

**Dobór gości do wieczornych programów publicystycznych
w Telewizji Polskiej
jako próba wywierania wpływu na zachowania wyborcze¹**

Krzysztof Piróg

Instytut Socjologii, Uniwersytet Rzeszowski,

al. Rejtana 16C, 35-959 Rzeszów

kpirog@ur.edu.pl

Abstract

**The selection of discussants to evening political programmes on the Polish Television
as an attempt to influence electoral behaviour**

In this article, various models of selecting discussants for evening political programmes on the TV is presented. Firstly, the pro-governmental model is described. According to this model, the discussants the most frequently invited to the programmes represent the parties in the government. The second model, bipolar, aims at inviting mainly members of the two largest parties. Most discussants invited to programmes matching this model are members of the two largest parties. In accordance with the third model, parliamentary, the invited discussants to the programmes represent various parliamentary groups. The fourth model, defined as oppositional, reflects a preference for the discussants who represent the opposition parties. The single-party model, identified as the fifth type, reflects the tendency to prefer members of one party to participate in the discussion programmes. According to the antagonising model, the programmes tend to feature two discussants with contrary views. The model, in which the frequency of inviting representatives of various parties reflects the results of pre-election polls, is categorised as the pre-election polls model. The routine model, on the contrary, is based on an approach in which the same discussants tend to be selected to the programmes. The last model is pluralist. The invited discussants to the programmes selected according to this model are members of various political parties and none of these is represented more frequently than others.

¹ Do udoskonalenia końcowej wersji tekstu w istotny sposób przyczyniły się działania redakcji.

The identified models constitute the theoretical framework to answer the main question: which parties were represented in evening political programmes on the Polish Television and whether the process of the creation of appropriate conditions for pluralist public discourse it facilitates or disturbs as a base of the democratic system? The answer this question is based on the results of a study conducted from September 2014 to June 2015.

Key words: discussion programmes, television, creation of public discourse, media and politics, media in Poland, media content analysis

Słowa kluczowe: programy publicystyczne, telewizja, kreowanie dyskursu publicznego, media a polityka, media w Polsce, analiza treści mediów

„Twierdzę [...], że we wszystkich krajach świata [...] polityczny dostęp do regularnych programów telewizyjnych i radiowych oraz prasy drukowanej ma największe znaczenie w praktyce polityki medialnej” (Castells 2013: 205).

1. Wstęp

Po ponad pięćdziesięciu latach od stwierdzenia przez Marshalla McLuhana, że medium jest informacją (*medium is the message*) (McLuhan 2004) oczywista jest konstatacja, że media są nie tylko przekaźnikiem informacji, ale ich kreatorem. W procesie funkcjonowania dyskursu publicznego media dysponują władzą włączania i wyłączenia, decydując o tym, jakie problemy życia codziennego są, a jakie nie są poruszane w przestrzeni publicznej. Nawiązując do sformułowania ukutego przez Davida White'a, a rozwiniętego przez Kurta Lewina, można stwierdzić, że media pełnią funkcję selekcyonerów (*gate-keeper'ów*) (Goban-Klas 2008: 180-181). Media decydują także, kto ma prawo wypowiedzenia się. Jak zauważa Pierre Bourdieu, „są ludzie, o których nawet nie myśli się, [że]by ich zaprosić; są też tacy, których się zaprasza, ale odmawiają. Na scenie to co widoczne skrywa to co niewidoczne: tym, czego nie widzimy w tak skonstruowanym obrazie, są społeczne warunki całej tej konstrukcji” (Bourdieu 2009: 62-63). Z kolei istnienie w przestrzeni medialnej stanowi zarazem jeden z podstawowych warunków istnienia w przestrzeni publicznej, gdyż jak zauważa Manuel Castells: „Komunikaty, organizacje i przywódcy nieobecni w mediach nie istnieją w świadomości publicznej. Tylko ci, którzy mogą dotrzeć ze

swoim komunikatem do ogółu obywateli, mają szansę wpłynąć na ich decyzje w sposób, dzięki któremu nadawcy wiadomości zyskują dostęp do pozycji władzy, albo zachowują kontrolę nad instytucjami politycznymi” (Castells 2013: 199).

Z drugiej strony media podlegają różnego rodzaju oddziaływaniom albo przez kontrolę ze strony rządu nad mediami publicznymi, albo przez komercyjne przedsiębiorstwa medialne (Castells 2013: 204-205). W niniejszym artykule przedstawiono różnice sposobu zapraszania gości do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych emitowanych w Telewizji Polskiej jako próby określonego kreowania przestrzeni publicznej, a zarazem jako próby wywierania wpływu na zachowania wyborcze. Podkreślenia wymaga, fakt, iż w tekście nie skoncentrowano się na analizie rzeczywistego wpływu na zachowania wyborcze, lecz jedynie na identyfikacji prób wywierania takiego wpływu. Przeprowadzenie badań nad wpływem mediów na zachowania wyborcze wymaga zastosowania odmiennej metodyki opracowanej zgodnie z postulatami postawionymi przez Herberta Blumera (2007: 149-150). Chociaż stwierdzenie, że media wpływają na kształtowanie się opinii publicznej, w tym na kształtowanie zachowań wyborczych, nie ulega wątpliwości, to określenie, jaki jest to wpływ, jest już zadaniem trudniejszym, o ile w ogóle możliwym (Giereło-Klimaszewska 2008: 62).

2. Inspiracje teoretyczne

Początki studiów nad mediami (ang. *media studies*) przypadają na lata dwudzieste XX w., a ich początków można doszukiwać się w działalności szkoły chicagowskiej, w szczególności zaś w działalności naukowej Johna Dewey’a, Charlesa Cooley’a i George’a Herberta Meada. Ten ostatni dostrzegł istotną rolę mediów w procesie włączania w doświadczenia innych osób. Media w tym kontekście stają się pośrednikiem w procesie wczuwania się w istotne sytuacje społeczne. Odgrywają one zatem kluczową rolę w procesie rozszerzania zakresu wspólnoty oraz budowania samoświadomości społeczeństwa (Mead 2015: 257-259). W tym kontekście rola mediów jest analogiczna do roli tłumaczy, interpretatorów życia społecznego rozwiniętej później przez Zygmunta Baumana w odniesieniu do intelektualistów (Bauman

1987). Podobnie jak intelektualistów w ujęciu Z. Baumana, przedstawiciele świata mediów w ujęciu G. H. Meada można postrzegać jako interpretatorów, jako tłumaczy mających naświetlać to, co jest nieznanne, a zarazem ważne dla budowy wspólnoty. Tłumaczyć to co niezrozumiałe. Przybliżać to co obce. Z kolei J. Dewey upatrywał bardzo istotną rolę mediów w procesie tworzenia się wielkiej wspólnoty (*great community*), a także w procesie budowy ustroju demokratycznego, przywołując między innymi poglądy T. Carlyle'a, że wraz z pojawieniem się mediów drukowanych demokracja stała się nieunikniona (Dewey 2008: 217). Podobnie Ch. Cooley upatrywał możliwości rozwoju demokracji w umacnianiu opinii publicznej. Rozwój opinii publicznej był z kolei zależny od rozwoju komunikacji w sferze polityki. Komunikacja w sferze polityki była natomiast zależna od rozwoju mediów, począwszy od telegrafu, prasy oraz poczty (Cooley 2006: 97).

Media odgrywają kluczową rolę w procesie budowania ustroju demokratycznego, w zależności od przyjętego modelu funkcjonowania mogą one bowiem sprzyjać rozwojowi demokracji, ale mogą także prowadzić do jej uwiędnięcia. Posługując się językiem Karla Poppera można stwierdzić, że media mogą sprzyjać kreowaniu społeczeństwa otwartego, ale mogą być także jego wrogiem (Popper 2006). Media odgrywają bardzo istotną rolę w procesie socjalizacji, mogą bowiem przybliżać to, co jest nieznanne, wzmacniać empatię, ale mogą też prowadzić do infantylizacji (Barber 2008), koncentrując się na rozrywce (Bogunia-Borowska 2012: 107-150), podglądactwie (Ogonowska 2006), skandalach (Thompson 2010) oraz wzbudzaniu konfliktów, niepokoju i lęków (Bauer 2010). Budowanie ustroju demokratycznego, jak i odpowiednich postaw, wymaga podejmowania świadomych, usystematyzowanych i trwałych działań. Nie sprzyja temu jednak praktykowana przez media strategia, która – zgodnie z podejściem wypracowanym przez Neila Postmana – polega na tym, że wydarzenia pojawiają się w przestrzeni medialnej tylko na chwilę, aby po chwili zniknąć (Postman 2005: 77). To z kolei nie pozwala na poważne podejmowanie zagadnień istotnych dla funkcjonowania przestrzeni publicznej, ponieważ zanim dane wydarzenie może stać się przedmiotem pogłębionej analizy w ramach dyskursu publicznego, znika ono z pola zainteresowania mediów. W tym kontekście warto przywołać zapoczątkowaną przez Waltera Lippmana teorię porządku dziennego

(*agenda setting*) (Lippmann 2004: 1-17), rozwiniętą następnie przez Maxa McCombsa oraz Donalda Shawa, zgodnie z którą sposób prezentacji wydarzeń w mediach, a przede wszystkim to, co jest prezentowane w mediach, wpływa zarazem na to, co jest podejmowane w dyskursie publicznym.

Studia nad mediami bardzo intensywnie się rozwijają i są prowadzone w ramach różnych dyscyplin naukowych oraz różnych nurtów teoretycznych. Media są przedmiotem zainteresowań badawczych z perspektywy pedagogicznej, psychologicznej, politologicznej oraz socjologicznej, przy czym odróżnienie tych perspektyw nie zawsze jest łatwe z tego względu, że te perspektywy w prowadzonych przedsięwzięciach badawczych często się przenikają. Chociaż pedagogów może bardziej interesować wpływ mediów na proces kształcenia dzieci i młodzieży, psychologów – proces percepcji przekazu medialnego, politologów – proces kształtowania świata polityki za sprawą mediów, a socjologów proces kształtowania życia społecznego, to dla wszystkich tych podejść wspólna jest refleksja nad tym, w jakim stopniu i jak media wpływają na kształtowanie zachowań lub – szerzej rzecz ujmując – postaw. W kontekście analizy wpływu mediów na życie społeczne za fundamentalne można uznać dokonania wspomnianego wcześniej Marshalla McLuhana z jego kanonicznym dziełem *Zrozumieć media*, w którym ukazał on, jak różne rodzaje mediów przenikają życie społeczne od zarania dziejów po współczesność (McLuhan 2004). Media mogą pełnić funkcję kontrolną, reprezentując interes obywateli, ale mogą stawać się narzędziem rządowej propagandy lub dążyć do realizacji innych interesów w grze o władzę (Goban-Klas 2008: 117-120).

3. Uwagi metodologiczne

Niniejszy tekst powstał na podstawie przeprowadzonych badań własnych autora, polegających na analizie zaproszeń gości do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych. Badania zaprojektowano oraz zrealizowano zgodnie z założeniami ilościowej analizy treści, wypracowanymi przez Bernarda Berelsona (Goban-Klas 2008: 187; Hansen, Machin, 2013: 88). Zgodnie z założeniami ilościowej

analizy treści, opisanymi przez Andersa Hansena i Davida Machina (Hansen, Machin, 2013: 91), proces badawczy obejmował następujące etapy:

- (1) zdefiniowanie problemu;
- (2) przegląd literatury przedmiotu oraz wyników innych badań;
- (3) wybór programów do badań oraz określenie zakresu czasowego;
- (4) zdefiniowanie kategorii analitycznych;
- (5) skonstruowanie schematu kodowania;
- (6) przeprowadzenie pilotażu poprawności wyróżnionych kodów;
- (7) przygotowanie danych oraz ich analizę;
- (8) opracowanie wyników i wniosków.

Dla jasności dalszego wywodu zasadne wydaje się wyjaśnienie sposobu konceptualizacji pojęcia o kluczowym znaczeniu dla określenia zakresu badania, tj. wieczornego telewizyjnego programu publicystycznego. Na potrzeby przeprowadzonego badania *wieczorny telewizyjny program publicystyczny* zdefiniowano jako część układu programu telewizyjnego (ramówki danej stacji telewizyjnej) o stałej porze emisji oraz określonych godzinach rozpoczęcia i zakończenia emisji, które dotyczą aktualnych problemów przestrzeni publicznej. Za programy wieczorne uznano te, których emisja rozpoczynała się między godziną 18:00 a 22:00. Zakres czasowy badania obejmował jeden pełny sezon, tj. od 1 września 2014 r. do 30 czerwca 2015 r. Badania prowadzono przez siedem dni w tygodniu. Z zakresu czasowego badania wyłączono okres wakacyjny z tego względu, że w lipcu i sierpniu emisja części programów publicystycznych jest zawieszona, co uniemożliwiłoby uzyskanie porównywalnych wyników.

Proces wyboru programów do analizy był kilkuetapowy. W pierwszej kolejności przeanalizowano układ programów poszczególnych stacji telewizyjnych, koncentrując się na stacjach o profilu ogólnym oraz informacyjnym. W ten sposób dokonano wstępnej selekcji programów spełniających kryterium programu publicystycznego. Następnie przez pierwsze dwa tygodnie (od 1 do 15 września 2014 r.) prowadzono badania pilotażowe polegające na analizie, jaka tematyka jest podejmowana w ramach poszczególnych programów oraz jakiego rodzaju goście w nich uczestniczą. Na podstawie tej analizy dokonano dalszej selekcji, wybierając do obserwacji

i analizy tylko te programy, w przypadku których znaczną część podejmowanej problematyki stanowiły tematy polityczne, a wśród uczestników znajdowali się politycy. W ten sposób przedmiotem analizy uczyniono 27² telewizyjnych wieczornych programów publicystycznych emitowanych w stacjach: TVP2, TVP Info, TVP Regionalna, TVN 24, Polsat News, Polsat News 2, Superstacja oraz TV Trwam. W stacjach o profilu ogólnym zidentyfikowano tylko jeden program publicystyczny emitowany wieczorem, tj. „Tomasz Lis na żywo” w TVP 2. Nie zidentyfikowano emisji wieczornych programów publicystycznych w stacji TV Republika. Co prawda, w TV Republika emitowano programy mające znamiona programów publicystycznych i z zapraszanymi gośćmi, w tym politykami, w ich przypadku nie było jednak możliwe wytyczenie wyraźnych granic czasowych programu publicystycznego z tego względu, że elementy programu publicystycznego były płynnie przemieszane z elementami programu informacyjnego, co z kolei uniemożliwiało dokonanie usystematyzowanej obserwacji oraz analizy tych programów.

W ramach przeprowadzonego badania przeanalizowano 4354 emisji programów publicystycznych, w których wzięło udział 9882 zaproszonych gości, z czego ponad połowę (5266) stanowili politycy. Ze względu na ograniczenia związane z długością niniejszego artykułu skoncentrowano się na analizie zaproszeń do wieczornych programów publicystycznych emitowanych w Telewizji Polskiej³, ponieważ telewizja publiczna pełni szczególną rolę w procesie kształtowania dyskursu publicznego. W kontekście prawidłowego funkcjonowania systemu demokratycznego bardzo istotną rolę odgrywa zapewnienie pluralizmu wyrażanych poglądów na aktualne tematy. Misja zapewnienia pluralizmu wyrażanych poglądów dotyczy zatem wszystkich stacji telewizyjnych, szczególnie odnosi się jednak do mediów publicznych. Zgodnie z art. 21 pkt. 1 ustawy o radiofonii i telewizji: „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,

² Początkowo przedmiotem analizy było 28 programów, jednak „Debate Gembarowskiego” po 28 listopada 2014 r. została zdjęta z emisji w Superstacji.

³ Pozostałe wyniki uzyskane w trakcie badania zostaną poddane analizie w ramach innych artykułów oraz przygotowywanej monografii.

cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu” (Dz.U. 1993 Nr 7 poz. 34 z późn. zm.).

Z kolei zgodnie z brzmieniem art. 23 pkt. 1 ustawy o radiofonii i telewizji: „Jednostki publicznej radiofonii i telewizji stwarzają partiom politycznym możliwość przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych” (tamże).

Odwołując się do regulacji prawnych, Maciej Mrozowski wyraża następującą opinię odnośnie do roli mediów w procesie prezentacji świata polityki: „Mediom publicznym nie wolno faworyzować żadnej partii orientacji politycznej, nie mogą przeciwstawiać polityków społeczeństwu ani społeczeństwa politykom. Wszystkich, którzy respektują zasady demokracji i prawo, muszą traktować [równo], zachowując wobec nich jednakowy dystans. Pluralizm polityczny i ideologiczny to fundament ich misji publicznej oraz polityki redakcyjnej” (Mrozowski 2010: 278).

Ze wskazanych powyżej względów można zadać pytanie, w jakim stopniu w stacjach telewizji publicznej jest zapewniony pluralizm w programach publicystycznych przez uczestnictwo gości o różnych światopoglądach, a przede wszystkim reprezentujących różne ugrupowania polityczne. To pytanie jest istotne z tego względu, że faworyzowanie lub defaworyzowanie określonych uczestników życia politycznego można uznać za jeden z najmocniejszych wskaźników stronniczości mediów (por. Dobek-Ostrowska 2011: 70).

W tabeli 1 przedstawiono, jakie wieczorne programy publicystyczne emitowane w poszczególnych stacjach Telewizji Polskiej poddano analizie w ramach przeprowadzonego badania. W analizie ujęto liczbę emisji programów oraz liczbę zaproszeń, z uwzględnieniem zaproszeń skierowanych do polityków.

Dokonując porównania zastosowanej metodyki z innymi badaniami, można stwierdzić, że najbardziej zbliżone w tym zakresie jest badanie Anny Dryjańskiej oraz Piotra Pacewicza (Dryjańska, Pacewicz, 2015). W trakcie wspomnianego badania przeanalizowano 14 programów publicystycznych emitowanych zarówno w telewizji, jak i w radiu. Badania Anny Dryjańskiej oraz Piotra Pacewicza przeprowadzono od kwietnia 2014 r. do maja 2015 r. Również w ramach przywoływanego badania skoncentrowano się na analizie liczby uczestników w programach publicy-

stycznych. Wyniki tego badania zostały jednak opublikowane w ujęciu bardzo ogólnym. Ich opis zajął zaledwie połowę strony numeru „Gazety Wyborczej”, przy czym podczas omówienia wyników skoncentrowano się na prezentacji udziału kobiet w analizowanych programach. Badania o podobnym zakresie prowadzono również

Tabela 1. Analizowane wieczorne programy publicystyczne w stacjach Telewizji Polskiej z wyróżnieniem liczby emisji oraz liczby zaproszonych gości, w tym polityków

Stacja	Nazwa programu	Liczba emisji	Liczba zaproszonych gości	W tym polityków
TVP2	Tomasz Lis na żywo	41	173	86
TVP Info	Po przecinku	258	416	229
	Inforozmowa	198	199	95
	Dziś wieczorem	296	470	327
	Minęła 20	255	1 052	640
	Forum	43	242	242
	Bez retuszu	38	219	96
	Kod dostępu	40	40	16
	Razem	1 128	2 639	1 639
TVP Regionalna	Echa dnia	207	227	19
	Echa dnia – komentarze	209	305	64
	Razem	416	537	82

na zlecenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, za ich słabą stronę można uznać fakt, że ich zakres czasowy obejmował jedynie czas kampanii wyborczych (KRRiTV

2007, KRRiTV 2009, KRRiTV 2015), a – jak zauważa Manuel Castells – „polityka medialna nie ogranicza się do kampanii wyborczych. Jest to stały, podstawowy aspekt polityki, realizowany przez rządy, partie, przywódców i pozarządowych aktorów społecznych. Regularne wpływanie na treść bieżących wiadomości jest jednym z najistotniejszych elementów strategii politycznych. Chociaż w demokracji faktycznie rozstrzygającymi momentami są kampanie wyborcze, to nieustanny proces przekazywania informacji i rozpowszechniania obrazów o znaczeniu politycznym kształtuje opinię publiczną w taki sposób, że trudno zmienić ją w momentach podejmowania decyzji, chyba że na krótko przed takim momentem pojawi się naprawdę dramatyczne wydarzenie lub komunikat” (Castells 2013: 203).

Znacznie częściej są podejmowane badania poświęcone analizie zawartości programów informacyjnych. Za klasyczne w tym zakresie można uznać badania prowadzone przez grupę badawczą z Glasgow (*Glasgow Media Group*) (Giddens 2006: 481-483), kierowaną przez Grega Philo, w których skoncentrowano się na analizie sposobu prezentacji przekazu, co z kolei spotkało się z krytyką i kontrowersjami odnośnie do sposobu prowadzonych analiz. Ze względu na pojawiające się kontrowersje odnośnie sposobu oceny przekazu, w szczególności biorąc pod uwagę fakt, że tematyka podjętych badań dotyczyła sfery polityki w ramach przeprowadzonych badań własnych, skoncentrowano się na analizie tego, kto jest zapraszany do wieczornych programów publicystycznych, z pominięciem oceny, jak zapraszani goście są traktowani przez prowadzących, dzięki czemu osiągnięcie większej rzetelności badania rozumianej jako uzyskanie takich samych wyników w przypadku powtórzenia analizy przez innych badaczy.

4. Wyróżnienie modeli określających sposoby zapraszania gości do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych

Na potrzeby analizy sposobów zapraszania gości do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych można wyróżnić kilka modeli: (1) prorządowy, (2) bipolarny, (3) parlamentarny, (4) opozycyjny, (5) monopartyjny, (6) antagonizujący, (7) sondażowy, (8) rutynowy i (9) pluralistyczny. Podkreślenia wymaga jednak fakt, że przedstawiona typologia nie jest rozłączna. Dla przykładu, ze względu na

sposób zapraszania gości dany program można uznać za prorządowy, ale także jako monopartyjny, co szczegółowo omówiono w dalszej części artykułu przy okazji analizy poszczególnych kategorii.

W przypadku modelu prorządowego przedstawiciele partii wchodzących w skład koalicji rządzącej częściej uczestniczą w programach publicystycznych niż przedstawiciele innych ugrupowań. W czasie prowadzenia badań koalicję rządzącą tworzyły Platforma Obywatelska i Polskie Stronnictwo Ludowe. Poszukując argumentów uzasadniających istnienie programów publicystycznych odzwierciedlających model prorządowy, można by stwierdzić, że przyczyną częstszego uczestnictwa przedstawicieli koalicji rządzącej jest sprawowanie przez nich urzędów państwowych. Stąd więc owe programy można postrzegać jako pośredniczące w procesie informowania o działaniach rządu. Z drugiej jednak strony taki sposób zapraszania gości do programów publicystycznych można oceniać jako sprzyjający ugrupowaniom rządzącym i utrwalający *status quo*, a tego typu programy pełnią nie tyle funkcję informacyjną o działaniach rządu, ile stają się narzędziem propagandowym dla sprawujących władzę. Ponadto dominację przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych można również interpretować jako odmianę paradygmatu TINA (*there is no alternative*) (Żakowski 2005; Jacobsen 2007: 234; Bauman 2010, 2014), polegającego na próbie utrwalania u potencjalnych wyborców przekonania o braku alternatyw politycznych. Taki model można zatem postrzegać jako niekorzystny dla utrwalania pluralistycznego systemu demokratycznego. Na podstawie analizy studium opracowanego przez Bogusławę Dobek-Ostrowską można wysunąć hipotezę, że ten model jest dominujący w programach publicystycznych emitowanych w Telewizji Polskiej, ponieważ od początku transformacji politycznej media publiczne są areną działania aktorów politycznych (Dobek-Ostrowska 2011: 150-157). Z kolei odwołując się do rozważań Macieja Mrozowskiego, można stwierdzić, że dziennikarze uważają za korzystne zapraszanie do programów publicystycznych przedstawicieli partii rządzącej. Dzieje się tak z tego względu, że rząd, będąc głównym ośrodkiem władzy, jest zarazem cennym źródłem informacji (Mrozowski 2010: 274-275).

Model bipolarny polega na preferowaniu zapraszania gości pochodzących z dwóch ugrupowań politycznych mających najliczniejszych przedstawicieli w niż-

szej izbie parlamentu. W okresie objętym zakresem czasowym badania tymi ugrupowaniami były Platforma Obywatelska oraz Prawo i Sprawiedliwość. Taki sposób zapraszania gości można uznać za próbę kreowania sceny politycznej na wzór amerykański, gdzie liczą się tylko dwa ugrupowania. O ile w systemie dwupartyjnym istnienie programów przyporządkowanych do modelowi bipolarnego jest oczywiste, tj. będące odzwierciedleniem sił politycznych działających w danym systemie, o tyle w przypadku faktycznego funkcjonowania na scenie politycznej kilku ugrupowań taki model staje się rozszerzoną wersją paradygmatu TINA. Ów paradygmat zakłada bowiem utrwalanie przekonania, że potencjalni wyborcy dokonują w praktyce wyboru jedynie między dwoma ugrupowaniami. Dobitym przykładem próby kreowania tego typu postrzegania sceny politycznej było zorganizowanie debaty 19 października 2015 r., tj. w ostatnim tygodniu kampanii wyborczej do parlamentu, wyłącznie między przedstawicielkami dwóch ugrupowań najliczniej reprezentowanymi w parlamencie, tj. między Ewą Kopacz z Platformy Obywatelskiej a Beatą Szydło z Prawa i Sprawiedliwości, chociaż do wyborów zarejestrowano osiem ogólnopolskich komitetów wyborczych. Ta debata została zorganizowana przez Telewizję Polską we współpracy z TVN oraz Polsatem i była transmitowana równolegle w stacjach tych telewizji. Znamienne podczas debaty było kilkukrotne podkreślanie przez jednego z prowadzących debatę – Piotra Kraśkę – reprezentującego Telewizję Polską, że jedna z uczestniczek debaty będzie pełnić funkcję premiera po wyborach parlamentarnych. Niezależnie od dostępnych wówczas wyników sondaży przedwyborczych i konstruowanych prognoz, tego typu komunikaty wygłaszane przez prowadzącego są ewidentnym przykładem kreowania przekonania, że poza tymi dwoma ugrupowaniami nie ma alternatywy i że zasadniczo zostało już wszystko rozstrzygnięte, pozostaje tylko niewiadoma, które z tych dwóch największych ugrupowań będzie tworzyć rząd. Fakt przystania przedstawicieli obu ugrupowań na taki sposób poprowadzenia debaty świadczy zarazem o tym, że pod pewnymi względami interesy obu ugrupowań są zbieżne w kontekście dążenia do eliminacji mniejszych ugrupowań ze sceny politycznej i konkurowania o głosy wyborców jedynie między sobą. Z perspektywy mediów stosowanie modelu bipolarnego jest korzystne w kontekście formułowanego przekazu, ponieważ – metaforycznie rzecz ujmując – skon-

centrowanie się na dwóch ugrupowaniach pozwala na prezentację rzeczywistości politycznej na zasadzie kontrastu – w czarno-białych barwach, dzięki czemu elementy programu jednej partii można prezentować jako przeciwieństwo programu drugiego ugrupowania, a zapraszanie przedstawicieli innych ugrupowań wprowadzałoby jedynie zamazujące ostrość obrazu odcienie szarości.

Model parlamentarny polega na zapraszaniu do programu przede wszystkim przedstawicieli ugrupowań tworzących kluby parlamentarne. W okresie badania tak rozumianymi ugrupowaniami parlamentarnymi były: Platforma Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Polskie Stronnictwo Ludowe, Zjednoczona Prawica (składająca się z parlamentarzystów Solidarnej Polski oraz Polski Razem), a także Twój Ruch (do czasu rozwiązania 4 marca 2015 r.). Poszukując uzasadnienia stosowania takiego podejścia do zapraszania gości wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych, można stwierdzić, że w takim przypadku są zapraszani przedstawiciele ugrupowań wybranych do parlamentu przez wyborców co pozwala na odzwierciedlenie reprezentatywności woli wyborców. Rozumując w ten sposób, ów model można postrzegać jako pluralistyczny i zapewniający różnorodność, a zarazem reprezentatywność poglądów wyborców. Z drugiej jednak strony udział klubu poselskiego w Sejmie nie musi być jedynie skutkiem wyboru danego ugrupowania do parlamentu, lecz także odchodzeniem części posłów z ugrupowań wybranych do parlamentu i zawiązywanie nowych klubów poselskich. W parlamencie VII kadencji (w latach 2011-2015) przykładem takiego przypadku były ugrupowania Solidarnej Polski oraz Polski Razem, które utworzyły wspólnie klub Zjednoczonej Prawicy, mimo że nie uczestniczyły one w wyborach parlamentarnych w 2011 r., ponieważ w tym czasie jeszcze nie istniały i zostały utworzone w wyniku rozłamów powstających w obrębie Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej. Inaczej można spojrzeć na tę kwestię z perspektywy ugrupowań niemających swoich przedstawicieli w parlamencie. Z tej perspektywy zapraszanie do programów publicystycznych przede wszystkim przedstawicieli ugrupowań parlamentarnych stanowi utrwalanie *status quo* i uniemożliwia dostęp do przestrzeni publicznej ugrupowaniom pozaparlamentarnym.

Model opozycyjny polega na preferowaniu podczas zapraszania gości do programów publicystycznych przedstawicieli ugrupowań opozycyjnych. Podstawą funkcjonowania takiego modelu jest założenie, że media, pełniąc funkcję czwartej władzy, mają za zadanie przede wszystkim kontrolowanie działań rządzących. Innymi słowy, media – rozumiane jako czwarta – władza powinny pozostawać w opozycji wobec rządu także z tego powodu, iż zaproszenia do programów publicystycznych powinny otrzymywać również osoby z ugrupowań opozycyjnych. Słabą stroną tego modelu jest to, że jego dominacja mogłaby prowadzić do anarchizacji życia publicznego, tj. wszelkie działania rządu, nawet konstruktywne, byłyby poddawane krytyce jedynie z tego powodu, iż taka krytyka byłaby wyprowadzana ze strony przedstawicieli partii opozycyjnych, a niezapraszanie przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych skutkowałoby tym, że nie mieliby oni możliwości odpowiedzi na tę krytykę.

Model monopartyjny polega na preferowaniu przedstawicieli tylko jednej partii podczas zapraszania gości do programów publicystycznych. Ten model może okazać się tożsamy z modelem prorządowym, jeżeli partią, której przedstawiciele są najczęściej zapraszani do danego programu publicystycznego, jest partia rządząca. Ten model może być zbieżny zakresowo z modelem opozycyjnym, jeżeli wśród zapraszanych gości dominują przedstawiciele jednego opozycyjnego ugrupowania politycznego. Programy preferujące ów model są silnie skoncentrowane na kształtowaniu opinii zgodnie z określoną ideologią lub zgodnie z interesami określonej opcji politycznej. Istnienie tak zorientowanych mediów świadczy o funkcjonowaniu pluralistycznego społeczeństwa demokratycznego, jeżeli różne opcje polityczne nie są ograniczane w prowadzeniu tego typu działalności. Tego typu rozwiązania stosuje się najczęściej w przypadku prasy, gdzie funkcjonują tygodniki opinii, co jednoznacznie wskazuje na to, że rolą takich tygodników jest kreowanie określonego punktu widzenia odbiorców. Przykładem może być „Najwyższy Czas!”, wydawany od 1990 r. w celu prezentacji programów ugrupowań politycznych zarządzanych przez Janusza Korwin-Mikkego – od Unii Polityki Realnej, poprzez Kongres Nowej Prawicy aż po ugrupowanie Koalicja Odnowy Rzeczypospolitej Wolność i Nadzieja (KORWiN). W przypadku mediów publicznych emitowanie takich programów sta-

nowiłoby jednak ewidentne naruszenie zasad pluralizmu oraz wyraz sprzyjania określonej frakcji politycznej.

Model antagonizujący polega na zapraszaniu do programów publicystycznych przedstawicieli dwóch opozycyjnych wobec siebie ugrupowań, co sprzyja prowadzeniu dyskusji w taki sposób, aby uzyskać jak największą różnicę zdań między interlokutorami. W przypadku tego modelu preferuje się gości o radykalnych poglądach lub prezentujących styl wypowiedzania się na granicy poprawności politycznej. Zastosowanie modelu antagonizującego, podobnie jak w przypadku modelu bipolarnego, pozwala na przedstawienie wyrazistości poglądów zaproszonych gości na poruszane tematy. Model bipolarny jest jedną z odmian modelu antagonizującego, z tym że w przypadku modelu antagonizującego w dyskusji niekoniecznie muszą uczestniczyć przedstawiciele dwóch największych ugrupowań. Nie ma zatem w tym przypadku zastosowania zasada TINA. Wręcz przeciwnie, w przypadku modelu antagonizującego chodzi o ukazanie możliwości rozważania danej kwestii z dwóch odmiennych punktów widzenia. W przypadku tego modelu kładzie się nacisk nie tylko na zapraszanie przedstawicieli największych ugrupowań, lecz także pozostających poza głównym nurtem polityki. Model antagonizujący sprzyja zatem kreowaniu sceny politycznej zdecydowanie bardziej pluralistycznie od modelu bipolarnego. Nie oznacza to jednak, że jest to optymalny model w kontekście budowania pluralistycznego systemu demokratycznego, ponieważ programy antagonizujące prowadzi się na granicy publicystyki i *show*, gdzie bardziej od argumentów liczą się chwytliwy erystyczne wręcz uwagi *ad personam*. Nawiązując do słów Jana Poleszczuka, wyrażonych w nieco innym kontekście, można stwierdzić, że stosowanie modelu antagonizującego sprawia, że odbiorca programu publicystycznego, zamiast być uczestnikiem deliberacji politycznej, jest zamieniany w widza i konsumenta *political show* (Poleszczuk 2010: 49).

W przypadku modelu sondażowego częstość zapraszania przedstawicieli poszczególnych ugrupowań do programów publicystycznych stanowi odzwierciedlenie poziomu poparcia tych ugrupowań, rejestrowanego za pomocą sondaży opinii. Chociaż wyniki badań sondażowych prowadzonych przez różne ośrodki badawcze

różnią się między sobą oraz preferencje wyborcze zmieniają się w czasie, to w okresie badania poziom poparcia poszczególnych ugrupowań nie zmieniał się istotnie.

Biorąc pod uwagę wyniki badań sondażowych prowadzonych przez CBOS, można stwierdzić, że od września 2014 r. do czerwca 2015 r. poparcie dla Platformy Obywatelskiej mieściło się w przedziale 25-43%. Najwyższy poziom poparcia dla PO w tym okresie odnotowano w czerwcu, a najniższy zaś w grudniu. Poparcie dla Prawa i Sprawiedliwości mieściło się w przedziale 27-35% i najwyższy poziom osiągnęło w maju, a najniższy w listopadzie, grudniu oraz lutym. Poparcie dla PSL mieściło się w przedziale 4-10%, a dla SLD – 4-9%. W przypadku Twojego Ruchu w lutym odsetek popierających to ugrupowanie wyniósł 3%, a w pozostałych miesiącach nie przekroczył 2%. Kongres Nowej Prawicy od września do lutego notował względnie stałe poparcie na poziomie 4-6%, od marca jednak, tj. po założeniu przez Janusza Korwin-Mikkego ugrupowania KORWiN, poparcie dla KNP nie przekraczało w sondażach CBOS 1%. Z kolei ugrupowanie KORWiN od marca do czerwca było popierane przez 2 do 6% badanych. Pod koniec badania w sondażach odnotowano pojawienie się znacznego poparcia dla dwóch nowych ugrupowań politycznych, tj. Nowoczesnej oraz jeszcze nieustrukturalizowanego i bez formalnej nazwy ugrupowania tworzonego przez Pawła Kukiza. W przypadku Nowoczesnej poparcie w maju wskazane w sondażu CBOS wyniosło na przełomie maja i czerwca 3%, a w czerwcu 4%. Z kolei poparcie dla ruchu Pawła Kukiza w maju deklarowało 4%, na przełomie maja i czerwca 14%, a w czerwcu 19%. Pozostałe ugrupowania w sondażach prowadzonych przez CBOS w okresie badania nie uzyskały poparcia przekraczającego poziom 2% (Badora 2014; Pankowski 2015). W przypadku zastosowania modelu sondażowego w okresie badania można by się spodziewać, że po około 1/3 liczby zaproszonych gości powinni stanowić przedstawiciele Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości, reprezentanci PSL, podobnie jak reprezentanci SLD, powinni stanowić od 5 do 10% ogółu zapraszanych polityków, reprezentanci ugrupowań Janusza Korwin-Mikkego powinni stanowić 5% ogółu zapraszanych polityków, a reprezentanci Twojego Ruchu 1-2%. Reprezentanci pozostałych ugrupowań powinni stanowić 10%.

W przypadku stosowania tego modelu proporcje zapraszanych polityków powinny się zmieniać w zależności od zmiany preferencji wyborczych, w przypadku wzrostu poparcia danego ugrupowania powinna zarazem wzrastać liczba osób reprezentujących to ugrupowanie zapraszanych do programów publicystycznych. Model ten jest najbardziej dostosowany do potrzeb odbiorców, ponieważ model sondażowy stanowi odpowiedź na takie, a nie inne zapotrzebowanie konsumentów idei politycznych. Sondaże w tym ujęciu są zaś postrzegane jako jeden z rodzajów badań zachowań i potrzeb konsumenckich. Ponadto dobór proporcji zapraszanych polityków z uwzględnieniem wyników sondaży zapewnia odpowiednią reprezentację poszczególnych ugrupowań w zależności od stopnia ich poparcia. Z drugiej jednak strony, stosowanie takiego modelu sprzyja tym ugrupowaniom, które są znane. Ugrupowania niewskazywane w sondażach mają bardzo ograniczone możliwości prezentacji swoich racji w programach publicystycznych. Taka sytuacja prowadzi do błędnego koła, polegającego na tym, że nowe ugrupowania nie są obecne w mediach w przypadku braku wskazywania przez respondentów w sondażach, a z kolei brak wskazywania tych ugrupowań w sondażach jest skutkiem braku możliwości zapoznania się z poglądami tych ugrupowań na określone tematy z powodu braku obecności w mediach. Ponadto taki model w największym stopniu sprzyja ugrupowaniom o największym poziomie poparcia w sondażach, ponieważ w ten sposób zyskiwałyby one najliczniejszą reprezentację w programach publicystycznych.

Model rutynowy polega na tendencji do zapraszania tych samych gości, co z kolei przekłada się na określone rozkłady reprezentantów poszczególnych ugrupowań. W przypadku tego modelu zapraszani goście pełnią zarazem rolę ekspertów i komentatorów aktualnych wydarzeń politycznych. Takie rozwiązanie można postrzegać z perspektywy produkcji programu publicystycznego jako dogodne, ponieważ zapraszanie tych samych gości sprawia, że przebieg programu jest przewidywalny, z perspektywy zaś produkcji programu niepewność odnośnie do sposobu zachowania zaproszonych gości, w szczególności w przypadku programu emitowanego na żywo, może być bardzo dokuczliwa. Ponadto od strony praktycznej proces uzgadniania uczestnictwa w programie ze stałymi gośćmi jest zdecydowanie łatwiejszy niż w przypadku konieczności ciągłego umawiania nowych gości. Model ruty-

nowy może jednak prowadzić do zbytnej schematyczności przebiegu programu. Innymi słowy, o ile zbytnią nieprzewidywalność zachowania gościa może się okazać kłopotliwa dla producentów programu, o tyle zbytnią przewidywalność może być również niepożądana w tym sensie, że taki program przestaje być interesujący z perspektywy odbiorcy. Przebieg programu staje się rytuałem, w trakcie którego poszczególni uczestnicy wchodzi w pewne role i powtarzają znane odbiorcy kwestie. Jak słusznie zauważa Jan Poleszczuk, konwencjonalizacja zachowań w sferze publicznej powoduje, że zachowania takie stają się pozbawione funkcji informacyjnej (Poleszczuk 2010: 46). Ponadto zapraszanie tych samych gości może prowadzić do faworyzowania przedstawicieli określonych ugrupowań a zarazem defaworyzowania innych. W zależności od tego, ilu stałych gości się zaprasza, model rutynowy może przybierać postać modelu monopartyjnego, bipolarnego, parlamentarnego itp., nawet jednak przy relatywnie wielu zapraszanych stałych gościach zapewnienie pluralizmu w przypadku modelu rutynowego jest bardzo trudne, o ile w ogóle możliwe.

Model pluralistyczny, jak sama jego nazwa wskazuje, najbardziej sprzyja kreowaniu warunków budowy pluralistycznego systemu demokratycznego. W procesie zapraszania gości do programu kładzie się nacisk na zachowanie jak największej różnorodności ugrupowań zapraszanych do programów, zarówno reprezentowanych w parlamencie, jak i znajdujących się poza nim. Takie podejście do zapraszania gości opiera się na założeniu, że system demokratyczny nie polega na tym, że najgłośniejszy slyszalny jest głos większości, lecz na zapewnianiu słyszalności jak największej różnorodności poglądów, niezależnie od tego jak licznie są one reprezentowane. Innymi słowy, tak rozumiany silny system demokratyczny nie jest systemem, w którym o wszystkim decyduje większość, lecz bierze się pod uwagę również sytuację tych, którzy nie są w stanie większości uzyskać. Istotę tak rozumianego systemu demokratycznego dobrze ilustruje następująca wypowiedź Andrzeja Szczypiorskiego w obronie Monaru Marka Kotańskiego: „Tylko w bardzo ograniczonych umysłach powstać może fałszywe przekonanie, że demokracja polega wyłącznie na rządach większości, że w demokracji większość zawsze ma rację, a jej decyzje są ostateczne i wiążące dla wszystkich” (cyt. za: Bereś 2000: 86).

Punktem odniesienia dla tego modelu są wyróżnione przez Jürgena Habermasa warunki niezakłóconej komunikacji, które zakładają równe traktowanie uczestników debaty niezależnie od zajmowanej przez nich pozycji w hierarchii społecznej, podejmowanych w debacie publicznej istotnych kwestii oraz inkluzywności, polegającej na unikaniu wyłączenia z debaty kogokolwiek na mocy arbitralnych rozstrzygnięć (Poleszczuk 2010: 33).

Stosowanie tego modelu mogą utrudniać mechanizmy rynkowe polegające na tym, że zapraszanie do programów publicystycznych przedstawicieli ugrupowań o nikłym poparciu wyborców może skutkować niską oglądalnością, a co za tym idzie – niskimi dochodami z reklam. Niezależnie od oceny, czy zapraszanie gości do programów publicystycznych pod presją zapewnienia określonego poziomu oglądalności zasługuje na pochwałę czy na naganą, w przypadku mediów komercyjnych są to realia, które muszą być brane pod uwagę, nawet przy założeniu, że „sprzedaż idei” niekoniecznie powinna być prowadzona zgodnie z takimi samymi zasadami jak sprzedaż programów rozrywkowych. Już trzydzieści lat temu Neil Postman zauważył, że w przypadku telewizji dyskurs publiczny jest podporządkowany show-biznesowi (Postman 2006). W przypadku mediów publicznych ze względu na sprawowaną przez nie misję wskaźniki oglądalności oraz dochody z reklam nie powinny stanowić kryterium tego, kogo należy, kogo zaś nie należy zapraszać do programów publicystycznych. Innymi słowy, w przypadku mediów publicznych powinien obowiązywać mechanizm finansowania i zarządzania nimi umożliwiający niezależność finansową od reklamodawców, a także niezależność organizacyjną od sprawujących władzę. Można zatem stwierdzić, że stosowanie modelu pluralistycznego podczas zapraszania gości do programów publicystycznych jest najbardziej odpowiednie dla budowania systemu demokratycznego.

W tabeli 2 przedstawiono zestawienie podobieństw i różnic między poszczególnymi sposobami zapraszania gości do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych.

Tabela 2. Porównanie modeli zapraszania gości do telewizyjnych programów publicystycznych

Model	Liczba reprezentowanych ugrupowań	Rodzaj reprezentowanych ugrupowań	Powtarzalność zapraszanych gości
Prorządowy	W zależności od liczby ugrupowań wchodzących w skład koalicji rządzącej	Tworzące rząd	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Bipolarny	Dwa	Najliczniej reprezentowane w parlamencie – tworzące rząd oraz opozycyjne	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Parlamentarny	W zależności od liczby ugrupowań tworzących klub parlamentarny	Tworzące swój klub w parlamencie	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Opozycyjny	Wiele	Opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Mono-partyjny	Jedno	Tworzące rząd lub opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Antagonizujący	Dwa	Tworzące rząd lub opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie tych samych lub różnych gości

Sondażowy	W zależności od liczby ugrupowań notowanych w sondażach przedwyborczych	Tworzące rząd lub opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie tych samych lub różnych gości
Rutynowy	Jedno lub wiele	Tworzące rząd lub opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie tych samych gości
Pluralistyczny	Wiele	Tworzące rząd lub opozycyjne, parlamentarne lub pozaparlamentarne	Zapraszanie różnych gości

Podkreślenia wymaga fakt, że wyodrębnienia poszczególnych sposobów zapraszania gości do programów publicystycznych dokonano wedle pewnego modelu i w przypadku konkretnych programów sposób zapraszania gości może się w mniejszym lub większym stopniu zbliżać do założeń określonego modelu lub kilku modeli jednocześnie. Wyróżnione modele mogą mieć zastosowanie nie tylko do wieczornych telewizyjnych programów publicystycznych, ale do wszelkich analiz treści mediów w kontekście obecności lub przywoływania w nich przedstawicieli ugrupowań politycznych. Analiza częstości udziału przedstawicieli poszczególnych ugrupowań politycznych w programach publicystycznych i przypisanie sposobu zapraszania gości do określonego modelu może zarazem stanowić punkt wyjścia do analizy relacji między mediami a aktorami politycznymi, ponieważ – jak zauważa Manuel Castells – „reguły politycznego uczestnictwa w mediach zależą od ich szczególnego modelu działalności gospodarczej oraz ich relacji z aktorami politycznymi i odbiorcami” (Castells 2013: 199).

W dalszej części artykułu zaprezentowano wyniki przeprowadzonych badań z próbą przyporządkowania analizowanych programów publicystycznych do wyróżnionych modeli. Podkreślenia wymaga fakt, że specyfika prowadzonych analiz

pozwała jedynie na uchwycenie tego, kto faktycznie brał udział w programach publicystycznych, co nie zawsze musi być równoznaczne z tym, kto był do tych programów zapraszany – ze względu na możliwość odmowy udziału w programie przez zapraszane osoby.

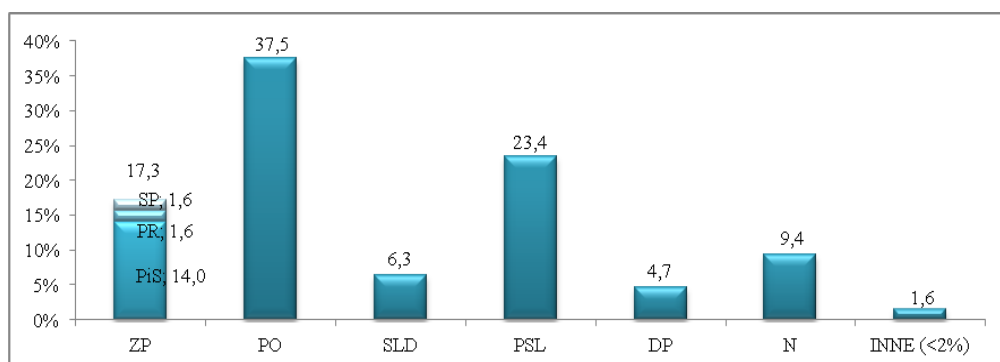
5. Omówienie wyników przeprowadzonych badań

Program „Echa dnia”, emitowany w TVP Regionalnej, wpisuje się w model prorządowy. Chociaż w okresie objętym realizacją badania w programie tym odnotowano zaledwie 19 wizyt polityków, to w zdecydowanej większości byli oni przedstawicielami obozu rządzącego, ośmiokrotnie reprezentując Platformę Obywatelską, trzykrotnie zaś Polskie Stronnictwo Ludowe. Trzykrotnie w tym programie uczestniczyli również przedstawiciele obozu prezydenta Bronisława Komorowskiego. Przedstawiciele pozostałych ugrupowań, tj. SLD, Twój Ruch, Kongres Nowej Prawicy oraz Partii Demokratycznej, uczestniczyli w tym programie po jednym razie, jednokrotnie w programie uczestniczył również polityk niezależny.

Drugi z analizowanych programów publicystycznych emitowanych w TVP Regionalnej, „Echa dnia – komentarze”, również wpisuje się w model prorządowy. W przypadku tego programu przedstawiciele obozu rządzącego stanowili niemal 2/3 wszystkich wizyt polityków. Przedstawiciele Prawa i Sprawiedliwości oraz SLD byli reprezentowani znacznie mniej licznie, a przedstawiciele Twojego Ruchu stanowili mniej niż 2% ogółu zaproszonych polityków. Nie odnotowano także znacznego odsetka gości reprezentujących ugrupowania pozaparlamentarne. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Echa dnia – komentarze” przedstawiono na rycinie 1.

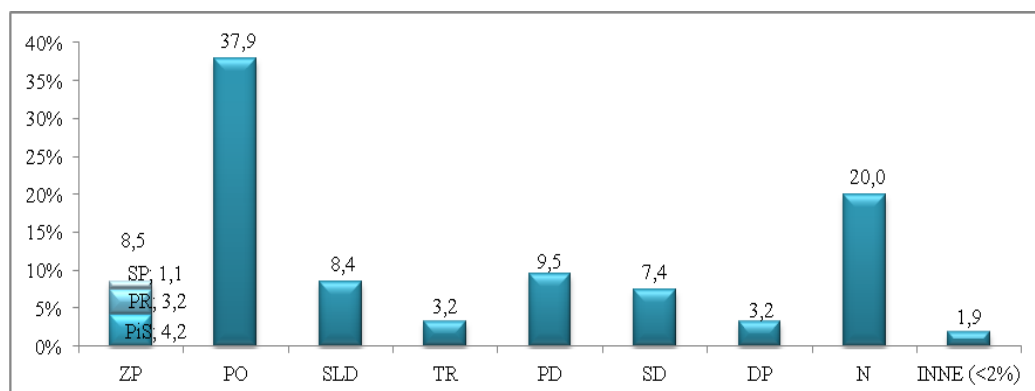
Program „Inforozmowa” wpisuje się w model monopartyjny o nastawieniu prorządowym. Niemal 40% ogółu uczestniczących w programie polityków stanowili przedstawiciele Platformy Obywatelskiej, przy znacznie niższym udziale przedstawicieli innych ugrupowań. Przedstawiciele drugiego koalicjanta, Polskiego Stronnictwa Ludowego, stanowili mniej niż 2% ogółu polityków. Zauważalny jest również wysoki odsetek polityków niezrzeszonych, w tym przede wszystkim Marka Borowskiego oraz Włodzimierza Cimoszewicza. Rozkład procentowy przedstawicieli

ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Inforozmowa” przedstawiono na rycinie 2.



Rycina 1. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Echa dnia - komentarze”

Źródło: badania własne (N=64)



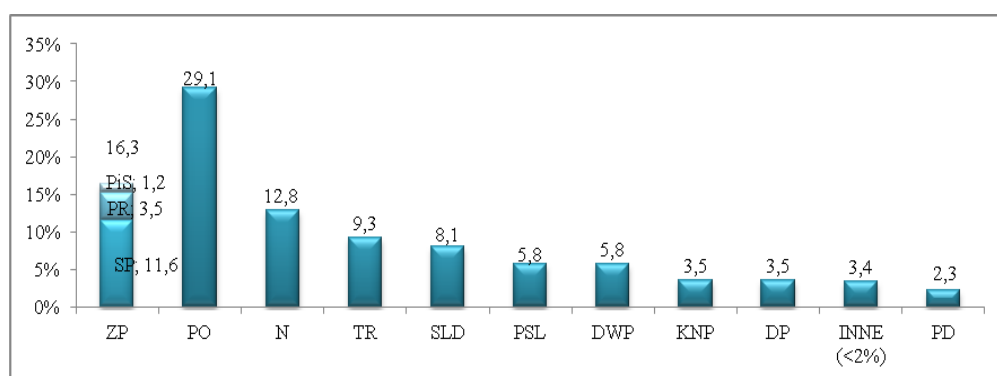
Rycina 2. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Inforozmowa”

Źródło: badania własne (N=95)

Program Barbary Czajkowskiej „Kod dostępu” również wpisuje się w model monopartyjny o nastawieniu prorządowym. Chociaż w okresie badania do tego programu zaproszono zaledwie 16 polityków, to aż w dziewięciu przypadkach reprezentowano Platformę Obywatelską. Ponadto w programie wzięło udział dwóch polityków PiS oraz po jednym SLD, PSL oraz doradca prezydenta Bronisława Komorowskiego, Roman Kuźniar, a także dwóch polityków niezrzeszonych.

W przypadku programu „Tomasz Lis na żywo” w okresie badania goście byli do pewnego stopnia zapraszani zgodnie z założeniami modelu pluralistycznego. Świadczy o tym fakt, że ponaddwuprocentowy udział w liczbie wszystkich zaproszonych polityków uzyskali przedstawiciele dziewięciu ugrupowań, w tym trzech pozaparlamentarnych: Dom Wszystkich Polaków Ryszarda Kalisza, Kongres Nowej Prawicy oraz Partia Demokratyczna. Ponadto 3,5% zaproszonych polityków stanowili przedstawiciele obozu prezydenta Bronisława Komorowskiego. Zauważalny jest również wysoki odsetek polityków niezrzeszonych. Podkreślenia wymaga jednak fakt, że zapraszanie polityków niezrzeszonych niekoniecznie prowadzi do pluralizmu – z tego względu, że nie reprezentują oni nowych sił politycznych, lecz najczęściej z różnych powodów znaleźli się poza głównymi ugrupowaniami politycznymi. Niezgodność z założeniami modelu pluralistycznego powoduje przede wszystkim zdecydowanie wyższy odsetek przedstawicieli Platformy Obywatelskiej (PO) niż przedstawicieli innych ugrupowań. Przedstawiciele tej partii stanowili nieomal 1/3 ogółu polityków zaproszonych do tego programu, co powoduje, że program ten wpisuje się zarazem w model monopartyjny. Zauważalny jest również nieznaczny udział polityków największej partii opozycyjnej, tj. Prawa i Sprawiedliwości. W okresie realizacji badania reprezentant PiS wziął udział w programie Tomasza Lisa tylko raz, przez co odsetek zaproszonych reprezentantów tego ugrupowania nie przekroczył 2% ogółu zaproszonych polityków. Przyczyn takiego postępowania można upatrywać nie tylko w niechęci Tomasza Lisa do polityków Prawa i Sprawiedliwości, która niejednokrotnie była wyrażana między innymi na łamach redagowanego przez niego tygodnika, ale także w niechęci polityków tego ugrupowania do Tomasza Lisa i sposobu prowadzenia przez niego programu. Wykorzystując na zasadzie analogii opisane przez Jana Poleszczuka (2010: 47) deformacje przestrzeni publicznej powodowane dominacją państwa, można stwierdzić, że w przypadku programu „Tomasz Lis na żywo” wystąpiły zarazem mechanizmy marginalizacji i wykluczenia Prawa i Sprawiedliwości, ale także mechanizmy wykluczenia antycypacyjnego, które polega na negatywnej ocenie przez przedstawicieli tego ugrupowania szans uczestnictwa w niezakłóconej debacie, która mogłaby być prowadzona w tym programie. Jako próbę zapewnienia względnej równowagi w tym zakresie można

uznać udział przedstawicieli Solidarnej Polski oraz w – mniejszym stopniu – Polski Razem Jarosława Gowina, a także zaliczanych do grona niezależnych polityków bliskich Prawu i Sprawiedliwości lub Zjednoczonej Prawicy – Jacka Kurskiego oraz Mażeny Wróbel. Nawet po zsumowaniu tych zaproszeń ich odsetek okazuje się jednak znacznie niższy niż w przypadku zaproszeń przedstawicieli Platformy Obywatelskiej. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Tomasz Lis na żywo” przedstawiono na rycinie 3.

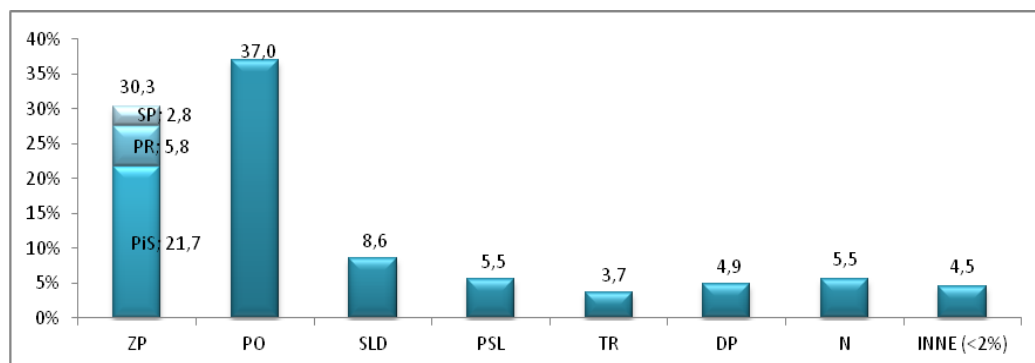


Rycina 3. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Tomasz Lis na żywo”

Źródło: badania własne (N=86)

Program „Dziś wieczorem” zawierał w okresie badania zarówno elementy modelu prorządowego, monopartyjnego, jak i bipolarnego. Z jednej strony, daje się zauważyć bardzo wysoki odsetek polityków reprezentujących Platformę Obywatelską. Po dodaniu przedstawicieli Polskiego Stronnictwa Ludowego reprezentanci koalicji stanowili ponad 40% ogółu zaproszonych polityków. Z drugiej jednak strony można również zauważyć wysoki odsetek gości reprezentujących Zjednoczoną Prawicę (Prawo i Sprawiedliwość, Solidarną Polskę, Polskę Razem oraz Prawicę RP). Odsetek polityków reprezentujących pozostałe ugrupowania był zdecydowanie niższy. Ponadto żadne z ugrupowań pozaparlamentarnych nie miało swoich reprezentantów na poziomie przekraczającym 2%. Program „Dziś wieczorem” jest również zbieżny z założeniami modelu sondażowego, gdyż rozkłady procentowe gości reprezentujących poszczególne ugrupowania polityczne są zbliżone do wyników sondaży uzyskiwanych w tym samym okresie. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań

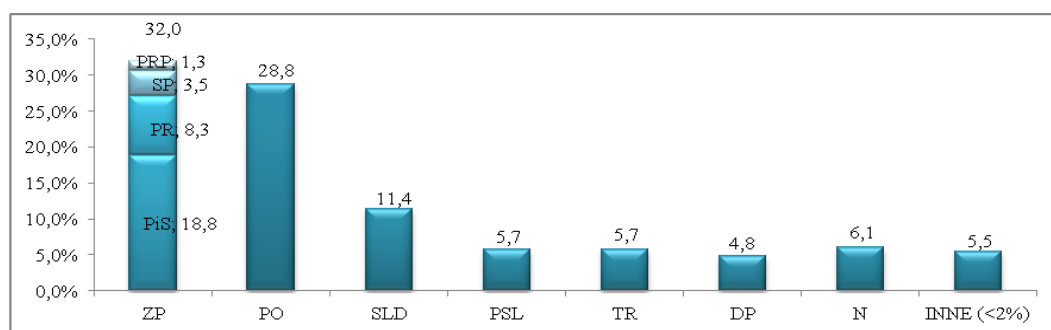
politycznych uczestniczących w programie „Dziś wieczorem” przedstawiono na rycinie 4.



Rycina 4. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Dziś wieczorem”

Źródło: badania własne (N=327)

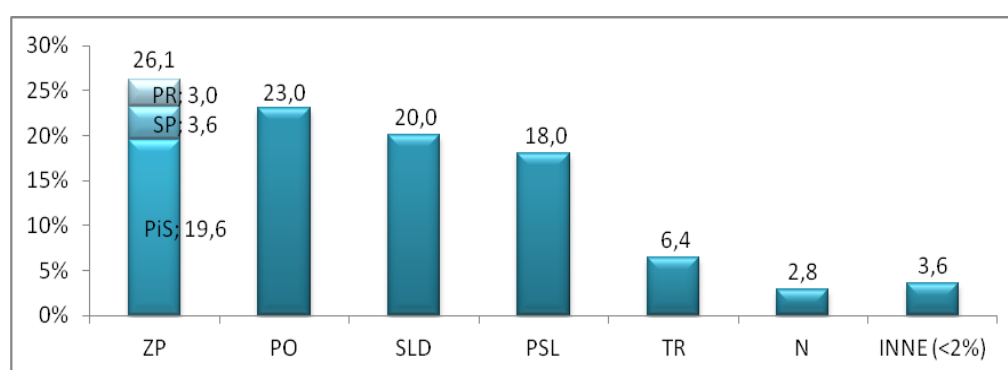
Program „Po przecinku” jest przykładem programu bipolarnego. Co prawda, zdecydowanie najczęstszymi gośćmi tego programu byli przedstawiciele Platformy Obywatelskiej (29%), przy znacznie mniejszym udziale drugiego ugrupowania, tj. Prawa i Sprawiedliwości (19%), po zsumowaniu jednak zaproszeń polityków zaliczanych do Zjednoczonej Prawicy można stwierdzić, że odsetek przedstawicieli Zjednoczonej Prawicy był zbliżony, a nawet nieco wyższy od odsetka przedstawicieli Platformy Obywatelskiej. Przedstawiciele trzeciego w kolejności ugrupowania (SLD) znacznie rzadziej uczestniczyli w tym programie, stanowiąc nieco ponad 10% ogółu polityków. Z kolei przedstawiciele pozostałych ugrupowań parlamentarnych (Polskie Stronnictwo Ludowe oraz Twój Ruch) stanowili nie więcej niż po 6% ogółu polityków. Przedstawiciele żadnego z ugrupowań pozaparlamentarnych nie stanowili więcej niż 2% ogółu polityków, stąd więc w drugiej kolejności program ten wpisuje się w model parlamentarny. Podobnie jak program „Dziś wieczorem”, program „Po przecinku” wpisuje się w model sondażowy. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Po przecinku” przedstawiono na rycinie 5.



Rycina 5. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Po przecinku”

Źródło: badania własne (N=229)

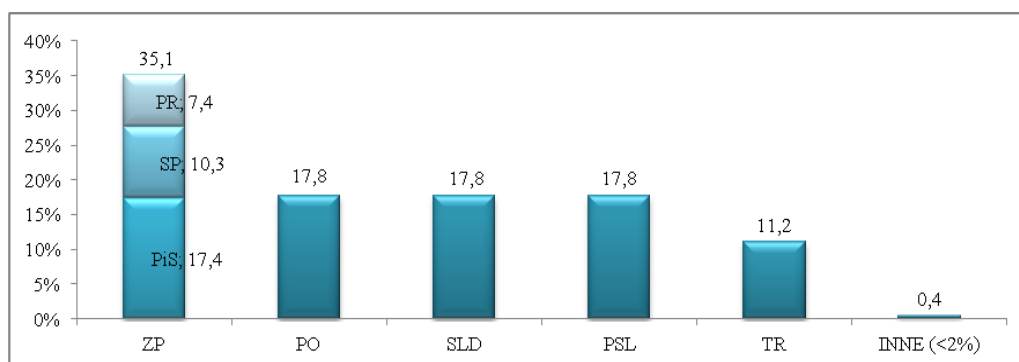
Sposób zapraszania gości do programu „Minęła 20” wpisuje się w model parlamentarny. Zauważalny jest równomierny rozkład procentowy polityków reprezentujących cztery największe siły polityczne. Niższy odsetek odnotowano jedynie w przypadku ugrupowania Twój Ruch, było to jednak spowodowane przede wszystkim rozpadem klubu poselskiego tego ugrupowania w okresie badania; z tego też powodu partia ta przestała spełniać kryterium ugrupowania parlamentarnego, stąd jej reprezentantów przestano zapraszać. W przypadku pozostałych ugrupowań udział reprezentujących je osób nie przekraczał 2%. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Minęła 20” przedstawiono na rycinie 6.



Rycina 6. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Minęła 20”

Źródło: badania własne (N=640)

Podobny sposób zapraszania polityków zaobserwowano w przypadku programu „Forum”. W przypadku tego programu zapraszano wyłącznie przedstawicieli ugrupowań parlamentarnych. Można zauważyć dwukrotnie wyższy odsetek gości reprezentujących Zjednoczoną Prawicę od pozostałych ugrupowań, co było spowodowane zapraszaniem w równym stopniu przedstawicieli poszczególnych klubów parlamentarnych. W ten sposób w każdym programie było dwóch przedstawicieli Zjednoczonej Prawicy – jeden przedstawiciel PiS oraz jeden przedstawiciel Solidarnej Polski albo Polski Razem. W tym kontekście strategia wspólnego kandydowania w wyborach, przy zachowaniu odrębności wizerunkowej poszczególnych ugrupowań tworzących Zjednoczoną Prawicę, okazała się skuteczna, ponieważ dzięki temu było możliwe uzyskanie znacznej przewagi pod względem liczby gości w stosunku do konkurentów politycznych. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Forum” przedstawiono na rycinie 7.

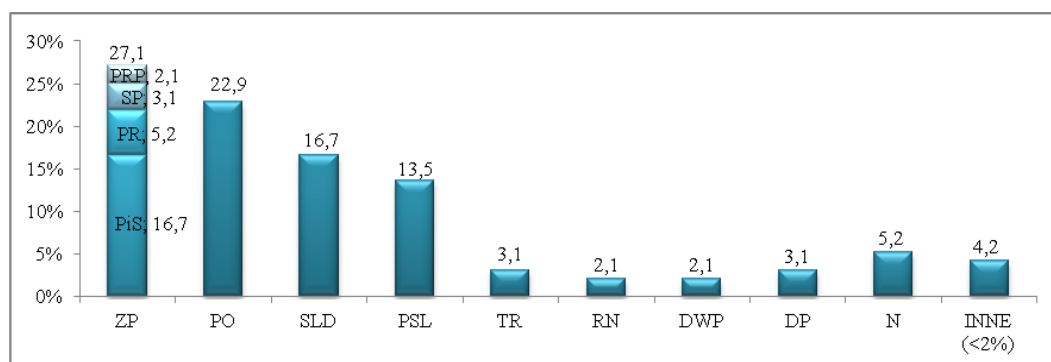


Rycina 7. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Forum”

Źródło: badania własne (N=242)

Strategia wspólnego kandydowania w wyborach przy zachowaniu odrębności wizerunkowej poszczególnych ugrupowań tworzących Zjednoczoną Prawicę okazała się również skuteczna w przypadku programu „Bez retuszu”, dzięki czemu ten obóz był najliczniej reprezentowany mimo znacznie niższego odsetka polityków PiS niż polityków Platformy Obywatelskiej. Program „Bez retuszu” również wpisuje się w model parlamentarny z tego względu, że, co prawda, wśród gości biorących udział w tym programie byli przedstawiciele ugrupowań pozaparlamentarnych, ich

odsetek był jednak niewielki. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Bez retuszu” przedstawiono na rycinie 8.



Rycina 8. Rozkład procentowy przedstawicieli ugrupowań politycznych uczestniczących w programie „Bez retuszu”

Źródło: badania własne (N=96)

6. Zakończenie

Żaden z dziesięciu analizowanych wieczornych programów publicystycznych emitowanych w Telewizji Polskiej nie spełnił kryteriów określonych dla optymalnego modelu zapraszania gości w kontekście budowy systemu demokratycznego, tj. modelu pluralistycznego. Spośród analizowanych programów największą różnorodnością reprezentowanych ugrupowań wyróżniał się program „Tomasz Lis na żywo”, w którym – oprócz ugrupowań parlamentarnych – były reprezentowane ugrupowania pozaparlamentarne. Pluralizm został jednak w tym przypadku zaburzony zdecydowanie wyższym od pozostałych odsetkiem gości reprezentujących Platformę Obywatelską, a zarazem niemalże brak osób reprezentujących największą partię opozycyjną w okresie obejmującym zakres czasowy badania, tj. Prawo i Sprawiedliwość. W przypadku aż sześciu analizowanych programów („Echa dnia”, „Echa dnia – komentarze”, „Inforozmowa”, „Kod dostępu”, „Tomasz Lis na żywo” oraz „Dziś wieczorem”) wystąpiły cechy znamienne dla modelu prorządowego, przy czym cztery ostatnie z wymienionych programów reprezentowały zarazem model monopartyjny, przy największym odsetku polityków reprezentujących główną partię rządzącą, tj. Platformę Obywatelską. W odniesieniu do tych programów można potwierdzić tezę Bogusławy Dobek-Ostrowskiej odnośnie do „kolonizacji” mediów

publicznych przez aktorów politycznych (Dobek-Ostrowska 2011: 150-157). W przypadku pozostałych analizowanych programów sprzyjanie ugrupowaniu rządzącemu przez częstsze zapraszanie do dyskusji przedstawicieli tego ugrupowania nie było już wyraźnie widoczne. Wspomniany program „Dziś wieczorem” również wpisuje się w model bipolarny, przy dominacji wśród gości dwóch największych ugrupowań w okresie badanym, tj. Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości. Dominacja dwóch ugrupowań wśród zapraszanych polityków jest jeszcze bardziej zauważalna w przypadku programu „Po przecinku”. Najbardziej równomierny udział polityków reprezentujących różne ugrupowania próbowano zachować w trzech programach: „Minęła 20”, „Forum” oraz „Bez retuszu”, które również wpisują się w model parlamentarny, co zarazem oznacza, że nie zapraszano do tych programów przedstawicieli ugrupowań pozaparlamentarnych. Żadnego z programów publicystycznych emitowanych w telewizji publicznej objętych zakresem badania nie zaklasyfikowano do modelu antagonizującego. Chociaż zaobserwowano programy można przyporządkować do modelu bipolarnego, to działania antagonizujące stosowano w nich w ograniczonym zakresie. Nie zaobserwowano także programów typowych dla modelu rutynowego. W przypadku wszystkich analizowanych programów istniała różnorodność uczestniczących osób. Ponadto programy „Dziś wieczorem” oraz program „Po przecinku” odzwierciedlają model sondażowy z tego względu, że rozkłady procentowe gości reprezentujących poszczególne ugrupowania polityczne były zbliżone do rozkładów procentowych poparcia poszczególnych ugrupowań notowanych w sondażach przedwyborczych CBOS.

Po wygranych wyborach parlamentarnych w październiku 2015 r. układ sił na polskiej scenie politycznej uległ radykalnej zmianie. Wybory wygrało Prawo i Sprawiedliwość w koalicji z Solidarną Polską, Polską Razem Jarosława Gowina oraz Prawicą RP. W parlamencie pojawiły się dwa nowe ugrupowania: Ruch Kukiz '15 oraz Nowoczesna. Z kolei w parlamencie nie znalazł się Sojusz Lewicy Demokratycznej wraz z Twoim Ruchem. Ponadsiedmioprocentowe poparcie i silne struktury partyjne pozwalają przypuszczać, że ugrupowania te niekoniecznie są skazane na zejście ze sceny politycznej. Również partia KORWiN oraz Razem, chociaż nie dostały się do

parlamentu, uzyskały na tyle wysokie wyniki, że można spodziewać się aktywnego udziału tych ugrupowań w życiu publicznym.

Nowe układy sił po wyborach z pewnością będą skutkowały zmianą rozkładów częstości polityków zapraszanych do poszczególnych programów. Zmiana władzy będzie, być może, skutkować zarazem zmianami strategii zapraszania polityków do programów publicystycznych w telewizji publicznej. Czas pokaże, czy zmiana rządów będzie skutkować zapraszaniem gości do programów bardziej pluralistycznie, czy programy będące w okresie realizacji badania programami prorządowymi po zmianie władzy staną się programami opozycyjnymi, czy może w dalszym ciągu będą prorządowe, z tym że sprzyjając już nowemu rządowi. Zaprezentowane w niniejszym artykule modele zapraszania gości do programów publicystycznych będą pozwalały na rejestrowanie zmian w tym zakresie.

5. Literatura

Badora B., 2014: *Preferencje wyborcze w październiku*. Warszawa: CBOS.

http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_140_14.PDF.

Barber B., 2008: *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.

Bauer Z., 2010: *Terroryzm i media – dwa spektakle*; w: W. Godzic (red.): *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Wydawnictwo SWPS.

Bauman Z., 1985: *Legislators and interpreters. On modernity, post-modernity and intellectuals*. Ithaca, New York: Cornell University Press.

Bauman Z., 2010: *Socjalizm. Utopia w działaniu*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Bauman Z., 2014: *TINA. A world without alternatives*. "Eutopia. Ideas for Europe Magazine".

<http://eutopiamagazine.eu/en/zygmunt-bauman/issue/tina-world-without-alternatives>.

Blumer H., 2007: *Interakcjonizm symboliczny. Perspektywa i metoda*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.

- Bogunia-Borowska M., 2001: *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Bourdieu P., 2009: *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*. Warszawa: PWN.
- Bereś W., 2000: *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Castells M., 2013: *Władza komunikacji*. Warszawa: PWN.
- Cooley C., 2006: *The Democratic Mind*; w: E. Eisenach (red.): *The Social and Political Thought of American Progressivism*. Indianapolis: Hackett Publishing.
- Dewey J., 2008: *Search for the Great Community*; w: A. Boydston (red.): *John Dewey. The Later Works, 1925-1953; t. 2: 1925 -1927*.
- Dobek-Ostrowska B., 2011: *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Dryjańska A., Pacewicz P., 2015: *Chłopcy z placu mediów*. „Gazeta Wyborcza”, 8427, 94, 4.
- Giddens A., 2006: *Socjologia*. Warszawa: PWN.
- Giereło-Klimaszewska K., 2008: *Rola telewizji w kształtowaniu wizerunku politycznego. Studium mediatyzacji polityki na przykładzie wyborów prezydenckich w Polsce*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Goban-Klas T., 2008: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- Hansen A., Machin D., 2013: *Media and Communication Research Methods*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan. Jacobsen M., 2007: *Solid modernity, liquid utopia – liquid modernity, solid utopia*; w: A. Elliot (red.): *The contemporary Bauman*. London – New York: Routledge.
- Lippmann W., 2004: *Public opinion*. New York: Dover Publications.
- Mead G. H., 2015: *Mind, Self and Society. The Definitive Edition*. Chicago and London. The University of Chicago Press.
- McLuhan M., 2004: *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-techniczne.
- Monitoring wyborczy telewizyjnych audycji publicystycznych. Wybory prezydenckie 2015, 2015*. Warszawa: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.

- Mrozowski M., 2010: *Media i polityka. Demokracja czy mediokracja*; w: W. Godzic (red.): *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Wydawnictwo SWPS.
- Ogonowska A., 2004: *Voyeurizm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewidza*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej.
- Pankowski K., 2015: *Preferencje partyjne w czerwcu*. Warszawa: CBOS.
http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_082_15.PDF.
- Parlamentarna kampania wyborcza 2007 w mediach publicznych*, 2007. Warszawa. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.
- Poleszczuk J., *Teorie wiedzy i relacje władzy* w: M. Zemło, A. Jabłoński, J. Szymczyk; (red.): *Wiedza. Między słowem a obrazem*. Lublin: Wydawnictwo KUL; 495-503.
- Popper K., 2006: *Spółczesność otwarta i jego wrogowie; t. 2: Urok Platona*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Postman N., 2005: *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Penguin.
- Thompson J., 2010: *Skandal polityczny. Władza i jawność w epoce medialnej*. Warszawa: PWN.
- Ustawa z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji [Dz.U. 1993 Nr 7 poz. 34 z późn. zm.]
- Wybory do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. Komitety wyborcze oraz kandydaci na posłów do Parlamentu Europejskiego w programach mediów publicznych w okresie od 4 maja do 5 czerwca 2009 roku*, 2009. Warszawa: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.
- Zenkovich A., 2010: *Słowo i obraz w serwisie informacyjnym TVP 1* w: M. Zemło, A. Jabłoński, J. Szymczyk (red.): *Wiedza. Między słowem a obrazem*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Żakowski J., 2005: *Anty-TINA. Rozmowy o lepszym świecie, myśleniu i życiu*. Warszawa: Sic!