

# RELACJA, KREACJA, DEFORMACJA.

## Dylematy mediów w debacie publicznej

MARCIN ZABORSKI

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie  
Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

### ABSTRACT

#### **Relation, creation, deformation. Media dilemmas in public debate**

The article is devoted to the questions of ethical dilemmas of political activists' appearance in the media. The author utilizes the results of monitoring the national radio and TV stations and asks – who is the leader of the media? Who is allowed to speak? Who is recognized as an authority? The article tries to re-create the picture of political leaders and their political agenda. In this context the author calls for a public debate on this issue and discussion on contemporary political reality.

**Key words:** public debate, political leaders, political agenda

„Wyniki oglądalności nie kłamią – znana polityczna twarz, partyjny celebryta działa jak magnes na widzów i nieważne jest, co mówi. A ponieważ liczą się słupki oglądalności, wydawcy programów publicystycznych nie będą ryzykować – postawią na sprawdzonego zawodnika. Chcesz na ostro – zaprosz np. Niesiołowskiego lub Hofmana. Ma być kontrowersyjnie, dzwoń po Palikota albo Brudzińskiego. Od czasu do czasu zaprosz też jakiegoś ministra, może będzie cytat”<sup>1</sup>. Tak publicystyczną rzeczywistość w polskich mediach elektronicznych opisuje jeden

<sup>1</sup> T. Sekielski: Jak organizuje się walki kogutów, *Nowe Media* 2013, nr 1, s. 39–40.

✉ Adres do korespondencji: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa

z dziennikarzy, Tomasz Sekielski. Prezentując własny ogląd dziennikarskiej codzienności, zdobywa się też na szczere wyznanie dotyczące swojej pracy. Stwierdza bowiem, że gdy chodzi o działanie w ramach opisanego powyżej schematu, sam nie jest bez winy. „Zdarzało się, że nie mając pomysłu na program, albo przygotowując go na ostatnią chwilę, dobieraliśmy gości tak, jakbyśmy ustawiali walkę w ringu. Byle było widowiskowo, a jak są emocje, to są i widzowie”<sup>2</sup> – przyznaje. Potwierdza tym samym, że zdarzało mu się współtworzyć to, co nazywa „maratonem politycznej paplaniny i marketingowej retoryki”<sup>3</sup>, w którym „w rolach głównych występuje niemal na okrągło grupa tych samych dwudziestu, no może trzydziestu partyjnych działaczy”<sup>4</sup>.

Podobne refleksje prezentuje inny dziennikarz – Robert Mazurek – w jednym z felietonów pod wiele mówiącym tytułem: „Jeśli dziś poniedziałek, to Palikot u Olejnik”. To tekst, w którym autor kpi z mechanizmów zaobserwowanych w telewizyjnych i radiowych programach publicystycznych. Zauważa, że ci sami politycy pojawiają się nieustannie w kolejnych audycjach w różnych stacjach. Ironizuje, budując fikcyjną wypowiedź wydawcy jednego z takich programów w komercyjnym kanale telewizyjnym: „Teraz tniemy koszty, więc zrzuciliśmy się z [telewizją] publiczną i tą drugą, konkurencyjną, że jednym busikiem ich rozwozimy. Jak u nas są po 18, to na 20 są na placu [studio TVP], a najpóźniej kwadrans po dziewiątej masz ich na ekranie u tych drugich”<sup>5</sup>.

Nie są to rzecz jasna refleksje odkrywające zupełnie nowe, nieznanne mechanizmy. Na podobne problemy zwracał wcześniej uwagę chociażby Pierre Bourdieu, gdy przedstawiał swoje koncepcje teoretyczne i analizy dotyczące „panowania dziennikarstwa”. W swoich wykładach głoszonych za pośrednictwem telewizji zwracał między innymi uwagę na problem rosnącego znaczenia kategorii oglądalności. Stwierdzał: „W redakcjach i wydawnictwach panuje dziś coś na kształt *mentalności telemetrycznej*. Wszędzie myśli się w kategoriach sukcesu komercyjnego”<sup>6</sup>. Warto dodać, że francuski socjolog mówił o tym w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku.

Zasygnalizowane powyżej obserwacje – zarówno te wpisujące się w nurt publicystyczny, jak i te mające charakter bardziej pogłębionej analizy – mają nas wprowadzać w obszar refleksji, która będzie się skupiać na problemie dylematów mediów w debacie publicznej. Nasza uwaga zostanie skoncentrowana na tych rozterkach, które wiążą się z obecnością przedstawicieli świata polityki w programach publicystycznych i oczekiwaniem, że ich wizyty powinny być atrakcyjne nie tylko z merytorycznego punktu widzenia.

<sup>2</sup> Tamże, s. 40.

<sup>3</sup> Tamże, s. 39.

<sup>4</sup> Tamże.

<sup>5</sup> R. Mazurek: Jeśli dziś poniedziałek, to Palikot u Olejnik, *Press* 2013, nr 12, s. 45.

<sup>6</sup> P. Bourdieu: O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 54.

Mamy oczywiście świadomość, że zarówno przyczyny, jak i skutki tej obecności mogą być różnorodne. Wiemy wszak, że jedną z funkcji mediów jest relacjonowanie bieżących wydarzeń – opisywanie świata i zachodzących w nim zjawisk, także politycznych. Obecność poszczególnych gości w studiach radiowych czy telewizyjnych stanowi więc konsekwencję agendy wynikającej z toku bieżących wydarzeń. Jest efektem poszukiwania komentarzy lub próbą pogłębienia dostępnych już informacji. W ten sposób widz lub słuchacz otrzymuje relację na temat tego, co aktualnie się dzieje lub już się wydarzyło.

Bywa jednak i tak, że programy publicystyczne stają się źródłem zupełnie nowych, nieodkrytych wcześniej informacji. Stają się sceną, na której ogłoszone zostaje to, co dopiero ma się wydarzyć. Autorem takiej informacji może być gospodarz audycji, który na podstawie zdobytych wcześniej danych zadaje określone pytanie, a uzyskując odpowiedź, dopisuje pewne zagadnienia do listy problemów omawianych w dyskursie publicznym. O podobny efekt może zadbać gość programu, ujawniając nieznane wcześniej fakty czy ogłaszając podjęte, ale nieopublikowane jeszcze decyzje. W jednym i drugim przypadku obserwujemy swoistą kreację. Program publicystyczny może więc służyć temu, by wykreować pewne wydarzenie.

Możliwy jest jednak jeszcze inny scenariusz. Taki, w którym w programach radiowych czy telewizyjnych dokonuje się nie tyle medialnej relacji czy kreacji, ile deformacji – czyli zniekształcenia obrazu określonego wydarzenia lub zjawiska obserwowanego w przestrzeni społeczno-politycznej. Owa deformacja może być zamierzonym efektem podjętych działań albo konsekwencją ich zaniechania. Może też być skutkiem mimowolnym, pojawiającym się wbrew zamierzeniom autorów programów medialnych. W takim przypadku przyczyną mogą być przyświecające im złe intencje, odejście od służby prawdzie na rzecz służby rozmaitym ideologiom lub interesom czy wreszcie na przykład zaniedbania, brak wiedzy albo niewystarczająco doskonały warsztat metodologiczny w pracy dziennikarza. Choć oczywiście nie brak również głosów, że nawet największa dbałość o dochowanie standardów nie jest w stanie uchronić nas przed deformowaniem obrazu świata ukazywanego za pośrednictwem mediów. Na ten problem zwraca uwagę na przykład Maciej Iłowiecki, gdy opisuje mechanizmy funkcjonowania mediów. Stwierdza, że nie tylko pokazują one to, jak wygląda rzeczywistość społeczna, polityczna i kulturowa, ale też tę rzeczywistość współtworzą, będąc dla niej „krzywym zwierciadłem”. Zdaniem Iłowieckiego owo skrzywienie rzeczywistości nie stanowi efektu świadomego działania, a jest raczej „swoistą, strukturalną, immanentną cechą mediów”<sup>7</sup>, które w naturalny sposób zajmują się kreacją „swoistej rzeczywistości medialnej, wtórnej wobec świata realnego”<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> M. Iłowiecki: *Pilnowanie strażników. Etyka dziennikarska w praktyce*, Fronda, Warszawa 2012, s. 33.

<sup>8</sup> Tamże, s. 164.

Jednym z narzędzi służących wspieraniu lub osłabianiu poszczególnych elementów triady: relacja – kreacja – deformacja jest właśnie dobór przedstawicieli świata polityki, u których poszukuje się komentarzy i informacji. Już sama ich obecność w programie radiowym i telewizyjnym nierzadko legitymizuje ich w oczach słuchaczy lub widzów, umacnia ich pozycję w środowisku politycznym, nadając ważność w partyjnej hierarchii. Wszak zgodnie z oświeceniową tezą biskupa George’a Berkeleya: *esse est percipi* (istnieć znaczy być postrzeganym), wielu podziela dziś przekonanie, że „istnieć to znaczy być spostrzeganym przez media”<sup>9</sup>. Efekt może być też oczywiście odwrotny, ponieważ zbyt duża częstotliwość wizyt w różnych audycjach może zostać odebrana negatywnie. Jeśli bowiem ktoś często pojawia się w takich programach i wypowiada się na odległe mu tematy, może to rodzić podejrzenie, że mamy do czynienia z politykiem – i owszem – odznaczającym się dużą sprawnością erystyczną, ale niekoniecznie z dobrym specjalistą w jakiejś dziedzinie, merytorycznie przygotowanym do pełnienia swoich funkcji.

To uwaga zgłoszona niejako na marginesie naszych rozważań. Ważniejsze wydaje się natomiast to, że autorzy programów publicystycznych – proponując zarówno ich tematy, jak i listę swoich rozmówców – niewątpliwie mają możliwość wpływania na społeczny odbiór agendy bieżących wydarzeń. Pomijanie określonych środowisk, eksponowanie innych, brak dbałości o proporcje w doborze gości – wszystko to może być źródłem wspomnianej wcześniej deformacji.

Mając świadomość złożoności tej przestrzeni i ograniczeń wynikających z rozmiarów tego opracowania, spróbujemy przyjrzeć się opisywanemu tu problemowi przez pryzmat listy gości występujących w wybranych programach radiowych i telewizyjnych. W ten sposób będziemy próbowali znaleźć odpowiedź na pytanie, czy w doborze rozmówców poszczególnych programów publicystycznych dają się zauważyć pewne prawidłowości. Czy publicystyka telewizyjna rządzi się innymi prawami niż radiowa? Czy istnieją wyraźne różnice w traktowaniu przedstawicieli rządzącej koalicji i reprezentantów opozycji parlamentarnej? I czy da się w tym obszarze odnotować odmiennosć działania mediów publicznych i komercyjnych? W domyśle – czy jedno i drugie w równym stopniu podlegają procesom tabloidyzacji? Można się bowiem zastanawiać, czy różnice w zapisach prawnych regulujących ich funkcjonowanie mają swoje odzwierciedlenie w praktyce działania poszczególnych mediów.

W swoich rozważaniach ograniczymy się więc do samej obecności poszczególnych osób w wybranych audycjach; nie będziemy analizować ani charakteru rozmowy, ani jej przebiegu, ani jej merytorycznej zawartości, choć niewątpliwie takie badania byłyby również bardzo interesujące.

<sup>9</sup> Tamże.

### *Publicystyka telewizyjna*

Monitoring programów publicystycznych w stacjach telewizyjnych obejmował audycje wyemitowane między 1 a 30 czerwca 2013 roku. Pod uwagę brane były programy ukazujące się w cyklu codziennym – od poniedziałku do piątku. Ich charakter zakładał obecność w studiu jednej osoby prowadzącej rozmowę i jednej lub ewentualnie dwóch osób występujących w charakterze gości. Analizie zostały poddane programy czterech kanałów telewizyjnych: dwóch publicznych (Pierwszy Program Telewizji Polskiej i TVP Info) oraz dwóch komercyjnych (TVN24 i Polsat News). Były to programy ukazujące się w ich porannych pasmach – między godziną 7.00 a 9.00: „Gość Poranka” (TVP Info), „Polityka przy Kawie” (TVP1), „Polityczne Graffiti” (Polsat News), „Jeden na Jeden” (TVN24).

W badanym okresie najszersze spektrum reprezentantów różnych sił politycznych zgromadził poranny program TVP1. Gościli w nim przedstawiciele rządu i ośrodka prezydenckiego, reprezentanci prawie wszystkich ugrupowań parlamentarnych – poza SLD – oraz działacze ugrupowań funkcjonujących poza Sejmem. Z kolei najwęższe grono podmiotów pojawiających się w programie – biorąc pod uwagę ich afiliację – odnotowaliśmy w przypadku TVN24. Przeanalizowane tu programy prezentowały w zasadzie spór między dwiema największymi siłami parlamentarnymi – PO a PiS. Obecność reprezentantów innych ugrupowań politycznych w programach tej stacji była marginalna.

Z przeprowadzonego monitoringu wynika, że we wszystkich programach telewizyjnych częściej brali udział przedstawiciele rządzącej koalicji niż reprezentanci ugrupowań tworzących opozycję parlamentarną. Skala tej przewagi była jednak zróżnicowana w zależności od kanału – minimalna w przypadku TVP Info, wyraźniejsza w przypadku pozostałych stacji, zarówno obu komercyjnych, jak i TVP1.

Politykiem najczęściej goszczącym w programach publicystycznych nadawanych w monitorowanych programach telewizyjnych był reprezentujący wówczas Platformę Obywatelską Jarosław Gowin (5 rozmów). Nieznacznie wyprzedził w tym rankingu partyjnego kolegę Grzegorza Schetynę oraz przedstawiciela opozycyjnej formacji Prawo i Sprawiedliwość Adama Hofmana (4 rozmowy). Za nimi znaleźli się: Andrzej Biernat (PO), Mariusz Kamiński (PiS) oraz Janusz Piechociński (PSL). W analizowanym czasie każdy z nich trzykrotnie pojawił się w studiu telewizyjnym, by wziąć udział w porannym programie publicystycznym.

### *Publicystyka radiowa*

Analiza publicystyki radiowej odnosi się – podobnie jak w przypadku kanałów telewizyjnych – do programów, które ukazywały się w cyklu codziennym, od poniedziałku do piątku, między 1 a 30 czerwca 2013 roku. Monitoringiem objęte były audycje zarówno w stacjach publicznych (Program Pierwszy i Program Trzeci Polskiego Radia), jak i komercyjnych (RMF FM, Radio Zet, Tok FM).



**Tabela 1. Obecność przedstawicieli formacji politycznych i głównych instytucji władzy w telewizyjnych programach publicystycznych (czerwiec 2013)**

	TVP Info	TVP1	Polsat News	TVN24
Rząd – PO	◆	◆		◆◆◆◆
Rząd – PSL	◆		◆	◆
Rząd (bez afiliacji partyjnej)		◆		
Platforma Obywatelska	◆◆◆	◆◆◆◆	◆◆◆◆◆◆◆◆	◆◆◆◆◆
Polskie Stronictwo Ludowe	◆◆	◆	◆◆	
Prawo i Sprawiedliwość	◆◆◆◆	◆◆	◆◆	◆◆◆◆◆
Ruch Palikota		◆	◆	
Sojusz Lewicy Demokratycznej	◆◆		◆◆	◆
Solidarna Polska		◆	◆◆	
Polska Jest Najważniejsza			◆	
Europa Plus	◆	◆		
Prawica Rzeczypospolitej Polskiej		◆		
Kancelaria Prezydenta	◆	◆		

Źródło: opracowanie własne.

**Tabela 2. Obecność przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych oraz reprezentantów opozycji parlamentarnej w telewizyjnych programach publicystycznych objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	TVP Info	TVP1	Polsat News	TVN24
Koalicja	7	7	10	10
Opozycja	6	4	7	6

Źródło: opracowanie własne.

**Tabela 3. Politycy najczęściej występujący w telewizyjnych programach publicystycznych objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	Liczba audycji
Jarosław Gowin	5
Adam Hofman / Grzegorz Schetyna	4
Andrzej Biernat / Mariusz Kamiński / Janusz Piechociński	3

Źródło: opracowanie własne.

Wszystkie były emitowane w godzinach 7.00–9.00: „Sygnały Dnia” (PR1), „Salon Polityczny Trójki” (PR3), „Kontrwywiad” (RMF FM), „Gość Radia Zet” (Radio Zet), „Poranek” (Tok FM).

W audycjach zdecydowanej większości analizowanych stacji radiowych mogli zaprezentować się przedstawiciele różnorodnych środowisk politycznych – choć oczywiście z różnym natężeniem. Dotyczy to zarówno kanałów radiofonii publicznej (PR1 i PR3), jak i komercyjnej (Tok FM i Radio Zet). Na ich tle wyróżnia się RMF FM. W audycjach tej stacji pojawiali się bowiem głównie przedstawiciele rządzącej Platformy Obywatelskiej, a nie wszystkich partii opozycji parlamentarnej. Bardzo liczna była też reprezentacja przedstawicieli PO w audycjach Tok FM. W tym przypadku jednak ich obecność była równoważona aktywnością przedstawicieli różnych formacji opozycyjnych. Charakterystyczne jest również to, że w Programie Pierwszym Polskiego Radia szczególny nacisk został położony na obecność członków rządu; w żadnej innej stacji wizyty ministrów nie były tak częste.

**Tabela 4. Obecność przedstawicieli formacji politycznych i głównych instytucji władzy w radiowych programach publicystycznych (czerwiec 2013)**

	PR1	PR3	Tok FM	RMF FM	Radio Zet
Rząd – PO	◆◆◆◆	◆◆◆	◆◆	◆◆◆	◆
Rząd – PSL	◆◆◆◆				
Rząd (bez afiliacji partyjnej)	◆◆◆	◆			◆◆
Platforma Obywatelska	◆◆◆◆◆	◆◆◆◆◆	◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆	◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆	◆◆◆◆◆
Polskie Stronnictwo Ludowe		◆	◆◆	◆	◆
Prawo i Sprawiedliwość	◆◆◆◆◆	◆◆◆	◆◆	◆	◆◆◆
Ruch Palikota	◆	◆	◆◆◆		◆◆◆
Sojusz Lewicy Demokratycznej	◆	◆◆	◆◆◆◆	◆	◆
Solidarna Polska		◆	◆		
Polska Jest Najważniejsza					
Europa Plus	◆		◆◆	◆	
Prawica Rzeczypospolitej Polskiej					
Kancelaria Prezydenta	◆◆◆	◆	◆		◆

Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzony monitoring stacji radiowych wyraźnie pokazuje, że w badanych audycjach zdecydowanie częściej gośćmi byli przedstawiciele koalicji rządzącej niż opozycji parlamentarnej. W tym kontekście możemy jednak wskazać dwie odmienne grupy stacji radiowych. Jedną stanowią te, w których przewaga koalicji w programach publicystycznych jest niewielka. Zaliczymy do nich Program Trzeci Polskiego Radia, Tok FM i Radio Zet. Druga natomiast grupa to te stacje, w których proporcje między koalicją a opozycją parlamentarną w analizowanych audycjach zostały zdecydowanie zaburzone. W przypadku Programu Pierwszego Polskiego Radia obecność tych dwóch grup rozłożyła się w następujących proporcjach: koalicja – 70%, opozycja – 30%. Z kolei w przypadku RMF FM: koalicja – 85%, opozycja – 15%.

**Tabela 5. Obecność przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych oraz reprezentantów opozycji parlamentarnej w radiowych programach publicystycznych objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	PR1	PR3	Tok FM	RMF FM	Radio Zet
Koalicja	16	9	14	11	9
Opozycja	7	7	10	2	7

Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzony monitoring pozwala stwierdzić, że politykiem najczęściej pojawiającym się w porannych audycjach radiowych w analizowanym okresie – podobnie jak w przypadku programów telewizyjnych – był Jarosław Gowin (6 rozmów). Nieznacznie ustępowali mu politycy, którzy czterokrotnie przyjmowali zaproszenie do studia – Joachim Brudziński (PiS), Leszek Miller (SLD), Janusz Palikot (RP) i Grzegorz Schetyna (PO).

**Tabela 6. Politycy najczęściej występujący w radiowych programach publicystycznych objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	Liczba wizyt
Jarosław Gowin	6
Joachim Brudziński / Leszek Miller / Janusz Palikot / Grzegorz Schetyna	4
Robert Biedroń / Jan Krzysztof Bielecki / Jan Bury / Rafał Grupański / Aleksander Kwaśniewski / Paweł Piskorski	3

Źródło: opracowanie własne.



Podsumowując obecność polityków najczęściej pojawiających się w poszczególnych programach telewizyjnych i radiowych, stwierdzamy, że pozycję lidera utrzymuje Jarosław Gowin. Uśredniając – możemy powiedzieć, że w badanym okresie można go było usłyszeć lub zobaczyć w rozmowie publicystycznej co drugi dzień.

**Tabela 7. Politycy najczęściej występujący w programach publicystycznych (telewizyjnych i radiowych) objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	Liczba wizyt
Jarosław Gowin	11
Grzegorz Schetyna	8
Joachim Brudziński	6
Adam Hofman / Leszek Miller / Janusz Palikot	5

Źródło: opracowanie własne.

Dokonując łącznej analizy programów radiowych i telewizyjnych, dochodzimy do wniosku, że grupą pojawiającą się w nich najczęściej byli przedstawiciele Platformy Obywatelskiej. W monitorowanych programach byli obecni dwa razy częściej niż reprezentanci Prawa i Sprawiedliwości, czyli największej frakcji opozycyjnej w parlamencie. Te różnice będą jeszcze wyraźniejsze, gdy weźmiemy pod uwagę aktywność polityków PO zasiadających w ławach rządowych. Natomiast to właśnie PiS jest wyraźnym faworytem, gdy analizujemy obecność przedstawicieli opozycji parlamentarnej w programach publicystycznych. Liczba wizyt reprezentantów tej formacji jest niemal równa liczbie przedstawicieli wszystkich pozostałych formacji opozycyjnych zaproszonych do udziału w badanych programach radiowych i telewizyjnych.

Obraz, jaki wyłania się z przeprowadzonych badań programów radiowych i telewizyjnych, wskazuje na wyraźną przewagę aktywności przedstawicieli koalicji rządowej nad obecnością reprezentantów opozycji parlamentarnej.

Należy poczynić w tym miejscu istotne zastrzeżenie. Otóż zawarte tu dane i wyciągane z nich wnioski należy traktować jako materiał pilotażowy, przygotowany z pełną świadomością, że krótki okres badania i ograniczony zestaw programów objętych monitoringiem nie pozwala na wysnucie ostatecznych wniosków. Celem było tu raczej wstępne sprawdzenie intuicji, zweryfikowanie zainteresowań badawczych, ustalenie pola badawczego i korekta przyjętych założeń, z myślą o ewentualnej kontynuacji analiz. Powtórzenie badań i przeprowadzenie ich w szerszej perspektywie czasowej pozwoliłoby na weryfikację spostrzeżeń poczynionych w zaprezentowanej tu analizie.

To, że w czasie badania zostały przeanalizowane poranne programy publicystyczne, wynika z faktu, iż są one istotne z punktu widzenia kreacji rzeczy-

**Tabela 8. Obecność przedstawicieli formacji politycznych i głównych instytucji władzy w telewizyjnych i radiowych programach publicystycznych (czerwiec 2013)**

	Telewizja i radio
Rząd – PO	19
Rząd – PSL	7
Rząd (bez afiliacji partyjnej)	7
Platforma Obywatelska	50
Polskie Stronictwo Ludowe	10
Prawo i Sprawiedliwość	27
Ruch Palikota	10
Sojusz Lewicy Demokratycznej	14
Solidarna Polska	5
Polska Jest Najważniejsza	1
Europa Plus	6
Prawica Rzeczypospolitej	1
Kancelaria Prezydenta	8

Źródło: opracowanie własne.

**Tabela 9. Obecność przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych oraz reprezentantów opozycji parlamentarnej w telewizyjnych i radiowych programach publicystycznych objętych badaniem (czerwiec 2013)**

	Telewizja i radio
Koalicja rządowa	93
Opozycja parlamentarna	56

Źródło: opracowanie własne.

wistości medialnej. Odgrywają ważną rolę w tworzeniu newsów, wyprzedzaniu faktów, wyznaczaniu kierunków myślenia i ustalaniu agendy dnia. Z drugiej jednak strony trzeba pamiętać, że to jedynie mały fragment medialnej przestrzeni. Należy na niego spoglądać ze świadomością otoczenia i kontekstu (choćby innych audycji w poszczególnych programach).

Stworzenie zestawienia, które sumuje wizyty poszczególnych gości we wszystkich analizowanych programach, jest oczywiście jedynie pewną konstrukcją teoretyczną, odwołującą się do naszej wyobraźni. Prosta suma nie oddaje skomplikowanej rzeczywistości, przeciwnie – zdecydowanie ją upraszcza. Mamy świadomość,

że nikt nie jest w stanie obejrzeć i wysłuchać wszystkich audycji; pory ich emisji się nakładają, wykluczając możliwość pełnego śledzenia ich wszystkich w czasie rzeczywistym. Niewielu szuka różnych źródeł danego dnia (choć to teoretycznie możliwe, na przykład poprzez odnajdywanie poszczególnych treści w zasobach internetowych). Inny czynnik, na który musimy zwrócić uwagę, to poziom oglądalności i słuchalności oraz zasięg poszczególnych kanałów radiowych i telewizyjnych, a co za tym idzie – nadawanych w nich programów. Mają one odmienny potencjał, ponieważ już w punkcie wyjścia waga poszczególnych rozmów jest inna. Nie można jednak pominąć faktu, iż treści „wytwarzane” w czasie porannych rozmów stanowią ważne źródło – są powielane, przetwarzane przez agencje prasowe, portale czy strony internetowe prasy codziennej lub tygodników.

### *Uwagi końcowe*

Odtworzenie obrazu pola politycznego w programach publicystycznych sprzyja postawieniu pytań o reguły rządzące ustanawianiem agendy mediów, ale też o dylematy, przed którymi stają dziennikarze w swojej pracy. Można się bowiem zastanawiać na przykład nad tym, czym media publiczne powinny odróżniać się od komercyjnych. Czy tą kategorią powinna być szczególna dbałość na etapie zapraszania gości do programów publicystycznych? – dbałość prowadząca do tego, by reprezentowali różnorodne środowiska. Istotne z punktu widzenia naszych rozważań jest to, że przepisy, które wyznaczają pole działalności mediów publicznych, nakładają na nie obowiązki inne niż w przypadku mediów komercyjnych. Zwróćmy w tym miejscu uwagę chociażby na *Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 24 kwietnia 2003 r. w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych*. Zakłada ono, że do obowiązków mediów publicznych należy prezentowanie stanowisk tych podmiotów w bieżących sprawach publicznych. Ma się to odbywać w sposób rzetelny i pluralistyczny. Zapisom tym towarzyszą konkretne wskazania czasu, który ma być poświęcony na zrealizowanie tego zadania. Stanowiska partii politycznych – zarówno w przypadku programów radiowych, jak i telewizyjnych – mają być przedstawiane przez minimum 180 minut w miesiącu – od 1 września do 31 maja. Natomiast między 1 czerwca a 31 sierpnia – przez co najmniej 30 minut w miesiącu. Z kolei na przedstawianie stanowisk związków zawodowych i organizacji pracodawców media publiczne mają poświęcać miesięcznie po minimum 30 minut. Rozporządzenie KRRiT przewiduje też, że takie programy w telewizji mają być emitowane w godzinach 8.00–23.00, a w radiu w godzinach 6.00–22.00.

W działalność mediów publicznych wpisane zostało oczekiwanie, że w sposób pluralistyczny będą prezentować stanowiska rozmaitych podmiotów politycznych. Media komercyjne – z formalnego punktu widzenia – mają tu dużo większą swo-

bodę działania. Może się więc zdarzyć, że – co widzimy zresztą w przytoczonych wcześniej przykładach – wśród gości zapraszanych do audycji zdecydowanie są zaburzone proporcje między reprezentantami ekipy rządzącej a przedstawicielami opozycji. (Choć – jak widzimy w zaprezentowanych powyżej badaniach – nie jest wcale oczywiste, że dzieje się to tylko w mediach komercyjnych). Warto jednak zadać pytanie: czy taki stan jest jednoznacznie negatywny? Z jednej strony rodzi oczywiście zagrożenie nierównego traktowania poszczególnych sił politycznych, ale z drugiej to rządzący podlegają dokładnej kontroli i powinni być dopytywani o szczegóły podejmowanych (lub niepodejmowanych) decyzji. Ich obecność w programach publicystycznych może temu właśnie służyć. Jednakże – oczywiście – kontrola, o której tu mowa, jest sprawowana także przy udziale przedstawicieli formacji opozycyjnych. Trudno więc wyobrazić sobie pomijanie ich w dyskursie prowadzonym w przestrzeni radiowych i telewizyjnych programów publicystycznych.

Inny dylemat mediów wiąże się z kategorią oglądalności i słuchalności. Jeśli staje się ona podstawą podejmowanych decyzji, może się przekładać na kryteria zapraszania gości do programów publicystycznych. Efekt może być taki, że pojawiają się w nich niekoniecznie ci, którzy mają merytoryczne przygotowanie, ale ci, którzy zapewniają cytowalność – i znów niekoniecznie z powodu treści, lecz z powodu na przykład „soczystości” języka. Prowadzi to często do personalnych ataków, spływania dyskusji czy wręcz braku rzeczywistej debaty. Innym zagrożeniem jest stosowana nierzadko zasada, iż w programach takich pojawiać się muszą politycy znani i rozpoznawalni, nawet jeśli nie są ekspertami w dziedzinie, której dotyczy rozmowa. Zawęża to często krąg dyskutantów i tworzy swoistą korporację medialną polityków, do której dostęp jest ograniczony.

Codzienny wyścig wielu konkurujących z sobą redakcji do poszczególnych gości może wywoływać w nich swoiste poczucie ważności. Tworzy się w nich przekonanie, że skoro są zapraszani, to po prostu SA. W związku z tym daje się więc zaobserwować zjawisko kreowania medialnych gwiazd, w którym potwierdzenie uzyskuje teza, że media nie tylko odtwarzają porządek pola politycznego, ale też go współtworzą.

Rzecz jasna należy mieć świadomość, że ludzie mediów nie działają w próżni i nie tylko na nich spoczywa odpowiedzialność za ostateczne efekty ich pracy. Wszak w tworzeniu swoich programów podejmują współpracę z wieloma innymi podmiotami – chociażby z biurami prasowymi klubów parlamentarnych i formacji politycznych, z rzecznikami prasowymi resortów i innych instytucji państwowych, z asystentami poszczególnych polityków (posłów, senatorów, ministrów, prezydentów, deputowanych do Parlamentu Europejskiego itd.) czy wreszcie – z samymi politykami. Jakość tej współpracy przekłada się na ostateczny kształt programów, do których owi politycy są zapraszani<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Problematyka relacji między politykami a mediami jest oczywiście szeroko opisana w literaturze, ale interesujących przykładów ilustrujących tę kwestię dostarcza nam też praktyka życia medialnego. Jeden z nich dotyczy wydarzeń z 2013 r., kiedy to Komitet Polityczny PiS podjął uchwałę regulującą udział posłów „w centralnych programach radiowych i telewizyjnych”. Ustalono wów-

Wspomnijmy na koniec o jeszcze innym dylemacie, z którym nierzadko muszą zmierzyć się autorzy programów publicystycznych. Wiąże się on ze znaną i powszechnie akceptowaną zasadą dobrego dziennikarstwa, która brzmi: „propaguj dobre wzory”, a odnosi się między innymi do kwestii estetycznych, w tym także językowych. Wpisując ją w omawianą tutaj przestrzeń, możemy zadać pytanie: czy dziennikarze, zapraszając gości do studia radiowego lub telewizyjnego, powinni kierować się takimi kryteriami, jak poprawność artykulacyjna i dykcyjna, właściwe akcentowanie, świadomość językowa, płynność wypowiedzi lub tembr głosu gościa? Pominięcie tego aspektu może prowadzić do oskarżeń o promowanie językowej nieporadności i pogłębianie bylejakości debaty publicznej. Z drugiej jednak strony można zapytać, czy należy zapraszać do studia jedynie sprawnych retorów. Wszak goście pojawiają się w studiu radiowym lub telewizyjnym dlatego, że sprawują określone funkcje lub zajmują konkretne stanowiska. Jeśli natomiast ich sprawność językowa pozostawia wiele do życzenia, odpowiedzialność za to zdają się ponosić ci, którzy im owe funkcje lub stanowiska powierzyli.

### *Bibliografia*

- Bourdieu P.: O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Howiecki M.: Pilnowanie strażników. Etyka dziennikarska w praktyce, Fronda, Warszawa 2012.
- Mazurek R.: Jeśli dziś poniedziałek, to Palikot u Olejnik, *Press* 2013, nr 12.
- PiS: od piątku obowiązują nowe zasady kontaktów z mediami, Depesza PAP z 2013-11-08.
- Sekielski T., Jak organizuje się walki kogutów, *Nowe Media* 2013, nr 1.

---

czas, że taki udział musi być skonsultowany z biurem prasowym klubu parlamentarnego. Wśród komentarzy pojawiły się wówczas głosy, że klub parlamentarny próbuje ingerować w działalność poszczególnych redakcji, a uchwałą skierowaną do członków formacji politycznej obejmuje *de facto* również dziennikarzy. Zob. Depesza PAP, PiS: od piątku obowiązują nowe zasady kontaktów z mediami, 8.11.2013.