

PRZEŁOMY I KRYZYSY – ZMIANY MEDIALNEJ REPREZENTACJI ŚRODOWISK POLITYCZNYCH W RADIU I TELEWIZJI

ANDRZEJ MELER, RADOSŁAW SOJAK, ANNA PIECHOCKA

Instytut Socjologii
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

ABSTRACT

Breakthroughs and crises – The changes in radio and television representation of political parties

Drawing upon the data on the presence of politicians in the most influential television and radio political programmes, the article examines the changes in the representation of political parties during political breakthroughs and crisis periods. The analysis is based on quantitative data and indicators and covers period from January 2016 until October 2017. The analysis revealed following changes occurring in those special periods: increasing politicisation of discourse; general preference of ruling parties to visit public broadcasters while at the same time significant increase in presence of opposition politicians with private broadcasters; increase in presence of party leaders and most recognisable politicians.

Keywords: television, radio, pluralism, media representation of political parties, political breakthroughs and crises

Wstęp

W jednym z wywiadów radiowych Adam Hofman, były polityk Prawa i Sprawiedliwości, w kontekście opuszczenia kancelarii prezydenckiej przez Małgorzatę Sadurską i zajęcia przez nią stanowiska w zarządzie PZU, użył sformułowania „medialna «trzydniówka»” (Hofman 2017). Dla obserwatora sceny politycznej, z jednej strony, nie stanowi to szczególnej rewelacji – skądinąd wiadomo, że wydawcy i nadawcy starają się przynajmniej przez kilka dni utrzymywać na wysokim poziomie zainteresowanie publiczności wydarzeniami, które uznają za ważne lub/i sensacyjne. Z drugiej jednak strony użycie takiego sformułowania przez osobę będącą bez wątpienia politycznym *insiderem* daje unikalny wgląd w sposób myślenia klasy politycznej oraz definiowanie przez jej członków warunków brzegowych swoich działań. Dlatego poniższy tekst koncentruje się na identyfikacji zmian w medialnej reprezentacji środowisk politycznych w okresach politycznych kryzysów i przełomów. Taka analiza nie tylko pozwoli odpowiedzieć na pytanie o to, jak partie politycznie zmieniają strategie reprezentacji w sytuacjach niestandardowych, ale może być istotnym przyczynkiem do badań nad poziomem pluralizmu polskiego systemu medialnego oraz dostarczyć wstępnych odpowiedzi na pytanie o to, jak bardzo media tradycyjne zaangażowane są w codzienne spory polityczne.

Perspektywa metodologiczna

Postulat, aby szczególną uwagę badawczą objąć sytuacje i momenty kryzysowe oraz przełomowe, na pierwszy rzut oka może się wydawać słabo uzasadniony. Podążanie za nomotetycznym ideałem naukowości każe wszak koncentrować się raczej na tym, co typowe, tak aby prawidłowości i prawa mogły zostać zidentyfikowane w swej powtarzalności. Gdyby zaś podążać za wytycznymi idiografizmu, wtedy próba systematycznej obserwacji wydarzeń wyjątkowych i idiosynkratycznych będzie się jawić dość paradoksalnie.

Nie zmienia to faktu, że w tradycji socjologicznej taka właśnie koncentracja na sytuacjach kontrowersji lub kryzysu jest dobrze zakorzeniona metodologicznie. Należy tu wskazać przede wszystkim na tradycję etnometodologiczną.

Harold Garfinkel oparł swój projekt w znacznej mierze na przeświadczeniu, że studiowanie sytuacji niestandardowych, w których zakwestionowana zostaje domyślna, milcząco zakładana definicja sytuacji, daje unikalny wgląd w mechanizmy tworzenia społecznego ładu.

Procedura jest następująca: wychodząc od znanych sytuacji, zadajemy pytanie, co by tu popsuć. Operacje, jakie trzeba wykonać, żeby mnożyć nonsensy, wprawić uczestników w osłupienie, wywołać konsternację i zmieszanie, generować społecznie ustruktrowane uczucia niepokoju, wstydu, winy i oburzenia, i dezorganizować

wać interakcje, powinny nieco rozjaśnić kwestię, jaką jest zazwyczaj wytwarzany i odtwarzany rutynowy porządek codziennych aktywności (Garfinkel 2007, s. 54)¹.

Tylko takie podejście zdaniem Garfinkla dawało szansę na ujawnienie pozostających zazwyczaj w tle i na poziomie milczącym oczekiwań społecznych funkcjonujących po części jako ramy interpretacyjne wszystkiego, co wydarza się w codziennych interakcjach².

Korzystając z tej odległej inspiracji, analizujemy reakcje medialnej sfery publicznej (Schulz 2006, s. 67–72) w Polsce na niestandardowe wydarzenia polityczne pod kątem ilościowych zmian w reprezentacji poszczególnych środowisk politycznych. Takie podejście bez wątpienia daje wgląd w zmiany strategii aktorów politycznych i ujawnia pośrednio niezbyt oczywiste mechanizmy regulujące interakcje między światem polityki i mediów. W przeciwieństwie do Garfinkla, nasza analiza nie pozwala jednak wnioskować na temat sprawstwa. Rejestrujemy zmiany, ale nie rozstrzygamy, do jakiego stopnia wynikają one z polityki wydawców, zmieniających się strategii partii politycznych oraz indywidualnych preferencji poszczególnych osób (zarówno dziennikarzy, jak i polityków).

Dane

Materiałem badawczym do niniejszej analizy jest baza danych zawierająca informacje o obecności gości w radiowych i telewizyjnych audycjach publicystycznych. Dane były zbierane w okresie od 9 stycznia 2016 roku do 31 października 2017 roku w ramach projektu realizowanego przez Centrum Monitorowania Dyskursu Publicznego (www.cmdp.pl). Projekt opiera się na regularnym, codziennym monitoringu audycji publicystycznych pod kątem obecności przedstawicieli partii politycznych. Uwzględniane są audycje nadawane w dni powszednie między godziną 7:00 a 9:00 oraz między 18:00 a 21:00, ponieważ są to okresy największej oglądalności i słuchalności³. Poza tym uwzględniane są również weekendowe au-

¹ Później tę procedurę, którą sam Garfinkel nazywał raczej demonstracją niż eksperymentem, określono jako „eksperyment przerywania” (*breaching experiment*) (Jansen 2008, s. 127–159), a zakorzeniła się ona w socjologii tak bardzo, że zyskała sobie status wiedzy podręcznikowej (Ritzer 2010, s. 397 i nn.).

² Częściowo podążając za etnometodologiczną inspiracją, podobne założenia przyjęli niektórzy przedstawiciele socjologii wiedzy naukowej. Szczególnie badacze skupieni wokół tzw. szkoły z Bath, Harry’ego M. Collinsa i Trevora Pincha, podkreślali, że nauka, mając tendencję do generowania silnego konsensu wokół wiedzy, znacznie utrudnia studiowanie mechanizmów produkowania wiedzy pozostających poza świadomością metodologiczną badacza (Collins 1983, s. 94–95). O ile założenie Garfinkla można uznać co najwyżej za ogólną heurystykę metodologiczną, o tyle socjologia wiedzy naukowej dostarczyła wielu przekonujących studiów przypadków potwierdzających wyjściową intuicję.

³ W radiu okres największej słuchalności przypada na godziny poranne od 7:00 do 11:00 (za: Nieć 2010, s. 167). Z kolei w telewizji *prime time* wyznacza się od 19:00 do 23:00 (za: Kurdupski 2017). Okresy wybrane do analizy zostały zmodyfikowane po uwzględnieniu godzin emisji głównych audycji publicystycznych.

dycje nadawane między 8:00 a 12:00 oraz między 19:00 a 21:00. Zestaw audycji nie jest jednolity przez cały okres analizy, ponieważ projekt reaguje na zmiany w ramówkach anten⁴. Poniższa analiza uwzględnia następujące audycje w stacjach publicznych:

„Salon polityczny” Trójki	„Gość poranka” w TVP Info
„Sygnały dnia” w Programie 1 PR	„Gość Wiadomości” w TVP Info
„Śniadanie w Trójce”	„INFO rozmowa” w TVP Info
„24 pytania” w Polskim Radiu 24	„Minęła dwudziesta” w TVP Info
„Kwadrans polityczny” w TVP 1	„Minęła 8” w TVP Info
„Polityka przy kawie” w TVP 1	„O co chodzi” w TVP Info
„Cztery strony” w TVP Info	„Po przecinku” w TVP Info
„Dziś wieczorem” w TVP Info	„Salon dziennikarski” w TVP Info
„Forum” w TVP Info	„24 minuty” w TVP Info.

W stacjach prywatnych zostały uwzględnione⁵:

„Gość Radia Zet”	„Polityczne graffiti” w Polsat News
„Gość Krzysztofa Ziemca” w RMF FM	„Fakty po Faktach” w TVN24
„Kontrwywiad” w RMF FM	„Horyzont” w TVN24
„Popołudniowa rozmowa” w RMF FM	„Jeden na jeden” w TVN24
„Poranna rozmowa” w RMF FM	„Kropka nad i” w TVN24
„Gość Wydarzeń” w Polsat News	„Łoża prasowa” w TVN24
„Graffiti Popołudniowe” w Polsat News	„Piaskiem po oczach” w TVN24.

Po zebraniu informacji o gościach poszczególnych audycji, każdemu zostaje przypisana partia, do której należy. Oddzielną kategorię tworzą goście niepartijni, czyli osoby oficjalnie niezwiązane z żadnym ugrupowaniem politycznym.

Okresy

Między 9 stycznia 2016 roku a 31 października 2017 roku wyodrębniliśmy podokresy względnego spokoju w dyskursie publicznym, które zbiorczo nazwaliśmy okresami zwykłymi, oraz okresy szczególne, zdominowane przez jedno – często nieprzewidywalne – wydarzenie. Taka dominacja jednego zdarzenia

⁴ Poza przyjętymi ramami czasowymi na bieżąco analizowane są audycje pojawiające się w ramówce jako zastępstwo dla usuwanych programów (np.: „24 minuty”, „Cztery strony”, „O co chodzi”, „Gość Wiadomości” i „Minęła 8” w TVP Info, „Kwadrans polityczny” w TVP 1, „Śniadanie w Radiu Zet” oraz „Poranna rozmowa” w RMF FM).

⁵ W naszej analizie z bazy danych CMDP wykluczaliśmy te audycje, których struktura obecności ma charakter sztywny. Polega zwykle na tym, że w każdym wydaniu pojawia się jeden przedstawiciel z każdej partii parlamentarnej oraz z Kancelarii Prezydenta RP. Tych audycji nie dotyczy badane przez nas zjawisko zmiany modelu obecności.

albo sprawy może mieć charakter całkowicie pozapolityczny (np. katastrofy naturalne, wydarzenia sportowe itp.). W kontekście wydarzeń politycznych wyróżniamy dwa typy takich okresów szczególnych: przełomy i kryzysy. Przełomem nazywamy istotną zmianę polityczną, będącą wynikiem wydarzenia spodziewanego, przebiegającego zgodnie ze znanymi i raczej niekwestionowanymi procedurami (np. wybory dowolnego szczebla). Kryzys to sytuacja, w której dochodzi do zaskakujących politycznych wydarzeń o burzliwym przebiegu, toczących się przynajmniej do pewnego stopnia spontanicznie. Poniższa tabela prezentuje przełomy i kryzysy wyróżnione w analizowanym okresie⁶.

Tabela 1. Kalendarium przełomów i kryzysów

Data wydarzenia	Początek	Koniec	Skrócony opis	Opis
19.01.2016	19.01.2016	21.01.2016	Deбата o Polsce w PE	Wystąpienie premier Beaty Szydło w Parlamencie Europejskim podczas debaty dotyczącej sytuacji w Polsce (w kontekście sporów o TK i zmian w mediach).
8.03.2016	8.03.2016	11.03.2016	Premier Szydło o publikacji wyroku TK	Premier Beata Szydło podczas konferencji prasowej w bazie lotniczej pod Mińskiem Mazowieckim zapowiedziała, że nie opublikuje wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie nowelizacji ustawy o TK.
8.07.2016	8.07.2016	11.07.2016	Szczyt NATO	Szczyt NATO w Warszawie, podczas którego prezydent Barack Obama ogłosił, że w Polsce będzie stacjonował amerykański batalion.
3.10.2016	3.10.2016	5.10.2016	„Czarny protest”	Ogólnopolska manifestacja przeciwko ewentualnemu zaostrzeniu przepisów prawa aborcyjnego (reakcja na dwa złożone w Sejmie obywatelskie projekty ustaw w tej sprawie).
4.10.2016	5.10.2016	7.10.2016	Zerwanie umowy na Caracale	4 października Ministerstwo Rozwoju poinformowało, że zerwano negocjacje z firmą Airbus Helicopters ws. zakupu śmigłowców wielozadaniowych Caracal dla polskiej armii.

⁶ Na potrzeby analiz statystycznych kryzysy i przełomy traktujemy łącznie.

16.12.2016	16.12.2016	22.12.2016	Kryzys sejmowy	Posel PO Michał Szczerba wykluczony z obrad; blokada mównicy w Sali Posiedzeń Sejmu przez grupę posłów PO i Nowoczesnej; kontynuowanie 33. posiedzenia Sejmu w Sali Kolumnowej; przegłosowanie ustawy budżetowej; uczestnicy manifestacji przed Sejmem blokują wyjścia (16 XII); starcia demonstrujących z policją (16/17 XII). Zapowiedź okupacji gmachu przez opozycję do kolejnego, 34. posiedzenia Sejmu.
16.12.2016	19.12.2016	21.12.2016	Koniec kadencji Andrzeja Rzeplińskiego	O północy z 19 na 20 grudnia zakończyła się 9-letnia kadencja sędziego Trybunału Konstytucyjnego Andrzeja Rzeplińskiego (prezesa TK od 2010 r.).
2.01.2017	2.01.2017	4.01.2017	Ryszard Petru i Joanna Schmidt na Maderze?	W Internecie pojawiło się zdjęcie Ryszarda Petru i Joanny Schmidt (Nowoczesna), wykonane przed sylwestrem w samolocie lecącym na Maderę [Petru miał protestować w Sejmie do 11 stycznia].
4.01.2017	4.01.2017	6.01.2017	Informacje medialne nt. faktur Kijowskiego	Na portalu Onet został opublikowany artykuł informujący o wystawieniu przez firmę należącą do Mateusza Kijowskiego i jego żony faktur za usługi informatyczne świadczone na rzecz KOD (sześć faktur opiewających łącznie na kwotę ponad 91 tys. zł). Pieniądze, które KOD wypłacił spółce Kijowskich, pochodziły z funduszy Komitetu Społecznego KOD (ze zbiórki publicznej).

9.03.2017	9.03.2017	12.03.2017	Donald Tusk przewodniczącym RE [27 : 1]	Wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej (II kadencja) mimo sprzeciwu Polski (tzw. głosowanie 27 : 1). Oficjalnym kandydatem Polski na to stanowisko był europarlamentarzysta Jacek Saryusz-Wolski.
19.04.2017	19.04.2017	21.04.2017	Donald Tusk zeznaje w prokuraturze	Szef Rady Europejskiej i były premier Donald Tusk zeznał w prokuraturze wojskowej w Warszawie jako świadek w śledztwie dotyczącym współpracy Służby Kontrwywiadu Wojskowego z rosyjską Federalną Służbą Bezpieczeństwa. Do Warszawy przyjechał z Sopotu pociągiem Pendolino.
5.07.2017	5.07.2017	8.07.2017	Wizyta Donalda Trumpa w Warszawie	Wizyta prezydenta Stanów Zjednoczonych. Prezydent Donald Trump w czasie przemówienia w Warszawie złożył deklaracje o znaczeniu międzynarodowym, które wzmocniły obóz rządzący.
2–30.10.2017	13.10.2017	17.10.2017	Strajk rezydentów	Protest lekarzy rezydentów trwał niemal miesiąc. 13 października sejmowa Komisja Zdrowia odwiedziła głodujących lekarzy. Nie uspokoiło to sytuacji. 16 października nastąpiła eskalacja protestu na kraj, a minister zdrowia ogłosił rezygnację z członkostwa w Naczelnej Radzie Lekarskiej.

Źródło: opracowanie własne.

Baza będąca podstawą analizy zawiera 10 618 obecności w okresach zwykłych oraz 686 obecności w kryzysach i przełomach zaobserwowanych w ciągu 615 dni w okresach zwykłych i 47 dni kryzysów i przełomów.

Formacje

Kolejny obszar agregacji danych dotyczy gości programów publicystycznych. Wyodrębnione w tej agregacji kategorie będziemy nazywać formacjami. Za Herbertem Blumerem przyjęliśmy, że opinia publiczna jest budowana przez różne, często sformalizowane grupy interesów. Te grupy różnią się od siebie siłą i prestiżem, wynikającymi z ich zasobów organizacyjnych, formalnych, wizerunkowych, oraz kierunkami działania (Blumer 1948, s. 542–549). Biorąc to pod uwagę, wyodrębniliśmy formacje, których możliwości oddziaływania na opinię publiczną są różne lub/i kierunki działania są różne. Wyróżniliśmy pięć formacji:

- Obóz rządzący, na który składają się politycy Prawa i Sprawiedliwości, Polski Razem, Solidarnej Polski, funkcjonariusze rządu oraz kancelarii prezydenta Andrzeja Dudy. W tej kategorii znajdują się goście audycji publicystycznych, którzy są członkami wymienionych partii lub pracownikami Kancelarii Prezydenta RP lub rządu, nawet jeżeli formalnie nie należą do partii tworzących obóz rządzący. W kategoriach Blumera możemy powiedzieć, że politycy skupieni w tej formacji mają wspólny cel i wysoką siłę oddziaływania na opinię publiczną. W naszej bazie zgromadziliśmy informacje o 3582 obecnościach 186 przedstawicieli tej formacji.
- Dwie formacje obejmujące opozycję parlamentarną z podziałem na miękką i twardą⁷. Podział opozycji na bardziej i mniej antagonistyczną występuje jako temat w dyskursie publicznym (LW 2016, Mikulski 2017) oraz literaturze naukowej (Godlewski 2001). Tadeusz Godlewski twierdzi, że:

[...] między opozycją parlamentarną a większością rządzącą nie ma w systemach demokratycznych podziału dychotomicznego. Istnieje natomiast wiele stanów pośrednich, półcieni, zmiennych temperatur. Krótko mówiąc, jest wiele drzwi do trzeciego wyjścia, a mianowicie wielowariantowej opozycji półłojalnej, z wykluczeniem semantycznych skojarzeń pejoratywnych (Godlewski 2001, s. 469).

Za podstawowe kryterium podziału na opozycję na twardą i miękką uznaliśmy ilościowy wskaźnik zgodności głosowań w Sejmie. Partie, które w większości przypadków (czyli powyżej 50%) głosują tak samo jak obóz rządzący, uznaliśmy za miękką opozycję. Z kolei te, które rzadziej zgadzają się z rządzącymi – za twardą opozycję. W rezultacie analizy 3379 głosowań (w okresie 4.01.2016–27.09.2017) miękką opozycją okazuje się Kukiz¹⁵ (56% głosowań zgodnych z PIS/ZP), natomiast twardą – trzy pozostałe partie opozycyjne zasiadające w Sejmie (PSL głosowało zgodnie w 39% głosowań, PO – w 38%, Nowoczesna zaś w 35%).

W naszej bazie zgromadziliśmy informacje o 2550 obecnościach 171 przedstawicieli twardej i 523 obecnościach 32 przedstawicieli miękkiej opozycji.

⁷ Według przywołanej koncepcji Blumera (1948) siła opozycji może być w debacie publicznej niewiele mniejsza od obozu rządzącego, w myśl zasady, że opozycja posiada władzę ograniczania władzy, ale kierunek jej działań jest zwykle przeciwny do reprezentowanego przez obóz rządzący.

Partie pozaparlamentarne. Przedstawiciele partii, które nie dostały się do parlamentu, zgrupowaliśmy jako jedną kategorię zarówno ze względów statystycznych, jak i merytorycznych. Po pierwsze, liczebność tej kategorii jest zbyt mała, aby dokonywać dodatkowych rozwarstwień (w sumie 679 obecności, 85 przedstawicieli). Po drugie, niezależnie od różnic merytorycznych, które dzielą przedstawicieli partii pozaparlamentarnych⁸, ich siła oddziaływania jest dużo mniejsza niż obozu rządzącego i opozycji parlamentarnej.

Goście niepartyjni, czyli komentatorzy, którzy nie posiadają formalnie legitymacji partyjnej ani nie pełnią funkcji publicznych z nadania żadnej partii⁹. Są to dziennikarze, publicyści, eksperci, naukowcy, lekarze, przedstawiciele biznesu, duchowni, pracownicy służb mundurowych. W naszej bazie odnotowaliśmy 171 gości niepartyjnych i 3970 obecności.

Funkcje, jakie w dyskursie publicznym spełniają goście niepartyjni oraz przedstawiciele środowisk pozaparlamentarnych, wymagałyby odrębnej, pogłębionej analizy. Z jednej strony bowiem ich obecność z całą pewnością może służyć podnoszeniu pluralizmu i inkluzywności dyskursu. Bez wątplenia też goście niepartyjni obsadzani są w roli medialnych ekspertów, komentujących bieżące wydarzenia (zob. Weaver, Wilhoit 1996). Z drugiej jednak strony ich nieskrywane często sympatie światopoglądowe (w przypadku osób niepartyjnych) oraz niski stopień oddziaływania społecznego (w przypadku środowisk pozaparlamentarnych) mogą być interpretowane jako jeden z czynników przyczyniających się do powstawania szumu informacyjnego. Nie zmienia to faktu, że bez uwzględnienia tych formacji analiza byłaby niepełna.

Nadawcy i anteny

Uwzględnione przez nas audycje zostały przeanalizowane w następujących przekrojach:

- w tradycyjnym podziale na typy mediów: radio i telewizję;
- na poziomie poszczególnych anten (TVP 1, TVP Info, TVN24 itd.) – uwzględnione przez nas anteny telewizyjne obejmują w sumie 19,3%¹⁰ rynku, zaś radiowe 54,02%;
- w dwubiegunowym podziale ze względu na formę własności na publiczne i komercyjne.

Agregacja anten do publicznych i komercyjnych ma swoje dwojaki uzasadnienie. Pierwsze odnosi się do specyfiki mediów publicznych wynikającej z przepisów prawa, które w dużo mniejszym stopniu wiążą media komercyjne (McQuail 1992).

⁸ Choć trzeba zaznaczyć, że w tej grupie dominują przedstawiciele partii tradycyjnie przetrzeganych jako lewicowe (SLD, Razem, Twój Ruch).

⁹ Więcej informacji jest dostępnych pod adresem [<http://www.cmdp.pl/metodologia/rozterki-badacza/>; 14.03.2018].

¹⁰ Jest to udział w całym czasie oglądalności zawierającym oglądanie kanałów informacyjnych, rozrywkowych, tematycznych. Wśród wybranych do analizy anten znajdują się trzy największe anteny newsowe.

Drugi argument wynika z faktu, że media publiczne ze względów formalnych podane są silniejszej presji ze strony rządzących. Ponadto należy jednak pamiętać, że niektóre media komercyjne nie ograniczają się do neutralnego relacjonowania faktów, tylko angażują się w spór polityczny¹¹. W naszej analizie znalazły się:

- Anteny publiczne: TVP 1, TVP Info, Program 1 Polskiego Radia (PR 1), Program 3 Polskiego Radia (PR 3) – w sumie 14,05% rynku telewizyjnego i 16,08% radiowego;
- Anteny komercyjne: TVN24, Polsat News, RMF FM, Radio Zet – w sumie 5,24% rynku telewizyjnego i 37,95% radiowego.

Hipotezy badawcze

Formacje, których działania i zachowania wpływają na kształt opinii publicznej, oddziałują poprzez różne, społecznie ukształtowane kanały komunikacji (Blumer 1948, s. 542–549). Wystąpienia w audycjach publicystycznych są jednym z kluczowych, akceptowalnych społecznie kanałów, którymi przedstawiciele formacji politycznych mogą kształtować opinię publiczną. Politycy i komentatorzy polityczni przedstawiający punkt widzenia swój oraz grup interesów, które reprezentują, nie wyczerpują katalogu aktorów biorących udział w kształtowaniu opinii. Anteny, na łamach których występują, również mogą mieć i prawdopodobnie mają swoje preferencje, światopoglądy, a może i interesy związane bardziej z jednymi formacjami politycznymi lub wchodzące w kolizję z innymi. Fakt zaproszenia takiego, a nie innego gościa do audycji publicystycznej, w kontekście określonych wydarzeń, jest wypadkową strategii, działań, intencji zarówno formacji politycznych, jak i anten radiowych i telewizyjnych. W związku z tym, stawiając poniższe hipotezy, nie podejmujemy się rozstrzygnięcia – bez pogłębionych badań – o sprawczości rejestrowanych zmian.

H0: Hipoteza zmiany modelu – w okresach kryzysów i przełomów zmienia się wzór obecności polityków w audycjach publicystycznych.

Hipoteza zerowa naszego badania odwołuje się wprost do podstawowego założenia metodologii inspirowanej etnometodologią i skupionej na analizach sytuacji zaburzeń standardowego przebiegu wydarzeń. Dlatego oczekujemy, że w sposób ilościowo uchwytne będą się manifestować w okresach przełomów i kryzysów zmienione wzory obecności polityków w audycjach publicystycznych.

¹¹ Jest to opinia, która występuje *implicite* i *explicite* w dyskursie. Przytoczmy dwa przykłady wyrażenia takiego poglądu. Jacek Gądek na portalu Gazeta.pl, relacjonując kryzys związany z reformą sądownictwa, napisał: „Już po wetach prof. Michał Królikowski z miejsca zagościł w mediach, które wobec PiS są krytyczne – jak na przykład Oko.press i TVN” (Gądek 2017). Portal Wirtualnemedi.pl: „W krytycznym tonie sytuację w mediach publicznych opisują m.in. *Gazeta Wyborcza*, *Newsweek*, *Polityka* i OKO.press. Wytykają TVP i Polskiemu Radiu, że przesadnie chwala obóz rządzący, a krytykują opozycję, pomijają tematy niewygodne dla władzy, nadmiernie eksponują problemy środowisk opozycyjnych, przedstawiają rzeczywistość zgodnie z mocno konserwatywnym światopoglądem oraz dopuszczają się przeinaczeń i manipulacji” (TW 2017).

Testując powyższą hipotezę, przyjrzymy się wskaźnikom i rozkładom statystycznym obecności gości audycji publicystycznych w okresach zwykłych oraz kryzysowych i przełomowych oraz sprawdzimy, czy statystycznie wzory obecności w tych dwóch okresach różnią się od siebie. Powyższa hipoteza ma charakter najbardziej ogólny i pełni w stosunku do pozostałych hipotez rolę nadrzędną. Kolejne bowiem jedynie uszczegóławiają generalne założenie o zmianie modelu obecności w kryzysach i przełomach.

H1.1 Hipoteza przyjaznych anten – w okresach kryzysów i przełomów politycy pojawiają się częściej w mediach przyjaznych swoim partiom bądź przez nie kontrolowanych.

Oczekujemy, że gdy z punktu widzenia formacji politycznych wzrasta napięcie oraz ryzyko związane z wpadkami medialnymi, nastąpi przesunięcie obecności do mediów, które przedstawiciele danych formacji uważają za bezpieczniejsze i przyjazne. Będą częściej występować na łamach anten dających im więcej czasu na przedstawienie swoich racji, gdzie prowadzący audycje nie zadadzą wielu niewygodnych pytań.

H1.2 Hipoteza o koncentracji – w czasie kryzysów i przełomów zwiększa się koncentracja przedstawicieli występujących w obrębie formacji.

Zakładamy, że w okresach zwykłych poszczególne formacje będą reprezentowane przez szerszy wachlarz przedstawicieli niż w kryzysach i przełomach. Oczekujemy koncentracji wokół znanych i doświadczonych twarzy w sytuacjach niestandardowych, zakładając, że partiom zależy na minimalizowaniu ryzyka, a nadawcom na maksymalizowaniu oglądalności/słuchalności.

H1.3 Hipoteza obiektywizacji – w okresach kryzysów i przełomów pojawia się więcej ekspertów.

Przypuszczamy, że sytuacje kryzysowe i przełomowe często wymagają analiz procesów i okoliczności niestandardowych, więc nadawcy będą wtedy chętniej (częściej) zapraszać ekspertów. Ta hipoteza do pewnego stopnia testuje rzetelność mediów. Jej potwierdzenie dowodziłoby, że media mają na uwadze dogłębne poznawanie prawdy w czasie przełomów i kryzysów (czyli wtedy, gdy poznanie tej prawdy jest szczególnie istotne), oddając głos osobom przynajmniej teoretycznie bezstronnym.

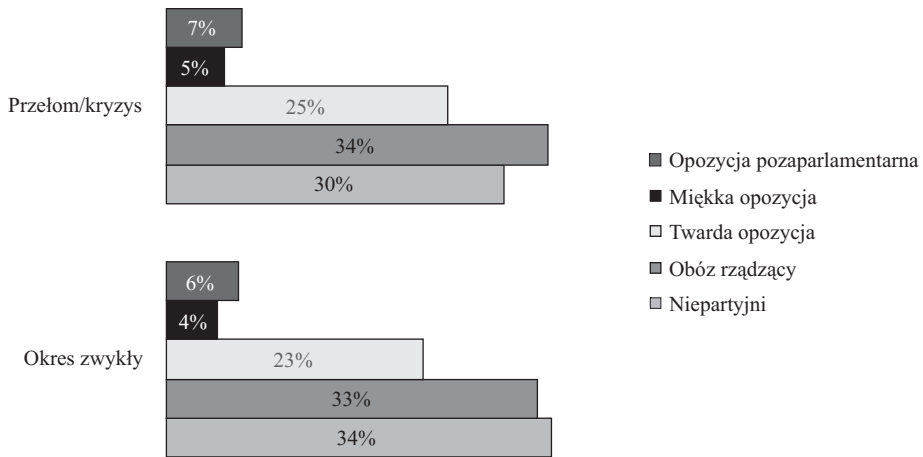
Testowanie hipotez

H0 – hipoteza zmiany modelu

W pierwszej kolejności sprawdziliśmy, czy zachodzą zmiany w udziałach procentowych każdej formacji w obecnościach. Wychodzimy z prostego założenia, że obecność w programie publicystycznym jest dla polityków i formacji szansą na prezentację swoich racji oraz poglądów i że w interesie formacji jest zwiększanie udziału obecności względem konkurencji. Ten pierwszy krok analizy przeprowa-

dziliśmy na poziomie całego systemu medialnego. Sprawdziliśmy, jaki udział ma każda formacja w obu typach okresów. Zauważyliśmy (zob. wykres 1) niewielkie zmiany w strukturze obecności polegające na tym, że w kryzysach i przełomach spada (o cztery punkty procentowe) udział gości niepartyjnych, na czym korzystają formacje parlamentarne, w tym najbardziej (o ponad 2 punkty procentowe) twarda opozycja. Możemy zatem stwierdzić, że cały system medialny w Polsce w obliczu kryzysów i przełomów staje się bardziej:

- upolityczniony w takim sensie, że częściej oddaje głos politykom kosztem komentatorów niepartyjnych;
- opozycyjny, bo łączny wzrost obecności opozycji wynosi trzy punkty procentowe w stosunku do jednego punktu u obozu rządzącego¹².



Wykres 1. Zmiana udziałów obecności formacji między okresami zwykłymi a przełomami i kryzysami (w proc.)

Źródło: Opracowanie własne, dane własne.

Ponieważ zmiany zarejestrowane na poziomie całego systemu wydają się z jednej strony wyraźnie uchwytne, z drugiej mało znaczące, dalszego testowania hipotezy H_0 należy dokonywać na poziomie poszczególnych anten.

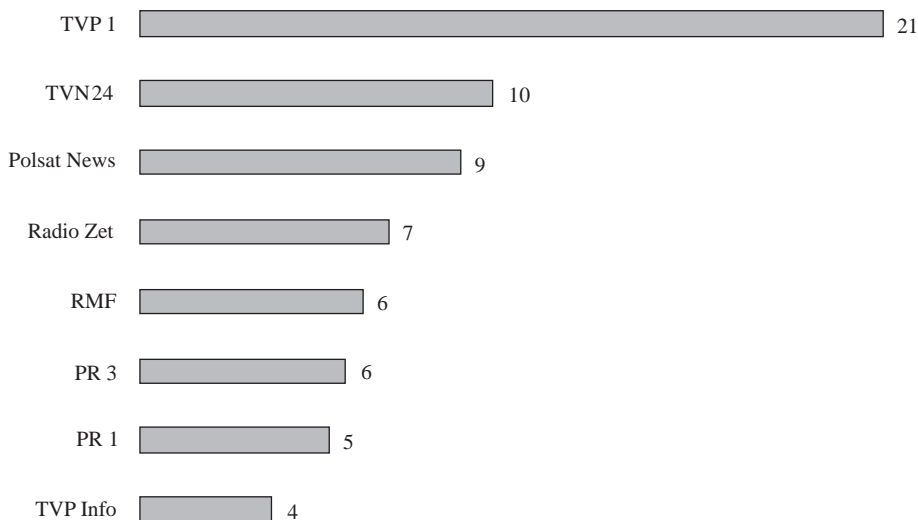
Zmiana udziałów w obecności poszczególnych formacji w kryzysach i przełomach wiąże się z pluralizmem. Jeżeli jakaś formacja pojawia się na danej antenie częściej (kosztem innych), jest to zapewne wypadkowa zarówno redakcyjnego zamysłu przedstawicieli anteny, jak i strategii medialnych tej formacji, ale niezależnie od powodów podatność tej anteny na zawirowania wzrasta. Podatność na kryzys obliczyliśmy jako sumę największego wzrostu i największego spadku

¹² Trzeba jednak zauważyć, że statystyczne miary związku nie pokazują siły większej niż nikły związek: V Kramera = 0,05 przy istotności < 0,001. Przyjmuje się, że do wartości 0,2 miary związek jest nikły.

w udziałach formacji. Wskaźnik działa tak, że gdy jakaś formacja bardzo zyskuje kosztem innych lub jakaś znacznie traci na rzecz innych, wskaźnik rośnie. Oznacza to, że im wyższa wartość wskaźnika, tym większa podatność na kryzysy i przełomy. Czysto teoretycznie, w sytuacji gdyby jedna formacja miała 100% obecności na danej antenie w okresach zwykłych, a w kryzysach i przełomach straciła cały udział na rzecz innej (innych) formacji, to wskaźnik osiągnęłaby wartość 200. Z drugiej strony identyczne udziały obecności w okresach zwykłych i kryzysowych dawałyby wynik 0. Wydaje się, że podatność na kryzys możemy potraktować jako wskaźnik uwikłania danej anteny w spór polityczny. Na skali, której początek stanowiłaby całkowita neutralność i bezstronność, znalazłyby się anteny z zerową wartością podatności na kryzys. Natomiast anteny wrażliwie reagujące zmianą w modelu obecności, zwiększeniem siły głosu jednych formacji kosztem innych, oddalałyby się od utopijnego początku tej skali.

Najniższą podatność na kryzys w badanym okresie (zob. wykres 2) miały dwie anteny publiczne: TVP Info oraz PR 1. Zdecydowanie najwyższą podatność, wyraźnie odcinającą się od innych anten, miała inna publiczna antena: TVP 1¹³.

Interesujące jest, że pozycje skrajne w zestawieniu podatności na kryzys zajęły anteny publiczne. Oznacza to, że w obrębie mediów publicznych mamy zróżnicowane modele reagowania na kryzysy i przełomy, podczas gdy to anteny komercyjne zachowują większą równowagę. Można zaryzykować przypuszczenie, że TVP 1 jako antena o największym zasięgu podlega najsilniejszej presji na upolitycznienie.



Wykres 2. Podatność na kryzys według anten

¹³ TVP 1 w badaniu jest reprezentowana tylko przez dwie audycje, z których jedna zastąpiła w ramówce drugą.

Podsumowując ten fragment rozważań, można uznać, że hipoteza H0 została wstępnie pozytywnie zweryfikowana – w okresach kryzysów i przełomów zmieniają się wzory obecności polityków w programach publicystycznych. Weryfikując hipotezy szczegółowe, będziemy mogli udzielić również nieco bardziej zniuansowanych odpowiedzi na pytanie o to, jaki charakter mają te zmiany.

H1.1 Hipoteza przyjaznych anten

Wstępem do odpowiedzi na pytanie, czy w sytuacjach niestandardowych politycy unikają występów na antenach postrzeganych tradycyjnie jako im niesprzyjające, należy zacząć od ogólnego testu zależności między formacją a anteną dla obu okresów. Tabela 2 przedstawia wartości miar siły związku opartych na chi-kwadrat.

Tabela 2. Miary siły związku między formacją a anteną z podziałem na okresy zwykłe i przełomy/kryzysy

	Lambda*	V Kramera	Współczynnik kontyngencji
Okres zwykły	0,043	0,173	0,326
Przełom/kryzys	0,047	0,179	0,337

* podano wartość symetryczną miary.

Źródło: opracowanie własne, dane własne. Istotność testu ch-kwadrat < 0,000, minimalna liczebność oczekiwana 1,48.

Widzimy, że niezależnie od miary, której użyjemy, zależność między formacją a anteną wzrasta w okresach kryzysów i przełomów, chociaż trzeba zauważyć, że w obu okresach jest to związek bardzo słaby.

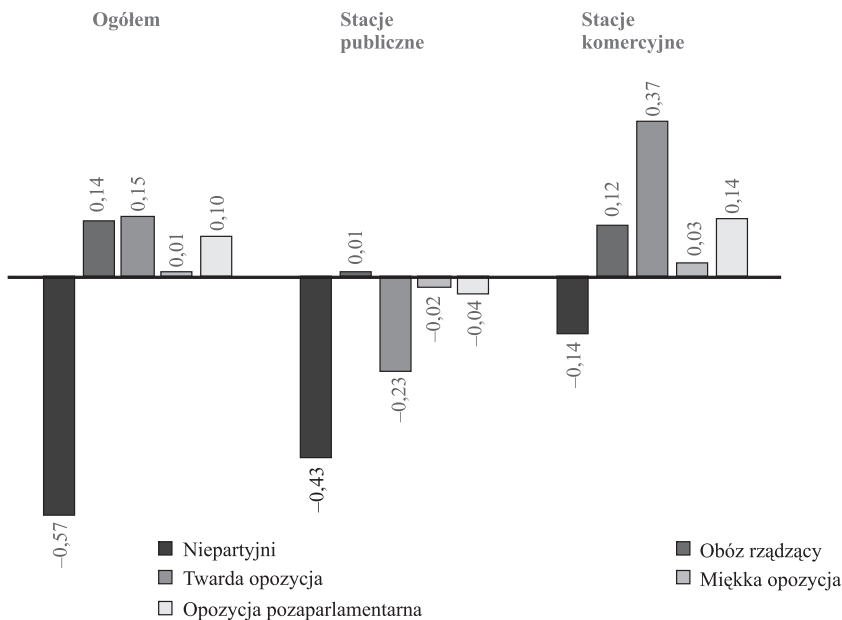
Na potrzeby dalszej analizy przyjmujemy założenie, że nadawcy publiczni są w obecnym układzie politycznym postrzegani jako bardziej przychylni obozowi rządzącemu oraz miękkiej opozycji. Wiąże się to przede wszystkim z faktem sprawowania pośredniej politycznej kontroli nad mediami publicznymi przez środowiska polityczne kontrolujące egzekutywę. Z kolei ze względu na powiązania historyczne, kapitałowe i towarzyskie uznajemy nadawców komercyjnych za sprzyjających twardej opozycji (Zybertowicz 2008).

W związku z tym, że w okresach zwykłych oraz kryzysach i przełomach próby różnią się znacznie liczbą obecności, wprowadziliśmy kategorię analityczną, która umożliwi porównywanie obu okresów w wartościach bezwzględnych. Zamiast posługiwać się obecnością¹⁴, posłużyliśmy się obecnością na dzień¹⁵ jako podstawową zmienną. Średnia liczba obecności na dzień w okresach zwykłych

¹⁴ Jedna jednostka obecności to wizyta jednego gościa w audycji publicystycznej. Gdy gości w audycji jest więcej, to każdy z nich stanowi osobną obecność w bazie.

¹⁵ Obecność na dzień = obecność podzielona przez liczbę dni w danym okresie (zwykły vs. kryzys i przełom).

wyniosła 20,1, natomiast w kryzysach i przełomach 19,9. Oznacza to nieznaczny spadek liczby gości na dzień w całym systemie radia i telewizji. Jednak ten wynik nie ujawnia różnic, jakie występują w dynamice obecności na dzień w różnych segmentach tego systemu. Na przykład zauważyliśmy wyraźną różnicę między stacjami publicznymi i komercyjnymi.



Wykres 3. Dynamika bezwzględna średniej liczby obecności na dzień między kryzysami i przełomami a okresami zwykłymi

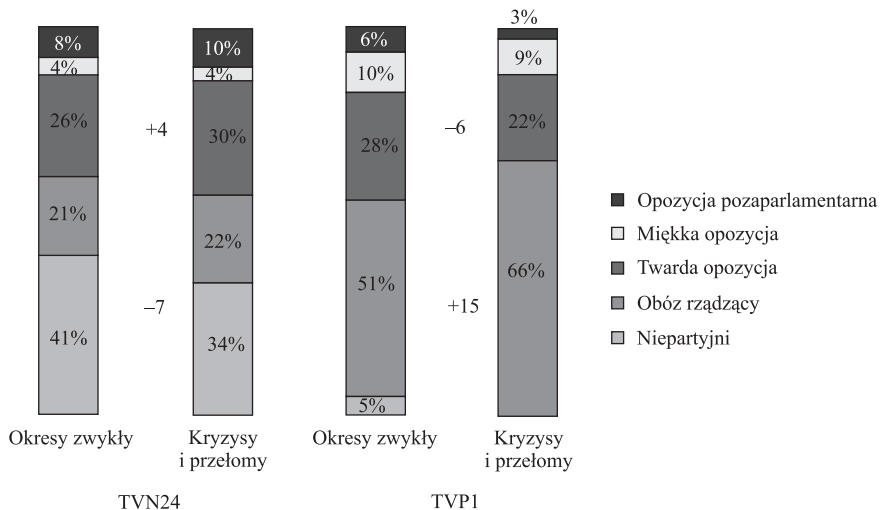
Źródło: opracowanie własne, dane własne.

Liczba obecności na dzień u nadawców publicznych spada w okresach zwykłych o 0,7, natomiast u nadawców komercyjnych rośnie o 0,5. Sumaryczna różnica wynosząca 1,2 obecności na dzień może, naszym zdaniem, powodować zmianę jakościową odczuwalną przez widzów i słuchaczy. Różnica ta wymaga komentarza. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę, że wzrost obecności polityków w stacjach komercyjnych może być związany z obecnością w próbie dwóch stacji *stricte* informacyjnych (Polsat News oraz TVN24). Różnica może wynikać również ze zmiany modelu programów. Zarówno telewizja publiczna, jak i TVN24 mają w swoich ramówkach rozmowy polityczne tuż po głównym wydaniu serwisów informacyjnych. Programy te bywają prowadzone w formule „jeden na jeden”, ale równie dobrze mogą się składać z krótszych wywiadów z dwiema, trzema, a – w skrajnych przypadkach – nawet czterema osobami. Jednak nawet po uwzględnieniu tych zastrzeżeń można zauważyć, że stacje komercyjne w sytuacjach przełomów i kryzysów dążą do zdynamiczowania swoich audycji – więcej gości oznacza bowiem krótszy czas wypowiedzi oraz więcej okazji do konfrontacji.

Powyższe obserwacje zdaje się potwierdzać struktura zmian obecności dla poszczególnych formacji. Zaczniemy od mediów komercyjnych. Formacją, która dużo częściej pojawia się na antenach komercyjnych w kryzysach i przełomach, jest twarda opozycja (o 0,4 obecności na dzień). Wyraźnie rośnie też obecność opozycji pozaparlamentarnej, a trzeci co do wielkości wzrost notują przedstawiciele obozu rządzącego. Przypuszczamy, że częstsze zestawienie ze sobą przedstawicieli opozycji twardej i pozaparlamentarnej oraz obozu rządzącego jest w tym przypadku bardziej wynikiem zabiegów redakcji niż poszczególnych partii. Takie przemodelowanie obecności powoduje wrażenie większej dynamiki, akcentuje elementy sporne w dyskursie i potencjalnie przyciąga szersze audytorium przed odbiorniki.

Oznacza to, że w kryzysach i przełomach anteny komercyjne działają bardziej jako palenisko, na którym sporne tematy są rozpalane, podnosząc lub podkreślając wysoką temperaturę sporu. Tymczasem dane dotyczące anten publicznych sugerują, że służą one za swoisty układ chłodzący. Uprawniają do takiego wniosku przede wszystkim dane dotyczące samej liczby wystąpień. Ich spadająca częstotliwość sugeruje, że w momentach kryzysowych anteny publiczne dążą do zapewnienia spokojniejszego, mniej konfrontacyjnego dyskursu. Z drugiej strony fakt, iż jedyną formacją utrzymującą wskaźnik „obecności na dzień” jest obóz rządzący, a najwyraźniejszy spadek notuje twarda opozycja, zdaje się potwierdzać hipotezę przyjaznych anten.

By wesprzeć powyższą weryfikację pozytywną, warto na poziomie poszczególnych anten przyjrzeć się dwóm stacjom o najmniejszej podatności na kryzys: TVP1 i TVN24.



Wykres 4. Udziały obecności formacji w TVP1 i TVN24 w okresach zwykłych oraz kryzysach i przełomach (w proc.)

Źródło: opracowanie własne, dane własne.

Powyższe dane stanowią silny argument wspierający hipotezę przyjaznych anten. Na antenie publicznej wyraźny i do tego znaczący wzrost (+15 p. proc.) rejestruje obóz rządzący, który, co warto zauważyć, całkowicie eliminuje gości niepartyjnych. Jednocześnie wyraźnemu ograniczeniu podlega obecność przedstawicieli twardej opozycji (–6 p. proc.). Można w tym kontekście rozważać dwie interpretacje: życzliwa zakłada, że jest to efekt dążenia do wychładzania temperatury sporu i zapewnienia stronom możliwości swobodniejszego wypowiedzenia się; nieżyczliwa wskazywałaby na pojawiające się zmiany jako efekt upolitycznienia mediów publicznych oraz ich rosnącej roli propagandowej. Wybór między tymi interpretacjami mogłaby zapewne do pewnego stopnia ułatwić jakościowa analiza treści, niebędąca jednak przedmiotem niniejszego artykułu. Zmiany na antenie TVN24 również mają spodziewany kierunek – więcej twardej opozycji (+4 p. proc.) – potwierdzający hipotezę przyjaznych anten, choć zmiany są zdecydowanie mniej wyraźne i nie tak drastyczne (nie dochodzi do wyeliminowania żadnej z formacji). I znów możliwe są dwie ścieżki interpretacyjne: życzliwa – jest to efekt niezależności nadawcy prywatnego; mniej życzliwa – chodzi o wyostrenie sporu i generowanie sytuacji konfliktowych.

Niezależnie od tego, którą ze ścieżek interpretacyjnych przyjmiemy, hipotezę przyjaznych anten możemy uznać za zweryfikowaną pozytywnie.

H1.2 Hipoteza o koncentracji

Kolejnym zagadnieniem, które zbadaliśmy w modelu obecności, jest zmiana koncentracji obecności wewnątrz badanych formacji między okresami zwykłymi a przełomami/kryzysami. Każdy gość audycji publicystycznych w naszej bazie posiada przypisaną mu liczbę odwiedzin z podziałem na okresy zwykłe i przełomy/kryzysy. Badanie stopnia koncentracji ma swoje uzasadnienie tylko w odniesieniu do tych z wyodrębnionych przez nas formacji, które stanowią jednolitą organizację, ze wspólnymi celami i zasadami działania. W praktyce interesuje nas więc zmiana koncentracji między okresami zwykłymi a kryzysami i przełomami dla obozu rządzącego oraz twardej i miękkiej opozycji. Zarówno opozycja parlamentarna, jak i niepartyjni nie stanowią w naszej bazie zwartych organizacji, są jedynie kategorią analityczną wyodrębnioną na potrzeby testowania wcześniejszych hipotez.

Po pierwsze, o wzroście koncentracji świadczy fakt, że średnia liczba obecności na dzień przypadająca na przedstawiciela każdej formacji rośnie w kryzysach i przełomach.

Rozkład częstości obecności dla wszystkich polityków wskazuje, że każda z trzech formacji posiada dużą liczbę przedstawicieli, którzy rzadko pojawiają się w mediach, oraz mniejszą liczbę „lokomotyw”, które dużą liczbą obecności ciągną średnią dla danej formacji w górę (Myszewski 2009, s. 113). Dodatkowo liczba obecności na dzień wśród najczęściej występujących twarzy danej formacji w kryzysach i przełomach rośnie. W tabeli widzimy też, że w kryzysach i prze-

łomach do najczęściej występujących przedstawicieli dołączają nowe osoby: najwięcej w miękkiej opozycji, a najmniej w twardej opozycji.

Tabela 3. Dziesięciu najaktywniejszych przedstawicieli formacji w kryzysach i przełomach

Formacja	Osoba (kolorem zaznaczono osoby, które należą do najaktywniejszej dziesiątki również w okresach zwykłych)	Średnia liczba obecności na dzień		Różnica
		w kryzysach i przełomach	w okresach zwykłych	
Obóz rządzący	Mariusz Błaszczak	0,33	0,25	0,09
	Jacek Sasin	0,31	0,26	0,05
	Ryszard Czarnecki	0,28	0,25	0,03
	Witold Waszczykowski	0,26	0,14	0,11
	Jarosław Gowin	0,26	0,19	0,07
	Adam Bielan	0,23	0,15	0,08
	Krzysztof Szczerski	0,23	0,11	0,12
	Patryk Jaki	0,18	0,22	-0,04
	Henryk Kowalczyk	0,18	0,06	0,12
	Beata Mazurek	0,18	0,04	0,13
	Jarosław Sellin	0,18	0,19	-0,01
Twarda opozycja	Grzegorz Schetyna	0,49	0,22	0,27
	Ryszard Petru	0,31	0,19	0,11
	Tomasz Siemoniak	0,28	0,18	0,10
	Sławomir Neumann	0,26	0,20	0,05
	Rafał Trzaskowski	0,26	0,13	0,13
	Katarzyna Lubnauer	0,26	0,31	-0,05
	Marcin Kierwiński	0,21	0,19	0,01
	Andrzej Halicki	0,18	0,21	-0,03
	Barbara Dolniak	0,15	0,11	0,04
	Paweł Rabiej	0,15	0,16	-0,01
Miękką opozycja	Stanisław Tyszka	0,44	0,25	0,19
	Marek Jakubiak	0,21	0,25	-0,04
	Paweł Kukiz	0,13	0,12	0,01
	Piotr Apel	0,08	0,08	0,00
	Agnieszka Ścigaj	0,08	0,09	-0,02

	Grzegorz Długi	0,08	0,09	-0,02
	Tomasz Rzymkowski	0,08	0,12	-0,04
	Robert Winnicki	0,03	0,00	0,02
	Jarosław Sachajko	0,03	0,01	0,02
	Kornel Morawiecki	0,03	0,02	0,00
	Elżbieta Borowska	0,03	0,00	0,02
	Adam Andruszkiewicz	0,03	0,06	-0,04
	Paweł Grabowski	0,03	0,01	0,01

Źródło: opracowanie własne, dane własne.

W celu dopełnienia obrazu zmian w modelu koncentracji między okresami zwykłymi a kryzysami i przełomami spójrzmy na obecności z innej perspektywy. Tabela 4 przedstawia, jaki odsetek wszystkich obecności danej formacji wykonało dziesięciu najaktywniejszych przedstawicieli. W przypadku wszystkich trzech formacji widzimy, że w kryzysach i przełomach najaktywniejsi politycy wypełniają większą część całej puli obecności danej formacji. Ten wynik chyba najmocniej potwierdza tezę o większej koncentracji wewnątrz formacji w okresach przełomów i kryzysów.

Tabela 4. Odsetek ogólnej liczby obecności wykonany przez dziesięciu najaktywniejszych przedstawicieli formacji

Formacja	Okres zwykły	Przełomy i kryzysy
Obóz rządzący	32%	37%
Twarda opozycja	39%	46%
Miękka opozycja	87%	90%

Źródło: opracowanie własne, dane własne.

Powyższe dane potwierdzają hipotezę o koncentracji, w szczególności jednak wymagają pewnej ostrożności interpretacyjnej. Wzrost znaczenia (rozumiany jako wzrost liczby obecności na dzień) danego polityka może wynikać z jego stanowiska. W tym kontekście warto zwrócić uwagę, że w obozie rządzącym w momentach kryzysowych do pierwszej dziesiątki dostaje się dwóch ministrów spraw zagranicznych (rządowy i prezydencki). Wynika to z faktu, że część kryzysów i przełomów miała charakter międzynarodowy. Zapewne z tego samego powodu wśród najczęściej pojawiających się przedstawicieli twardej opozycji jest Rafał Trzaskowski, który w poprzednim rządzie pełnił funkcję wiceministra spraw zagranicznych.

Nie zmienia to faktu, iż dane uprawniają do wysnucia dwóch wniosków. Po pierwsze, w okresach kryzysów i przełomów wzrasta znaczenie partyjnych li-

derów i najbardziej „medialnych” polityków. Szczególnie dobrze to widać na przykładzie Grzegorza Schetyny, którego średnia obecność na dzień w kryzysach i przełomach rośnie o jedną trzecią obecności na dzień, co sprawia, że staje się on najaktywniejszym przedstawicielem twardej opozycji w czasach kryzysów i przełomów, chociaż w okresach zwykłych ustępuje miejsca Katarzynie Lubnauer. Po drugie, należy powyższe trendy interpretować zapewne jako wyraz ostrożności ze strony partii. W ich imieniu głos zabierają bowiem przedstawiciele bardziej doświadczeni w mediach lub po prostu ważniejsi.

HI.3 Hipoteza obiektywizacji

Już test hipotezy pierwszej dostarcza negatywnej weryfikacji hipotezy o częstotliwości pojawiania się ekspertów niepartyjnych. Wskazaliśmy tam, że rzeczywiste zmiany w modelu obecności idą w dokładnie odwrotnym kierunku niż założone, ponieważ udział gości niepartyjnych w sposób widoczny maleje, a nie rośnie.

Z ogólnej tendencji dla całego systemu radia i telewizji wyłamują się dwie anteny: Polsat News oraz RMF, w których udział gości niepartyjnych w kryzysach i przełomach rośnie o 2–3 punkty procentowe. Natomiast najbardziej udział niepartyjnych gości spada w okresach kryzysów i przełomów w TVN24 (o 7 punktów), choć przypomnieć tu trzeba również o TVP 1, gdzie spadek jest wprawdzie mniejszy, ale prowadzi do całkowitej eliminacji gości niepartyjnych.

Ciekawych wniosków dostarcza przegląd ról odgrywanych na scenie medialno-politycznej przez najczęściej pojawiających się gości niepartyjnych z podziałem na anteny publiczne i komercyjne. Na dziesięciu najaktywniejszych ekspertów niepartyjnych w mediach publicznych aż dziewięciu jest dziennikarzami lub publicystami. Natomiast wśród najczęściej pojawiających się gości niepartyjnych w mediach komercyjnych dominują byli politycy.

Tabela 5. Dziesięciu najczęściej pojawiających się gości niepartyjnych w mediach publicznych i komercyjnych w okresie od 9 stycznia 2016 do 31 października 2017 roku

Anteny publiczne			Anteny komercyjne		
Osoba	Średnia obecności na dzień	Rola	Osoba	Średnia obecności na dzień	Status
Mikołaj Wójcik	0,11	redaktor	Mateusz Kijowski	0,16	NGO
Ryszard Żółtaniecki	0,10	były polityk	Paweł Kowal	0,15	były polityk
Andrzej Stankiewicz	0,10	redaktor	Jadwiga Staniszkis	0,14	naukowiec

Tomasz Sakiewicz	0,08	redaktor	Mariusz Janicki	0,14	redaktor
Marcin Piasecki	0,08	redaktor	Ludwik Dorn	0,14	były polityk
Łukasz Warzecha	0,08	redaktor	Paweł Lisicki	0,14	redaktor
Tomasz Wróblewski	0,07	redaktor	Roman Giertych	0,13	były polityk
Michał Karnowski	0,07	redaktor	Andrzej Stankiewicz	0,12	redaktor
Stanisław Janecki	0,07	redaktor	Tomasz Nałęcz	0,11	były polityk
Bronisław Wildstein	0,07	redaktor	Ryszard Bugaj	0,11	były polityk

Źródło: opracowanie własne, dane własne.

Każę to powątpiewać, czy obecność osób formalnie niepartyjnych w polskich programach publicystycznych w ogóle przyczynia się do ich obiektywizacji. Wszak publicyści i byli politycy mogą uchodzić za ekspertów tylko przy bardzo szerokiej definicji tego terminu.

Zakończenie

Podsumowując, można uznać, że w polskim systemie radia i telewizji w czasach kryzysów i przełomów zmienia się wzór obecności w programach publicystycznych. Poszczególne anteny w czasie kryzysów i przełomów dokonują przemodelowania obecności: anteny publiczne dają więcej miejsca obozowi rządowemu, natomiast anteny komercyjne – twardej opozycji. Z kolei większość audycji ogranicza udział osób niepartyjnych w czasach kryzysów i przełomów. Co ciekawe, zmiany w modelowaniu obecności dokonywane (lub dokonujące się) przez poszczególne anteny nie zaburzają bardzo istotnie stabilności całego systemu radia i telewizji oraz panującego w nim pluralizmu.

Bibliografia

- Blumer H. (1948). Public opinion and public opinion polling. *American Sociological Review*, vol. 13(5), s. 542–549.
- Centrum Monitorowania Dyskursu Publicznego [www.cmdp.pl; 14.03.2018].
- Collins H.M. (1983). An Empirical Relativist Programme in the Sociology of Scientific Knowledge. W: K. Knorr-Cetina, M. Mulkay (red.). *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science* (s. 85–102). London.
- Garfinkel H. (2007). *Studia z etnometodologii*, tłum. A. Szulżycka. Warszawa.

- Gądek J. (2017). „Wyrzucić tych sędziów na zbity pysk”. Pałac Prezydencki prowadzi własną grę z PiS i SN, 11.09.2017, *Gazeta.pl* [<http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,53222,22357304,wyrzucic-tych-sedziow-na-zbity-pysk-palac-prezydencki-prowadzi.html#MT;14.03.2018>].
- Godlewski T. (2001). Status opozycji parlamentarnej w III RP. W: K. Łabędź, M. Mikołajczyk (red.). *Opozycja w systemach demokratycznych i niedemokratycznych* (s. 465–472). Kraków.
- Hofman A. (2017). Hofman: Prezydent musi pozamykać pewne rzeczy, od kabaretowych po poważne, 6.06.2017, *Poranna Rozmowa w RMF FM* [<http://www.rmf24.pl/tylko-w-rmf24/poranna-rozmowa/news-hofman-prezydent-musi-pozamykac-pewne-rzeczy-od-kabaretowych,nId,2402435;14.03.2018>].
- Jansen R.S. (2008). Jurassic Technology? Sustaining Presumptions of Intersubjectivity in a Disruptive Environment. *Theory and Society*, vol. 37(2), s. 127–159.
- Kurdupski M. (2017). TVP1 i TVN liderami oglądalności w prime-time, 6.02.2017, *Wirtualnedia.pl* [<http://www.wirtualnedia.pl/artukul/ogladalnosc-telewizji-w-prime-time-w-2016-roku;14.03.2017>].
- LW. (2016). Petru pyta Kukiza: Jesteście opozycją czy koalicją? Ten odpowiada: „U pana Polska istnieje tylko po to, by zaspokoić ego”, 8.06.2016, *Wpolityce.pl* [<https://wpolityce.pl/polityka/295908-petru-pyta-kukiza-jestescie-opozycja-czy-koalicja-ten-odpowiada-u-pana-polska-istnieje-tylko-po-to-by-zaspokoic-ego;14.03.2018>].
- McQuail D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London.
- Mikulski J. (2017). Nowoczesna chce wspólnego działania opozycji. Kukiz'15: Nie chcemy w to wchodzić, 14.07.2017, *Rp.pl* [<http://www.rp.pl/Nowoczesna/170719434-Nowoczesna-chce-wspolnego-dzialania-opozycji-Kukiz15-Nie-chcemy-w-to-wchodzic.html;14.03.2018>].
- Myszewski J.M. (2009). *Po prostu jakość. Podręcznik zarządzania jakością*. Warszawa.
- Nieć M. (2010). *Komunikowanie społeczne i media: Perspektywa politologiczna*. Warszawa.
- Ritzer G. (2010). *Sociological Theory*. Eight Edition. New York.
- Schulz W. (2006). *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, tłum. A. Koźuch. Kraków.
- Strona Sejmu RP [sejm.gov.pl]; 14.03.2018].
- TW (2017). „Strefa propagandy TVPiS” na plakatach przy siedzibie Telewizji Polskiej. Agora usuwa słup, na którym je naklejono, 31.05.2017, *Wirtualnedia.pl* [<http://www.wirtualnedia.pl/artukul/tvpis-stefa-propagandy-telewizja-polska-krytykowana-na-plakatach-przy-jej-siedzibie;14.03.2018>].
- Weaver D.H., Wilhoit G.C. (1996). *The American Journalist in the 1990s. U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah.
- Zybertowicz A. (2008). Przemoc „układu” na przykładzie sieci biznesowej Zygmunta Solorza. W: R. Sojak, A. Zybertowicz (red.). *Transformacja podszyta przemocą. O nieformalnych mechanizmach przemian instytucjonalnych* (s. 187–266). Toruń.

STRESZCZENIE

Na podstawie zbieranych systematycznie i codziennie danych dotyczących gości najważniejszych radiowych i telewizyjnych programów publicystycznych artykuł analizuje zmiany w medialnej reprezentacji środowisk politycznych pod wpływem nieoczekiwanych lub głębokich zaburzeń życia politycznego w Polsce. Analizie poddano okres od stycznia 2016 roku do października 2017. Analiza ujawniła zmiany w reprezentacji politycznej polegające na: upolitycz-

nieniu dyskursu przez ograniczenie roli ekspertów formalnie niepartyjnych; dynamizacji dyskursu przez nadawców komercyjnych oraz próbie uspokojenia przez nadawców publicznych; wyraźnej preferencji przedstawicieli obozu rządzącego do występowania u nadawców publicznych i zdecydowanie rosnącym udziale przedstawicieli opozycji u nadawców prywatnych, a także koncentracji poszczególnych środowisk politycznych wokół najbardziej rozpoznawalnych polityków w momentach kryzysowych. Powyższe wnioski sformułowano na podstawie i w formie danych ilościowych.

Słowa kluczowe: telewizja, radio, pluralizm, reprezentacje medialne partii politycznych, kryzysy i przełomy polityczne