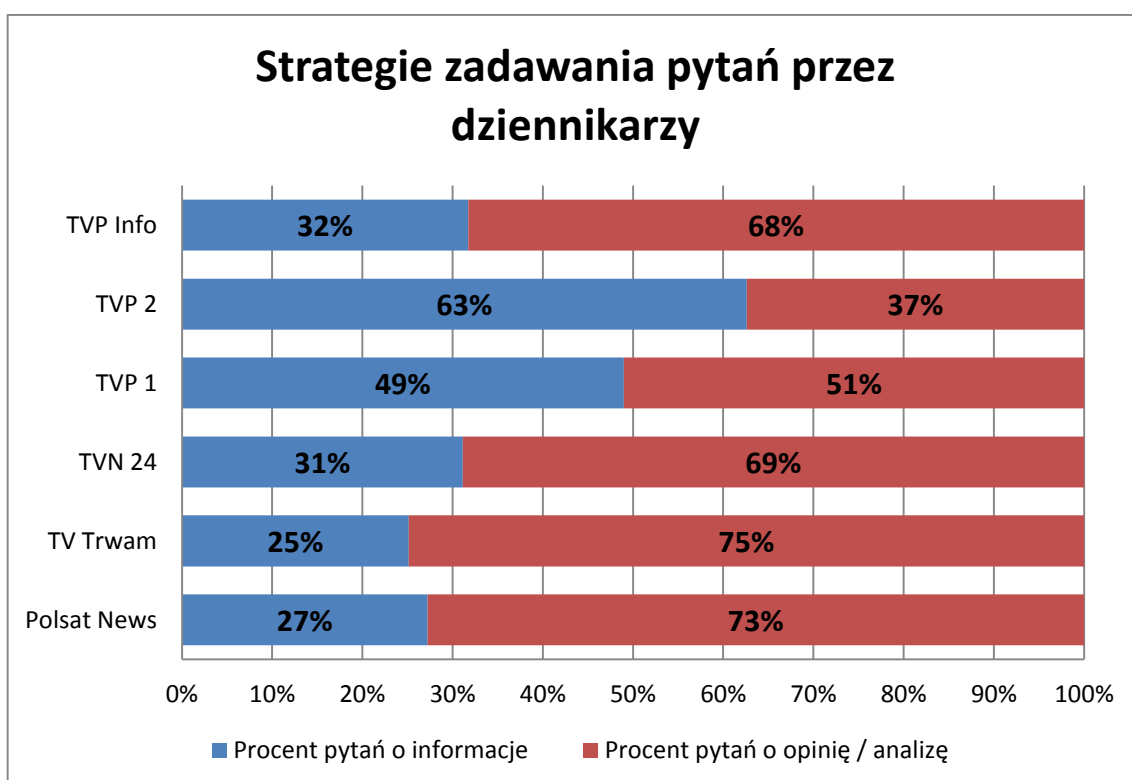
Czynnikiem wyraźnie różnicującym poszczególne programy była wartość łącznego uśrednionego wskaźnika zachowań niewerbalnych dziennikarzy. Wysokie wartości na tej skali (a więc były to programy, na których udało się zobaczyć mocno nacechowane zachowania niewerbalne prowadzących, takie jak uśmiech, wyrazista gestykulacja, znaczące ruchy głowy i oczu) uzyskały zwłaszcza programy publiczne – TVP INFO i TVP 2 – oraz Polsat News i TVN 24.





### 2.4.3. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg programów

W przypadku wszystkich telewizji – poza TVP 2, z której w próbie znalazła się tylko jedna audycja – widoczna jest wyraźna dominacja pytań o opinie, które rozpoczynają zasadniczą część dyskusji publicystycznych w badanych audycjach. Widać, że w badanych materiałach publicystyka utożsamiana jest z dyskusją poświęconą opiniom gości czy prognozom rozwoju sytuacji, a nie faktom czy też informacjom dotyczącym np. istoty funkcjonowania Parlamentu Europejskiego.



Najczęściej pytania o informacje padały na antenie TVP 2 (63 proc. wszystkich pytań), w audycji *Tomasz Lis na żywo*. Jeśli chodzi o pytania o opinie, to najwięcej odnotowano ich w TV Trwam (blisko 75 proc.). Audycją, w której dominowały pytania tego typu, był *Polski punkt widzenia*.

Poniższa tabela przedstawia indeks pytań, tzn. ile średnio pytań o informacje, o opinie oraz łącznie zadawali dziennikarze w telewizji publicznej oraz niepublicznych na minutę – liczba pytań/czas trwania audycji (Warto podkreślić, iż w niniejszych statystykach zliczano tylko te pytania, które zadawali prowadzący-dziennikarze. Pytania

od widowni, w takich audycjach jak np. *To był dzień* Polsat News czy *Czyż. Bez retuszu* w TVP INFO, nie były uwzględniane).

Według poniższego zestawienia średnio więcej pytań o informacje na minutę w badanym czasie padło z ust dziennikarzy w mediach publicznych: najczęściej w TVP 1, gdzie monitoringiem objęto: *Politykę przy kawie* (0,80 – absolutnie najwyższa wartość dla indeksu pytań o informację [dalej: IPI]) oraz *Debatę europejską* (IPI: 0,24). W TVP INFO liderem była audycja *Gość poranka* (IPI: 0,47). *Tomasz Lis na żywo* (dokładnie dwie audycje – 12 i 19 maja br.) – jedyna audycja poddana analizie w TVP 2 – osiągnął wynik IPI: 0,48. Był to drugi najwyższy wynik IPI dla programów publicznych.

Jeśli chodzi o indeks pytań o informacje w przypadku programów niepublicznych, to najwyższy wynik osiągnęła audycja TVN 24: *Jeden na jeden* – IPI: 1,00. Na drugim i trzecim miejscu znalazły się audycje Polsat News – *Graffiti* (IPI: 0,47) oraz *Nowy dzień* (IPI: 0,41). Warto nadmienić, iż kolejną lokatę – poza podium – zajęła audycja *Gość Wydarzeń* z wynikiem zaledwie 0,27. Na wynik TV Trwam składają się tylko wydania audycji *Polski punkt widzenia* – IPI: 0,22. Najmniej pytań o informacje (żadnych nie było w objętym monitoringiem fragmencie audycji *Premierzy* w Polsat News z 17 maja 2014 r.) na minutę zadano w audycjach niepublicznych: *To był dzień* Polsat News (IPI: 0,12) oraz *Fakty po faktach* TVN 24 (IPI: 0,09). W telewizji publicznej najmniej pytano o informacje w audycjach: *Forum* (IPI: 0,08) oraz *Rozmowa Info* (IPI: 0,09).

	Średnia pytań o informację na minutę (Indeks pytań o informację - IPI)	Średnia pytań o opinię na minutę (Indeks pytań o opinie - IPO)	Średnia pytań w ogóle na minutę (Indeks pytań - IP)	Liczba pytań w ogóle
<b>POLSAT NEWS</b>	<b>0,23</b>	<b>0,60</b>	<b>0,83</b>	<b>695</b>
<b>TV TRWAM</b>	<b>0,18</b>	<b>0,49</b>	<b>0,68</b>	<b>103</b>
<b>TVN 24</b>	<b>0,37</b>	<b>0,62</b>	<b>0,99</b>	<b>600</b>
<b>TVP INFO</b>	<b>0,22</b>	<b>0,44</b>	<b>0,67</b>	<b>637</b>
<b>TVP 1</b>	<b>0,52</b>	<b>0,42</b>	<b>0,94</b>	<b>225</b>
<b>TVP 2</b>	<b>0,48</b>	<b>0,27</b>	<b>0,74</b>	<b>64</b>
<b>ŚREDNIA/SUMA</b>	<b>0,33</b>	<b>0,47</b>	<b>0,81</b>	<b>2324</b>
<b>ŚREDNIA/SUMA DLA PROGRAMÓW NIEPUBLICZNYCH</b>	<b>0,26</b>	<b>0,57</b>	<b>0,83</b>	<b>1398</b>

<b>ŚREDNIA/SUMA DLA PROGRAMÓW PUBLICZNYCH</b>	<b>0,41</b>	<b>0,38</b>	<b>0,78</b>	<b>926</b>
---	-------------	-------------	-------------	------------

Jeśli chodzi o pytania o opinie – indeks pytań o opinie (dalej: IPO), to znacznie wyższą wartość indeksu osiągnęły programy niepubliczne – 0,57, publiczne zaś zaledwie 0,38. Najwięcej pytań o opinie na minutę każdej audycji w przypadku programów niepublicznych bezapelacyjnie zadawał Bogdan Rymanowski w audycji *Jeden na jeden* TVN 24 (IPO: 1,50). Ten wynik należy zapamiętać, gdyż dziennikarz TVN-u w audycjach objętych monitoringiem był w stanie w ciągu zaledwie 10–12 minut trwania audycji zadać nawet 48 pytań (21 o informacje, 27 o opinie) w rozmowie z Januszem Korwin-Mikkem z 15 maja 2014 r. (*vide*: indeks interwencji w dalszej części). Średnio jednak zadawał w granicach ok. 25 pytań. Na kolejnych miejscach znalazły się *Nowy dzień* oraz *Graffiti* w Polsacie – kolejno: IPO: 1,04, IPO: 0,82. Warto nadmienić – nawiązując do wcześniejszego wykresu – że przewaga pytań o opinie jest ogromna, dlatego też wartości poszczególnych audycji dla indeksu IPO były znacznie wyższe od tych, jakie odnotowano przy indeksie pytań o informacje (IPI). W przypadku programów publicznych najwięcej pytań o opinie na minutę zadawano w *Gościu poranka* i *Dziś wieczorem* TVP INFO – tj. IPO: 0,84; IPO: 0,82. Relatywnie wysoki wynik osiągnęła też *Polityka przy kawie* TVP 1 – 0,67. Najniższe wyniki w indeksie IPO otrzymały w stacjach niepublicznych audycje: *Tak czy nie* Polsatu News (IPO: 0,27) oraz *Babilon* TVN 24 (IPO: 0,02). W programach telewizji publicznej najniższą wartość indeksu pytań o opinie stwierdzono w przypadku: *Czyż. Bez retuszu* (IPO: 0,02), *Debata po europejsku* (IPO: 0,11) i *Debata europejska* TVP 2 (IPO: 0,16). Warto pamiętać – wyjąwszy autorską audycję Marka Czyża – iż pozostałe dwie audycje to były debaty, których formuła przewidziana jest polskim ustawodawstwem medialnym, dlatego też w ogóle padło w nich relatywnie mało pytań (kolejno: 7 [na 17,4 min. trwania audycji] oraz 35 [na 86 min. trwania audycji]).

Jeśli spojrzymy na liczbę pytań w ogóle, to najwięcej padło ich w Polsacie News, TVP INFO oraz TVN 24. Gdy zejdziemy na poziom konkretnych audycji programów niepublicznych, to okaże się, że najwięcej pytań zadano w audycji *Fakty po faktach* TVN 24 – 243 – oraz *To był dzień* Polsat News – 171. Jeśli chodzi o programy publiczne,

to liderami zestawienia były: *Minęła dwudziesta* (191) w TVP INFO oraz *Polityka przy kawie* (190) w TVP 1.

W przypadku indeksu pytań w ogóle przypadających na każdą minutę audycji (dalej: IP) to wśród programów niepublicznych bezapelacyjnym liderem okazała się audycja *Jeden na jeden* Bogdana Rymanowskiego z rekordowymi dwoma i pół pytaniami na każdą minutę (IP: 2,50), dalej *Nowy dzień* (IP: 1,51) i *Graffiti* (IP: 1,23) – oba w Polsat News. Na programach telewizji publicznej najwyższą wartość indeks pytań przypadających na każdą minutę audycji stwierdzono w przypadku audycji *Polityka przy kawie* TVP 1 (IP: 1,47), *Gość poranka* (IP: 1,31) oraz *Dziś wieczorem* (IP: 1,13) – oba w TVP INFO. *Polski punkt widzenia* TV Trwam w indeksie pytań przypadających na każdą minutę osiągnął wartość IP zaledwie 0,68.

Nie sposób przesądzać wprost (na poziomie syntezy, panoramy wyników), co oznacza fakt, iż w danej audycji, na danym programie zadaje się więcej lub też mniej pytań na minutę. Czy to dobrze, że mniej, czy to źle, że więcej? To oczywiście zależy od wielu czynników. Dlatego też warto zestawiać wyniki dotyczące pytań, jakie padły z ust dziennikarza, skierowanych do swoich gości w kontekście indeksu interwencji – a więc liczby przerwania/wtrąceń dziennikarza przypadających na każdą minutę audycji objętych monitoringiem. Należy pamiętać, że na poziomie ogólnym – bez podziału na np. gości oraz biorąc pod uwagę czas im poświęcony – nie można wartościować faktu np. wyższej liczby zadawanych pytań czy też dokonanych interwencji dziennikarskich na minutę. Tego typu zestawienia mają ograniczone znaczenie, jeśli abstrahujemy od analiz jakościowych również przeprowadzonych w ramach niniejszego monitoringu, a przedstawionych w kolejnych częściach raportu (rozdz. 3 i 4). Dane te należy czytać w sposób komplementarny. Trzeba pamiętać, iż sposób zadawania pytań w znacznej mierze współgra ze sposobem przerywania gościom, gdyż często dziennikarze, przerywając, chcą się z czymś nie zgodzić, coś dodać, chcąc wskazać brak racji wypowiedzianego się, ale równie często chcą właśnie zadać kolejne pytanie – dlatego te dwie miary powinny być odczytywane w sposób dopełniający, przywiązując oczywiście także szczególną wagę do wyników analiz jakościowych dedykowanych konkretnym audycjom, programom oraz poszczególnym prowadzącym – dziennikarzom i dziennikarkom.

Poniższa tabela przedstawia wyniki średniego indeksu interwencji (dalej: II) dla wszystkich objętych monitoringiem programów na podstawie zanalizowanych audycji zakwalifikowanych do próby badawczej. Ponadto podano również bezwzględne liczby interwencji, jakie zidentyfikowano i zakodowano w trakcie badania przy każdej audycji objętej monitoringiem, stanowiącej część składową publicystycznej ramówki konkretnych programów w trakcie ostatnich dwóch tygodni eurokampanii.

	<b>Indeks interwencji - średnia liczba interwencji na minutę</b>	<b>Liczba interwencji w ogóle</b>
<b>POLSAT NEWS</b>	<b>1,13</b>	<b>845</b>
<b>TV TRWAM</b>	<b>0,68</b>	<b>104</b>
<b>TVN 24</b>	<b>1,77</b>	<b>867</b>
<b>TVP INFO</b>	<b>1,24</b>	<b>1209</b>
<b>TVP 1</b>	<b>1,82</b>	<b>421</b>
<b>TVP 2</b>	<b>1,68</b>	<b>145</b>
<b>ŚREDNIA/SUMA</b>	<b>1,39</b>	<b>3591</b>
<b>ŚREDNIA/SUMA DLA PROGRAMÓW NIEPUBLICZNYCH</b>	<b>1,34</b>	<b>1816</b>
<b>ŚREDNIA/SUMA DLA PROGRAMÓW PUBLICZNYCH</b>	<b>1,58</b>	<b>1775</b>

Według wyliczeń najwięcej interwencji odnotowano w TVP INFO – dokładnie 1209. Na drugim miejscu znalazła się komercyjna stacja TVN 24 – 867 – oraz Polsat News z wynikiem 845. Jeśli przyjrzymy się wartościom indeksu interwencji (II) dla poszczególnych programów, to okaże się, iż w każdej minucie audycji najczęściej przerywali swoim gościom dziennikarze telewizji publicznej – TVP 1 (II: 1,82); dalej TVN 24 (II: 1,77), TVP 2 (chodzi o audycję *Tomasz Lis na żywo*) z relatywnie wysokim wynikiem, jak na zaledwie dwie godzinne audycje – II: 1,68. Polsat News osiągnął średni wynik zaledwie 1,13 interwencji na każdą minutę audycji. W porównaniu do pozostałych – zwłaszcza komercyjnej TVN 24 – programów jest to relatywnie niski wynik. (Niższy osiągnęła tylko TV Trwam z *Polskim punktem widzenia*, który wyraźnie odstaje od pozostałych audycji np. w jednostronności doboru gości – II: 0,68).

Gdy przyjrzymy się wynikom jeszcze bardziej szczegółowo, to okaże się, że niezaprzeczalnym liderem w liczbie interwencji przypadającej na każdą minutę audycji była *Kawa na ławę* Rymanowskiego – w jednej audycji zakwalifikowanej do próby – 18 maja 2014 r. – zakodowano łącznie 199 interwencji w trakcie audycji, która trwała niespełna 61 minut (II: 3,28) (!). Kolejna audycja o wysokim indeksie interwencji to *Kropka nad i* Moniki Olejnik – także TVN 24 – II: 2,72. Dopiero na trzecim miejscu znalazła się *Polityka przy kawie* (TVP 1) – II: 2,5. Jeśli chodzi o Polsat News, to największą wartość indeks interwencji osiągnęła w przypadku audycji *Graffiti* – II: 1,78.

Podsumowując powyższe zestawienia, warto odnotować, iż audycje emitowane w telewizji publicznej, objęte monitoringiem, charakteryzowały się znacznie wyższą średnią liczbą pytań o informacje przypadającą na każdą minutę audycji – IPI: 0,41. W przypadku programów niepublicznych było to zaledwie 0,26. Wynika z tego, że dziennikarze telewizji publicznej zadawali znacznie częściej pytania o informacje, a więc o fakty, rzeczy bardziej konkretne i wydaje się poznawczo wartościowsze, aniżeli pytania o opinie, które z gruntu charakteryzują się pewną swobodą, silną subiektywizacją i w większości wypadków relatywnie większą łatwością udzielenia na nie odpowiedzi. W tym kontekście można byłoby założyć, iż audycją uznaną za lepszą – ze względu na fakty oraz poznawczą wartość audycji – byłaby ta, w której dziennikarz pyta więcej o informacje, zwłaszcza przy tak mało popularnych wyborach jak te do europarlamentu, kiedy to wiedza Polaków na temat instytucji unijnych – ich funkcji, znaczeniu, roli – jest stosunkowo niska.

W przypadku średniej liczby pytań o opinie przypadających na każdą minutę analizowanej audycji to bez wątpienia prym wiodły programy telewizji niepublicznych – IPO: 0,57. W audycjach telewizji publicznej średnia wyniosła zaledwie 0,38. Można pokusić się o pewną uogólniającą tezę, iż podział na pytania o informacje oraz pytania o opinie stanowi dzisiaj charakterystyczny rys różnicujący – na poziomie panoramy wyników (w przypadku konkretnych audycji i ich wydań mogą być istotne odchylenia, które zależą od prowadzących dziennikarzy i dziennikarek czy też zaproszonych gości) – telewizje niepubliczne od publicznych. Z perspektywy widza-eurowyborcy, który przede wszystkim ceni sobie informacje oraz wiedzę o Unii Europejskiej, jaką mógłby zdobyć, oglądając telewizyjne audycje publicystyczne, to raczej telewizja publiczna byłaby dla

niego lepszym wyborem, uwzględniając jednak wszelkie poczynione zastrzeżenia odnośnie do wyciągania wniosków tylko na poziomie syntetycznych, panoramicznych wyników dla poszczególnych programów.

Jeśli chodzi o średnią liczbę pytań w ogóle, jakie padły w analizowanych audycjach w przeliczeniu na każdą minutę, to wyższą odnotowano dla audycji programów niepublicznych – 0,83; dla telewizji publicznej zaś nieznacznie niższą – 0,78 pytania na każdą minutę audycji. Trudno przy tym zestawieniu szukać bardziej lub też mniej pożądanej liczby pytań, jakie dziennikarze winni zadać swoim gościom – z perspektywy widza-wyborcy. Jest to w istocie rzecz bardzo względna i zależna od wielu czynników, które nie zostały uwzględnione w powyższych zestawieniach, ale które zostały zidentyfikowane i omówione w pozostałych częściach niniejszego raportu (rozdz. 3 i 4).

Przechodząc do interwencji dziennikarskich, należy odnotować, że najczęściej przerywano gościom w audycjach publicystycznych emitowanych w telewizji publicznej – średnia liczba interwencji na minutę wyniosła 1,58, w telewizjach niepublicznych niewiele mniej interwencji – 1,34. Jednakże liderem na poziomie konkretnych audycji okazała się *Polityka przy kawie* w TVP 1 (II: 1,81), drugi zaś był komercyjny TVN 24, na którego antenie tak naprawdę – jeśli przyjrzymy się bliżej konkretnym audycjom – najczęściej przerywano gościom. Wystarczy wspomnieć *Kawę na ławę* z 18 maja 2014 r. (II: 3,28), *Jeden na jeden* Rymanowskiego z Korwin-Mikkem (64 interwencji dziennikarskich w audycji, która trwała 12 minut i 19 sekund – indeks interwencji dla tej konkretnej audycji wyniósł 5,19, czyli ponad pięć interwencji na minutę, tzn. że Rymanowski przerywał Korwin-Mikkemu średnio co niemal 11,5 sekundy. Trudno zaprawdę cokolwiek powiedzieć w takiej formule audycji.

Należy nadmienić, iż w pozostałych audycjach zakwalifikowanych do próby Rymanowski interweniował ok. 30 razy (ale np. w rozmowie z Leszkiem Millerem z 21 maja 2014 r. zaledwie 9 razy), a Monika Olejnik w *Kropce nad i* z 19 maja 2014 r. z Pawłem Kowalem z *Polski Razem* i Januszem Korwin-Mikkem z *Kongresu Nowej Prawicy* w trakcie 19 minut i 25 sekund audycji przerywała wypowiedzi gości dokładnie 96 razy – II: 4,95 (!). Wynika z tego, że dziennikarka TVN-u przerywała swoim gościom średnio co nieco ponad 12 sekund (trzeba odnotować także, iż średnio w badanych audycjach Olejnik przerywała ok. 50 razy, najmniej – 19 razy – 12 maja 2014 r. w rozmowie z Barbarą Nowacką z *Europy+ TP* i ks. Dariuszem Oko). Wydaje się,

iż tak częste przerywanie gościom trudno uznać za warsztatowo dobrą praktykę. Z pewnością dzięki takiej postawie prowadzący taką rozmowę dziennikarz/dziennikarka dominuje nad swoim gościem. Możliwe, że wyprowadzi go z równowagi (tak jak zdarzało się to w przytoczonych przykładach). Jednak wątpliwym jest, aby widz mógł dowiedzieć się czegoś więcej z tak poszatkwanej audycji. Wartość poznawcza takiej audycji jest więc bliska zeru i należałoby unikać tego typu praktyk, które mogą przykuwać uwagę, ale tylko i wyłącznie temperaturą konfrontacji, jej formą, a nie treścią, sednem.

Jeśli chodzi o stację, w której dziennikarze przerywali najmniej, to bez wątpienia był to Polsat News – również komercyjny program, co warto podkreślić, mając w pamięci wyniki TVN-u, rywalizującego przecież o tego samego widza, kierującego się podobną logiką biznesową (telemetryczną). Audycją w Polsat News, która liczyła sobie najwięcej interwencji, było *Tak czy nie* prowadzone przez Wojciecha Szeląga 13 maja 2014 r. Odnotowano 41 interwencji w audycji, która trwała 26 minut i 40 sekund. Indeks interwencji wyniósł 1,53, czyli dziennikarz interweniował co 1,5 minuty. Oznacza to, że Wojciech Szeląg w audycji o najwyższym indeksie interwencji ze wszystkich objętych monitoringiem przerywał swoim gościom – dokładnie Beacie Kempie z Solidarnej Polski oraz drag queen Selenie Saleene – dziewięciokrotnie rzadziej niż Rymanowski w rozmowie z Korwin-Mikkem czy Olejnik w rozmowie z Kowalem i Korwin-Mikkem. Warto odnotować, iż w Polsat News zdarzyły się takie audycje, kiedy prowadzący ani razu nie przerwał swojemu gościowi – indeks interwencji wyniósł więc dokładnie zero. Był to choćby *Gość Wydarzeń* z dnia 19 i 22 maja – obie prowadzone przez Jarosława Gugałę – z premierami Jerzym Buzkiem z PO oraz Leszkiem Millerem z SLD. Okazuje się więc, że prowadzenie audycji w programie komercyjnym bez przerywania swoim gościom jest możliwe, co pokazują wyniki i zestawienia dla audycji Polsat News.

Jeśli chodzi o TV Trwam i *Polski punkt widzenia*, to indeks interwencji wyniósł relatywnie mało, bo 0,68 – 104 interwencje w audycjach trwających łącznie 152,2 minut.

Najniższe wartości indeksu interwencji w przypadku TVN-u uzyskał w przypadku odstającej od pozostałych – formą, pomysłem, strukturą i charakterem – audycji *Babilon* prowadzonej przez Piotra Marciniaka (II: 0,68). Wszystkie pozostałe audycje nie uzyskały niższego indeksu interwencji niż 1,78 Konrada Piaseckiego – *Piaskiem po*



oczach z 16 maja 2014 r. z Markiem Migalskim z Polski Razem i Markiem Siwcem z Europy+ Twojego Ruchu.

W przypadku telewizji publicznej najniższe wartości indeks interwencji przybrał dla audycji *Debata po europejsku* – II: 0,06. Pamiętajmy jednak o tym, iż polskie ustawodawstwo medialne przewiduje debatę telewizyjną w TVP na określonych zasadach, przez co indeks interwencji dziennikarskich w tego typu audycji musi być niski, gdyż kluczowy jest czas ekspozycji poszczególnych przedstawicieli wszystkich ogólnopolskich komitetów wyborczych. Warto jednak odnotować relatywnie niską wartość indeksu interwencji dla audycji *Czyż. Bez retuszu* w TVP INFO – II: 0,75, czyli 43 interwencje w audycji trwającej 57 minut (18 maja 2014 r.).

Przy powyższych zestawieniach warto zastanowić się, jak mogłaby wyglądać idealna audycja publicystyczna. Czego powinno być więcej, a czego mniej? Jakie proporcje między np. pytaniami o opinie a pytaniami o informacje, wreszcie: ile w ogóle pytań powinno paść w określonym czasie audycji czy też ile interwencji dziennikarskich należałoby oczekiwać od dziennikarza w jego rozmowie z politykiem? Nie są to łatwe pytania, a powyższe wyniki nie dają jednoznacznych odpowiedzi. Można jednak założyć, że idealna eurowyborcza audycja publicystyczna w telewizji to taka, w której widz-wyborca dowiadywałby się jak najwięcej o Unii Europejskiej, poznawałby fakty, zdarzenia, okoliczności, dziennikarz nastawałby na swojego gościa-polityka, aby ten odpowiadał konkretnie na pytania, jednak równocześnie pozwalał mu kończyć rozpoczęte myśli, bez nieustannego przerywania. W takim układzie oczekivalibyśmy przewagi pytań o informacje, mniej zaś o opinie. Tak więc wszystkie te audycje, które tę proporcję mają zachwianą, nie mogłyby być uznawane – przy tak skonstruowanych kryteriach – za najbliższe ideałowi. Jeśli takie kryterium nałożyć na objęte monitoringiem audycje telewizyjne, to okaże się, iż w próbie badawczej mieliśmy takich audycji zaledwie kilka.

Stosunek pytań o informacje do pytań o opinie	Audycje telewizji niepublicznych
0,00	<i>Premierzy</i>
0,13	<i>Piaskiem po oczach</i>
0,15	<i>Fakty po faktach</i>
0,23	<i>Wydarzenia, opinie, komentarze</i>
0,30	<i>To był dzień</i>
0,36	<i>Gość Wydarzeń</i>
0,37	<i>Polski punkt widzenia</i>
0,41	<i>Rozmowa Wydarzeń</i>
0,45	<i>Nowy dzień</i>
0,51	<i>Graffiti</i>
0,67	<i>Jeden na jeden</i>
0,71	<i>Tak czy nie</i>
0,87	<i>Kropka nad i</i>
1,08	<i>Kawa na ławę</i>
6,00	<i>Babilon</i>

Stosunek pytań o informacje do pytań o opinie	Audycje telewizji publicznej
0,16	<i>Rozmowa INFO</i>
0,24	<i>Forum</i>
0,38	<i>Dziś wieczorem</i>
0,51	<i>Przystanek Bruksela</i>
0,56	<i>Gość poranka</i>
0,57	<i>Po przecinku</i>
0,72	<i>Minęła dwudziesta</i>
1,18	<i>Polityka przy kawie</i>
1,50	<i>Debata europejska</i>
1,78	<i>Tomasz Lis na żywo</i>
2,50	<i>Debata po europejsku</i>
4,00	<i>Czyż. Bez retuszu</i>

Zgodnie z powyższym zestawieniem przyjęte kryterium idealnej audycji spełniają w analizowanej próbie badawczej – spośród audycji telewizji niepublicznych – tylko *Babilon* oraz *Kawa na ławę* – oba z TVN-u. W przypadku telewizji publicznej byłyby to audycje: *Polityka przy kawie* (TVP 1), *Debata europejska* (TVP 1), *Tomasz Lis na żywo* (TVP 2), *Debata po europejsku* (TVP INFO) oraz *Czyż. Bez retuszu* (TVP INFO).

Jeśli do powyższego kryterium dodamy to, które odnosi się do indeksu interwencji, to z pewnością musielibyśmy – z przyczyn podanych powyżej – wyeliminować audycję prowadzoną przez Bogdana Rymanowskiego – *Kawę na ławę* – która osiągnęła indeks interwencji najwyższy w całej próbie badawczej – 3,28 (!). To znaczy, że w każdej minucie dziennikarz interweniował ponad trzykrotnie. To oznacza, że Rymanowski przerywał swoim gościom średnio co ok. 18 sekund. Z tego też powodu nie możemy tej audycji uznać za spełniającą kryterium zarówno skutecznego nastawiania na gościa-polityka w celu uzyskiwania konkretnych odpowiedzi, z drugiej zaś umożliwienia mu skończenia własnej myśli, tak aby wypowiedź stanowiła względną całość, zrozumiałą

dla widza-eurowyborcy. Warto jednak odnotować, że Bogdan Rymanowski w tej audycji musi radzić sobie z szóstką gości, dlatego też siłą rzeczy indeks interwencji dla tego audycja musi osiągać wyższe wartości. Jeśli chodzi o drugą audycję – *Babilon* – to trzeba nadmienić, iż w swojej formule (*vide*: rozdz. 3) odstaje ona od pozostałych. Audycja, która trafiła do próby badawczej – z 17 maja 2014 r. – osiągnęła najwyższą wartość w stosunku pytań o informacje do pytań o opinie. Był to efekt przepytывania polityków przez cztery kobiety, będące gośćmi Piotra Marciniaka. Trzeba zaznaczyć, iż ich pytania dotyczyły przede wszystkim faktów, informacji, konkretnych zdarzeń czy działań dotyczących struktur unijnych, mniej opinii odpytywanych polityków. Z tego punktu widzenia audycja mogłaby zbliżać się do konstruowanej struktury idealnej telewizyjnej audycji publicystycznej poświęconej eurowyborom. Warto też odnotować, iż w całej audycji, która trwała 43 minuty, prowadzący przerwał zaledwie 13 razy. Te interwencje miały charakter porządkowy, dyscyplinujący nie tyle kobiety-gości, ale polityków, którzy byli przez kobiety-gości odpytywani. Jakość pytań kobiet-uczestniczek audycji tak naprawdę zbudowała jej jakość, która przy przyjętych kryteriach wypada bardzo dobrze. Pozostałe audycje w telewizjach niepublicznych nie spełniają powyższych kryteriów.

Jeśli chodzi o audycje telewizji publicznej, to warto wyróżnić autorską audycję Marka Czyża – *Czyż. Bez retuszu*. Na każde pytanie o opinię przypadały aż cztery pytania o informacje. Jeśli chodzi o indeks interwencji – to był on relatywnie najniższy w grupie audycji telewizji publicznej. Dziennikarz przerywał gościom (pamiętajmy, że w tej audycji brała udział również widownia, która zabierała głos i zadawała pytania gościom-politykom) 43 razy w czasie audycji, która trwała 57 minut. Trzeba odnotować, że dziennikarz odpytywał swoich gości-polityków (europosłów) z tego, co zrobili w UE, z ich sukcesów i porażek, szans i wyzwań, jakie stoją przed strukturami unijnymi. Wydaje się, iż audycja Marka Czyża – przy tak sformułowanych kryteriach – zbliżył się najbardziej do idealnej formuły audycji publicystycznej dedykowanej eurowyborom.

Wysoki stosunek pytań o informacje wobec pytań o opinie otrzymały również debaty emitowane na programach telewizji publicznej – TVP 1 oraz TVP INFO. W swojej formule oraz założeniach różniły się znacznie od pozostałych audycji. Jednak warto odnotować, iż w znacznej mierze pytano w nich gości-polityków o informacje, konkretne postulaty, osiągnięcia, plany, funkcje i rolę struktur unijnych. Dlatego też przy przyjętych

kryteriach oceny analizowanych audycji należy uznać je za bliskie ideałowi audycji publicystycznych, charakterystyczne w swej formule (debaty).

Wśród audycji, które także uzyskały wysoki stosunek pytań o fakty do pytań o opinie znalazły się autorskie audycje Tomasza Lisa (TVP 2). Biorąc pod uwagę indeks interwencji, który wyniósł aż 1,68 (to trzecia najwyższa wartość wśród audycji telewizji publicznej), to jednak program naczelnego „Newsweeka Polska” w znacznej mierze oddala się od ideału audycji publicystycznej. Pomimo stawianych pytań o informacje w analizowanych audycjach relatywnie częściej – w stosunku do innych audycji o większej liczbie pytań o informacje niż o opinie – odnotowywano interwencje dziennikarza (przerywał średnio co 35,69 sekund) oraz wskazywano na chaos w studiu spowodowany równoległym mówieniem kilku osób naraz – gości-polityków – kłócących się ze sobą, przekrzykujących, nie zawsze mogących skończyć własną wypowiedź, która nierzadko była przerywana przez samego prowadzącego. To powodowało, że audycja była momentami bardzo poszatkowana, a w efekcie jej odbiór i zrozumienie było znacznie utrudnione.

Ostatnią audycją, w której odnotowano nadwyżkę pytań o informacje w stosunku do pytań o opinie (choć niedużą: 1,16), była *Polityka przy kawie* (TVP 1). Mimo iż w tej audycji udział brały zawsze dwie osoby (u Tomasza Lisa 5–6 osób), to jednak indeks interwencji był znacznie wyższy niż u Lisa oraz w innych audycjach telewizji publicznej. Wyniósł aż 2,47. Wynika z tego, iż prowadzące audycje – Justyna Dobrosz-Oracz oraz Małgorzata Serafin przerywały średnio co 24,28 sekund, podczas gdy odcinek trwał średnio 15 minut. Wydaje się, iż wspomniany indeks interwencji mógłby być relatywnie niższy, celem poszukiwania zbliżenia do konstruowanej, idealnej audycji publicystycznej dotyczącej eurowyborów. Oczywiście zdarzały się audycje, w których prowadząca – w tym przypadku Małgorzata Serafin – przerywała niezmiernie rzadko – bo tylko trzy razy – swojemu gościowi (np. 16 maja 2014 r.), jednak nie był to gość-polityk, ale gość-ekspert: dr Ewa Modrzejewska z portalu zestawiającego poglądy polityków – w tym eurokandydatów – na rozliczne sprawy: MamPrawoWiedzieć.pl. Jeśli zaś spojrzeć na rozmowy polityczne, to najmniej interwencji dziennikarskich odnotowano 22 maja 2014 r. w rozmowie Justyny Dobrosz-Oracz z Jarosławem Kalinowskim z PSL-u oraz Wojciechem Olejniczakiem z SLD – 31 razy. W okresie objętym monitoringiem w audycji tej przerywano średnio 29 razy. Należy mieć

na uwadze, że wynik ten jest efektem zaledwie trzech interwencji w rozmowie z dr Modrzejewską. Mając to wszystko na względzie, można jednak przyjąć, iż *Polityka przy kawie*, jako audycja trwająca nie dłużej niż 15 minut w paśmie porannym, otrzymała relatywnie najlepsze wskazania na tle konkurencyjnych – *Jeden na jeden* TVN, *Graffiti* i *Nowy dzień* Polsat News czy *Gość Poranka* TVP INFO – i najbardziej zbliżyła się do idealnej audycji publicystycznej dotyczącej eurowyborów.

Podsumowując powyższe analizy dotyczące sposobów zadawania pytań oraz przerywania przez dziennikarzy, warto byłoby zestawić ze sobą poszczególnych bohaterów audycji objętych monitoringiem – prowadzących: dziennikarzy i dziennikarki każdej z programów. Jednakże swoisty ranking dziennikarzy według przyjętych kryteriów nie był przedmiotem ani celem niniejszego raportu, dlatego też nie zamieszczamy tego zestawienia w tym raporcie, gdyż chcemy w sposób szczególny zwrócić uwagę na charakter i mechanizmy obowiązujące w ramach dyskursu publicznego w trakcie kampanii politycznej w analizowanych, telewizyjnych audycjach publicystycznych, aniżeli skupiać się wprost na czyichś mocnych czy też słabych stronach, jakie uwidoczniły się w przeprowadzonym monitoringu wspartym na określonych, przyjętych kryteriach analizy. Warto tylko nadmienić, iż owe tabele - zestawienia – pokazują porównania wszystkich dziennikarzy ze względu na liczbę pytań zadawanych w określonym czasie trwania prowadzonych przez nich audycji, liczbę pytań o informacje oraz o opinie, a także średnią liczbę interwencji dziennikarskich w każdej minucie audycji. Założyliśmy, że najbardziej wartościowymi poznawczo – ze względu na oczekiwaną jakość debaty publicznej wokół eurowyborów oraz struktur unijnych, których Polacy raczej nie znają – są audycje, w których dominują pytania o informacje, a nie o opinie (pierwsza warstwa kryterium)<sup>7</sup>, a dziennikarz jest w stanie umiejętnie interweniować w dyskusji z gościem-politykiem, zmuszając go do konkretnych odpowiedzi, ale nie odbierając mu szans na dokończenie własnych myśli (druga warstwa kryterium)<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Prymarnym kryterium porównywania dziennikarzy jest stosunek liczby zadanych pytań o informacje do pytań o opinie w ogóle dla każdego dziennikarza. Dziennikarze, u których stwierdzono, iż powyższy stosunek wynosi nie mniej jak 1, będą rozpatrywani jako Ci, którzy prowadząc audycję publicystyczną najbardziej zbliżyli się do idealnego programu – zgodnie z przyjętymi powyżej kryteriami. Dopiero tacy dziennikarze będą rozpatrywani w kategorii indeksu interwencji. *Vide*: przypis nr 8. Po analizie tych dwóch wyników określono ranking najlepszych i najgorszych – według przyjętych kryteriów, które mają swoje ograniczenia i których nie można traktować w oderwaniu od analizy jakościowej z kolejnych stron raportu – prowadzących monitorowane audycje publicystyczne w telewizji.

<sup>8</sup> Najbardziej pożądaną wartością indeksu interwencji wśród dziennikarzy winna być ta, która jest najbliższej średniej dla wszystkich, którzy prowadzili audycje objęte monitoringiem. Mamy więc tutaj do czynienia z rangowaniem

Szczegółowe zestawienia dotyczące dziennikarzy znajdują się w dyspozycji autorów raportu oraz Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Zamykając tę część analiz oraz wniosków, należy podkreślić raz jeszcze, że przy ocenie poszczególnych audycji, programów oraz dziennikarzy nie można bazować tylko na wskazanych indeksach, wyliczonych średnich oraz zestawionych danych ilościowych (pamiętajmy też o wątpliwościach natury operacyjnej, jakie następują niejednokrotnie same pytania, w których czasami dziennikarz, pytając o konkretną informację, prosi o opinię na jej temat). Równie ważny jest kontekst, język i znaczenie określonego pytania czy też podjętej interwencji dziennikarskiej, aniżeli sam fakt stwierdzenia i policzenia ile tego było w przyjętej perspektywie czasowej. Dlatego też zachęcamy do tego, aby niniejsze wyniki czytać komplementarnie z wnioskami płynącymi z pozostałych części niniejszego raportu (rozdz. 3 i 4.).

## 2.5. Strona edytorska audycji

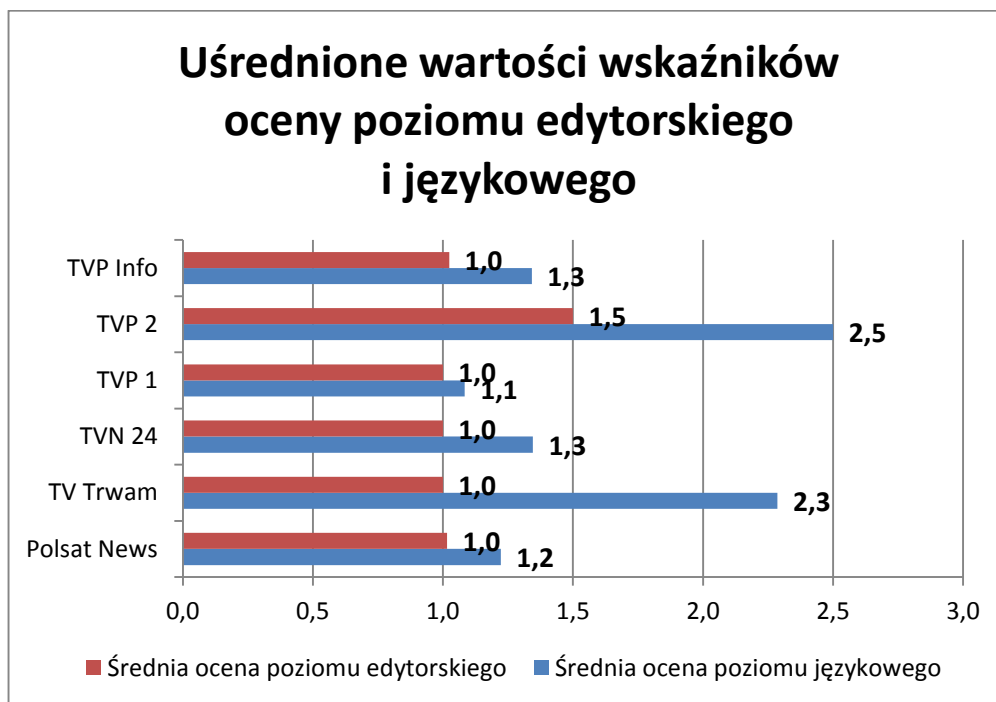
Czynnikiem w relatywnie niskim stopniu różnicującym badane audycje publicystyczne była strona edytorska i warsztatowa ich przygotowania. Dane ilościowe i jakościowe z monitoringu uprawomocniają hipotezę o stosunkowo wysokim poziomie realizacji materiałów od strony operatorskiej i montażowej, a w całej badanej próbkę ewidentne błędy edytora wideo występują w bardzo niskim odsetku audycji.

Ocena poziomu językowego audycji jest nieco bardziej skomplikowana, a to przede wszystkim z powodu sporadycznie pojawiających się i odnotowanych w toku analizy błędów językowych czy przypadków użycia kolokwializmów, ale wartości liczbowe wskaźnika służącego do rejestracji tych błędów są także na średnio niewysokim poziomie dla wszystkich badanych audycji.

---

samoreferencyjnym (czyli sytuacją, kiedy ocena wyniku interwencji dokonywana jest wyłącznie w kontekście i w oparciu o dane z konkretnej próbki, a nie w ramach kryteriów uniwersalnych). Jest to sytuacja, w której to wyróżniamy kogoś dlatego, że jest na tle pozostałych najbliższej średniej wartości interwencji (trudno bowiem określić, ile interwencji winno się znaleźć w audycji publicystycznej. To zależy od znacznie większej liczby czynników, których nie uwzględnia proponowane zestawienie). Jednakże tylko takie podejście gwarantuje możliwie zobiektywizowane wartościowanie znaczenia wielkości indeksu interwencji wśród dziennikarzy i dziennikarek prowadzących programy poddane analizie. Indeks interwencji do celów porównawczych został w tym badaniu zdefiniowany jako moduł z wystandaryzowanej wartości indeksu interwencji na minutę (indeks dany wzorem: *moduł [odległość od punktu zerowego] dla wyrażenia: indeks interwencji na minutę dla konkretnego dziennikarza minus średnia wartość indeksu dla wszystkich dziennikarzy podzielona przez odchylenie standardowe tegoż indeksu*). Indeks przyjmuje wartości od 0 [stan idealnego zbliżenia do średniej – najbardziej pożądany] do ok. 3–4 pkt [skrajnie odległa od średniej wartość – sytuacja niepożądana].

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).



### **3. Część analityczna**

Część analityczna raportu stanowi prezentację wybranych wskaźników ilościowych i obserwacji z analizy jakościowej badanych materiałów publicystycznych. Z racji obszerności zgromadzonego materiału analitycznego raport skupia się przede wszystkim na kluczowych informacjach prezentujących tematykę audycji, sposób relacjonowania wyborów w danej audycji oraz zróżnicowanie sylwetek i stylów prowadzenia dyskusji przez poszczególnych dziennikarzy. Wszelkie miary i zestawienia na dowolnym poziomie szczegółowości są możliwe do rozpoznania na podstawie baz danych stanowiących załączniki do niniejszego raportu i znajdujących się w dyspozycji KRRiT. Należy nadmienić, iż niniejszy raport – stanowiący syntezę całego procesu badawczego – zawiera wybrane zmienne oraz indeksy, które są możliwe do generowania z przygotowanych baz w dowolnych liczbach i konstelacjach (ważeniach) ze względu na rozliczne możliwości porównywania audycji, programów czy też samych dziennikarzy oraz ich gości.



### 3.1.1. TV Trwam – Polski punkt widzenia

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:40, próbka objęła 7 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja ma układ rozmowy podzielonej na bloki tematyczne, rozwijane i pogłębiane przez prowadzącego. Przejścia między blokami tematycznymi są płynne, otwarcie i zamknięcie audycji nie ma szczególnej formy ani oprawy.

#### Dobór gości:

- Krzysztof Dośła
- Zbigniew Kuźmiuk
- Jadwiga Wiśniewska
- Mirosław Piotrowski
- Marek Jurek
- Anna Fotyga
- Tadeusz Dziuba
- Andrzej Duda
- Zbigniew Ziobro
- Urszula Krupa
- Anna Zalewska
- Izabela Kloc

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Dariusz Pogorzelski	2,5	2	Dominacja pytań o ocenę w przypadku wszystkich prowadzących	Dziennikarz jest wspierający wobec gościa, tworzy dobrą atmosferę rozmowy, nie polemizuje, czyni aluzje odpowiadające tezom gościa, demonstruje poparcie dla tez gościa
Krzysztof Losz	4	1		
Robert Knap	3	1		Dziennikarz jest uległy wobec gościa, tworzy dobrą atmosferę rozmowy, nie polemizuje, czyni aluzje odpowiadające tezom gości, demonstruje poparcie tez gości. Pozwala gościom przejąć kontrolę nad rozmową i odpowiada raczej ich oczekiwaniom komunikacyjnym

### 3.2.1. TVN 24 – Babilon

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:40, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja ma nietypową strukturę, wyróżniającą się na tle pozostałych audycji. Dziennikarz prowadzący zaprasza do audycji cztery kobiety, ekspertki, i następnie razem z nimi przepytuje wybranych polityków.

#### Dobór gości:

- Roma Ligocka
- Marta de Zuniga
- Tatiana Mindewicz-Puacz
- Magdalena Ogórek
- Bogdan Zdrojewski
- Wanda Nowicka
- Jacek Kurski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Piotr Marciniak	5	4	Głównie pytania o informacje i fakty	Dziennikarz jest neutralny, pełni funkcję pomocniczą wobec zaproszonych ekspertek, które przepytują gości

### 3.2.2. TVN 24 – Fakty po faktach

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:30, próbka objęła 13 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Narracyjne wprowadzenie tematu dyskusji, następnie rozmowa na kilka tematów, płynnie kolejno wprowadzanych, brak szczególnej formy zamknięcia. Poszczególne rozmowy z gośćmi przeplatane materiałami filmowymi.

#### Dobór gości:

- Michał Kamiński
- Włodzimierz Czarzasty
- Janusz Zaorski
- Michał Tober
- Kazimierz Marcinkiewicz
- Józef Oleksy
- Kazimierz Kutz
- Tomasz Nałęcz
- Roman Giertych
- Ryszard Kalisz
- Joanna Mucha
- Jacek Kurski
- Tadeusz Zwiefka
- Ryszard Czarnecki
- Leszek Miller
- Julia Pitera
- Marian Piłka
- Andrzej Rozenek
- Włodzimierz Czarzasty
- Paweł Śpiewak
- Andrzej Urbański
- Marek Borowski
- Paweł Poncyljusz
- Aleksandra Jakubowska
- Jan Krzysztof Bielecki
- Janusz Czapiński
- Aleksander Smolar
- Jacek Kurski
- Paweł Piskorski
- Andrzej Halicki
- Witold Waszczykowski
- Donald Tusk
- Adam Bielan
- Janusz Palikot
- Paweł Zalewski
- Ryszard Czarnecki
- Ryszard Kalisz
- Wojciech Olejniczak
- Paweł Kowal
- Jacek Rostowski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Kamil Durczok	2,6	1	Dominacja pytań otwartych	Zdystansowany, zdecydowany stosunek wobec gości, ale bez otwartej krytyki

Anita Werner	3	1	Dominacja pytań otwartych	Chłodna, zdystansowana, może być odebrana jako demonstrująca pewną dezaprobatę wobec gościa
Justyna Pochanke	2,75	2,2		Lekko krytyczny stosunek do gości, tonowanie dyskusji i opanowywanie sytuacji
Piotr Marciniak	2	1		Neutralny stosunek do gości, wchodzi w rolę arbitra
Grzegorz Kajdanowicz	2	1		Miła atmosfera rozmowy, życzliwy stosunek do gości

### 3.2.3. TVN 24 – Jeden na jeden

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 7:30, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa z jednym gościem w każdym odcinku, dyskusja dotyczy kilku tematów, dziennikarz płynnie przechodzi z jednego w drugi. Nie odnotowano szczególnego sposobu otwarcia ani zamknięcia audycji.

#### Dobór gości:

- Julia Pitera
- Janusz Korwin Mikke
- Michał Boni
- Leszek Miller
- Adam Hofman
- Michał Kamiński
- Jacek Kurski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Bogdan Rymanowski	3,8	3,6	Zrównoważona (z wyjątkami – np. rozmowa z J. Korwin-Mikkem), zależna od gościa i tematu dyskusji	Stosunek do gości zróżnicowany, od polemicznego po zycziwy

### 3.2.4. TVN 24 – Kawa na ławę

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 10:45, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Swobodna, dynamiczna, wręcz nieformalna rozmowa sześciu osób na 3 wiodące tematy, przerywana reklamą i uatrakcyjniona materiałami filmowymi wprowadzającymi tematy.

#### Dobór gości:

- Jacek Kurski
- Wojciech Olejniczak
- Ryszard Kalisz
- Eugeniusz Kłopotek
- Adam Szejnfeld
- Zbigniew Girzyński

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Bogdan Rymanowski	5	5	Wyważona między informacją a opinią	Trudno jednoznacznie ocenić stosunek dziennikarza do poszczególnych rozmówców – z każdym się spiera, z każdego żartuje/ironizuje, ale jednocześnie tworzy koleżeńską, nieformalną atmosferę

### 3.2.5. TVN 24 – Kropka nad i

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dynamiczna rozmowa z dwoma gośćmi na 4–5 tematów, wprowadzanych płynnie w toku rozmowy. Brak szczególnego otwarcia i zamknięcia audycji, mocne skupienie dynamiki i narracji na osobie prowadzącej.

#### Dobór gości:

- Barbara Nowacka
- ks. prof. Dariusz Oko
- Janusz Palikot
- Zbigniew Ziobro
- Paweł Kowal
- Janusz Korwin-Mikke
- Danuta Huebner
- Zdzisław Krasnodębski
- Kazimiera Szczuka
- Przemysław Wipler
- Andrzej Duda
- Tadeusz Zwiefka

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Monika Olejnik	4,5	5	Wyważona, zależna od gościa audycji (momentami złośliwa, opryskliwa, lekceważąca)	Dziennikarka jest krytycznie nastawiona do większości gości, widać to zarówno w warstwie werbalnej, jak i niewerbalnej. Chętnie z nim polemizuje, prezentuje własne opinie

### 3.2.6. TVN 24 – Piaskiem po oczach

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa z dwoma gośćmi dotycząca kilku tematów okołowyborczych, dziennikarz płynnie przechodzi z jednego w drugi. Nie odnotowano szczególnego sposobu otwarcia ani zamknięcia audycji.

#### Dobór gości:

- Marek Siwiec
- Marek Migalski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Konrad Piasecki	4	5	Wyraźna dominacja pytań o ocenę, analizę i prognozę	Dziennikarz jest krytycznie nastawiony do gościa, sytuuje się w pozycji dominacyjnej (rozliczającej), często przerywa gościowi i forsuje swoją tezę



### 3.3.1. TVP Info – Czyż. Bez retuszu

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:40, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa w formule debaty na zadane tematy. Pytania zadaje dziennikarz i goście sobie nawzajem. Narracyjne otwarcie i zamknięcie. Publiczność obecna w studiu oraz na Twitterze i Facebooku.

#### Dobór gości:

- Michał Kamiński
- Tadeusz Cymański
- Wojciech Olejniczak
- Mariusz Kamiński
- Kazimiera Szczuka
- John Godson
- Eugeniusz Kłopotek
- Artur Zawisza

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Marek Czyż	5	3	Głównie pytania o informację	Dziennikarz jest neutralny, nie wyróżnia żadnego z gości, wszystkim zadaje te same pytania i w równy sposób interweniuje

### 3.3.2. TVP Info – Debata po europejsku

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:40, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja realizuje następujący model: materiał filmowy 1 – komentarz dziennikarza – materiał filmowy 2 – rozmowa z gośćmi – materiał filmowy 3 – komentarz dziennikarza – materiał filmowy 4. Jest to jedyna audycja, w której sięgnięto po polityków spoza polski jako komentatorów europejskiego charakteru wyborów.

#### Dobór gości:

- Elmar Brok
- Andrej Plenković

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Maciej Zakrocki	2	3	Dominacja pytań o informacje	Dziennikarz uśmiecha się, utrzymuje kontakt wzrokowy. Jest życzliwy, afirmujący, ciekawy wypowiedzi, nawiązuje dobrą osobistą relację z gośćmi

### 3.3.3. TVP Info – Dziś wieczorem

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:50, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Narracyjne wprowadzenie tematu dyskusji, następnie rozmowa na kilka tematów, płynnie kolejno wprowadzanych, brak szczególnej formy zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Paweł Zalewski
- Ryszard Legutko
- Władysław Kosiniak-Kamysz
- Przemysław Wipler
- Janusz Palikot
- Stefan Niesiołowski
- Leszek Miller

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Krzysztof Ziomec	4,75	2	Dominacja pytań o analizę i opinię	Ma umiarkowanie krytyczny stosunek do wszystkich gości
Beata Tadla	3,5	3	Dominacja pytań o analizę i opinię	W zależności od gościa przyjmuje rolę neutralną lub zaangażowaną (raczej krytyczną, podgrzewającą tempo dyskusji)

### 3.3.4. TVP Info – Forum

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:10, próbka objęła 2 wydania audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja z udziałem kilku polityków, którzy rozmawiają na dwa wiodące tematy wprowadzone materiałami filmowymi. Brak szczególnego otwarcia i zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Arkadiusz Mularczyk
- Stanisław Żelichowski
- Adam Szejnfeld
- Dawid Jackiewicz
- Tadeusz Iwiński
- Ryszard Kalisz
- Tadeusz Cymański
- Eugeniusz Kłopotek
- Adam Szejnfeld
- Ryszard Czarnecki
- Wojciech Olejniczak
- Robert Kwiatkowski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Marek Czyż	4,5	5	Dominacja pytań o analizę i opinię	Dziennikarz jest raczej neutralny, stara się dbać o udzielenie głosu wszystkim, niemal wszystkie pytania skierowane są do ogółu gości i dziennikarz dyscyplinuje w kontekście udzielania odpowiedzi

### 3.3.5. TVP Info – Minęła dwudziesta

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 11 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dyskusja z kilkorgiem (od dwóch do sześciu osób) gości na kilka tematów. Brak szczególnego otwarcia i zamknięcia. Tematy obrazowane krótkimi materiałami filmowymi.

#### Dobór gości:

- Magdalena Środa
- Henryka Bochniarz
- Barbara Labuda
- Małgorzata Gosiewska
- Marcin Kierwiński
- Marcin Świącicki
- Bartłomiej Bodio
- Andrzej Rozenek
- Jacek Kurski
- Tomasz Poręba
- Dariusz Joński
- Józef Oleksy
- Artur Balazs
- Piotr Gursztyn
- Paweł Wroński
- Andrzej Stankiewicz
- Marek Migalski
- Paweł Zalewski
- Marek Balicki
- Artur Dziambor
- Andrzej Zybortowicz
- Ryszard Czarnecki
- Mariusz Grad
- Armand Ryfiński
- Bartłomiej Bodio
- Paweł Zalewski
- Krzysztof Gawkowski
- Ryszard Czarnecki
- Jacek Kurski
- Jadwiga Wiśniewska
- Jerzy Wenderlich
- Marcin Kierwiński
- Adam Bielan
- Krzysztof Kosiński
- Adam Szejnfeld
- Ryszard Czarnecki
- Andrzej Rozenek
- Jerzy Buzek
- Marcin Kierwiński
- Robert Biedroń
- Waldemar Paruch

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Karolina Lewicka	5	4,8	Zmienna – w zależności od gościa i tematu dyskusji	Neutralny stosunek do większości gości, momentami krytyczny, ale bez skrajności
Joanna Osińska	3,6	4,3		
Maciej Wąsowicz	5	5		

### 3.3.6. TVP Info – Gość poranka

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 7:45, próbka objęła 10 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dynamiczna rozmowa z jednym gościem na 3–4 tematy. Brak szczególnego otwarcia i zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Michał Boni
- Michał Kamiński
- Andrzej Duda
- Jacek Kurski
- Eugeniusz Kłopotek
- Tadeusz Zwiefka
- Włodzimierz Czarzasty
- Janusz Palikot
- Wojciech Mazowiecki
- Mariusz Błaszczak

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Kamila Biedrzycka-Osica	5	5	Zrównoważona, zależna od gościa i tematu dyskusji	Dziennikarka jest życzliwie nastawiona do gości. Ton głosu i komunikaty werbalne (zdecydowane, krytyczne) są stonowane, łagodząca mowa ciała
Karolina Lewicka	5	3,75		Dziennikarka jest nieco krytycznie nastawiona do gościa, zadaje mu polemiczne pytania, często przerywa
Marek Czyż	5	5		Neutralne nastawienie do gości
Diana Rudnik	5	5		Neutralne nastawienie do gości

### 3.3.7. TVP Info – Po przecinku

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:15, próbka objęła 8 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa bez wyraźnej struktury. Nieco narracyjne pytanie na otwarciu, później płynne przechodzenie do kolejnych tematów, bez wyraźnego zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Janusz Korwin-Mikke
- Adam Bielan
- Ryszard Czarnecki
- Paweł Olszewski
- Jadwiga Wiśniewska
- Kazimiera Szczuka
- Barbara Nowacka
- Jacek Kurski
- Danuta Hubner
- Jarosław Gowin
- Wojciech Olejniczak
- Witold Tumanowicz
- Radosław Markowski
- Adam Bodnar
- Beata Kempa
- Krystian Legierski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Joanna Racewicz	2,6	2,6	Przewaga pytań o opinię i analizę	Zróżnicowana, bez jednego stałego wzorca, bardziej lub mniej krytyczna w zależności od zachowania gościa i tematu dyskusji
Hanna Lis	3,8	4,2		

### 3.3.8. TVP Info – Przystanek Bruksela

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:45, próbka objęła 2 wydania audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dyskusja przedstawicieli sześciu partii politycznych na zadany temat. W rundzie 1 dziennikarka zadaje pytania, każdy z gości ma w sumie 4 minuty na swoje wypowiedzi; w rundzie 2 goście zadają pytania sobie nawzajem. Jest to przykład formuły ustrukturyzowanej debaty, wyraźnie odróżniającej się od bardzo przewidywalnej struktury innych audycji publicystycznych.

#### Dobór gości:

- Patryk Jaki
- Krzysztof Bosak
- Tadeusz Iwiński
- Kosma Złotowski
- Jacek Żalek
- Marusz Grad
- Stanisław Huskowski
- Wacław Klukowski
- Witold Tumanowicz
- Sławomir Kopyciński
- Marek Zagórski
- Krzysztof Szpanolewski
- Czesław Siekierski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Diana Rudnik	5	5	Przewaga pytań o opinię i analizę	Dziennikarka jest neutralna, jednakowo odnosi się do wszystkich uczestników



### 3.3.9. TVP Info – Rozmowa Info

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:10, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Spokojna, rzeczowa, merytoryczna rozmowa na 3-4 tematy, bez szczególnego otwarcia i zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Marek Jurek
- Jacek Żakowski
- Tomasz Jastrun
- Andrzej Celiński
- Ryszard Legutko
- Michał Boni
- Marek Beylin

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Jan Ordyński	4,9	4,7	Przewaga pytań o opinię i analizę	Życzliwy stosunek do gości, zjednujący ich sympatię i budujący przyjemną atmosferę

### 3.4.1. TVP 1 – Debata europejska cz. 1 i 2

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:20, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja ma formę debaty moderowanej przez dziennikarza, udział w niej bierze dziewięciu przedstawicieli zarejestrowanych KW. Pierwsza, dłuższa część debaty, odbywa się na programie TVP 1, a druga, krótsza (kontynuacja), na programie TVP INFO.

#### Dobór gości:

- Tadeusz Cymański
- Krzysztof Bosak
- Wojciech Olejniczak
- Ryszard Czarnecki
- Barbara Nowacka
- Jarosław Gowin
- Janusz Korwin-Mikke
- Róża Thun
- Andrzej Grzyb

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Krzysztof Ziemięc	5	5	Przewaga pytań o konkretne fakty i informacje	Dziennikarz jest neutralny, nie wyróżnia żadnego z gości, wszystkim zadaje te same pytania (lub dopytuje o szczegóły ich wypowiedzi – merytorycznie i neutralnie) i w równy sposób interweniuje

### 3.4.2. TVP 1 – Polityka przy kawie

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 8:15, próbka objęła 10 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Narracyjne wprowadzenie tematu dyskusji, następnie rozmowa na kilka tematów, płynnie kolejno wprowadzanych, brak szczególnej formy zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Ryszard Kalisz
- Bolesław Piecha
- Paweł Kowal
- Jacek Kurski
- Hanna Foltyn-Kubicka
- Agnieszka Kozłowska-Rajewicz
- Andrzej Duda
- Ewa Modrzejewska
- Janusz Palikot
- Jarosław Gowin
- Jacek Kurski
- Artur Zawisza
- Janusz Korwin-Mikke
- Robert Kwiatkowski
- Jarosław Kalinowski
- Wojciech Olejniczak
- Jan Olbrycht
- Andrzej Duda

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Justyna Dobrosz-Oracz	4,2	1,2	Zróżnicowana, w zależności od gościa i tematu rozmowy	Neutralny stosunek do gości, wejście w rolę moderatora, konkretna, wydaje się zawsze przygotowana
Małgorzata Serafin	3,4	1		Dziennikarka pozostaje w lekkim sporze z gościem, jest momentami ironiczna, choć raczej życzliwie niż antagonistycznie. Momentami traci kontrolę nad gośćmi. Zdarza się, że wyraźnie ich lekceważy

### 3.5.1. TVP 2 – Tomasz Lis na żywo

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:45, próbka objęła 2 wydania audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Audycja podzielona na dwie części – dwa tematy i dwie grupy gości. W analizowanej części większość pytań odnosi się do wszystkich gości, pojedyncze pytania są kierowane do konkretnych osób. Każdy z dwóch bloków wprowadzony przez materiał filmowy.

#### Dobór gości:

- Danuta Huebner
- Ryszard Kalisz
- Wojciech Olejniczak
- Stanisław Żelichowski
- Jacek Kurski
- Róża Thun
- Jan Hartman
- Zbigniew Ziobro
- Jarosław Gowin
- Joanna Senyszyn
- Jarosław Kalinowski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Tomasz Lis	4,5	3,5	Przewaga pytań o fakty i informacje	Przeważnie neutralna, ale momentami dziennikarz wchodzi w ostre polemiki z niektórymi, wybranymi gośćmi

### 3.6.1. Polsat News – Gość Wydarzeń

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:15, próbka objęła 12 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dynamiczna audycja, rozmowa na 2–3 tematy, brak charakterystycznego otwarcia i zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Marek Siwiec
- Wanda Nowicka
- Ryszard Legutko
- Zbigniew Ziobro
- Michał Kamiński
- Tomasz Poręba
- Michał Boni
- Andrzej Duda
- Leszek Miller
- Waldemar Paruch
- Jerzy Buzek
- Janusz Palikot

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Joanna Wrześniewska-Zygier	2	1,5	Przewaga pytań o opinię i analizę	Neutralny arbiter, moderator dyskusji
Dorota Gawryluk	2,4	3,8		Zaangażowana w dyskusję, często wyraża swój pozytywny lub negatywny stosunek do gości
Magda Sakowska	5	5		Zaangażowana w dyskusję, często wyraża swój krytyczny stosunek do gości
Jarosław Gugała	2,2	1,5		Życzliwy i sympatyczny w stosunku do gości, szybko nawiązuje dobre relacje

### 3.6.2. Polsat News – Graffiti

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 8:50/11:30, próbka objęła 12 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dynamiczna audycja, rozmowa na 2–3 tematy, brak charakterystycznego otwarcia i zamknięcia.

#### Dobór gości:

- Rafał Chwedoruk
- Adam Bielan
- Tadeusz Zwiefka
- Andrzej Duda
- Krzysztof Bosak
- Wanda Nowicka
- Ireneusz Krzemiński
- Tomasz Poręba
- Wojciech Olejniczak
- Paweł Graś
- Jacek Kurski
- Leszek Miller

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Beata Cholewińska	2	3	Zrównoważona – w zależności od gościa i tematu dyskusji	Prowadzący wchodzą w rolę neutralnych moderatorów, starając się zachowywać dystans w stosunku do gości
Dariusz Ociepa	4	5		
Dominika Długosz	3	4		
Joanna Wrześniewska-Zygier	4	3		
Marta Kurzyńska	4,7	4,2		

### 3.6.3. Polsat News – Nowy dzień

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 7.55, 8.20, 9.00, 9.15, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Dynamiczna audycja – rozmowa z jednym gościem na 4–5 tematów, przerywana serwisem informacyjnym.

#### Dobór gości:

- Róża Thun
- Marcin Krzywkowski
- Radosław Markowski
- Bartłomiej Biskup
- Kazimierz Kik
- Joanna Skrzydlewska

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Bartosz Kurek	2,6	3,7	Drobna przewaga pytań o opinię i analizę	Stosunkowo życzliwy stosunek prowadzących do gości, umiejętność budowania dobrej atmosfery i życzliwych relacji z gośćmi
Beata Cholewińska	2	4		
Joanna Górska	2	3		

### 3.6.4. Polsat News – Premierzy

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:30, próbka objęła 1 wydanie audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Narracyjne wprowadzenie tematu dyskusji, następnie rozmowa na kilka tematów, płynnie kolejno wprowadzanych, brak szczególnej formy zamknięcia. Cechą wyróżniającą audycję jest dobór jako komentatorów byłych premierów.

#### Dobór gości:

- Jan Krzysztof Bielecki
- Józef Oleksy
- Waldemar Pawlak
- Norbert Maliszewski (ekspert ds. wizerunku – gość wypowiadający się z widowni)

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Dorota Gawryluk	2	3	Dominacja pytań otwartych o analizę i prognozę sytuacji	Prowadząca życzliwa, odnosząca się z szacunkiem do gości, buduje dobrą atmosferę do merytorycznej dyskusji



### 3.6.5. Polsat News – Rozmowa Wydarzeń

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 16:10, próbka objęła 9 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa z trzema gośćmi – eurokandydatami na 2–3 tematy okołoeuropejskie.

#### Dobór gości:

- Stanisław Huskowski
- Adam Rogacki
- Wojciech Olejniczak
- Anna Zalewska
- Mariusz Grad
- Artur Dębski
- Andrzej Orzechowski
- Wojciech Jasiński
- Paulina Piechna-Więckiewicz
- Marcin Świącicki
- Sławomir Kopyciński
- Patryk Jaki
- Danuta Huebner
- Jacek Kurski
- Ryszard Kalisz
- Marcin Świącicki
- Dawid Jackiewicz
- Robert Kwiatkowski
- Joanna Senyszyn
- Paweł Zalewski
- Hanna Foltyn-Kubicka
- Michał Kamiński
- Zdzisław Krasnodębski
- Krzysztof Kosiński
- Ryszard Czarnecki
- Stanisław Huskowski
- Wojciech Olejniczak

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Agnieszka Gozdyra	4	5	Przewaga pytań otwartych i analitycznych	Prowadzący w zasadzie bez wyjątku wchodzi w rolę neutralnego moderatora dyskusji, dbającego o profesjonalny stosunek do wszystkich gości
Joanna Wrześniewska-Zygier	3	5		
Maciej Stroiński	3	3		
Wojciech Szelaąg	4	5		

### 3.6.6. Polsat News – Tak czy nie

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:30, próbka objęła 6 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Rozmowa dwóch gości o przeciwnych poglądach, moderowane przez dziennikarza. Na początku wprowadzający materiał video. W trakcie audycji dziennikarz odczytuje kilka uwag i/lub pytań ze strony gości (zamieszczonych na Facebooku audycji).

#### Dobór gości:

- Kazimiera Szczuka
- Janusz Korwin-Mikke
- Beata Kempa
- Selena Saleene
- Barbara Nowacka
- Paweł Kowal
- Ryszard Kalisz
- Jacek Kurski
- Artur Dziambor
- Paweł Zalewski
- Paweł Kukiz
- Anna Chodakowska

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Agnieszka Gozdyra	4,3	5	Zrównoważona – w zależności od gościa i tematu dyskusji	Wyraźna rola zdystansowanego moderatora, nieangażującego się w spory z gośćmi

### 3.6.7. Polsat News – To był dzień

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 10 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Zróżnicowany sposób konstrukcji audycji, w toku badania wystąpiły następujące formy budowy audycji:

- dyskusja w studiu z udziałem gości i publiczności zadającej pytania – przerywniki wideo; bez specjalnego otwarcia lub zamknięcia audycji;
- dyskusja w studiu z przerwami w postaci materiałów wideo; bez specjalnego otwarcia lub zamknięcia audycji;
- debata z czwórką gości w większym studiu z przerywnikami filmowymi (spoty wyborcze) pod koniec audycji, bez udziału publiczności.

#### Dobór gości:

- Michał Boni
- Jarosław Gowin
- Joachim Brudziński
- Leszek Miller
- Ewa Pietrzyk-Zieniewicz
- Piotr Tymochowicz
- Paweł Zalewski
- Stanisław Wziątek
- Jacek Kurski
- Janusz Piechociński
- Jadwiga Wiśniewska
- Michał Kamiński
- Artur Dębski
- Artur Zawisza
- Anna Zalewska
- Armand Ryfiński
- Mariusz Grad
- Janusz Zemke
- Marek Gróbarczyk
- Jerzy Andrzej Wojciechowski
- Mirosław Oczkoś
- Adam Szejnfeld
- Marek Jurek
- Ryszard Kalisz
- Mariusz Błaszczak
- Piotr Szumlewicz
- Piotr Gabryel
- Włodzimierz Czarzasty
- Beata Kempa
- Paweł Zalewski

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Dariusz Ociepa	1	1	Przewaga pytań otwartych i analitycznych	Życzliwy moderator, zachowujący dystans, ale uśmiechnięty i budujący dobre relacje z uczestnikami dyskusji

Magda Sakowska	1,2	2		Zaangażowany, poważny moderator o wyraźnej ekspresji emocjonalnej, budujący wrażenie powagi i dużego znaczenia dyskusji
Marek Kacprzak	1	1		Zaangażowany, poważny moderator o stonowanej ekspresji emocjonalnej

### 3.6.8. Polsat News – Wydarzenia, opinie, komentarze

#### Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 22:10, próbka objęła 8 wydań audycji.

#### Układ i struktura audycji:

Magazyn publicystyczno-ekspercki, materiały wideo przeplatane z trzema rozmowami z gośćmi na trzy różne tematy.

#### Dobór gości:

- Paweł Tkaczyk
- Igor Janke
- Stefan Niesiołowski
- Marek Borowski
- Adam Bielan
- Jacek Wasilewski
- Eryk Mistewicz
- Ireneusz Krzemiński
- Rafał Chwedoruk
- Paweł Kowal

#### Zachowanie i sposób komunikacji prowadzących:

(wartości punktowe nacechowania w przedziale od 1 do 5, 1 = niskie nacechowanie, 5 = wysokie nacechowanie)

Prowadzący	Średnie nacechowanie komunikatów werbalnych	Średnie nacechowanie komunikatów niewerbalnych	Strategia zadawania pytań	Rola przyjmowana w dyskusji i wpływ na jej dynamikę
Bogusław Chrabota	4	2	Wyraźna dominacja pytań otwartych i analitycznych	Życzliwi moderatorzy, zachowujący dystans, ale dbający o dobre relacje z gośćmi zaproszonymi do audycji
Marek Kacprzak	5	1,6		
Marek Piotr Wójcicki	4,75	2,5		

## 4. Podsumowanie

Podsumowanie raportu składa się z trzech głównych części:

- podsumowania i analizy porównawczej audycji publicystycznych emitowanych w okresie wyborczym na poszczególnych programach z uwzględnieniem wskaźników ilościowych obrazujących stopień realizacji misji publicznej;
- podsumowania pod kątem roli kobiet (dziennikarek i gości) w badanych audycjach, 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;
- wnioski i podsumowanie zbiorcze stanowiące panoramiczne ujęcie publicystyki politycznej w okresie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego pod kątem czynników ilościowych i jakościowych różnicujących badane programy i modele nadawcze (publiczny vs komercyjny).

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

W zestawieniu porównawczym posłużyliśmy się ostatecznie sześcioma wskaźnikami ilościowymi służącymi do zestawienia ze sobą wybranych programów.

W analizie porównawczej wykorzystaliśmy wskaźniki:

- pluralizmu;
- bezstronności;
- wyważenia;
- niezależności;
- jakości;
- integralności;

rezygnując jednocześnie w części ze wskaźnika innowacyjności, który okazał się trudny w operacjonalizacji ilościowej na próbie materiałów tak jednolitych pod względem formalnym. Bardzo wysokie podobieństwo formalne i niski poziom innowacyjności realizacyjnej (wyjątkiem mógł być audycja *To był dzień* z zaskakującą – w pewnych momentach – pracą kamery [z ręki] – poruszony obraz, podchodzenia bardzo blisko gościa – mogło to utrudniać odbiór, jednak dynamizowało audycję) i widocznej na poziomie scenariusza audycji, które badano, sprawiły, że niecelowe okazało się konstruowanie wskaźnika, który na siłę starałby się różnicować audycje – skądinąd prawie identyczne pod względem struktury, dynamiki, narracji czy sposobu realizacji.

Pozostałe wskaźniki zostały wyliczone w oparciu o dane zebrane w trakcie badania i zestawione dla sześciu programów – z zastrzeżeniem w przypadku TVP 1 (*Polityka przy kawie*), TVP 2 (*Tomasz Lis na żywo*) czy TV Trwam (*Polski punkt widzenia*), w przypadku których – z racji zakwalifikowania do próbki tylko jednej, konkretnej audycji – wskaźnik zagregowany dla programów jest *de facto* oceną tej konkretnej audycji, a nie sposobu konstrukcji ramówki publicystycznej jako takiej w okresie wyborczym.

#### 4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności

Na kolejnych stronach prezentujemy poszczególne wymiary analizy wraz z operacjonalizacją kategorii ustawowych do postaci zakresów informacji rejestrowanych na temat poszczególnych audycji. W raporcie prezentujemy najważniejsze wnioski zarówno z części opisowej, jak i z fragmentów poświęconych poszczególnym wskaźnikom misyjności.

##### 4.1.1.1. Część opisowa

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

<b>Obszar analizy</b>	<b>Kategorie ilościowe</b>	<b>Sposób kodowania</b>
<b>Opis audycji</b>	<i>Czas trwania odcinka (bez przerw reklamowych)</i>	Czas trwania w sekundach
	<i>Pora emisji</i>	Godzina emisji pierwotnej
	<i>Program TV</i>	Nazwa programu
	<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



#### 4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm

Pierwszą z wartości wskazanych w ustawie o RiTV, analizowaną w ramach badania, był pluralizm, zdefiniowany na poziomie operacyjnym jako zróżnicowanie doboru gości do audycji, z uwzględnieniem kryterium przynależności partyjnej. Zgodnie z tak przyjętymi kategoriami realizacją postulatu pluralizmu było zapraszanie do audycji 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.

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<b>Pluralizm</b>	<i>Aktor w audycji</i>	Wypisanie wszystkich gości audycji	Analiza jakościowa dotycząca: <ul style="list-style-type: none"> <li>• sposobu prowadzenia konwersacji z każdym z polityków (analiza pytań, analiza form adresatywnych, analiza struktury i przebiegu interakcji)</li> <li>• analiza kontekstu doboru polityka, zestawienie osoby polityka z tematami dyskusji</li> <li>• analiza strony wizualnej prezentacji polityka (denotacja – opis prezentacji, konotacja – znaczenie sposobu prezentacji dla odbioru)</li> </ul>
	<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 programowym: a) audycji, b) programu	Analiza jakościowa pogłębiająca: <ul style="list-style-type: none"> <li>• kontekst doboru partii i polityków – wyjście poza wskaźniki stricte ilościowe i wskazanie merytorycznych kontekstów doboru bohaterów do audycji</li> </ul>
	<i>Indeksy ekspozycji partii</i>	Procent udziału partii reprezentowanej przez swoich polityków w łącznym czasie programowym: a) audycji, b) programu	

#### 4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność

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

- osobistego stylu komunikacji dziennikarza, uwzględniającego jego komunikaty werbalne i niewerbalne oraz stopień ich nacechowania;
- nacechowanych działań realizatora materiału wideo (czyli takich, które przez sposób realizacji komunikują wartościowanie wypowiedzi gościa<sup>9</sup>);
- interwencji dziennikarza w dyskusji, przerywających wypowiedź gościa lub zmieniających temat dyskusji w trakcie wypowiedzi gościa.

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<b>Bezstronność</b>	<b><i>Określenia nacechowane w wypowiedzi dziennikarza</i></b>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza jakościowa pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• analiza określeń kluczowych, idiolektu dziennikarskiego i stylu komunikacji wraz z oceną wpływu tego stylu na bezstronność prowadzenia audycji</li> <li>• analiza warstwy konotacyjnej zachowania dziennikarza – skojarzenia i oceny indukowane nie wprost poprzez sposób zachowania prowadzącego audycję</li> </ul>
	<b><i>Spis określeń nacechowanych</i></b>	Spis określeń charakterystycznych dla dziennikarza	
	<b><i>Nacechowane zachowania niewerbalne dziennikarza</i></b>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	
	<b><i>Spis zachowań nacechowanych</i></b>	Spis zachowań niewerbalnych i parawerbalnych charakterystycznych dla dziennikarza	
	<b><i>Zagregowana ocena bezstronności dziennikarza</i></b>	Wskaźnik oparty o wartości dla komunikacji werbalnej i niewerbalnej, określający ilościowo typ strategii komunikacyjnej dziennikarza	

<sup>9</sup> Przykładem może być np. ujęcie, które w kadrze z mówiącym politykiem ujmuje jednocześnie grymas niezadowolenia wybranego gościa spośród publiczności wywołany wypowiedzią polityka, w sytuacji, kiedy tylko jeden z goszczących w audycji polityków jest prezentowany za pomocą takich ujęć.

		w kontekście jego bezstronności	
	<b><i>Tendencyjność montażu i ekspozycji na poziomie edytorskim w materiale wideo</i></b>	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"> <li>• nazwanie strategii realizatorskich służących wytworzeniu określonego wrażenia na widzach (podkreślenie dynamiki sporu, pokazanie oceny postaci, pokazanie relacji prowadzący-goście)</li> </ul>
	<b><i>Indeks interwencji w dyskusji i własnych wypowiedzi dziennikarza</i></b>	Analiza ilościowa momentów, kiedy dziennikarz przerywa wypowiedź polityka wraz z określeniem kontekstu tego przerwania	Analiza jakościowa obejmująca: <ul style="list-style-type: none"> <li>• analizę retoryczną – strategię prowadzenia i kontrolowania dyskusji przez dziennikarza</li> <li>• analizę własnych wypowiedzi dziennikarza – określenie własnych poglądów widocznych w dyskusji</li> <li>• analizę warsztatu dziennikarskiego (dobór przykładów, cytatów, obietnic przytaczanych przez dziennikarza)</li> </ul>
	<b><i>Wskaźnik łączny bezstronności</i></b>	Zagregowany wskaźnik bazujący na uśrednionych wartościach oceny nacechowania wypowiedzi i liczby interwencji w dyskusji podany dla: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) prowadzącego,</li> <li>b) audycji,</li> <li>c) programu</li> </ol>	

#### 4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie

Wyważenie sposobu moderowania dyskusji zostało zdefiniowane jako kodowany ilościowo stosunek dziennikarza do poszczególnych gości – od wartości ujemnych, obrazujących stosunek krytyczny, wartościujący i negację poglądów oraz osoby gościa (połączone z utrudnianiem jego wypowiedzi), do wartości dodatnich, obrazujących życzliwy, a w bardziej skrajnej postaci afirmatywny, a probujący 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 liczony był jako wariancja łączna zachowań dla dziennikarza, audycji oraz programów, po to, aby maksymalnie syntetycznie zaprezentować zróżnicowanie stosunku do gości dla prowadzącego, konkretnej audycji oraz programu telewizyjnego.

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"> <li>• analizę przykładów zachowań afirmujących/negujących w stosunku do poszczególnych polityków</li> <li>• 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])</li> </ul>
	<i>Wskaźnik łączny wyważenia</i>	Zagregowany wskaźnik bazujący na uśrednionych wartościach stosunku dziennikarzy do gości podany dla: a) prowadzącego, b) audycji, c) programu.	

#### 4.1.1.5. Wartości misyjne – niezależność

Niezależność dziennikarska została zdefiniowana w toku prac przygotowawczych jako swoboda doboru tematów i gości do audycji, a także styl moderowania interakcji w dyskusji, który daje dziennikarzowi swobodę interwencji i kształtowania przebiegu dyskusji w zakresie poruszanych tematów (co może np. uniemożliwić wykorzystywanie czasu audycji do jednostronnej prezentacji swoich poglądów przez gości). Warto zauważyć, że przy takiej operacjonalizacji wartość ta staje się w pewnym zakresie przeciwieństwem bezstronności (rozumianej jako nienadużywanie okazji do osobistych interwencji i prezentacji własnego zdania przez dziennikarza). Dwoista natura tak zdefiniowanych wartości została uwzględniona w analizie jakościowej jako szukanie odpowiedzi na pytanie o optymalny poziom interwencji dziennikarskich i ich styl, który pozwala prowadzącemu zachować swobodę kształtowania narracji audycji bez narzucania konkretnych poglądów i interpretacji swoim gościom.

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<b>Niezależność</b>	<b>Indeks tematów w audycji</b>	Zapis tabelaryczny opisujący poruszane tematy	Analiza jakościowa: <ul style="list-style-type: none"> <li>pogłębiona analiza relacji między poglądami gości, obrazująca strategie doboru gości do audycji publicystycznych (jak tworzona jest dynamika dyskusji na poziomie doboru polityków o określonych poglądach)</li> </ul>
	<b>Indeks interwencji w dyskusji i własnych wypowiedzi dziennikarza</b>	Jako wskaźnik pomocniczy do oceny niezależności – analiza własnych wypowiedzi dziennikarza w podziale na afirmujące-kontrujące wypowiedzi gości	
	<b>Wskaźnik łączny niezależności</b>	Wskaźnik obliczony jako miara zróżnicowania doboru gości i stosunku do nich prezentowany dla: a) dziennikarza, b) audycji, c) programu	

#### 4.1.1.6. Wartości misyjne – integralność

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

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<b>Integralność</b>	<b>Ocena stopnia trudności języka dziennikarza</b>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> <li>określenie językowych korelatów sposobu konstruowania wypowiedzi dziennikarskiej – pokazanie zróżnicowanych strategii ramowania i nazywania zjawisk w warstwie językowej</li> </ul>
	<b>Przykłady trudnych wyrazów</b>	Spis trudnych wyrazów	
	<b>Model strukturalny audycji</b>	Kodowany w oparciu o przykładowe modele zidentyfikowane na etapie pilotażu	Analiza pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> <li>określenie cech specyficznych danej audycji w obszarze jej budowy formalnej, doboru materiałów, struktury i kolejności prezentowanych treści</li> </ul>
	<b>Wskaźnik integralności</b>	Wskaźnik oparty o stopień złożoności językowej i strukturalnej audycji obrazujący zakres dostępności audycji dla widzów – wyróżnienie audycji złożonych, analitycznych i popularnych, czyli upraszczających dyskurs polityczny	

#### 4.1.1.7. Wartości misyjne – jakość

Jakość badanych audycji 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 zdefiniowany został wskaźnik łączny, będący syntetyczną miarą porównawczą jakości różnych badanych audycji.

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"> <li>wskazanie znaczenia poszczególnych błędów edytorskich i językowych dla odbioru treści przekazu (warstwa recepcji, tworzenia znaczenia przez widza)</li> </ul>
	<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) programu	

#### 4.1.1.8. Wartości misyjne – innowacyjność

Ostatni z wymiarów wartości wzmiankowanych w ustawie, czyli innowacyjność, został zoperacjonalizowany poprzez wskazanie praktyk edytorskich i realizacyjnych odbiegających od standardu gatunkowego dla poszczególnych audycji – nietypowych, wyjątkowych, zarówno w sensie pozytywnym (innowacje, ciekawe, nowe rozwiązania formalne i realizacyjne), jak i negatywnym (wyjątkowo utrudniające odbiór i zakłócające dynamikę narracji rozwiązania realizacyjne).

Analiza ta polegała na dwuetapowym kodowaniu – na wypisaniu i opisaniu praktyk nietypowych, zaobserwowanych przez koderów, a następnie ich eksperckiej klasyfikacji przez badaczy specjalizujących się w analizie narracji i odbioru materiałów wideo.

Był to wymiar analizowany wyłącznie jakościowo, podobnie jak porównanie badanych audycji. Decyzja o takim sposobie analizy podyktowana była trudnością w klasyfikacji ilościowej stopnia „innowacyjności” poszczególnych praktyk edytorskich oraz stwierdzonym w pilotażu do badania sporadycznym sięganiem po innowacyjne rozwiązania formalne w badanych audycjach.

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<b>Innowacyjność</b>	<b>Oryginalność formalna</b>	Przykłady ciekawych rozwiązań formalnych w konstrukcji audycji wraz z przypisanymi im wagami opartymi o stopień innowacyjności danego rozwiązania (innowacyjność odwrotnie proporcjonalna do popularności danego rozwiązania)	Analiza pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> <li>oparta o analizę znaczenia kluczowych dobrych i złych praktyk dla odbioru audycji, ich przełożenia na rozumienie przez odbiorcę (w warstwie opisowej – denotacji oraz wartościującej – konotacji)</li> </ul>
	<b>Błędy formalne</b>	Przykłady błędnych, utrudniających odbiór rozwiązań formalnych w konstrukcji audycji wraz z przypisanymi im wagami opartymi o stopień oddziaływania danego błędu na odbiór audycji	



#### 4.1.2. Analiza porównawcza audycji pod kątem elementów misyjności

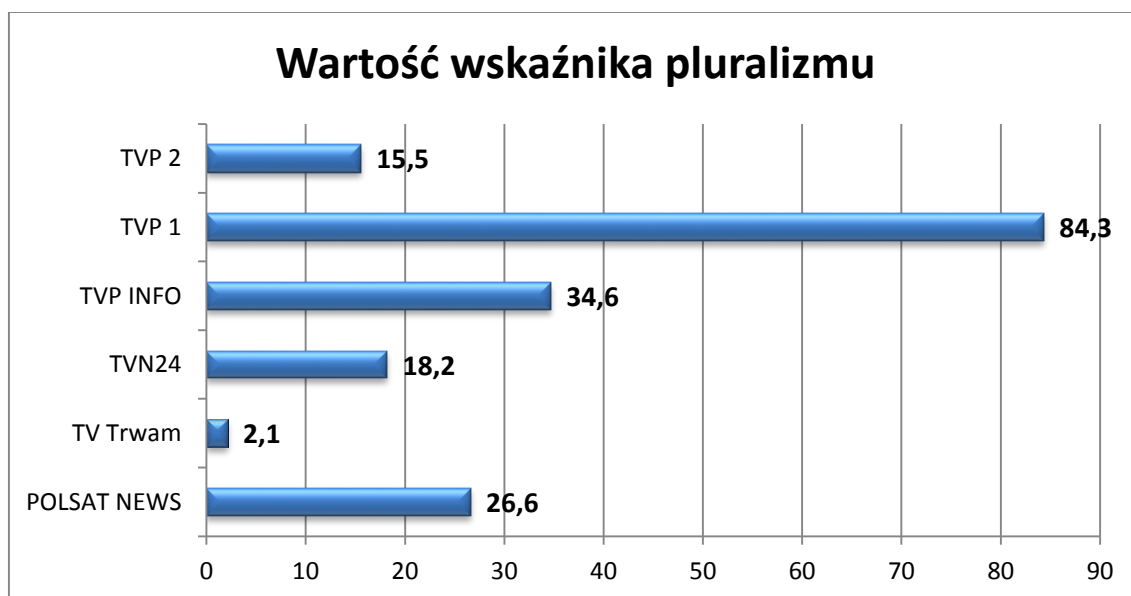
Na kolejnych stronach prezentujemy wartości poszczególnych wskaźników dla poszczególnych programów wraz z komentarzem dotyczącym sposobu ich obliczenia.

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

##### 4.1.2.1. Pluralizm

Wskaźnik pluralizmu wyliczony został jako:

$$VPL = 0,1 / (\text{wariancja dla rozkładu procentowego udziału poszczególnych partii w czasie antenowym danego programu})$$



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

badania TVP 1, TVP INFO oraz Polsat News, i w dalszej kolejności TVN 24 oraz TVP 2. Programem, który wyraźnie odstaje w swojej strategii prezentacji partii od tak rozumianego modelu pluralizmu, jest TV Trwam.

#### 4.1.2.2. Bezstronność

Wartość wskaźnika bezstronności została wyliczona jako:

$$VBZ = 0,1 / \text{\textit{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej + średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących + 4 \times (suma interwencji dziennikarskich w audycjach danego programu / łączny czas ekspozycji audycji danego programu)}}$$

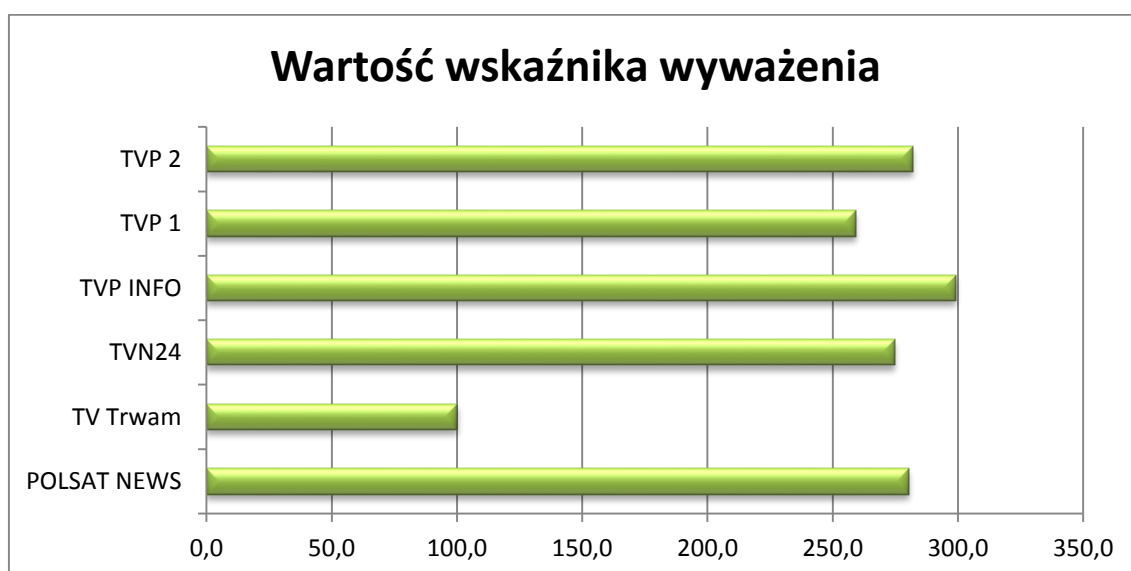


Ta z konieczności złożona konstrukcja wskaźnika konieczna była, żeby oddać założoną w nocie metodologicznej definicję bezstronności jako sytuacji, która minimalizuje nacechowanie wypowiedzi i komunikacji niewerbalnej prowadzących oraz natężenie interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu. Tak skonstruowany wskaźnik maleje, kiedy dla danego programu rośnie jeden z trzech wzmiankowanych czynników świadczących o braku bezstronności dziennikarzy. W badanej próbie wysokie wyniki bezstronności uzyskały audycje TVP 2 i TVP INFO, a w następnej kolejności audycje TVN 24, Polsatu News oraz TVP 1. Ponownie najniższy wynik uzyskała TV Trwam.

### 4.1.2.3. Wyważenie

Wskaźnik wyważenia został skonstruowany jako:

$$VWW = 300 \text{ (moduł ze średniego nastawienia dziennikarza do gościa dla danego programu)} \times 100$$

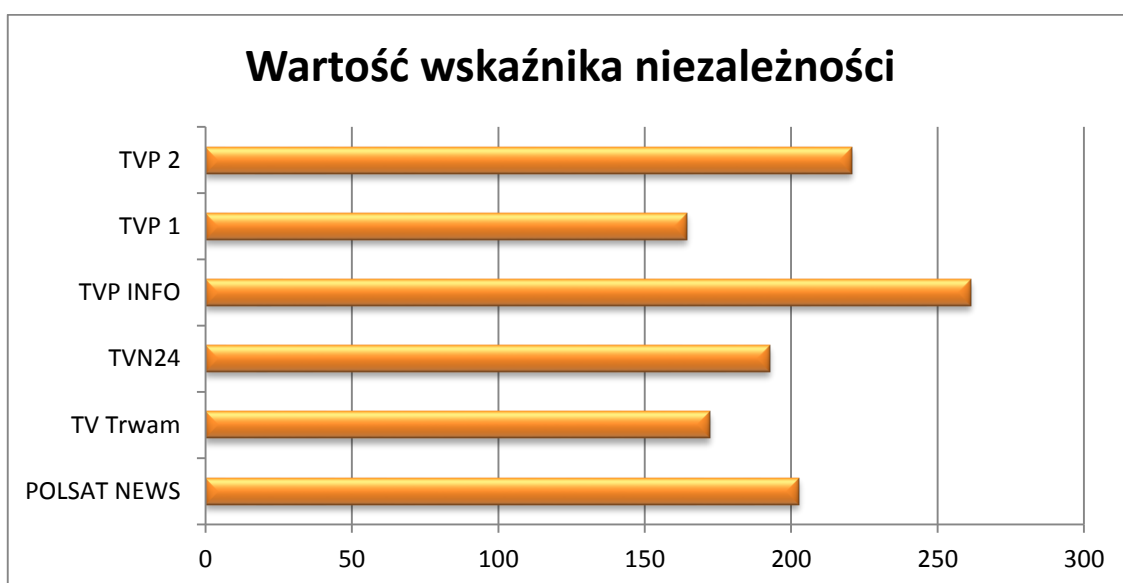


Wskaźnik ten bazuje na stosowanej analizie skali nastawienia dziennikarza do gościa (przyjmuje ona wartości od -3 do 3, a optymalnym poziomem jest poziom 0. Wskaźnik wyważenia może przyjąć wartość od 0 pkt (sytuacja, kiedy w każdym materiale w danym programie dziennikarze odnosiliby się do gości albo skrajnie entuzjastycznie, albo skrajnie krytycznie) do 300 pkt (sytuacja, w której w każdym materiale w danym programie dziennikarze zachowaliby idealne wyważenie opinii i neutralny stosunek do gości). Co ważne, w przypadku tego wskaźnika, podobnie jak w skali nastawienia, negatywnie traktowane jest wychylenie zarówno *in plus* w stosunku do gościa, jak i *in minus*. Dane dla tego wskaźnika są wyrównane, z najlepszym wynikiem TVP INFO oraz Polsatu News i wyraźnie niskim wynikiem TV Trwam (wynikającym z bardzo życzliwego, afirmującego stosunku do goszczonych w programie polityków).

#### 4.1.2.4. Niezależność

Wskaźnik niezależności został wyliczony jako:

$$VNZ = (\text{natężenie interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu} \times 3 + \text{liczba poruszanych tematów na jednostkę czasu}) \times 100$$

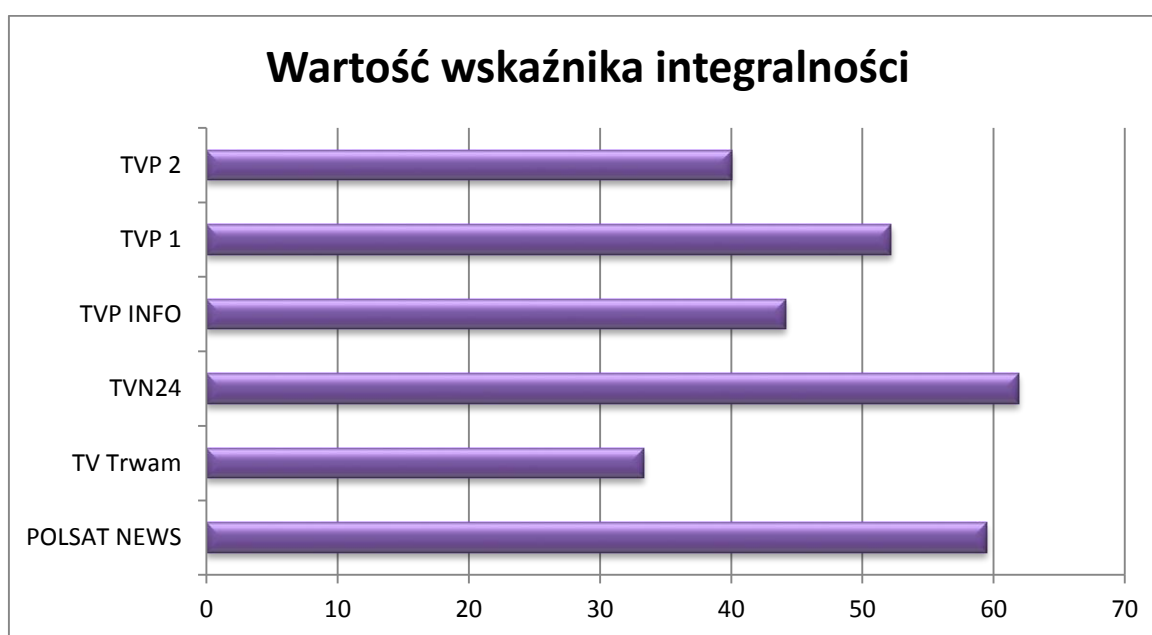


Wskaźnik ten wykorzystuje dane dotyczące interwencji dziennikarskiej i liczby jednostek tematycznych w audycjach danego programu do odpowiedzi na pytanie, czy jej dziennikarze cechują się niezależnością w sposobie prowadzenia dyskusji oraz doborze tematów. Taka definicja niezależności abstrahuje oczywiście od kontekstu redakcyjnego i organizacyjnego przygotowania materiałów (nie wiemy, czy dziennikarze w danej redakcji faktycznie mają dużą swobodę i niezależność na poziomie struktury organizacyjnej i procesu zarządzania powstawaniem materiałów), co można uznać za jej wadę. Zaletą jest natomiast to, że bazuje ona na możliwych do zebrania i interpretacji cechach powstającego przekazu (przekaz powstający w danej redakcji nosi znamiona niezależności dziennikarskiej). Dla tak definiowanego wskaźnika wysokie wyniki uzyskała TVP INFO, a w następnej kolejności TVP 2 oraz Polsat News.

#### 4.1.2.5. Integralność

Z racji niskiego zróżnicowania strukturalnego (tylko pojedyncze audycje prezentowały strukturę bardziej innowacyjną od innych) wskaźnik integralności audycji został oparty o zmienną opisującą złożoność języka prowadzących w poszczególnych programach i przyjął następującą formę:

$$VIN = 100 \times (1/\text{średnia wartość zmiennej „poziom trudności języka” dla danego programu})$$

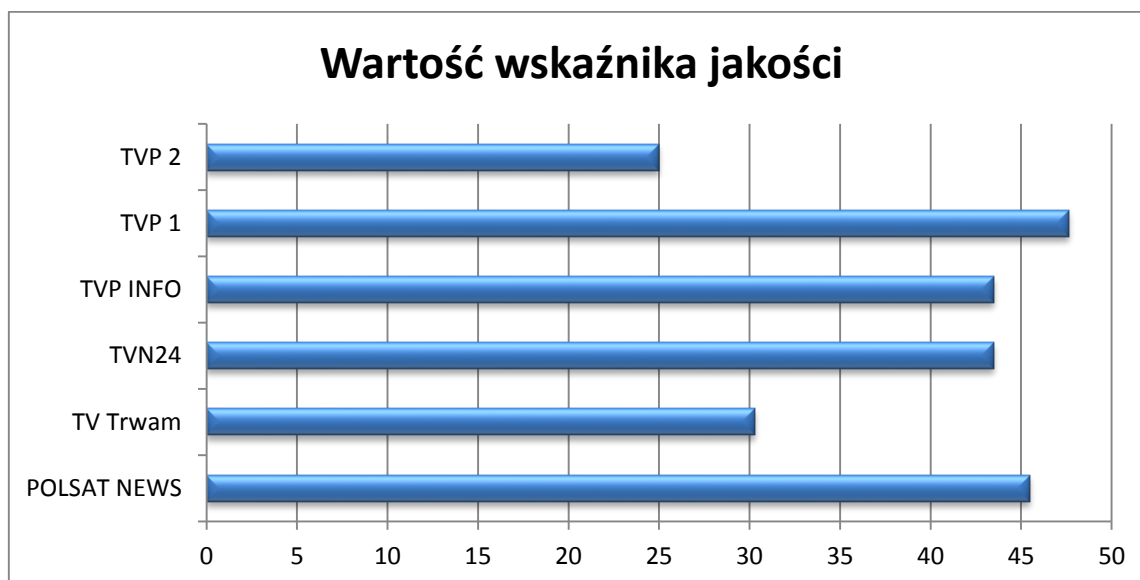


Tak skonstruowany wskaźnik integralności rośnie, kiedy spada wartość wskaźnika trudności języka, a więc wtedy, kiedy daje się zaobserwować, że dziennikarze używają mniejszej ilości trudnych wyrazów (długich, wielosylabowych lub pochodzących z profesjolektów różnego rodzaju, np. języka technicznego, ekonomicznego, politologicznego). W przeprowadzonym badaniu pod względem integralności, a więc i prostoty przekazu, wyraźnie dominowały programy komercyjne – TVN 24 oraz Polsat News, z TVP 1 na trzecim miejscu. Stosunkowo złożonym językiem posługiwali się dziennikarze TV Trwam.

#### 4.1.2.6. Jakość

Wskaźnik jakości został w tym badaniu zdefiniowany jako:

$$\text{VQU} = 100 \times 1 / (\text{średnia ocena poziomu językowego} + \text{średnia ocena poziomu edytorskiego dla programu})$$



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 2,5 w skali pięciostopniowej). Po zagregowaniu obu zmiennych za pomocą wskaźnika jakości okazuje się, że wysokie wyniki uzyskały wszystkie programy poza TV Trwam i TVP 2 (pojedyncza audycja Tomasza Lisa, w przypadku którego osoby kodujące wychwyciły relatywnie wysoki poziom problemów językowych). Najlepszy wynik pod względem jakości realizacji uzyskało TVP 1 oraz Polsat News.

#### 4.1.3. Łączny indeks realizacji misji

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

Dane te prezentują się następująco:

	Wartości surowe						
	Pluralizm	Bezstronność	Wyważenie	Jakość	Integralność	Niezależność	
<b>POLSAT NEWS</b>	38,2	6,6	280,5	45,5	59,4	202,6	
<b>TV Trwam</b>	2,1	4,5	100,0	30,3	33,3	172,0	
<b>TVN 24</b>	18,2	6,9	274,6	43,5	61,9	192,6	
<b>TVP INFO</b>	34,6	10,3	299,1	43,5	44,2	261,4	
<b>TVP 1</b>	84,3	6,3	259,3	47,6	52,2	164,4	
<b>TVP 2</b>	15,5	10,2	281,8	25,0	40,0	220,7	
<i>Średnia</i>	32,2	7,5	249,2	39,2	48,5	202,3	
<i>Odch. stand.</i>	28,8	2,3	74,2	9,2	11,3	35,5	
	Wartości standaryzowane						
	Pluralizm	Bezstronność	Wyważenie	Jakość	Integralność	Niezależność	SUMA:
<b>POLSAT NEWS</b>	0,21	-0,36	0,42	0,67	0,97	0,01	1,93
<b>TV Trwam</b>	-1,05	-1,30	-2,01	-0,96	-1,35	-0,85	-7,52
<b>TVN 24</b>	-0,49	-0,23	0,34	0,46	1,19	-0,27	1,00
<b>TVP INFO</b>	0,09	1,24	0,67	0,46	-0,39	1,67	3,74
<b>TVP 1</b>	1,81	-0,51	0,14	0,91	0,33	-1,07	1,61
<b>TVP 2</b>	-0,58	1,16	0,44	-1,54	-0,76	0,52	-0,75

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

- TVP INFO;
- Polsat News;
- TVP 1;
- TVN 24;
- TVP 2;
- TV Trwam.

W przypadku tego ostatniego programu wartość wskaźnika łącznego misyjności jest bardzo niska i praktycznie w każdym obszarze – poza niezależnością i jakością – program ten uzyskał najniższe łączne wartości wskaźników.



## 4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych

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

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

- Na poziomie ilościowym widoczna jest wyraźna dominacja mężczyzn wśród gości zapraszanych do audycji w każdej z ról – kandydatów, ekspertów i innych polityków komentujących przebieg wyborów – i to zarówno pod względem ekspozycji, jak i częstotliwości wystąpień w audycjach. Proporcja kobiet gości do mężczyzn zapraszanych do audycji wynosi mniej więcej 14 do 86 proc., a więc jest bardzo odległa od wszelkich pojawiających się w debacie publicznej progów partytetowych (30 czy 50 proc.).
- Jednocześnie na poziomie jakościowym – w obszarach, takich jak strategie retoryczne, sposób wchodzenia w interakcję, sposób prowadzenia sporu, tematyka wypowiedzi – poza sporadycznymi wyjątkami widoczna jest silna tendencja do ujednolicania wzorców zachowań męskich i kobiecych. Na podstawie opracowanego materiału jakościowego nie da się obronić hipotezy o wyraźnych różnicach w stylu komunikacji mężczyzn i kobiet w badanych audycjach publicystycznych, i to niezależnie od tego, czy mówimy o przykładach dziennikarzy czy gości. Wśród przedstawicieli obu płci możemy wyróżnić zarówno dziennikarzy o bardzo żywiołowym, nacechowanym stylu komunikacji (np. Tomasz Lis, Monika Olejnik, Kamila Biedrzycka-Osica), jak i dziennikarzy o bardzo stonowanym stylu komunikacji zarówno werbalnej, jak i niewerbalnej (Joanna Wrześniewska-Zygier, Dariusz Ociepa, Jarosław Gugąła, Joanna Górska). Podobnie zróżnicowana sytuacja ma miejsce w przypadku gości, co wskazuje, że czynnikiem w dominującym stopniu

wpływającym na styl komunikacji i dynamikę wypowiedzi oraz siłę poglądów prezentowanych na programie są raczej różnice jednostkowe (idiolekt, temperament, odruchowe strategie zachowania w sytuacjach konfliktowych), a nie płeć.

Jak sygnalizowaliśmy wcześniej, dla kobiet prowadzących widać jest pewną przewagę obecności na programie (55 proc. wystąpień w porównaniu z 45 proc. dla mężczyzn).

W badanym okresie audycje prowadziły następujące dziennikarki:

<b>Prowadząca</b>	<b>Liczba materiałów w próbie</b>
Dorota Gawryluk	12
Karolina Lewicka	9
Joanna Wrześniewska-Zygier	7
Monika Olejnik	6
Justyna Dobrosz-Oracz	6
Agnieszka Gozdyra	6
Małgorzata Serafin	5
Kamila Biedrzycka-Osica	5
Hanna Lis	5
Marta Kurzyńska	4
Justyna Pochanke	4
Magda Sakowska	3
Joanna Racewicz	3
Joanna Osińska	3
Magdalena Sakowska	2
Joanna Górską	2
Dominika Długosz	2
Beata Tadla	1
Beata Cholewińska	1
Anita Werner	1

#### 4.2.1. Kobiety prowadzące audycje w programach komercyjnych vs publicznych (analiza porównawcza ról przyjmowanych przez poszczególnych prowadzących)

W toku analizy jakościowej wyróżnione zostały trzy modele aktywności kobiet-dziennikarek, prowadzących badane audycje. Są one oparte o cechy, takie jak: idiolekt dziennikarki, temperament, rola przyjmowana w dyskusji (na osi bezstronny moderator <---> zaangażowany polemista), sposób komunikacji niewerbalnej i strój, a także najczęściej stosowanych strategii zadawania pytań i przerywania wypowiedzi gości. Te modele to:

- **Gwiazdy:**

- odgrywają wiodącą rolę w audycji; eksponują w większym stopniu własną osobę, a nie osobę gościa; zwracają uwagę strojem, makijażem, biżuterią, sposobem mówienia i odnoszenia się do gości, mową ciała;
- jest to grupa wewnętrznie zróżnicowana pod względem prezentowanego stylu pracy dziennikarskiej:
  - grupa operująca bardziej wyważonym stylem, częściej prezentująca zachowania moderatora/arbitra: Agnieszka Gozdyra, Hanna Lis, Joanna Racewicz, Kamila Biedrzycka-Osica;
  - grupa operująca mniej wyważonym stylem prowadzenia rozmowy, częściej prezentująca własne poglądy i opinie oraz przerywająca wypowiedzi gości: Monika Olejnik, Marta Kurzyńska, Justyna Pochanke, Justyna Dobrosz-Oracz, Joanna Osińska;
- szczególnie zwraca tutaj uwagę zachowanie Kamili Biedrzyckiej-Osicy, której styl komunikacji cechuje niski poziom dystansu do gości i wysoki poziom zaangażowania własnych poglądów w toku dyskusji, a także postać Moniki Olejnik, dziennikarki o najbardziej charakterystycznym, zaangażowanym, personalnym stylu, która prowadzi dyskusję w sposób żywiołowy, spontaniczny i często posługuje się potoczną polszczyzną;

- w przypadku Marty Kurzyńskiej, Joanny Racewicz, Justyny Pochanke i Hanny Lis uwagę widzów rozpraszają – a w efekcie utrudniają odbiór przekazu –wyeksponowane detale stroju lub makijażu, mocno rzucające się w oczy w porównaniu z pozostałymi prowadzącymi.
- **Kompetentne moderatorki:**
  - grupa prowadzących zazwyczaj dobrze przygotowanych do prowadzenia audycji, najmniej stronniczych; krytycznych wobec gości, ale w granicach dobrego smaku i przede wszystkim w poczuciu sensu (krytyka czemuś służy – pokazaniu problemu w szerszym kontekście, wyegzekwowaniu od gościa odpowiedzi, a nie autoprezentacji dziennikarki);
  - należy tutaj wyróżnić Karolinę Lewicką, która jest jedną z najlepiej przygotowanych dziennikarek pod względem warsztatu dziennikarskiego (rozumianego jako przygotowanie do audycji, poziom pytań, znajomość kontekstu i umiejętność moderowania rozmowy) spośród grupy analizowanych; wykazuje się ona erudycją, odczytaniem, świetnym przygotowaniem do audycji, dobrym tempem jej prowadzenia, wysokim poziomem kultury osobistej;
  - jedną z dziennikarek w próbie, której pytania wnoszą– jako jedne z niewielu – konkretną wartość informacyjną, jest Joanna Wrześniewska-Zygier; dziennikarka potrafi dopytać o istotne informacje, szanuje swoich rozmówców, właściwie moderuje dyskusję;
  - do grupy tej należą: Karolina Lewicka, Dorota Gawryluk, Joanna Wrześniewska-Zygier, Magda Sakowska, Diana Rudnik.
- **Niewidzialne prowadzące:**
  - gospodynie, których „nie widać” – spełniają w audycji drugorzędną funkcję, w małym stopniu uczestniczą w dyskusji, pozwalają gościom na większą swobodę w zakresie dyskusji i prezentowanych wypowiedzi;
  - do tej grupy należą: Dominika Długosz, Beata Cholewińska, Joanna Górka, Anita Werner, Małgorzata Serafin, Beata Tadla.

#### 4.2.2. Kobiety goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet – gości audycji)

Zestawienie strategii doboru gości dobitnie pokazuje sygnalizowaną na wstępie dysproporcję w obecności na programie kobiet jako gości. Będzie ona jeszcze bardziej rażąca, jeśli uwzględnimy fakt, że liczbę sumaryczną wystąpień i ekspozycję kobiet podniosły też sztucznie trzy audycje, w których gośćmi lub ekspertkami były wyłącznie kobiety (*Minęła dwudziesta* z trzema ekspertkami – członkiniami Kongresu Kobiet; *Babilon* oraz *Polski punkt widzenia* z trzema kandydatkami PiS).



Materiałem do przemyśleń są możliwe powody takiego stanu rzeczy, a w tym obszarze sformułować można przynajmniej kilka hipotez dotyczących tego, dlaczego ekspozycja i częstotliwość obecności kobiet w audycjach publicystycznych jest tak niska.

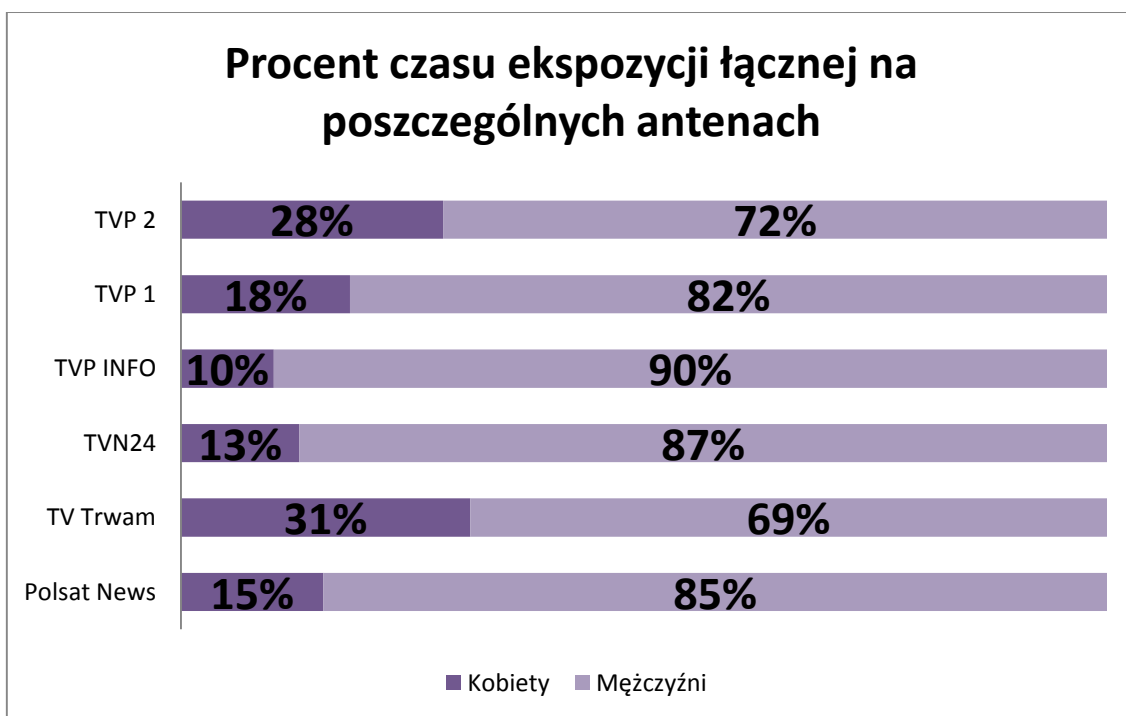
#### Hipotezy:

1. Kobiety rzadziej są liderkami list poszczególnych komitetów wyborczych (rzeczoną tendencję zniwelowały parytety), a to liderzy list są najczęstszymi gośćmi audycji publicystycznych.

2. Prowadzący unikają zapraszania kobiet ze względu na ich subiektywnie inny, mniej konfliktowy styl zachowania, niegwarantujący dynamiki dyskusji (nie potwierdzają tego dane z przeprowadzonego monitoringu).
3. Prowadzący dobierają gości tej samej płci (sfalsyfikowana w tym badaniu – dominują kobiety-prowadzące).
4. Brakuje dostatecznej liczby ekspertów-kobiet, które można by zapraszać w charakterze komentatorów (mało prawdopodobne, biorąc pod uwagę, m. in. feminizację środowiska naukowego w dyscyplinach takich jak np. politologia czy socjologia czy też szeroki udział kobiet jako autorytetów w życiu społecznym, w szczególności w organizacjach pozarządowych);

#### 4.2.2.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji

W zależności od programu zauważyć dają się różne strategie doboru kobiet gości do udziału w audycji. Udział kobiet jest relatywnie najwyższy w TV Trwam (31 proc.) oraz w TVP 2 (28 proc.), a najniższy w TVP INFO (10 proc.).

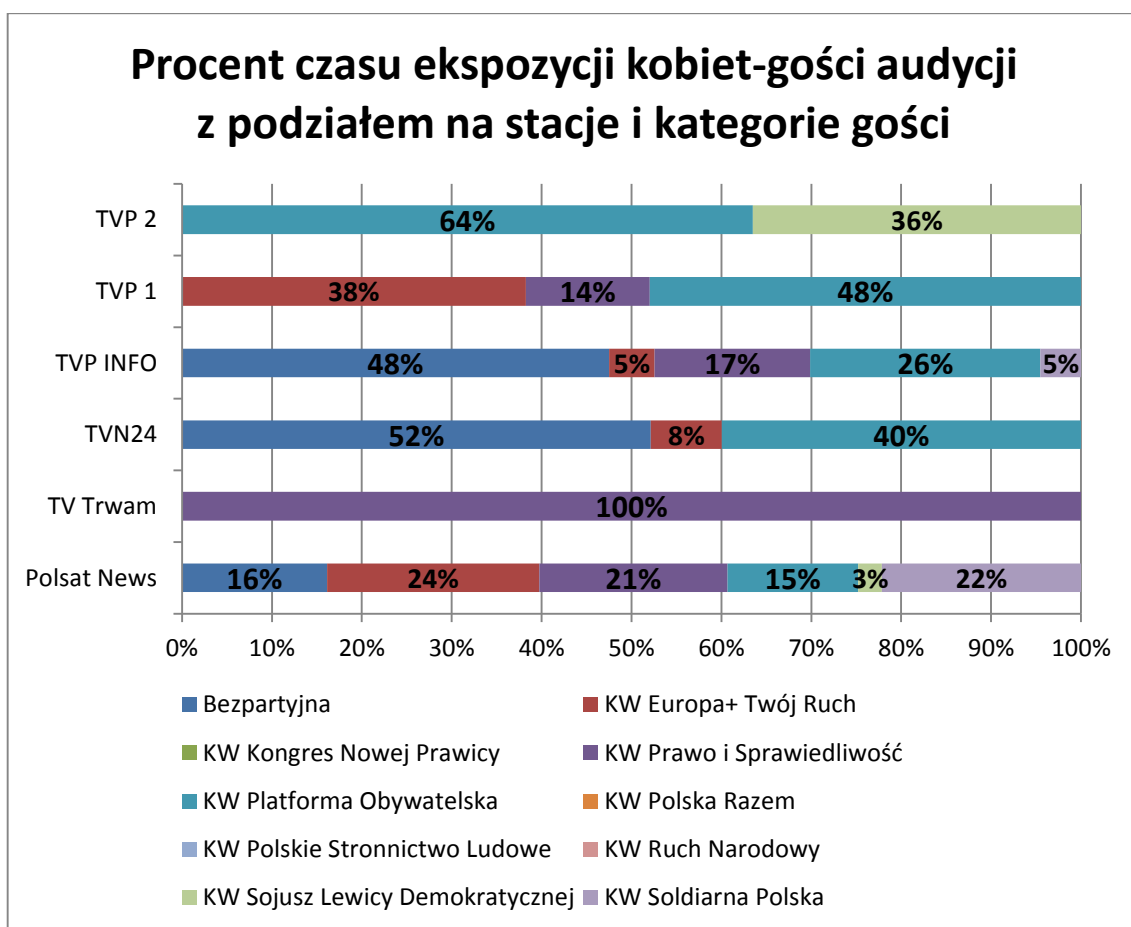


Na kolejnym zestawieniu prezentujemy poziom reprezentacji poszczególnych partii wśród kobiet-gości w badanych audycjach.

#### 4.2.2.1.1. Dobór wg partii

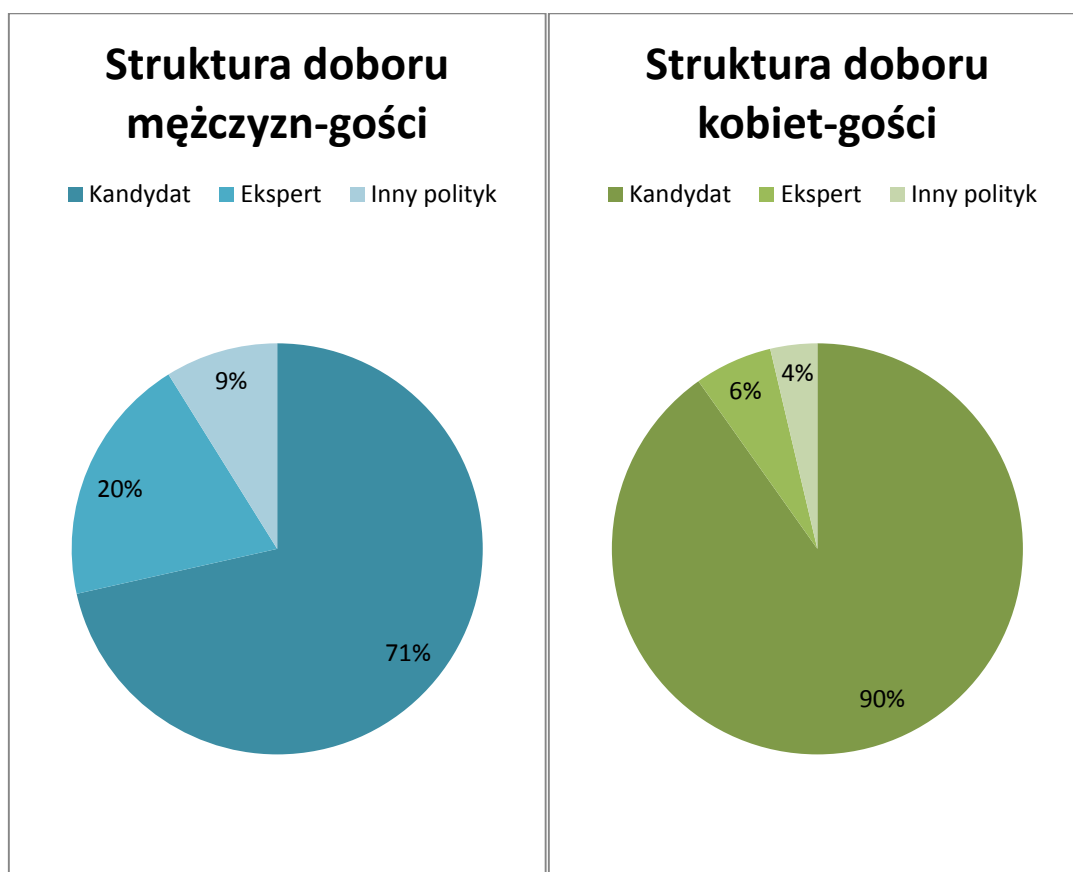
W poniższym zestawieniu wyraźna jest dominacja względna (w stosunku do czasu antenowego) kobiet polityczek z PO oraz na drugim miejscu z PiS. Dzieje się to między innymi dlatego, że niektóre komitety (m.in. Polska Razem czy Ruch Narodowy) w ogóle nie były reprezentowane przez swoje członkinie w badanych audycjach publicystycznych. Rzuca się w oczy także znaczna feminizacja obecności PiS na programie TV Trwam – wszystkie kobiety, jakie wystąpiły w tym programie, pochodziły właśnie z tej partii. Relatywnie najbardziej zróżnicowany (ale także dużo uboższy niż w przypadku mężczyzn) rozkład partii reprezentowanych przez kobiety prezentują TVP INFO oraz Polsat News.

Wyraźna jest także bardzo znacząca rola kobiet bezpartyjnych ekspertek na programie TVP INFO oraz TVN 24.



#### 4.2.2.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert)

Wykresy struktury doboru gości według statusu wskazują, że prawdopodobna staje się sformułowana wcześniej hipoteza o tym, że niska reprezentacja kobiet jako gości audycji jest pochodną niskiej obecności na dobrych miejscach określonych list wyborczych (pomimo parytetów). Jak widać z poniższego zestawienia, 90 proc. zapraszanych kobiet to polityczki startujące w wyborach, a więc miejsce na liście ma w ich przypadku jeszcze większe znaczenie dla szans na znalezienie się w audycji niż ma to miejsce w przypadku mężczyzn. Wyraźna jest także nadreprezentacja kobiet-ekspertek, dla której, jak sygnalizowaliśmy wcześniej, trudniej jest znaleźć jedno prawdopodobne wyjaśnienie (zwłaszcza w sytuacji, kiedy prowadzącymi audycje, dobierającymi gości są w większości kobiety).





#### 4.2.2.2. Tematyka wypowiedzi i sposób uczestnictwa w dyskusji

W toku analizy jakościowej uwzględniającej elementy, takie jak: dynamika wypowiedzi zaproszonej ekspertki lub polityczki, tematy, o jakie pytają ją dziennikarze, dynamika wypowiedzi i poziom ekspresji oraz aktywna ekspozycja w audycji publicystycznej, opracowane zostały następujące typy modelowe tworzące empiryczną klasyfikację kobiet-gości (polityczek, ekspertek) występujących w badanych audycjach:

- **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. Kobiety te przyjmują często rolę ekspercką (czasem demonstrując wyższość) w dyskusji; pojawiają się relatywnie często, ale nieczęsto mają okazję prowadzić pogłębioną dyskusję;
- do tej grupy można zaliczyć: Danutę Huebner, Różę Thun, Jadwigę Wiśniewską oraz – do pewnego stopnia – Hannę Foltyn-Kubicką, Hannę Gronkiewicz-Waltz i Aleksandrę Jakubowską.

- **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, jakie zamierzają realizować w PE;

- do tej grupy należą: Joanna Senyszyn, Paulina Piechna-Więckiewicz, Joanna Mucha, Joanna Skrzydlewska, Anna Fotyga, Urszula Krupa, Izabela Kloc.
- **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 (np. Kazimiera Szczuka – wydaje się, że konsekwentnie poszerza kompetencje w kwestiach związanych z energetyką, ale nie ma możliwości, by mówić o tym w audycjach – konstytutywna jest dla niej afiliacja naukowa i feministyczna);
    - do tej grupy należą: Kazimiera Szczuka, Magdalena Środa, Henryka Bochniarz, Tatiana Mindewicz-Puacz, Magdalena Ogórek.
- **Reaktywne ekspertki:**
    - kobiety z racji pełnionych funkcji posiadające dużą wiedzę i doświadczenie z określonego obszaru, ale raczej wycofane w rozmowie, nieofensywne, trudno zapamiętywalne i nieprezentujące ostrych, kontrowersyjnych sądów;
    - do tej grupy należą: Barbara Labuda, Ewa Modrzejewska, Marta de Zuniga.
- **Zaangażowane działaczki społeczne:**
    - kobiety aktywne w określonym obszarze życia społeczno-gospodarczego, mające już określone doświadczenie polityczne lub zawodowe, ale zapraszane do dyskusji w kwestiach „miękkich” (ważnych w dyskursie, ale niewymagających dużej wiedzy merytorycznej – zastępuje ją sprawność w posługiwaniu się ogólną, zdroworozsądkową argumentacją i prowadzenie sporu na dużym poziomie ogólności);

- o do tej grupy należą: Beata Kempa, Wanda Nowicka, Małgorzata Gosiewska, Barbara Nowacka.

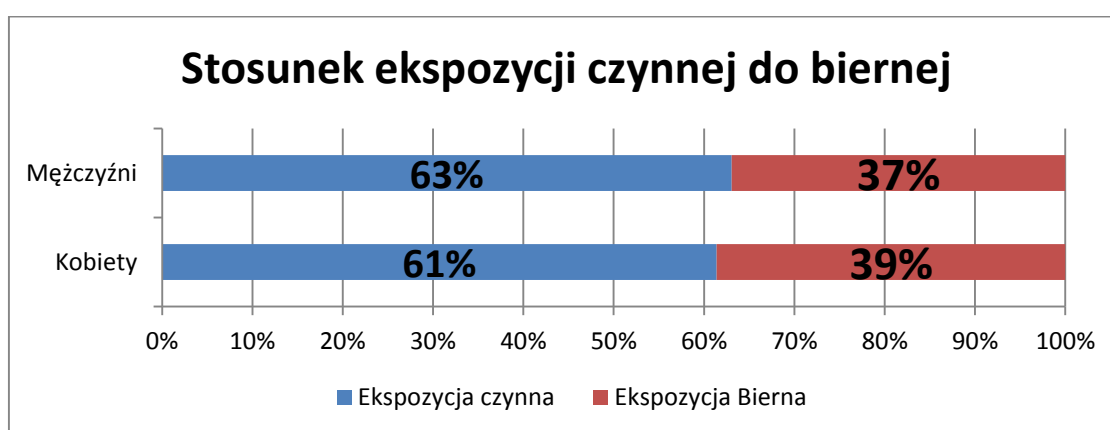
- **Niezaangażowane działaczki społeczne:**

- o kobiety zapraszane do dyskusji w kwestiach „miękkich”, ale wycofane w dyskusji, nieofensywne, niezapamiętywalne, będące tłem dla innych gości i audycji;
- o do tej grupy należą: Agnieszka Kozłowska-Rajewicz, Roma Ligocka.

#### 4.2.2.3. Strategie edytorskie wobec kobiet gości

Jakościowa analiza materiału wizualnego nie potwierdziła przypuszczeń o tendencyjności montażu czy zróżnicowanych strategiach prezentacji polityczek lub ekspertek. Sposób realizacji nie był czynnikiem różnicującym w jakikolwiek sposób kobiety od mężczyzn biorących udział w charakterze gości na programie badanych audycji.

Wniosek taki potwierdza także zestawienie procentowe sposobu, w jaki prezentowane są kobiety i mężczyźni w badanych audycjach publicystycznych:



Zestawienie to pokazuje, że istnieje co prawda różnica na korzyść mężczyzn (o dwa punkty procentowe częściej są oni prezentowani jako aktywni uczestnicy dyskusji), ale nie wydaje się ona bardzo wysoka w skali wszystkich badanych materiałów wideo.

### 4.3. Wnioski łączne

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

- Silna autopojetyczność (w rozumieniu Luchmannowskim <sup>10</sup>) i auto-referencyjność dyskursu wyborczego. Innymi słowy – media interesują się przede wszystkim tym, co same „wytwarzają”, w tym wypadku emitują. Same odnoszą się do swoich audycji, wypowiedzi gości w audycjach czynią punktem odniesienia dla kolejnych gości w następnych audycjach. Bardzo dużą część tematów w dyskusjach dziennikarskich stanowiły zagadnienia dotyczące samego przebiegu i dynamiki kampanii, sposobu relacjonowania jej przez media czy sondaży. Także dużą część pytań zadawanych przez dziennikarzy stanowiły pytania otwarte, o opinie i interpretację, nieodnoszące się do konkretnych faktów i niebędące poszukiwaniem realnej wiedzy o sposobie podejmowania decyzji politycznych. Merytoryka i faktyczne decyzje oraz procesy ich podejmowania w polityce były reprezentowane w znacznie mniejszym stopniu, co każe zapytać o adekwatność stosowanego przez media dyskursu jako nośnika realnej wiedzy o problemach politycznych, a nie tylko wiedzy o regułach samonapędzającej i samoreferencyjnej „gry”, jaką jest kampania wyborcza.
- W badanej kampanii z perspektywy prezentacji kobiet dały się wyróżnić następujące zjawiska:
  - przewaga kobiet-dziennikarek jako prowadzących audycje (zarówno pod względem ilościowym, jak i pod względem profesjonalizmu oraz siły wizerunku prezentowanego na programie);
  - drastyczne niedoreprezentowanie kobiet-polityczek i ekspertek jako gości w badanych audycjach;
  - brak reprezentacji kobiecej niektórych komitetów wyborczych (Polska Razem, Ruch Narodowy);
  - brak istotnych wskaźników dyskryminacji czy zróżnicowania zachowania dziennikarzy na poziomie jakościowym wobec kobiet-gości, które zostały zaproszone do audycji (szukając przejawów

---

<sup>10</sup> N. Luhmann, *Realność mediów masowych*, GAJT Wydawnictwo, Wrocław 2009.

dyskryminacji w tych audycjach można powiedzieć, że ma ona, jeśli już, charakter ilościowo-parytetowy, a nie jakościowy);

- struktura płci prowadzących (raczej kobiety) i gości (raczej mężczyźni), zmusza do zapytania o możliwą italianizację modelu dziennikarstwa publicystycznego w Polsce, w którym to wariantcie prowadząca zostaje sprowadzona do roli ozdoby/atrakcji przykuwającej uwagę męskiej (większej – według wyników badań telemetrycznych) widowni audycji, a nie do roli merytorycznego dyskutanta. Przesłanką przemawiającą za takim kierunkiem rozwoju dziennikarstwa publicystycznego jest widoczna grupa prezenterek--gwiazd, mocno skupionych na sobie i własnym wizerunku. Przeczyć tej tezie może równie liczna, jeśli nie liczniejsza, grupa dziennikarek prezentujących bardzo wysoki poziom kompetencji i warsztatu dziennikarskiego. Zastanawiająca jest jednak raczej nieprzypadkowa zależność między relatywnie dużą liczbą kobiet-dziennikarek prowadzących audycje publicystyczne a bardzo małą liczbą kobiet-gości rzeczonych audycji.
- Zróżnicowane są zaobserwowane na poziomie jakościowym style prowadzenia audycji i moderowania interakcji z gośćmi.
  - Istnieje grupa dziennikarzy o bardzo wyrazistej osobowości i stylu moderacji dyskusji opartym na kontrowersjach i antagonizowaniu gości, który może rzutować na integralność i odbiór audycji. Te osoby to:
    - Kamila Biedrzycka-Osica;
    - Monika Olejnik;
    - Małgorzata Serafin.
  - Istnieje też grupa prowadzących, których cechuje bardzo zrównoważony, neutralny styl prowadzenia, dający większą okazję do wypowiedzi gościom audycji i maskujący własny stosunek do problemu:
    - Joanna Górska;
    - Joanna Wrześniewska-Zygier;
    - Dariusz Pogorzelski;

- Dariusz Ociepa.
- Bardzo zróżnicowane okazały się strategie realizowania w praktyce pluralizmu i innych wartości misyjnych zapisanych w ustawie. W wielu obszarach (jakość przekazu, integralność, wyważenie) telewizje komercyjne (przede wszystkim Polsat News, który w szerszym spojrzeniu wypadł najlepiej w realizowanym monitoringu) uzyskują wysokie wartości, ustępując wyraźnie tylko w zakresie pluralizmu, prezentując model bardziej spolaryzowany i skupiony na konflikcie PiS–PO.

## DYSKUSJA

Wniosek wieńczący niniejszy raport dotyczy tego, co tak naprawdę stanowiło oś badania. Mianowicie było to pytanie o jakość polskiej debaty publicznej wokół eurowyborów. Innymi słowy, na ile audycje publicystyczne objęte monitoringiem zdołały wyjaśnić przeciętnemu widzowi-wyborcy złożoność problematyki dotyczącej Unii Europejskiej oraz istoty funkcjonowania Parlamentu Europejskiego? Na ile były pomocnym filtrem poznawczym, który pozwala dostrzec najważniejsze aspekty, szanse oraz zagrożenia funkcjonowania Polski w ramach struktur unijnych? Niestety, odpowiedź na tak postawione pytania o jakość polskiej debaty eurowyborczej w większości wypadków będzie negatywna. To znaczy, że większość audycji publicystycznych nie wyjaśniała problemów współczesnej Europy w sposób zrozumiały i kompetentny. W większości wypadków nie dokonywały diagnozy i bilansu obecności Polski w strukturach unijnych, nie tłumaczyły roli i funkcji Parlamentu Europejskiego oraz innych agend europejskich, takich jak chociażby Komisja Europejska. Nie pozwoliły polskiemu widzowi-wyborcy zapoznać się z najważniejszymi osiągnięciami oraz porażkami polskich eurodeputowanych. Na ogół nie definiowały najbardziej doniosłych celów, wyzwań oraz szans, jakie stoją przed polskimi europarlamentarzystami nowej kadencji. Niestety, polska eurokampania często miała oblicze kampanii krajowej, dotyczącej spraw wewnętrznych, zagrożeń powodziowych czy też zwyczajnej działalności promocyjnej poszczególnych politycznych gwiazd-lokomotyw (oraz ich partii politycznych), które w znacznej mierze zdominowały audycje publicystyczne poświęcone wyborom do PE.

Podsumowując, warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden problem, jaki wyłania się z wyników przeprowadzonego monitoringu telewizyjnych audycji publicystycznych poświęconych eurowyborom. Chodzi o poziom kompetencji oraz przygotowania zarówno dziennikarzy, jak i polityków biorących udział w badanych audycjach telewizyjnych. Wielokrotnie zespół badawczy odnotowywał, iż dziennikarze prowadzący audycje nie byli w stanie – zapewne z różnych względów (ograniczenia czasowe, problemy z zapanowaniem nad gośćmi w studiu, wreszcie własne nieprzygotowanie) uporządkować tematów i ich wydźwięku w wypowiedziach swoich gości. Bardzo często pytali ich o opinie, poglądy, wrażenia i odczucia. Relatywnie mało pytań dotyczyło zaś faktów, informacji, rozliczeń z euroobietnic, konkretnych dyrektyw czy też rezolucji europejskich. W kilku audycjach odnotowano fakt, że dziennikarz – w formule pytania – prosi o ustalenie faktów przez polityków-eurokandydatów odnośnie do którejś ze spornych kwestii (np. limitów emisji CO<sub>2</sub>, papierosów mentolowych, kiełbasy wędzonej, limitów mlecznych i cukrowych etc.). Politycy na tak postawione pytanie-prośbę swobodnie kształtowali swoją odpowiedź, niejednokrotnie przecząc sobie, zarzucając sobie nawzajem niekompetencje, złą wolę czy wręcz kłamstwo. Niestety, w większości wypadków dziennikarz nie był w stanie (nie chciał? nie mógł? nie potrafił?) samodzielnie zaprowadzić porządku w dyskusji, wskazać fakty, liczby, zestawienia, kolejność określonych zdarzeń, związki przyczynowo-skutkowe, słowem: odpowiedzieć na własne pytanie, wskazując nieprzygotowanie gości, a tym samym pomóc widzowi-odbiorcy zrozumieć w czym rzecz i co jest istotne – który z gości jest bliżej faktów i rzeczywistego obrazu danej kwestii. Jeśli założyć, że przyczyną takiego stanu rzeczy nie jest ograniczenie czasowe, to najprawdopodobniej powodem takiej postawy (inercji dziennikarza) jest nieprzygotowanie i ignorancja. W innym wypadku przecież dziennikarz – gdyby wiedział – interweniowałby, wskazałby fakty, zapanował nad kłócącymi się politykami i zmusiłby ich do udzielenia odpowiedzi na konkretne pytania, w których padałyby liczby, procenty, zestawienia oraz różne stanowiska ekspertów. Dziennikarz częściej pyta o opinie i wrażenia polityka, gdyż to zwyczajnie wymaga mniejszego przygotowania. Kończąc, można przyznać rację Pierre'owi Bourdieu<sup>11</sup>, który już w latach dziewięćdziesiątych, pisząc o tzw. polu dziennikarskim, zarzucił dziennikarzom niechęć w zdobywaniu wiedzy oraz niekompetencję, która równoważona jest przez telegeniczność, rozpolitykowanie oraz

---

<sup>11</sup> Zob. P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Wyd. PWN, Warszawa 2011.

stronniczość. Francuski filozof zauważył, że pole dziennikarskie zniewala inne pola poprzez swoją medialną logikę, której ulega coraz większa rzesza właśnie polityków, biznesmenów, ekspertów czy też naukowców. Warto – w myśl tez Bourdieu – zauważyć, iż nieprzygotowanie dziennikarza powoduje również nieprzygotowanie jego gościa-polityka. Jest to swoistego rodzaju komitywa, która zakłada nieczynienie sobie krzywdy poprzez wykazywanie niekompetencji. Dziennikarz nie może zarzucać niekompetencji politykowi na poziomie opinii, musiałyby to uczynić faktami, liczbami, danymi. To jednak wymagałoby znacznie więcej sił oraz czasu, którego w nowoczesnych mediach, podlegających silnym procesom tabloidyacji oraz komercjalizacji, zwyczajnie brakuje. Jeśli dodać do tego fakt, że wielu dziennikarzy – z przyczyn ekonomicznych – pracuje równolegle w różnych miejscach, w kilku tytułach oraz występuje na różnych programach, to tego czasu oraz sił musi brakować. Z drugiej strony politycy nie są zainteresowani wykazaniem braku kompetencji dziennikarza, skompromitowaniem go w oczach widzów, to bowiem mogłoby ich kosztować zbyt wiele, skutkując na przykład brakiem zaproszeń do studia oraz brakiem telefonów z prośbą o tzw. setkę. Na to zaś prawie żadnego polityka dzisiaj nie stać.

Powyższa część zakończenia stanowi swoistą diagnozę i należy ją traktować jako propozycję do dyskusji nad stanem polskiego dziennikarstwa oraz poziomem debaty publicznej w Polsce.

## **5. Załączniki:**

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

**B. Karty programowe poszczególnych audycji (CD)**

**C. Transkrypcje dziennikarskie audycji objętych monitoringiem (CD)**

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



**ZESTAWIENIE AUDYCJI OBJĘTYCH MONITOWANIEM PUBLICYSTYCZNYM – KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI – EUROWYBORY 2014 R. – WG PRZYJĘTEGO KRYTERIUM CELOWEGO**

**Sobota - 10 maja 2014 r.**

TVP INFO

"Minęła 20"  
"Debata po europejsku"

TVN24

"Fakty po Faktach"

POLSAT NEWS

„Gość "Wydarzeń"

**Niedzielę - 11 maja 2014 r.**

TVP INFO

"Dziś wieczorem"  
"Minęła 20" (bez pierwszej części)

POLSAT NEWS

"Gość "Wydarzeń"

**Poniedziałek - 12 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP2 – „Tomasz Lis Na żywo”

TVP INFO

"Gość poranka" - 7.45  
"INFORozmowa"  
"Minęła 20-sta"

TVN24

„Jeden na jeden"  
"Fakty po Faktach" (bez drugiej części)  
"Kropka nad i"

POLSAT NEWS

„Graffiti” - 8.50  
„Graffiti” - 11.45  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Tak czy nie”

**Wtorek - 13 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO

"Gość poranka" - 7.45  
"Po przecinku"  
"INFORozmowa"  
"Dziś wieczorem"  
"Minęła 20-sta" - (fragment pierwszej części dot. Eurowyborów)

TVN24

"Fakty po Faktach"

POLSAT NEWS

„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Tak czy nie”  
„Wydarzenia, opinie, komentarze” (pierwsza rozmowa)

TV Trwam

"Polski punkt widzenia"

**Środa - 14 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP1 – „Debata europejska”  
(Na pierwszym planie)

TVP INFO

"Gość poranka" - 7.45  
"Po przecinku"  
"Przystanek Bruksela"  
"Minęła 20-sta" (pierwsza część)  
"Debata: Eurowybory"  
(kontynuacja TVP1 Na pierwszym planie)

TVN24

"Fakty po Faktach"  
"Kropka nad i"

POLSAT NEWS

„Graffiti” - 8.50  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Wydarzenia, opinie, komentarze” (pierwsza rozmowa)

**Czwartek - 15 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO

"Gość poranka" - 7.45  
"INFORozmowa"  
"Po przecinku"  
"Dziś wieczorem"  
"Minęła 20-sta" (druga część)

TVN24

"Jeden na Jeden"  
"Fakty po Faktach" (druga część)

POLSAT NEWS

„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Tak czy nie”  
„Wydarzenia, opinie, komentarze” (pierwsza rozmowa)

TV Trwam

"Polski punkt widzenia"

**Piątek - 16 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO

"INFORozmowa"  
"Dziś wieczorem"  
"FORUM"

TVN24

"Fakty po Faktach"  
"Piaskiem po oczach"

POLSAT NEWS  
„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień”  
„Tak czy nie”  
„Wydarzenia, opinie,  
komentarze” (obie rozmowy)

TV Trwam  
"Polski punkt widzenia"

**Sobota - 17 maja 2014 r.**

TVP INFO  
"Minęła 20-sta"

TVN24  
"Babilon"  
"Fakty po Faktach"

POLSAT NEWS  
„Gość "Wydarzeń"  
Premierzy (ostatnie 15  
minut)

**Niedziela - 18 maja 2014 r.**

TVP INFO  
"Czyż. Bez retuszu"

TVN24  
"Fakty po Faktach"  
"Kawa na ławę"

POLSAT NEWS  
„Gość "Wydarzeń"

**Poniedziałek - 19 maja  
2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy Kawie”

TVP2 – „Tomasz Lis Na żywo”

TVP INFO  
"Gość poranka"  
"Po przecinku"  
"INFOrozmowa"  
"Dziś wieczorem"  
"Minęła 20-sta"

TVN24  
"Jeden na jeden"

"Fakty po Faktach" (fragment  
pierwszej rozmowy, cała  
druga rozmowa)  
"Kropka nad i"

POLSAT NEWS  
„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień” - 20.00  
„Wydarzenia, opinie,  
komentarze” (obie rozmowy)

**Wtorek - 20 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO  
"Gość poranka" - 7.45  
"Po przecinku"  
"INFOrozmowa"  
"Dziś wieczorem"  
"Minęła 20-sta" (tylko druga  
część)

TVN24  
"Fakty po Faktach"  
"Kropka nad i"

POLSAT NEWS  
„Nowy Dzień” - 7.50  
„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Wydarzenia, opinie,  
komentarze” (tylko druga  
rozmowa)

TV Trwam  
"Polski punkt widzenia"

**Środa - 21 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO  
"Gość poranka" - 7.45  
"Po przecinku"  
"Przystanek Bruksela"  
"Minęła 20-sta" (druga część)

TVN24  
"Jeden na Jeden"  
"Fakty po Faktach"

"Kropka nad i"

POLSAT NEWS  
„Nowy Dzień” - 8.30  
„Graffiti” - 8.50  
„Nowy dzień” - 9.00  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"

TV Trwam  
"Polski punkt widzenia"

**Czwartek - 22 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO  
"Gość poranka" - 7.45  
"Gość poranka" - 8.30  
"Po przecinku"  
"INFOrozmowa"  
"Minęła 20-sta"

TVN24  
"Jeden na Jeden"  
"Fakty po Faktach"  
"Kropka nad i"

POLSAT NEWS  
„Nowy Dzień” - 8.20  
„Graffiti” - 8.50  
„Rozmowa "Wydarzeń"  
„Gość "Wydarzeń"  
„To był dzień"  
„Tak czy nie"  
„Wydarzenia, opinie,  
komentarze” (tylko pierwsza  
rozmowa)

TV Trwam  
"Polski punkt widzenia"

**Piątek - 23 maja 2014 r.**

TVP1 – „Polityka przy kawie”

TVP INFO  
"Gość poranka" - 7.45  
"Po przecinku"  
"INFOrozmowa"  
"FORUM"

TVN24

"Jeden na Jeden"

"Fakty po Faktach"

POLSAT NEWS

„Nowy Dzień” - 8.20

„Graffiti” - 8.50

„Nowy Dzień” - 9.13

„Rozmowa "Wydarzeń"

„Gość "Wydarzeń"

„To był dzień"

„Tak czy nie"

„Wydarzenia, opinie,  
komentarze" (tylko pierwsza  
rozmowa)

TV Trwam

"Polski punkt widzenia"