

Uniwersytet Warszawski
Wydział Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii

mgr Katarzyna Kopeć-Ziemczyk

Polaryzacja mediów w Polsce.
Analiza zawartości „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN
w okresie kampanii samorządowej w 2018 roku

Praca doktorska napisana
pod kierunkiem dr. hab. Michała Głowackiego

Warszawa, 2020

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
1. POJĘCIE I WYMIARY POLARYZACJI W MEDIACH	28
1.1 Polaryzacja w nauce	29
1.1.1 Polaryzacja gospodarcza i społeczna	30
1.1.2 Polaryzacja w psychologii	33
1.1.3 Polaryzacja w studiach nad polityką	35
1.2 Polaryzacja w nauce o mediach	42
1.2.1 Systemy polityczne i systemy medialne	45
1.2.2 Polaryzacja a pluralizm w mediach	50
1.2.3 Polaryzacja mediów a paralelizm polityczny	55
1.2.4 Polaryzacja mediów a profesjonalizm dziennikarski	58
1.2.5 Polaryzacja publiczności i nowe technologie	65
1.3 Społeczne i polityczne źródła polaryzacji mediów w Polsce	70
1.3.1 Rok 2010 i jego konsekwencje	71
1.3.2 Współczesne podziały socjopolityczne	77
1.3.3 Społeczny odbiór mediów	80
Podsumowanie	83
2. BADANIA NAD POLARYZACJĄ MEDIÓW W POLSCE: STUDIUM PRZYPADKU KAMPANII WYBORCZEJ	84
2.1 Polaryzacja mediów w Polsce	84
2.1.1 Dwa wymiary polaryzacji mediów w Polsce	86
2.1.2 Systemowe determinanty procesów polaryzacji	89
2.1.2.1 Struktura rynku medialnego	90
2.1.2.2 Polityka medialna	94
2.1.2.3 Zarządzanie mediami	97
2.1.2.4 Finansowanie mediów	100
2.1.3 Profesjonalizm mediów i kultura dziennikarska	102
2.1.3.1 Stronniczość mediów	106
2.1.3.2 Plemiona dziennikarskie	110
2.1.3.3 Tworzenie wrogów	119
2.1.3.4 Akty agresji	123
2.2 Polaryzacja mediów a kampania wyborcza	128
2.2.1 Media w kampanii wyborczej	129
2.2.2 Mechanizmy samoregulacji: Telewizja Polska i TVN	132

2.2.3 Kampania samorządowa w 2018 roku	137
2.3 Metodologia badań	141
2.3.1 Metody i narzędzia badawcze	142
2.3.2 Zakres badania i główne pojęcia	145
2.3.3 Klucz kodowy i trójwymiarowy model polaryzacji	147
Podsumowanie	150
3. ANALIZA ILOŚCIOWA ORAZ JAKOŚCIOWA ZAWARTOŚCI PROGRAMÓW INFORMACYJNYCH „WIADOMOŚCI” TVP ORAZ „FAKTY” TVN	151
3.1 Różnice medialne – struktura programu informacyjnego	152
3.2 Zasięg tematyki newsa w kampanii samorządowej jako społeczno–polityczny element polaryzacyjny ze względu na obszar	153
3.3 Dobór tematyki newsa w kampanii samorządowej jako element podziałów społecznych i politycznych	158
3.4 Polaryzacja polityczna	162
3.4.1 Podziały polityczne – tematyka zapowiedzi prezenterkich	162
3.4.2 Podziały polityczne – tematyka materiałów reporterskich	166
3.4.3 Podziały polityczne – analiza gości politycznych w materiałach informacyjnych oraz zapowiedziach prezenterkich	168
3.4.3.1 Analiza ilościowa reprezentantów rządu	169
3.4.3.2 Analiza ilościowa reprezentantów koalicji rządowej	175
3.4.3.3 Analiza ilościowa prezentacji przedstawicieli opozycji	181
3.4.3.4 Analiza ilościowa reprezentantów gabinetu prezydenta RP lub samego Prezydenta RP	187
3.4.3.5 Analiza ilościowa przedstawicieli samorządu	193
3.4.3.6 Analiza ilościowa wzmianek politycznych na belkach / paskach emitowanych podczas zapowiedzi prezenterkich	200
3.4.4 Analiza polityczna– porównanie „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN	202
3.5 Polaryzacja medialna	204
3.5.1 Podziały medialne – media w treściach belek	205
3.5.2 Podziały medialne – zapowiedzi prezenterkie	207
3.5.2.1 Wydźwięk i zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterkich	208
3.5.2.2 Wzmianki o mediach w zapowiedziach prezenterkich	209
3.5.2.3 Kontekst plemion dziennikarskich	210
3.5.3 Plemiona dziennikarskie – analiza ilościowa materiałów reporterskich	213
3.5.3.1 Wydźwięk i zabarwienie emocjonalne materiałów reporterskich	214
3.5.3.2 Przedstawiciele mediów w materiałach reporterskich	216

3.5.3.3 Analiza ilościowa mediów w materiałach reporterskich	224
3.5.4 Społeczne aspekty polaryzacji medialnej	232
3.6 Narzędzia polaryzacji politycznej – analiza jakościowa.....	240
3.6.1 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w zapowiedziach prezenterkich w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN.....	241
3.6.2 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w belkach zapowiedzi „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN	246
3.6.3 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN	253
3.7 Narzędzia polaryzacji medialnej – analiza jakościowa.....	267
3.7.1 Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w zapowiedziach prezenterkich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN	267
3.7.2. Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w belkach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN	271
3.7.3 Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w materiałach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN	273
3.7.4 Agresywne zachowania i wulgarny język jako narzędzia pogłębiania polaryzacji politycznej i medialnej.....	274
3.7.5 Case study materiałów informacyjnych w „Wiadomościach” TVP poświęconych innym mediom	280
3.8 Narzędzia polaryzacji społecznej – analiza jakościowa.....	294
3.8.1 Analiza narzędzi polaryzacji społecznej w zapowiedziach oraz belkach „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN	295
3.8.2 Analiza narzędzi polaryzacji społecznej w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN	299
Podsumowanie	303
ZAKOŃCZENIE	306
BIBLIOGRAFIA	313
SPIS WYKRESÓW	343
SPIS FOTOGRAFII	351
SPIS TABEL	354
SPIS GRAFIK.....	355
SPIS RYSUNKÓW	355
ANEKS 1 KLUCZ KODOWY	356

WSTĘP

Procesy polaryzacji można dostrzegać na kilku płaszczyznach: polityki, społeczeństwa i mediów. Podziały polityczne i społeczne w Polsce mają bezpośredni wpływ na media, a stronniczość mediów i silny paralelizm polityczny świadczą o niskim poziomie profesjonalizmu dziennikarskiego. Podzielone i stronnicze media zdecydowanie wzmacniają podziały społeczne. Wiele raportów dotyczących jakości mediów w Polsce po 2015 roku wskazuje na coraz trudniejszą sytuację w zakresie wolności słowa. Reporterzy bez Granic opublikowali raporty, w których Polska od 2017 roku notuje systematyczne spadki w rankingach wolności prasy. Organizacja ta oceniła, że relacje mediów i polityki są źródłem nasilających się w Polsce zjawisk autocenzury i polaryzacji¹. W 2020 roku zarzuty były jeszcze mocniejsze i dotyczyły kwestii związanych także z wymiarem sprawiedliwości i postępującym upolitycznieniem mediów publicznych².

W niniejszej pracy zjawisko polaryzacji zostało osadzone w kontekście negatywnego podziału i postępującego zjawiska pękania Polski „na pół”. Świadczą o tym już nie tylko preferencje i wyniki wyborcze, ale też manifestacje, m.in. Strajk Kobiet jesienią 2020 roku – największy od 1989 roku pokojowy protest. Autorka zdaje sobie sprawę z faktu istnienia pozytywnych efektów polaryzacji; w Polsce po 2015 roku każde kolejne wybory, w tym ostatnie wybory prezydenckie w 2020, były rekordy frekwencji³. Jednak ten pozytywny aspekt mobilizacji wyborczej obywateli to wciąż zbyt mało, by patrzeć na polaryzację w innym kontekście aniżeli podział o charakterze destrukcyjnym. Rozłam ten uwidoczniał się najbardziej w 2020 roku, który zapisał się w historii świata jako rok kryzysu wywołanego pandemią koronawirusa⁴.

¹ Freedom House, *Pluralism Under Attack. The Assault of Media Press Freedom in Poland*, <https://freedomhouse.org/report/special-reports/assault-press-freedom-poland> [dostęp: 05.02.2019].

² *Polska spadła na 62. miejsce w rankingu wolności prasy według Reporterów bez Granic*, 21.04.2020, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/polska-zajmuje-62-miejsce-w-rankingu-wolnosci-prasy-wedlug-reporterow-bez-granic-ponownie-spadla>, [dostęp: 13.07.2020].

³ Wybory samorządowe z 2018 roku to frekwencja w pierwszej turze na poziomie 54,90 proc., w drugiej turze 48,83 proc.; w wyborach do Parlamentu Europejskiego frekwencja wynosiła 45,68 proc.; wybory parlamentarne w Polsce w 2019 roku to 61,74 proc. (wyżej było tylko w 1989 roku); ostatnie z cyklu - wybory na Prezydenta RP w 2020 roku zgromadziły przy urnach 64,51 proc. w pierwszej turze i 68,18 proc. rodaków w drugiej turze (dane opracowane na podstawie raportów PKW) za: <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/0411#f1000001>, [dostęp: 13.07.2020].

⁴ *WHO ogłosiło pandemię COVID-19. Co to oznacza?* <https://pulsmedycyny.pl/who-oglosilo-pandemie-covid-19-co-to-oznacza-984790>, [dostęp 12.11.2020].

Również w Polsce pandemia wpłynęła na zmianę nastrojów społecznych. Wprowadzono izolację, nastąpił kryzys gospodarczy, ekonomiczny, ale przede wszystkim zdrowotny. Decyzje polityczne i reakcje rządzących dotyczące pomocy w czasie pandemii nie zawsze były odbierane z aprobatą.

Wybory prezydenckie w 2020 roku, które pierwotnie miały odbyć się w maju, zostały przełożone z powodu pandemii. Problemem nie było oczywiście przesunięcie wyborów, ale polityczny styl i debata jakie towarzyszyły tym wydarzeniom. Na wybory, do których w maju nie doszło wydano 70 mln zł⁵. Polacy do urn poszli 28 czerwca (I tura) oraz 12 lipca (II tura), pokazując, że są zmotywowani, ale i bardzo podzieleni⁶. Dotychczasowy prezydent – Andrzej Duda (Zjednoczona Prawica) wygrał niewielką przewagą 2,06 proc. z ówczesnym Prezydentem Warszawy Rafałem Trzaskowskim (Koalicja Obywatelska)⁷. Po wyborach pojawiało się wiele materiałów ukazujących zdjęcia podzielonego na pół kraju⁸. Polska A i Polska B, Polska zachodnia i wschodnia, Polska liberalna i Polska konserwatywna, Polska pro-unijna i Polska narodowa, Polska świecka i Polska katolicka, w końcu Polska opozycyjna i Polska rządzących, Polska Grzegorza Schetyny, Polska Jarosława Kaczyńskiego. Jak słusznie ocenił w mediach społecznościowych M. Głowacki to już nie Polska, a *Polands*, czyli Polski⁹. Złudzeń nie zostawiają także tytuły w mediach informujące o podziale kraju:

- „Polska ponownie podzielona¹⁰”
- „Polska podzielona po wyborach prezydenckich¹¹”
- „Wyniki wyborów 2020. Polska podzielona¹²”.

⁵ Sasin o wydaniu 70 mln zł na wybory, które się nie odbyły: *Demokracja kosztuje*, <https://wiadomosci.dziennik.pl/polityka/artykuly/7834928,jacek-sasin-pieniadze-wybory-demokracja-koszt-poczta-polska.html> [dostęp: 12.11.2020].

⁶ *Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020r.*, <https://prezydent20200628.pkw.gov.pl/prezydent20200628/> [dostęp: 12.11.2020].

⁷ PKW podała oficjalne wyniki. Andrzej Duda zwycięzcą wyborów prezydenckich [relacja na żywo], <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/wyniki-wyborow-2020-pkw-podala-ostateczne-dane-relacja/btbmpd5>, [dostęp: 14.07.2020].

⁸ Ostatecznie Rafał Trzaskowski wygrał w dziesięciu województwach, w tym województwie mazowieckim, a Andrzej Duda w pozostałych sześciu. [za:] <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-2020-tak-glosowaly-wojewodztwa-6531585860998785a>, [dostęp: 16.07.2020].

⁹ Za: Michał Głowacki, <https://www.facebook.com/michaleg>, [dostęp: 13.07.2020].

¹⁰ K. Zawistowska, *Wyniki wyborów 2020. Polska ponownie podzielona*, 12.07.2020, <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-2020-polska-ponownie-podzielona-6531414326372481a>, [dostęp: 13.07.2020].

¹¹ M. Kolanko, *Polska podzielona po wyborach prezydenckich*, 13.07.2020, <https://www.rp.pl/Wybory-prezydenckie-2020/200719810-Polska-podzielona-po-wyborach-prezydenckich.html>, [dostęp: 13.07.2020]

¹² M. Domański, *Wyniki wyborów 2020. Polska podzielona. Rafał Trzaskowski wgrał w większości województw*, 13.07.2020, <https://www.o2.pl/informacje/wyniki-wyborow-2020-polska-podzielona-rafal-trzaskowski-wygral-w-wiekszosci-wojewodztw-6531423428020960a>, [dostęp: 13.07.2020].

Rozłam ten widoczny jest również w kontekście mediów. Najsilniejsze podziały rysują się w dwóch stacjach telewizyjnych, a szczególnie programach informacyjnych: „Wiadomościach” TVP oraz „Faktach” TVN. Jednym z takich widocznych dowodów na istnienie tzw. plemion dziennikarskich (*media tribes*), czyli zwalczających się wzajemnie środowisk dziennikarskich¹³ było użycie w kampanii wyborczej tematów związanych z J. Pochanke i jej rodziną. Telewizja Polska powtórzyła ten zabieg dwukrotnie: w 2020 roku, ale też podczas samorządowej kampanii wyborczej dwa lata wcześniej¹⁴. 13 lipca 2020 roku dziennikarka ogłosiła decyzję o rezygnacji z pracy dla TVN i TVN24¹⁵.

Inną odsłoną niezdrowej rywalizacji na płaszczyźnie politycznej i medialnej było niezorganizowanie debaty kandydatów na prezydenta przed drugą turą wyborów w 2020 roku. Pierwszy raz w historii demokratycznej Polski zdarzyło się, aby kandydaci przed drugą turą wyborów debatowali „sami ze sobą”. Andrzej Duda pojawił się w miejscowości Końskie, a Rafał Trzaskowski w Lesznie. Widoczne było też wsparcie kandydatów udzielone im przez media. Debatę w Końskich transmitowała Telewizja Polska, podczas gdy wydarzenia w Lesznie były emitowane na żywo przez telewizję TVN. Obie debaty odbyły się w tym samym czasie¹⁶. W spotkaniu z prezydentem Polski brali udział mieszkańcy miasta (niektórzy z nich okazali się być zaangażowani w działalność polityczną PiS)¹⁷, a pytania prezydentowi Warszawy zadawali dziennikarze różnych redakcji (zaproszenie sztabu R. Trzaskowskiego było skierowane do konkretnych redakcji, za co kandydat ten został skrytykowany)¹⁸. W takim wybieraniu sobie dziennikarzy, anten, a nawet społeczeństwa jest inne dużo poważniejsze

¹³ M. Głowacki, M. Kuś, *Media Accountability meets Media Polarisation: A Case Study from Poland*, [w:] T. Eberwein, S. Fengler, M. Karmasin (red.), *Media Accountability at the Crossroads*. Routledge: ECREA Book Series, 2019.

¹⁴ „Wiadomości” po raz kolejny zaatakowały Justynę Pochankę i TVN. Tym razem poszło o projekt antyaborcyjny, 16.04.2020, <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25875547,wiadomosci-po-raz-kolejny-zaatakowaly-justyne-pochanke-i-tvn.html>, [dostęp: 13.07.2020].

¹⁵ J. Stawiany, M. Kozielski, *Justyna Pochanke żegna się z TVN*, 13.07.2020, https://www.press.pl/tresc/62474,justyna-pochanke-zegna-sie-z-tvn?fbclid=IwAR3U0snDWskU5Ns3usaUWVSD_EWgxv3dndo_u4OnL3ZRnycl2UGRATeEm9M, [dostęp: 13.07.2020].

¹⁶ *Rafał Trzaskowski w Lesznie odpowiadał na pytania dziennikarzy*, <https://tvn24.pl/wybory-prezydenckie-2020/wybory-2020-rafal-trzaskowski-w-lesznie-arena-prezydencka-relacja-na-zywo-4630447>, [dostęp: 13.07.2020].

¹⁷ T. Molga, *Debata prezydencka. Sztuczki sztabów, puste mównice, nieprzypadkowi uczestnicy. „Rafał Trzaskowski straci”*, 07.07.2020, <https://wiadomosci.wp.pl/debata-prezydencka-sztuczki-sztabow-puste-mownice-nieprzypadkowi-uczestnicy-rafal-trzaskowski-stracil-6529359201863809a>, [dostęp: 13.07.2020].

¹⁸ I. Kołacz, M. Kozielski, *Kandydaci na prezydenta chcą debatować sami ze sobą*, 06.07.2020, https://www.press.pl/tresc/62400,kandydaci-na-prezydenta-chca-debatowac-sami-ze-soba?fbclid=IwAR0AX-mRYav0SGTYajLyDZZBXI__Ftr0KajYgmQa3M6F4W2XIa_d2RLNy_8, [dostęp: 13.07.2020].

zagrożenie. Jak słusznie zauważył dziennikarz Wirtualnej Polski, M. Makowski, na takich decyzjach najbardziej przegrywa polski obywatel. Obywatel, który nie ma możliwości oceny kandydatów w bezpośrednim spotkaniu, a obserwuje jedynie reżyserowane spektakle obu sztabów wyborczych. Jak dodał M. Makowski „tak tworzy się niebezpieczny dla mediów i demokracji precedens¹⁹”. Na zjawisko polaryzacji społecznej zwraca uwagę socjolog K. Wigura:

„Choć agresywna polaryzacja dotyczy w większej mierze elit politycznych i medialnych, niż obywateli, to można w uzasadniony sposób pytać o bilans jej niszczącego wpływu na tkankę społeczną. O to, jak wpływa ona na relacje rodzinne, przyjacielskie, po prostu o to, czy chętnie siadamy z kimś do wspólnego stołu²⁰”.

Tkanka społeczna, o której wspomina K. Wigura została w 2020 roku mocno naderwana. Od dziesięcioleci nie było w kraju tylu wydarzeń społecznych wzbudzających skrajne emocje i tylu protestów. Jesienią 2020 roku Trybunał Konstytucyjny wyraził opinię o niezgodności z Konstytucją części zapisów dotyczących prawa aborcyjnego w Polsce²¹. Decyzja ta najpierw spontanicznie, a w kolejnych dniach w sposób bardziej zorganizowany przez Ogólnopolski Strajk Kobiet²² wywołała blokady dróg i wyjście na ulicę obywateli w całym kraju. Uczestnicy, maszerując pod głównym hasłem protestu: „To jest wojna!”, nie kryli oburzenia i wyrażali je dosadnie w słowach, na banerach, okrzykach i w mediach. To był jeden z największych od lat protestów w Polsce. Dochodziło również do przerywania mszy świętych oraz profanacji kościołów i pomników. To z kolei spowodowało, że Część Polaków wyszła na ulicę w obronie kościołów i wartości katolickich. Wśród nich pojawiły się także osoby związane z grupami narodowymi. Decyzja dotycząca tzw. kompromisu aborcyjnego w Polsce wywołała jedną z najbardziej gorących debat społecznych i medialnych, ale także jeden z największych kryzysów politycznych, za który rządzący oskarżają opozycję. Tak w Sejmie przemawiał J. Kaczyński:

¹⁹ M. Makowski, *Makowski: „Prezydenckie „debaty korespondencyjne”. Przegrany jest tylko jeden*, 07.07.2020, <https://opinie.wp.pl/makowski-prezydenckie-debaty-korespondencyjne-przegrywany-jest-tylko-jeden-opinia-6529430237517953a>, [dostęp: 13.07.2020].

²⁰ K. Wigura, *[opinie] Kto i jak gra naszymi uczuciami w polityce*, 20.06.2020, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/polaryzacja-w-polityce-wybory-2020/x121mst>, [dostęp: 14.07.2020].

²¹ *Zob. Planowanie rodziny, ochrona płodu ludzkiego i warunki dopuszczalności przerywania ciąży*, Wyrok w imieniu Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 22 października 2020r., <https://trybunal.gov.pl/postepowanie-i-orzeczenia/wyroki/art/11300-planowanie-rodziny-ochrona-plo-du-ludzkiego-i-warunki-dopuszczalnosci-przerywania-ciazy> [dostęp: 01.12.2020].

²² *Zob. Ogólnopolski Strajk Kobiet*, <http://strajkkobiet.eu/> [dostęp: 01.12.2020]

„Mamy dziś w Polsce wysoki stan zagrożenia z powodu epidemii. Ten stan wyklucza jakiegokolwiek spotkania publiczne powyżej pięciu osób. Z waszego podjudzenia odbywają się setki demonstracji. [...] W tej chwili w imię własnych, małych, brudnych interesów Nowaka rozwalacie Polskę, narażacie na śmierć mnóstwo ludzi, jesteście przestępcami. [...] Odpowiedcie za to!²³”

Jesienią 2020 roku doszło także do największych od lat zamieszek na ulicach Warszawy podczas Marszu Niepodległości. Organizatorzy, ze względu na pandemię, planowali patriotyczny przejazd samochodami ulicami stolicy. Także oni nie zapanowali nad tymi uczestnikami marszu, którzy postanowili wziąć w nim pieszy udział, co zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (podobnie, jak w przypadku strajków kobiet) było nielegalne. W czasie Świąta Niepodległości doszło więc do regularnej ulicznej bitwy pomiędzy uczestnikami marszu, a policją. Miasto było czerwone od rac i głośnie od policyjnej broni gładkolufowej. Podpalone racami zostało również jedno z mieszkań znajdujące się na trasie przemarszu. W wyniku starć poszkodowani zostali również relacjonujący wydarzenia fotoreporterzy i dziennikarze. Eskalacja napięć, widocznych coraz częściej na polskich ulicach, może zostać uznana za jedno z następstw pogłębiającego się rozwarstwienia społecznego.

Droga do ugruntowania zjawiska polaryzacji w Polsce zaczyna się wcześniej. To kampania samorządowa z 2018 roku jako pierwsza odbyła się w nowej rzeczywistości politycznej (po wyborach parlamentarnych w 2015 roku), medialnej (wprowadzenie tzw. „małej ustawy medialnej” z 2016 roku), a co za tym idzie także w innej rzeczywistości podziałów społecznych.

Polaryzacja w nauce

Pojęcie polaryzacji jest wykorzystywane w wielu dziedzinach nauki – psychologię, politologię, ekonomię i nauki ścisłe (np. biologia, fizyka, optyka, fotonika). „Polaryzacja to zjawisko uwydatniania się różnic”²⁴ między jakimiś pojęciami czy poglądami lub też „rozdzielenie elementów układu na dwie grupy”²⁵. W fizyce polaryzacja oznacza

²³ *Strajk kobiet. Kaczyński wściekły w Sejmie! „Odpowiedcie za to”*, <https://www.se.pl/wiadomosci/polityka/strajk-kobiet-kaczynski-wsciekly-w-sejmie-odpowiecie-za-to-aa-TYsf-BAjq-yqcB.html> [dostęp: 12.11.2020].

²⁴ *Polaryzacja – definicja*, Słownik Współczesnego Języka Polskiego, Tom 2, Warszawa 1998, s. 88.

²⁵ *Polaryzacja – definicja*, Wikipedia, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja>, [dostęp: 27.06.2019].

zjawisko uporządkowania kierunku drgań fal poprzecznych lub uporządkowanie wektorów natężenia pola elektrycznego i magnetycznego. Polaryzacja ma niezwykle szerokie zastosowanie w naukach ścisłych; dotyczy między innymi polaryzacji atomowej, magnetycznej czy światła²⁶.

W naukach społecznych pojęcie polaryzacji stosuje się do określenia dystansu ideologicznego i podziałów ze względu na poglądy społeczne i polityczne (aborcja, stosunek do uchodźców, prawa mniejszości seksualnych, stosunek do integracji europejskiej itd.). Jednym z przykładów jest podział na „lewicowość” i „prawicowość”, gdzie określenie własnych poglądów społecznych w przestrzeni „lewicowo-prawicowej” może być traktowane jako manifestowanie tożsamości ideologicznej²⁷. Z pojęciem polaryzacji są związane także konflikty klasowe i religijne²⁸. Pojęcie polaryzacji to także określenie podziałów w ramach systemów politycznych, co przekłada się na polaryzację społeczeństwa ze względu na poglądy i preferencje względem partii politycznych²⁹. Z badań *Pew Research Center* wynika, że liczba Amerykanów, którzy deklarują wyłącznie konserwatywne lub wyłącznie liberalne poglądy zwiększyła się w ciągu dwóch ostatnich dekad dwukrotnie. Badania potwierdzają także rosnącą polaryzację partii politycznych i ewolucję w stronę zarówno bardziej konserwatywnej, jak i bardziej liberalnej wizji świata³⁰. W Stanach Zjednoczonych katalizatorem polaryzacji społecznej i politycznej wpływającej na wysoki poziom polaryzacji w amerykańskich mediach jest w ostatnim czasie postać i działalność prezydenta D. Trumpa³¹.

Polaryzacja społeczna i polityczna w Polsce

Badania wskazują na rosnącą polaryzację społeczeństwa w Polsce. W przeszłości mieliśmy głównie do czynienia z podziałem i konfliktem, którego źródłem była katastrofa smoleńska z 2010 roku. Obrazuje to m.in. termin „religia smoleńska” stworzony przez

²⁶ *Polaryzacja*, <https://ilf.fizyka.pw.edu.pl/podrecznik/3/8/9>, [dostęp:27.06.2018].

²⁷ T. Szawiel, *Podział lewica – prawica w polityce w szerszym kontekście kulturowym* [w:] M. Grabowska, T. Szawiel, *Budowanie demokracji. Podziały społeczne, partie polityczne i społeczeństwo obywatelskie w postkomunistycznej Polsce*, Warszawa 2001, s.220-221.

²⁸ *Ibidem*, s. 222.

²⁹ W. Sokół, M. Żmigrodzki, *Współczesne partie i systemy partyjne. Zagadnienia teorii i praktyki politycznej*, Lublin 2005, s. 12.

³⁰ *Bezprecedensowa sytuacja polityczna w USA*, 13.06.2014, <https://www.gosc.pl/doc/2046506.Bezprecedensowa-sytuacja-polityczna-w-USA>, [dostęp: 25.02.2019].

³¹ P. Kubica, *Rekordowo niskie poparcie prezydenta Trumpa w US i Europie. Lubią go za to... Polacy*, <http://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103454,22939894,rekordowo-niskie-poparcie-prezydenta-trumpa-w-usa-i-europie.html>, [dostęp: 01.12.2018].

filozofa Z. Mikołajko³², który kieruje swoją uwagę m.in. na emocje wpływające na podziały społeczne i polityczne w Polsce³³. Społeczeństwo w Polsce dzieli się także, a może zwłaszcza, w kontekście podziałów socjopolitycznych, czego przykładem jest stosunek do religii (religijność vs. świeckość)³⁴. Potencjał do tworzenia dystansu ideologicznego ma również stosunek do praw osób LGBT i prawa do aborcji, czego idealnym dowodem są wspomniane protesty Ogólnopolskiego Strajku Kobiet. Kwestie światopoglądowe są dodatkowo czynnikami polaryzującymi partie polityczne i ich elektoraty³⁵.

Zdaniem B. Dobek-Ostrowskiej, zjawisko polaryzacji uwypukliło się już w 2001 roku, kiedy na scenie politycznej uformowały się dwie największe do dziś siły polityczne: Platforma Obywatelska (PO) i Prawo i Sprawiedliwość (PiS)³⁶. Pojęcie polaryzacji w kontekście polskiej polityki zyskało na popularności po wyborach prezydenckich i parlamentarnych w 2015 roku. Od tego okresu obserwuje się rosnący podział na partię rządzącą Prawo i Sprawiedliwość i jej zwolenników, oraz partie opozycyjne w tym m.in. Platformę Obywatelską, Sojusz Lewicy Demokratycznej i Polskie Stronnictwo Ludowe.

Rok 2015 był przełomowy nie tylko dla polskiej polityki, ale również dla mediów w Polsce. Politycy PiS zapowiedzieli gruntowną reformę funkcjonowania mediów publicznych³⁷. Ostatecznie podjęli się uchwalenia tzw. małej ustawy medialnej³⁸. Następnie, w 2016 roku, do życia powołano Radę Mediów Narodowych (RMN), której członków wybiera Sejm i Prezydent RP, a ci następnie decydują o władzach mediów publicznych³⁹. Powołanie RMN zostało odczytane jako dalsze upolitycznienie mediów

³² M. Gostkiewicz, *Prof. Mikołajko: Religia smoleńska jest złem. Kiedy się wypali, Polska będzie musiała przejść narodową psychoterapię*, <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,21607007,prof-mikolajko-religia-smolenska-jest-zlem-kiedy-sie-wypali.html>, [dostęp: 20.07.2018].

³³ Ibidem.

³⁴ *Leksykon politologii wraz z aneksem: partie, parlament, wybory*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, wyd II popr., Wrocław 1996, s. 290-291.

³⁵ K. Kowalczyk, *Partie polityczne i ich elektoraty wobec kwestii nowelizacji ustawy antyaborcyjnej w Polsce (2007-2011)*, *Opuscula Sociologica*, nr 2, 2014, s. 20, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-aff6ad62-9d11-4e54-98d7-e7c75c640b0b>, [dostęp: 19.07.2018].

³⁶ B. Dobek-Ostrowska, *System partyjny a media w Polsce - zależności i relacje*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 2(41) 2010, s. 18-19.

³⁷ M. Wnuk, *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe? Najnowszy dyskurs parlamentarny o mediach w kontekście zmian w ustawie o radiofonii i telewizji*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 3(66) 2016, s. 77.

³⁸ *Ustawa z dnia 30 grudnia 2015 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji*, Warszawa dnia 7 stycznia 2016 r., *Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20160000025/O/D20160025.pdf>, [dostęp: 27.10.2018].

³⁹ *Rada Mediów Narodowych* https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada_Medi%C3%B3w_Narodowych, [dostęp: 27.10.2018].

publicznych⁴⁰. Innym wydarzeniem była kara nałożona przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji na grupę TVN.

W kwietniu 2018 roku ponownie doszło do wydarzeń związanych z pracą dziennikarzy. Kancelaria Sejmu zawiesiła przyznawanie jednorazowych kart wstępu dla dziennikarzy tłumacząc to względami „organizacyjnymi i bezpieczeństwa”. Decyzja ta zbiegła się w czasie z rozpoczętym 18 kwietnia 2018 roku w Sejmie protestem rodziców dzieci niepełnosprawnych. W efekcie 9 maja 2018 roku dziennikarze piketowali przed Biurem Przepustek⁴¹. Ale nie tylko dziennikarze protestowali przeciwko decyzjom partii rządzącej. Byliśmy świadkami tzw. czarnych marszy sprzeciwiających się zaostreniu ustawy antyaborcyjnej czy protestów przeciwko reformie sądownictwa w Polsce.

W raporcie Freedom House za 2017 rok, czytamy, że partia rządząca w Polsce forsowała próbę przejścia kontroli politycznej nad sądownictwem, procedując przepisy, które wpłyną na Sąd Najwyższy, sądy lokalne i radę odpowiedzialną za mianowanie sędziów – czyli Krajową Radę Sądownictwa⁴². W 2019 roku, po śmierci Prezydenta Gdańska P. Adamowicza, w przestrzeni medialnej pojawiły się sformułowania, że to Telewizja Polska miała być odpowiedzialna za jego śmierć⁴³. Spekulacje te nawiązywały do materiałów „Wiadomości” z samorządowej kampanii wyborczej, w których P. Adamowicz był przedstawiany głównie w złym świetle⁴⁴. 16 stycznia 2019 roku doszło do protestów przed siedzibą Telewizji Polskiej przy Placu Powstańców Warszawy⁴⁵. Demonstracja była odpowiedzią na wydanie „Wiadomości” TVP z 14 stycznia 2019 roku,

⁴⁰ D. Bychawska – Siniarska, *Protezy legislacyjne zamiast reform. Media publiczne 2015- 2017*, <http://wiesz.com.pl/2017/08/24/protezy-legislacyjne-zamiast-reform-media-publiczne-2015-2017/>, [dostęp: 09.11.2018]

⁴¹ *Dziennikarze protestowali przeciwko utrudnianiu im pracy przez Kancelarię Sejmu*, <https://www.press.pl/tresc/53235,dziennikarze-protestowali-przeciwko-utrudnianiu-im-pracy-przez-kancelarie-sejmu>, [dostęp:08.11.2018].

⁴² Raport *Freedom in the World 2018. Democracy in crisis*, za: *Freedom House: zmalała wolność w Polsce, publiczne media tak jak na Węgrzech oczerniają opozycję*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/freedom-house-zmalala-wolnosc-w-polsce-publiczne-media-oczerniaja-opozycje>, [dostęp: 08.11.2018]

⁴³ Paweł Adamowicz zmarł 14 stycznia 2019 roku w szpitalu, po tym, jak dzień wcześniej podczas 27. finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy został brutalnie zaatakowany na scenie przez nożownika, który zadał mu kilka ciosów – godząc m.in. w serce. Chwilę później do mikrofonu przedstawił się i powiedział: „siedziałem niewinny w więzieniu! Platforma Obywatelska mnie torturowała, dlatego właśnie zginął Adamowicz” za: *Paweł Adamowicz. Prezydent Gdańska nie żyje*, <https://www.tvn24.pl/raporty/pawel-adamowicz-prezydent-gdanska-nie-zyje,1326>, [dostęp: 15.02.2019].

⁴⁴ J. Schwertner, *Jak TVP opowiadała o Adamowiczu. [Analiza]*, https://wiadomosci.onet.pl/opinie/jak-tvp-opowiadala-o-pawle-adamowiczu-analiza/hlfgq82?utm_source=l.facebook.com_viasg_wiadomosci&utm_medium=referral&utm_campaign=leo_automatyc&srcc=ucs&utm_v=2, [dostęp: 15.02.2019].

⁴⁵ *Demonstracja przed siedzibą TVP; stop propagandzie nienawisci. Telewizja Polska odpiera zarzuty*, 16.01.2019, <http://www.news.pl/wiadomosc/2019-01-16/demonstracja-przed-siedziba-tvp-stop-propagandzie-nienawisci-telewizja-publiczna-odpiera-zarzuty/>, [dostęp: 15.02.2019].

kiedy w dniu śmierci P. Adamowicza, wyemitowano materiał o mowie nienawiści wśród polityków, przywołując cytaty jedynie strony opozycyjnej. Do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpłynęło także 28 skarg indywidualnych w sprawie tego samego wydania⁴⁶. Protesty przed siedzibą TVP nabrały jednak bardzo szybko zupełnie innego charakteru. Protestujący przeciwko mowie nienawiści sami stali się jej twórcami. Podczas kolejnej demonstracji, na początku lutego 2019 roku, przed TVP zaatakowano M. Ogórek. W stronę prezenterki wykrzykiwano m.in. słowa: „kłamczucha”, „wstyd i hańba” „spieprzaj”⁴⁷. Prezes TVP ocenił na *Twitterze*, że wydarzenia te są efektem „szczucia i siania nienawiści wobec TVP” oraz dodał, że „Furia na TVP to atak na ostoję prawdy, wolności pluralizmu medialnego w PL. Nie damy się zastraszyć”⁴⁸.

Polaryzacja mediów w Polsce

W publikacjach M. Jarosz przeczytamy, że Polacy podzieleni są na dwa obozy. Jedna Polska popiera Platformę Obywatelską, druga Polska Prawo i Sprawiedliwość⁴⁹. Przeprowadzone badania sondażowe widowni programów informacyjnych mówią wprost: „oglądasz TVP jesteś za PiS”, „oglądasz TVN głosujesz na opozycję”⁵⁰.

Na polaryzację w mediach można spojrzeć z dwóch stron – media jako lustro dla politycznych i społecznych wydarzeń oraz media podzielone między sobą (podział środowisk dziennikarskich). Narzędziem polaryzacji jest na przykład stronniczość, kiedy brakuje podejmowania prób obiektywnego spojrzenia na strony różniące się w poglądach. Działanie mediów, informowanie społeczeństwa, tworzenie newsów nie są wolne od poglądów i stawania po jednej ze stron. To jaki jest dziś obraz polskich mediów nie jest tylko efektem wyborów w 2015 roku. 10 kwietnia 2010 roku jest datą, która zapisała się w historii Polski jako dzień tragiczny, ale też ten, który zapoczątkował głębokie podziały społeczne. Przed 2010 rokiem mediów prawicowych praktycznie nie było, a jeśli były to

⁴⁶ *Demonstracja przed siedzibą TVP; stop propagandzie nienawiści. Telewizja Polska odpiera zarzuty*, 16.01.2019, <http://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2019-01-16/demonstracja-przed-siedziba-tvp-stop-propagandzie-nienawisci-telewizja-publiczna-odpiera-zarzuty/>, [dostęp: 17.02.2019].

⁴⁷ D. Różańska, „*Wieczorami nie wychodzę sama z domu*”. *Demonstrowała przed TVP, po 25 latach straciła pracę na Poczcie Polskiej*, 15.02.2019, <https://natemat.pl/263919,monika-twarogal-po-25-latach-stracila-prace-to-przez-protest-przed-tvp>, [dostęp: 15.02.2019].

⁴⁸ [za:] konto J. Kurskiego na *Twitterze*, <https://twitter.com/KurskiPL/status/109200243962727137>, [dostęp: 15.02.2019].

⁴⁹ *Eksplozja nierówności?* Red. M. jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015, s.77-78.

⁵⁰ P. Pacewicz, *Wiadomości dla zwolenników PiS, pozostali wolą fakty i wydarzenia*, 7.01.2017, <https://oko.press/wiadomosci-dla-zwolennikow-pis-pozostali-wola-fakty-wydarzenia/>, [dostęp:25.07.2018]

ich rola była marginalna⁵¹. Z analiz R. Zaborowskiego jasno wynika, że różnice w temacie, tonie i treści między stacjami TVP Info i TVN 24 mają charakter ideologiczny⁵².

Stan badań

Zjawiska polaryzacji mediów i polaryzacji w mediach do dziś nie zostały w pełni zbadane na gruncie polskiej nauki. Brakuje uporządkowanych teorii i narzędzi, które pozwoliłyby na kompleksowe, empiryczne zbadanie roli mediów w polaryzacji społecznej oraz analizę zjawiska na wielu płaszczyznach, takich jak własność mediów, wpływ polityki i czynników ekonomicznych na linię redakcyjną, etyka dziennikarska i profesjonalizm w mediach. Niniejsza praca ma charakter interdyscyplinarny, weryfikacja zjawiska polaryzacji odbywa się na styku badań nad społeczeństwem, systemem medialnym i komunikowaniem politycznym.

Zgodnie z zaprezentowanymi założeniami procesy polaryzacji są analizowane poprzez odwołanie do klasycznych czterech teorii prasy S. Petersona i W. Schramma oraz trzech modeli systemu medialnego D.C. Hallina i P. Manciniego. Koncepcja D.C. Hallina i P. Manciniego doczekała się wielu kontynuacji i prób zastosowania kryteriów analizy porównawczej do krajów nie objętych klasycznym badaniem, z uwzględnieniem krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Wśród polskich badaczy, którzy w sposób pośredni zajmują się procesami polaryzacji mediów i związkami mediów i polityki, należy wymienić m.in. B. Dobek-Ostrowską, która od lat prowadzi badania nad systemami medialnymi i jest twórcą czterech modeli systemów medialnych dla Europy Środkowej i Wschodniej. Według najnowszych koncepcji z 2020 roku badaczka zalicza polskie media do grupy mediów spolityzowanych, gdzie integracja mediów i polityki jest bardzo silna⁵³. Studia nad dziennikarstwem w Polsce były z kolei przedmiotem badań m.in. A. Stępińskiej, Z. Bajki, P. Barczyszyn-Madziarz i A. Węglińskiej. Badania nad pluralizmem i różnorodnością rynku medialnego – co stanowi systemową podstawę procesów polaryzacji – bliskie są natomiast zainteresowaniom m.in. B. Klimkiewicz.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Ibidem.

⁵³ *The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self-regulation in Poland*, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.

Kampanie polityczne w polskiej nauce cieszą się szerokim zainteresowaniem od wielu lat. Poświęcano im prace w kontekście marketingu politycznego i komunikowania politycznego. Badano wizerunek polityków, występowanie zależności między mediami a polityką. Zainteresowanie badaczy, w tym m. in. M. Kolczyńskiego, M. Mazura, J. Sztumskiego, B. Dobek – Ostrowskiej czy R. Klepki, jest również skierowane w stronę badań stronniczości czy manipulacji. Jednakże w szerokim wachlarzu naukowych rozważań brakowało analiz skupiających swoją uwagę na mediach i dziennikarzach. Badania nad polaryzacją mediów wydają się być zupełnie nową jakością w naukach nad mediami w Polsce. Badania polaryzacji mediów podczas kampanii wyborczej w oparciu m.in. o etykę dziennikarską, profesjonalizm dziennikarski i język mediów.

Próby uporządkowania rozumienia pojęcia polaryzacji dokonali M. Głowacki i M. Kuś, którzy w wymiarze teoretycznym zaproponowali schemat do analizy polaryzacji w oparciu o czynniki systemowe (prawo mediów, zarządzanie, finansowanie organizacji medialnych) oraz wynikające z nich czynniki behawioralne. Te ostatnie, zdaniem autorów, dotyczą stronniczości mediów, podziałów środowisk dziennikarskich i tworzenia się zwalczających się wzajemnie „plemion” (*media tribes*), a także przykładów agresji słownej i fizycznej⁵⁴. Badania mediów w kontekście plemienności prowadzi z kolei Ł. Szurmiński. Pomocna w usystematyzowaniu koncepcji plemienności okazała się ankieta skierowana do środowiska mediów, pozwalająca sprawdzić, w jaki sposób dziennikarze odnoszą się do zjawiska współczesnych podziałów w środowisku.

Polaryzację w polskich mediach analizowano do tej pory głównie w oparciu o metody jakościowe, w tym w szczególności wywiady pogłębione. K. Dzieciółowski na podstawie wyników badań przeprowadzonych z dziennikarzami m.in. „Gazety Wyborczej” czy „Sieci” (wcześniej „wSieci”), zwraca uwagę na polaryzację odbywającą się na linii media liberalne vs. media konserwatywne⁵⁵. Z kolei R. Zaborowski z londyńskiego King’s College wraz z zespołem badawczym z London School of Economics, przeanalizował ponad 8 tysięcy pasków, zarówno w publicznej TVP Info jak i prywatnej TVN24. W badaniu ujawniono wyraźne różnice w temacie, tonie i treści

⁵⁴ M. Głowacki, M. Kuś, *Media Accountability meets Media Polarisation: A Case Study from Poland*, [w:] T. Eberwein, S. Fengler, M. Karmasin (red.), *Media Accountability at the Crossroads*. Routledge: ECREA Book Series, 2019.

⁵⁵ K. Dzieciółowski, *Is There a Chance For Non-Partisan Media in Poland*, s. 20-24, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Is%20there%20a%20chance%20for%20non-partisan%20media%20in%20Poland%20-%20Krzysztof%20Dzieciolowski%20Paper.pdf>.

między kanałem TVP Info, a TVN24. Znalazło to odzwierciedlenie w ideologicznym nachyleniu pasków⁵⁶.

Oprócz prac naukowych i badawczych wspomnianych wyżej autorka wspomagała się również wieloma materiałami publicystycznymi, a także dostępnymi powszechnie w przestrzeni *social media* wypowiedziami naukowców i polityków. Szczególnym źródłem był *Twitter*, który zdecydowanie jest najpopularniejszy wśród mediów społecznościowych dla publikowania treści politycznych oraz ideologicznych. Istotnym źródłem wiedzy były również liczne raporty badające stan mediów w Polsce, odnoszące się także do kwestii polaryzacji. Wśród nich chociażby dokumenty organizacji Reporterzy bez Granic czy Freedom House. Autorka korzystała także z wielu aktów prawnych powszechnie dostępnych, wśród których znalazły się m.in. Ustawa o Radiofonii i Telewizji, Konstytucja RP czy normy etyczne zawarte w Karcie Etycznej Mediów, ale także w dokumentach samoregulacyjnych TVP i TVN.

Cele pracy, pytania badawcze i hipotezy

Głównym celem pracy jest zbadanie zjawiska polaryzacji mediów i polaryzacji w mediach w Polsce na podstawie analizy zawartości dwóch programów informacyjnych w okresie kampanii samorządowej w 2018 roku – studium przypadku „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN. W doprecyzowaniu problemu badawczego pomocne były trzy cele szczegółowe:

- Budowa narzędzia teoretycznego i narzędzia dla badań nad polaryzacją mediów;
- Analiza zawartości mediów na przykładzie dwóch programów informacyjnych w trakcie kampanii samorządowej;
- Analiza procesów polaryzacji w kontekście polaryzacji politycznej i tworzenia się plemion dziennikarskich.

W pierwszej kolejności autorka zdecydowała się na usystematyzowanie pojęć polaryzacji i stworzenia wielowymiarowej definicji polaryzacji mediów, wokół której prowadzone są badania. Autorka rozumie polaryzację szczególnie w kontekście różnic ideologicznych dotyczących społecznie istotnych tematów, które pojawiają się w mediach, a są to:

⁵⁶ R. Zaborowski, „*Tickers of terror*” – the crisis of Polish media as told by news crawls, 8 listopada 2018, <https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/tickers-of-terror-crisis-of-polish-media-as-told-by-news-crawls>, [dostęp: 13.02.2019].

polityka, religia, tematy społeczne tj. aborcja, mniejszości seksualne, mniejszości narodowe, eutanazja itd. Ze względu na specyficzny zakres czasowy badań – kampania wyborcza – polaryzację bada się także ze względu na różnice polityczne, w tym różnice między rywalizującymi ze sobą aktorami politycznymi (przedstawiciele rządu, przedstawiciele opozycji, kandydaci w wyborach itd.).

W niniejszej pracy autorka nie sprawdza czy polaryzacja w polskich mediach istnieje. Na bazie zgromadzonego materiału faktograficznego i źródeł prasowych występowanie zjawiska polaryzacji uznaje za fakt, ale fakt wymagający doprecyzowania i określenia stopnia zaawansowania. Celem pracy jest przetestowanie stworzonego przez autorkę narzędzia badawczego, które pozwoli odpowiedzieć na pytanie o poziom zaawansowania i kierunki rozwoju współczesnych podziałów. Istotnym założeniem badań nad polaryzacją mediów jest uznanie istnienia polaryzacji na dwóch płaszczyznach. Jedną z nich rozumie media jako nośnik polaryzacji. Oznacza to, że tematy przedstawiane w badanych programach informacyjnych stanowią odzwierciedlenie podziałów społeczeństwa. Drugi obszar dotyczy polaryzacji mediów w kontekście podziałów między mediami, co w tym przypadku przekłada się na relacje między nadawcą publicznym (TVP) i prywatnym (TVN) oraz ich otoczenia medialnego.

Pytania badawcze

W pracy autorka poszukuję odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

Pytania ogólne:

1. W jaki sposób można doprecyzować i usystematyzować pojęcie procesów polaryzacji?
2. Jakie są relacje między polaryzacją społeczną i polityczną, a polaryzacją w mediach?
3. Jakie są główne źródła systemowe polaryzacji mediów w Polsce?
4. W jaki sposób polaryzacja w mediach przejawia się w trakcie kampanii wyborczej?
5. Jakie są relacje między polaryzacją mediów w Polsce a poziomem profesjonalizmu dziennikarskiego?

Pytania szczegółowe:

1. W jaki sposób kwestie właścicielskie wpływają na budowę przekazu danego programu informacyjnego?
2. Jakie są różnice pomiędzy mediami publicznymi a prywatnymi w kontekście zawartości programów informacyjnych?
3. W jaki sposób wypowiedzi dziennikarskie w programach informacyjnych wpływają na podziały dziennikarzy?
4. Jakim językiem posługują się dziennikarze obu programów informacyjnych?
5. Na jaki język debaty publicznej jest przyzwolenie ze strony dziennikarzy informacyjnych obu stacji? Innymi słowy, jakie wypowiedzi cytują oni w swoich materiałach.
6. W jaki sposób programy informacyjne stosują narrację polaryzującą wg. przyjętych podziałów socjopolitycznych, np. „my-oni”?
7. Które z tematów prezentowanych w TVP i w TVN można uznać za najbardziej polaryzujące i dlaczego?
8. Jaka była relacja między liczbą informacji o polityce krajowej a lokalnej/samorządowej?
9. Jaka była relacja liczby wypowiedzi polityków koalicji rządzącej do wypowiedzi polityków opozycji w obu programach informacyjnych?
10. Jaki był dobór wypowiedzi polityków w poszczególnych tematach prezentowanych w programach informacyjnych?
11. W jaki sposób wypowiedzi polityków koalicji rządzącej i partii opozycyjnych wpływają na tworzenie podziałów w kontekście społecznym?
12. Jaki jest poziom zaangażowania dziennikarskiego w poszczególne tematy prezentowane w badanych programach informacyjnych?

Hipotezy badawcze

W pracy postawiono następujące hipotezy badawcze:

H1: Sposób relacjonowania kampanii samorządowej w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP oraz „Faktach” TVN uwypuklił podziały polityczne między rządem a opozycją.

H2: Sposób relacjonowania kampanii samorządowej w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP oraz „Faktach” TVN świadczy o podziałach w środowiskach dziennikarskich i o występowaniu plemion dziennikarskich.

H3: Dominującymi narzędziami polaryzacji w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN są krytyka i agresja, zarówno w kontekście adwersarzy politycznych, jak i medialnych.

Metodologia i narzędzia badawcze

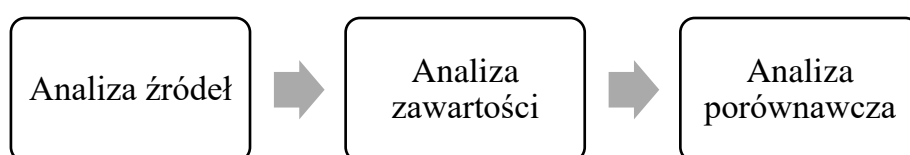
Zbudowanie narzędzia teoretycznego zostało oparte na dwóch obszarach związanych z mediami. Pierwszy obszar związany jest ze strukturą rynku mediów w Polsce, w tym z poziomem pluralizmu mediów, procesami koncentracji i zarządzania mediami. Do czynników strukturalnych zalicza się także unormowania prawne, takie jak prawo prasowe, Konstytucja RP, czy inne przepisy ogólne dotyczące mediów i polityki, dodatkowo istotne są tu regulacje wewnętrzne obu stacji: prywatnej TVN i publicznej TVP. W nawiązaniu do typologii M. Głowackiego i M. Kusia, polaryzacja została zbadana z perspektywy działalności mediów i zjawisk takich jak stronnictwo mediów, podziały środowisk dziennikarskich i „walka plemienna” między dziennikarzami. Istota plemienności pokazana jest także wstępными wynikami badań prowadzonych przez Ł. Szurmińskiego w zakresie „dziennikarstwa plemiennego”⁵⁷. Przeprowadzona w oparciu o klucz kodowy analiza zawartości pozwoliła powiązać czynniki behawioralne ze strukturalnymi właściwościami rynku medialnego. W powiązaniu procesów polaryzacji z kategorią profesjonalizmu dziennikarskiego pomogła analiza wieczornych programów informacyjnych w kontekście etyki zawodowej. W tym celu wykorzystano kodeksy etyczne ogólne tj. *Karta Etyczna Mediów, deklaracja Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy* oraz *Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich*, ale także wspomnianych wcześniej regulacji wewnętrznych obu stacji. Stworzenie narzędzia badawczego pozwoliło na wypracowanie narzędzia metodologicznego koniecznego do przeprowadzenia badań i do dalszej analizy zjawiska polaryzacji w polskich mediach oraz zbadania na podstawie

⁵⁷ A. Olender, „Prześcignęliśmy nawet rosyjską telewizję”. *Badacz mechanizmów propagandy ocenia „Wiadomości” TVP*, 09.07.2020, <https://natemat.pl/314153,wiadomosci-tvp-w-czasie-kampanii-wyborczej-medioznawca-o-propagandzie#>, [dostęp: 13.07.2020].

analizy zawartości mediów przykładów polaryzacji. W tym kontekście autorka proponuje tzw. „trójwymiarowy” model polaryzacji, który stanowi punkt odniesienia dla prezentacji wyników badań i zachętę do modyfikowania i wykorzystywania tego narzędzia w przyszłości.

W pracy wykorzystywane są zróżnicowane metody badawcze: analiza źródeł, analiza zawartości i analiza porównawcza (Wykres 1). Wszystkie te metody mają pozwolić na ujęcie tematu w jak najpełniejszy sposób, a także uczynić badania niezwykle dokładnymi i spełniającymi rygorystyczne warunki współczesnej nauki.

Wykres 1 Metody badawcze



Źródło: opracowanie własne.

Kierując się tymi zasadami autorka wybrała zamknięty okres badań, jakim jest samorządowa kampania wyborcza. Według jasnych wytycznych wybrała spośród wszystkich dostępnych materiałów tylko te, które spełniają warunki badawcze. Tworząc klucz kodowy pamiętała o możliwości badania tylko tego, co widać. Kategorie zawarte w kluczu kodowym zostały tak dobrane, by odnosiły się tylko do tego, co da się zbadać poprzez oglądanie materiału, zgodnie z założeniem, że badamy to, co widzimy a nie to, czego się domyślamy.

Analizie ilościowej i jakościowej zawartości poddano materiały emitowane w wieczornych programach informacyjnych TVP 1 i TVN od 14 sierpnia 2018 roku (ogłoszenie przez Premiera RP daty wyborów) do 4 listopada 2018 roku (dzień wyborów samorządowych II tury). Łącznie we wskazanym okresie analizie poddano 83 wydania „Wiadomości” TVP i 83 wydania „Faktów” TVN. W obu audycjach wyemitowano w tym czasie 1 798 materiałów newsowych (nie wliczając w to śródszpanów i forszpanów). Każdy taki materiał składa się z zapowiedzi prezenterkiej, belki – jeśli ona występuje, oraz materiału reporterskiego (autorskiego materiału dziennikarza) lub *voice overa* (czytanego głosem prezentera). Na etapie tworzenia klucza kodowego, a następnie na etapie analizy każdy wspomniany element tworzący materiał rozdzielono i analizowano oddzielnie (w tym forszpany i śródszpany). Do badań ostatecznie

zakwalifikowano 2 695 elementów składowych programów informacyjnych. Badania nad polaryzacją w Polsce uwzględniają analizę porównawczą w odniesieniu do określenia dystansu ideologicznego między programami informacyjnymi TVP i TVN.

Struktura pracy

Praca składa się ze wstępu, zakończenia oraz trzech głównych rozdziałów.

W pierwszym rozdziale autorka przedstawiła szereg definicji polaryzacji z wielu obszarów nauki, w tym m.in. psychologii, ekonomii, gospodarki, polityki czy socjologii. Nie zabrakło tutaj także odniesienia do podziałów w wymiarze ideologicznym. Autorka zaproponowała także uporządkowanie wiedzy na temat polaryzacji w nauce o mediach, biorąc pod uwagę takie zagadnienia jak systemy polityczne, systemy medialne, pluralizm w mediach, paralelizm polityczny czy profesjonalizm dziennikarski. Rozdział ten stanowi próbę usystematyzowania pojęcia polaryzacji, które dla nauki jest niezwykle istotnym zjawiskiem. Autorka dostrzegła także związek mediów tradycyjnych z mediami społecznościowymi, które coraz częściej uzupełniają przekaz newsów telewizyjnych. To z kolei doprowadziło do analizy polaryzacji publiczności. Wątkami dominującymi, mającymi wpływ na podziały społeczne był 2010 rok i jego konsekwencje.

W drugim rozdziale autorka skupiła się na występowaniu zjawiska polaryzacji mediów w Polsce w czasie samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku. Punktami kluczowymi w rozdziale było wyjaśnienie istnienia dwóch wymiarów polaryzacji mediów w Polsce: wymiaru strukturalnego i behawioralnego. Kolejno rozwinęła w tym rozdziale kwestie struktury rynku mediów, polityki medialnej, zarządzania mediami. Istotnymi aspektami było podjęcie próby zdefiniowania profesjonalizmu dziennikarskiego, stronniczości mediów oraz plemion dziennikarskich. Autorka, zwracając uwagę na występowanie polaryzacji mediów w trakcie kampanii wyborczej, opisała również kwestie mechanizmów regulacji i samoregulacji obu nadawców: Telewizji Polskiej i TVN, w tym także szczególne regulacje dotyczące działalności w trakcie kampanii nadawcy publicznego. Istotną częścią tego rozdziału było opisanie metodologii badań oraz narzędzi badawczych, zakresu badań i głównych pojęć. Autorka w tej części opisała także klucz kodowy i zaproponowała własne narzędzie badawcze o nazwie „trójwymiarowy model polaryzacji”.

Trzeci rozdział w całości poświęcony został analizie wyników ilościowych i jakościowych programów informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

w okresie samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku. W dwóch pierwszych częściach rozdziału autorka zaprezentowała obszernie wyniki polaryzacji politycznej, medialnej oraz społecznej. Każdy z obszarów badań został przanalizowany w konkretnych przestrzeniach programu tj. zapowiedź prezenterka, belka oraz materiał reporterski. Ten wybór elementów struktury programu informacyjnego pozwolił nie tylko na przedstawienie wyników, ale również na zastosowanie analizy porównawczej. Trzecia część rozdziału została poświęcona analizie jakościowej. Podobnie, jak w przypadku analizy ilościowej autorka używała zbudowanego w rozdziale drugim narzędzia, a także zastosowała analizę porównawczą. Liczne wykresy, różne dane zarówno w ujęciu procentowym, jak i liczbowym, ale przede wszystkim interesujące fragmenty programów newsowych, stop-klatki z zapowiedzi prezenterek, cytaty z belek informacyjnych oraz cytaty wypowiedzi autorów materiałów i gości pozwoliły dostrzec wszystkie istotne zjawiska wpływające czy wręcz tworzące polaryzację w mediach.

Zakończenie pracy stanowi weryfikację założeń metodologicznych, pytań, hipotez i realizacji celu pracy. Wnioski te mają za zadanie stać się pewnym zarysem rekomendacji dla środowisk dziennikarskich, a także mają one wskazać kierunek dalszych badań naukowych.

Zaletą niniejszej pracy jest jej innowacyjność polegająca na zupełnie innym podejściu do zjawiska paralelizmu politycznego i stronniczości w mediach w Polsce. Pomogła w tym zdecydowanie kombinacja wiedzy naukowej z doświadczeniem autorki w dziennikarstwie telewizyjnym. Drugą mocną stroną tej pracy jest jej obszerny materiał badawczy. Autorka przeanalizowała setki materiałów reporterskich, zapowiedzi prezenterek, belek tytułowych oraz zdjęć w oparciu o dziesiątki pytań klucza kodowego. Autorka potwierdziła występowanie silnej plemienności mediów. Dowiodła również, że agresja w obrazie i w słowie jest jednym z kluczowych elementów podziału – dużo silniejszym niż pochwała czy pozytywna komunikacja.

To co autorka poprawiłaby w tej pracy, to już na etapie klucza kodowego (a nie po zakończeniu badań) odrzuciłaby elementy programów tj. forszpan i śródspan, których nie da się w pełni ze sobą porównać. To też zdecydowanie przyspieszyłoby etap prowadzenia badań i późniejszych analiz. Na początku pozyskiwania materiału źródłowego do analizy zawartości nastąpiły również problemy techniczne z dostępem do nich. To także wydłużyło pracę nad materiałem i ostatecznym zakończeniem prac. Do rozważenia w przyszłości pozostaje również kwestia klucza kodowego oraz ilości

badanego materiału. Materiał bowiem był bardzo obszerny, co dla samodzielnego badacza było wymagającym przedsięwzięciem logistycznym i czasowym.

Dla przyszłości rozważań nad polaryzacją mediów i polaryzacją w mediach może to być sugestia, że potrzebne jest powołanie zespołu – najlepiej interdyscyplinarnego – który mógłby powrócić do problematyki polaryzacji i zgłębić jej istnienie z wielu dodatkowych punktów widzenia.

1. POJĘCIE I WYMIARY POLARYZACJI W MEDIACH

„Polaryzacja to zjawisko uwydatniania się różnic”¹ lub „rozdzielenie elementów układu na dwie grupy”². W taki sposób słowniki oraz internetowe encyklopedie definiują zjawisko polaryzacji. To jedno z najbardziej powszechnych i ogólnych znaczeń procesów polaryzacji jest wykorzystywane do badania zjawisk w wielu dziedzinach nauki, w tym: fizyce, biologii, medycynie, psychologii, naukach o polityce, ekonomii czy socjologii. Pierwsza część tego rozdziału poświęcona została zdefiniowaniu i usystematyzowaniu zagadnień związanych z polaryzacją. Jest to bowiem kluczowe dla dalszego budowania definicji polaryzacji w mediach, ale co równie ważne, daje możliwość stworzenia autorskiego narzędzia teoretycznego. Te działania prowadzą do wielopłaszczyznowej analizy procesów polaryzacji.

Nauki społeczne, w tym politologia, ale też nauki o mediach niejednokrotnie wykazują zainteresowanie zjawiskiem polaryzacji. Najczęściej terminu „polaryzacja” używa się w odniesieniu do polaryzacji politycznej lub ideologicznej. Ta pierwsza określa podział na dwie grupy o przeciwstawnych poglądach, ta druga ma być miernikiem dystansu między tymi grupami³. Takie określenia jak: „podział”, „dzielenie”, „uwydatnianie różnic” stanowią jeden z istotnych punktów wyjścia do analizy zjawiska polaryzacji w świecie mediów. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że polaryzacja w mediach to nie tylko dzielący charakter informacji czy obrazu przedstawianej rzeczywistości. To nie tylko różnice, które dotyczą polityki, społeczeństwa i mediów. Kluczowe dla analizy czynników polaryzujących media stają się pluralizm, paralelizm polityczny, profesjonalizm dziennikarski, ale także preferencje polityczne publiczności. Analiza procesów polaryzacji z uwzględnieniem studium przypadku rynku medialnego w Polsce prezentowana w tym rozdziale stanowi wstęp do budowy narzędzia teoretycznego – kompleksowego modelu polaryzacji w polskich mediach.

¹ *Polaryzacja – definicja*, Słownik Współczesnego Języka Polskiego, Tom 2, Warszawa 1998, s. 88.

² *Polaryzacja – definicja*, Wikipedia, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja>, [dostęp: 27.06.2019].

³ *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, European Parliamentary Research Service, Scientific Foresight Unit (STOA) PE 634.414 – March 2019, s. 11, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU\(2019\)634414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU(2019)634414_EN.pdf), [dostęp: 10.05.2019].

1.1 Polaryzacja w nauce

Według ogólnej definicji zamieszczonej w Słowniku Języka Polskiego „polaryzacja” oznacza „wyraźne zaznaczenie się różnic między jakimiś pojęciami, poglądami”⁴. Na przykład w fizyce stosuje się pojęcia „polaryzacji atomowej”, „polaryzacji magnetycznej” czy „polaryzacji światła”. Jeżeli wiązka światła przejdzie przez polaryzator, to uzyskamy falę, w której drgania pola elektrycznego (i magnetycznego) zachodzą tylko w jednym, stałym kierunku, wyznaczonym przez polaryzator⁵. Fala spolaryzowana to taka, której drgania rozchodzą się w ściśle określony sposób⁶. W medycynie „polaryzacja błony komórkowej” oznacza „zjawisko powstawania różnicy potencjałów (napięcia) między zewnętrzną i wewnętrzną powierzchnią błony komórek organizmów”⁷. „Polaryzacja immunologiczna” oznacza z kolei zróżnicowanie limfocytów w jeden z dwu podtypów: limfocytów Th1 oraz limfocytów Th2. „Jeśli dojdzie do przewagi jednego z tych rodzajów, dojdzie także do przewagi odpowiedzi komórkowej nad humoralną lub *vice versa*”⁸. Dodatkowo, w badaniach zwraca się uwagę na fakt, że człowiek sam w sobie jest istotą spolaryzowaną. Na ogół prawa połowa naszego ciała wraz z linią środkowo-przednią posiadają znak plus, a lewa połowa z linią środkowo-tylną posiadają znak minus⁹.

Z przytoczonych definicji wynika, że polaryzacja ma różne zastosowanie. Może w przypadku światła osłabiać je, a nawet wyciszać, zaś w przypadku układu immunologicznego pozwalać na precyzyjną walkę z patogenem. To, co charakterystyczne w obu przypadkach, to zachodzące zjawisko zróżnicowania. Zróżnicowanie objawia się przewagą jednego czynnika nad drugim, zajmowaniem skrajnych stanowisk, silnie zróżnicowanych sądów. Za każdym razem następuje wyraźne zarysowanie się różnic¹⁰. Element zróżnicowania pojawia się jako istotny wyznacznik polaryzacji w naukach społecznych, gdzie procesy polaryzacji odnoszą się do podziałów

⁴ Polaryzacja – definicja, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/polaryzacja;2503745.html>, [dostęp: 27.06.2019].

⁵ Polaryzacja światła, e-Fizyka, <https://ilf.fizyka.pw.edu.pl/podrecznik/3/8/9>, [dostęp:27.06.2018].

⁶ Polaryzacja światła, Rozumiem fizykę, <https://rozumiem-fizyke.yum.pl/polaryzacja-swiatla>, [dostęp: 27.06.2018].

⁷ Polaryzacja błony komórkowej, Wikipedia,

https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja_b%C5%82ony_kom%C3%B3rkowej, [dostęp:27.06.2018].

⁸ Polaryzacja immunologiczna, Eduteka.pl,

http://encyklopedia.eduteka.pl/wiki/Polaryzacja_immunologiczna, [dostęp: 27.06.2018].

⁹ Polaryzacja, Eduteka.pl, <http://www.eduteka.pl/doc/polaryzacja-1> [dostęp: 27.06.2018].

¹⁰ Polaryzacja definicja, Słownik..., s. 88.

poglądów, ideologii, systemów i związanych z nimi działań¹¹. W tym rozumieniu pojęcie to jest szeroko wykorzystywane w naukach o ekonomii, społeczeństwie i polityce.

1.1.1 Polaryzacja gospodarcza i społeczna

Procesy polaryzacji w nauce o ekonomii stały się obiektem badań naukowych w latach 80. ubiegłego wieku. Inspirację stanowiły pojawiające się wówczas doniesienia prasowe o zjawisku kurczenia się, bądź nawet zanikania klasy średniej w Stanach Zjednoczonych. Wyróżniając trzy klasy społeczne – tzw. „klasę ubogich”, „klasę średnią” oraz „klasę bogatych” – dowodzą systematyczne zmniejszanie się procentowego udziału osób zaliczonych do tzw. „klasy średniej”. Zakładano, że kurczenie się tzw. „klasy średniej” spowoduje w konsekwencji wzrost różnic w poziomie dochodów i jakości życia, a także podział społeczeństwa na dwie znacznie różniące się od siebie grupy – „ubogich” i „bogatych”¹². Badacze dowodzą, że polaryzacja ekonomiczna ma miejsce w momencie zaznaczenia się przepaści finansowej między ludźmi w obu grupach¹³. Synonimem miasta głębokich podziałów, które doprowadziły nie tylko do kurczenia się „klasy średniej”, ale do kurczenia się miasta w ogóle stało się amerykańskie Detroit. W wyniku kryzysu gospodarczego miasto to opuściło już ponad 60proc. ludzi. Znajduje się na czele listy miast, których szczytowy okres rozwoju przypadał na lata 50. i 60. XX w. Na liście znajdują się – poza Detroit – Buffalo, Cleveland, Gary, Niagara Falls, Youngstown i Pittsburg¹⁴. Wspomniane miasta były największymi metropoliami Stanów Zjednoczonych. Pod koniec wieku straciły ponad 40% miejsc pracy i ponad 50 proc. mieszkańców. M. Brzeziński wskazuje na kluczową rolę dochodów i różnic w poziomie zamożności społeczeństwa, co w efekcie może oznaczać dwubiegunowość i podział społeczeństwa na grupy o zróżnicowanym potencjale ekonomicznym¹⁵.

Niezależnie od tych interpretacji, należy zgodzić się z poglądem, że zarówno wzrost nierówności i występowanie procesów polaryzacji może mieć negatywny wpływ

¹¹ *Polaryzować się – definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/polaryzowa%C4%87.html> [dostęp: 27.06.2018].

¹² S.M. Kot, *Polaryzacja ekonomiczna. Teoria i zastosowanie*, Warszawa 2008, s. 12.

¹³ T. Panek, *Polaryzacja ekonomiczna w Polsce*, Wiadomości Statystyczne, Rok LXII 1 (668) 2017, 41-61, s. 42.

¹⁴ P. Trębacz, *Kurczenie się miasta na przykładzie Detroit*, Teka Komisji Architektury, Urbanistyki i Studiów Krajobrazowych – OL PAN, IX_3/ 2013, 84-96, s. 85.
http://www.pan-ol.lublin.pl/wydawnictwa/TArch9_3/Trebacz.pdf, [dostęp: 19.01.2020].

¹⁵ M. Brzeziński, *Income polarization and economic growth*, National Bank of Poland Working Paper no. 147, Warszawa 2013, s. 4-6.

na rozwój gospodarczy kraju oraz na stosunki społeczne. Na takie ujęcie wskazują w swoich badaniach A. Banarjee i E. Duflo, a także H. Kharas i G. Getz, laureaci nagrody banku Szwecji im. Alfreda Nobla za walkę z ubóstwem¹⁶. Dodatkowo dowodzą oni, że nierówności w dochodach oraz rosnący dystans między bogatymi i ubogimi powodują wzrost konfliktów społecznych i poczucia niesprawiedliwości¹⁷. Ekonomiści i eksperci skupieni wokół ONZ również zwracają uwagę na zagrożenia związane z polaryzacją ekonomiczną na świecie. W badaniach ONZ podkreśla się, że procesy polaryzacji zwiększają ryzyko rozłamu świata na dwie globalne klasy – pozostającą w mniejszości i dysponującą władzą „klasę bogatych” oraz marginalizowaną i pozostającą dodatkowo w mniejszości tzw. „klasę biednych”. Współczesne podziały ekonomiczne, jak określa T. Poskrobko „dotyczą coraz częściej podziału świata na liderów z wysokim poziomem wzrostu gospodarczego i – jak określa autor – całą resztę”¹⁸.

Z polaryzacją ekonomiczną jest związana polaryzacja społeczna. Oznacza ona proces głębokiego rozwarstwiania się społeczeństwa w taki sposób, że tworzą się dwa przeciwstawne bieguny społeczne, np. w oparciu o czynnik ekonomiczny (biedni – bogaci)¹⁹. Jednakże polaryzację społeczną należy postrzegać również w aspekcie różnicowania się postaw w wielu innych obszarach życia. Różnicującymi i dzielącymi społeczeństwo mogą być: polityka, religia, a także tożsamość płciowa i seksualność. W efekcie tworzą się zazwyczaj obozy przeciwników i zwolenników rozwiązania danego problemu społecznego, przy czym liczba osób wyrażających postawy umiarkowane zmniejsza się²⁰. Proces polaryzacji może przyczynić się do eskalacji dezintegracji grup społecznych oraz konfliktów, które według R. Dahrendorfa, są związane ze społeczną niezgodą²¹.

¹⁶ *Ekonomiczna Nagroda Nobla za walkę z ubóstwem. Laureaci to Banarjee, Duflo i Kremer*, 14.10.2019, <https://forsal.pl/artykuly/1434866,banerjee-duflo-i-kremer-laureatami-nagrody-nobla-w-dziedzinie-ekonomii.html>, [dostęp: 22.01.2020].

¹⁷ T. Panek, *Polaryzacja ekonomiczna...*, op. cit., s. 43.

¹⁸ T. Poskrobko, *Nowe koncepcje i teorie rozwoju w ekonomii* [w:] S. Czaja, T. Poskrobko (red.), *Wyzwania współczesnej ekonomii*, Warszawa 2012, <http://weiz.uwb.edu.pl/uploads/tiny//Tomasz%20Poskrobko%20-%20pliki/Ekonomia%20rozwoju/M03%20Teorie%20zacfania%20i%20rozwoju.pdf> [dostęp: 29.06.2018].

¹⁹ *Polaryzacja społeczna – definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/polaryzacja-spoleczna;3959320.html> [dostęp: 27.06.2018].

²⁰ *Polaryzacja społeczna – definicja*, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja_spo%C5%82eczna, [dostęp: 17.06.2018].

²¹ J. Mucha, *Socjoterapeutyczne aspekty zarządzania sytuacją konfliktową w wymiarze jednostkowym i społecznym. Kilka uwag wprowadzających* [w:] *Rozwiązywanie sytuacji konfliktowych w wymiarze jednostkowym i społecznym*, red. M. Plucińska, Poznań 2014, s. 15, https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12713/6/Martyna%20Pluci%C5%84ska%20%28red.%209_Rozwiazywanie%20sytuacji%20konfliktowych_2014_WNS%20UAM.pdf, [dostęp: 22.01.2020].

Z polaryzacją społeczną i podziałami w sferze ekonomii łączy się pojęcie „przestrzeni spolaryzowanej”. W latach 50. ubiegłego stulecia F. Perroux wprowadził do badań społecznych koncepcję tzw. biegunu wzrostu. Autor podkreśla, że wzrost gospodarczy nie uwidacznia się w takim samym tempie, a raczej przejawia się „zmienną intensywnością w postaci biegunów wzrostu” i „rozchodzi się różnymi kanałami i ze zmiennymi skutkami końcowymi dla całości gospodarki”²². Pojęcie przestrzeni spolaryzowanej wywodzi się pierwotnie z obserwacji systemów powiązań między przemysłami przez F. Perroux. J.-R. Boudeville rozszerza tę zależność na sferę miejską. Dowodzi on, że „miasta i sektory [gospodarki] tworzą spolaryzowane całości”²³. Według niego „polaryzację można zdefiniować jako połączenie lub związek istniejący pomiędzy elementami określonego zespołu zlokalizowanych działalności: miast, regionów lub sektorów”²⁴. Powyższe stwierdzenia dotyczą zarówno zjawisk ekonomicznych, jak społecznych – zwłaszcza pod kątem przepływu informacji²⁵.

Włoscy badacze V. Antoniucci i G. Marella posługują się terminem „polaryzacja rynku mieszkaniowego”. W swoich analizach zwracają oni uwagę na powiązania struktury miejskiej i gęstości zaludnienia z różnorodnością cenową mieszkań. Badacze twierdzą, że zwiększenie poziomu polaryzacji przestrzennej oznacza potencjalny wzrost nierówności społecznych pod względem dostępności do miejsc zamieszkania²⁶. Polaryzacja rynku mieszkaniowego w miastach lub różnica między cenami za lokal mieszkalny w centrum miasta wpływa na polaryzację społeczną. Analiza przeprowadzona przez badaczy wykazuje również, że niski poziom rozwoju transportu publicznego i infrastruktury miast sprzyja polaryzacji społecznej w obszarach o niskim poziomie zaludnienia²⁷.

Z punktu widzenia rozwoju regionalnego postępująca polaryzacja zasobów kapitałowych i ludzkich ma najczęściej negatywne konsekwencje. Szczególnie dotyczy to polaryzacji społecznej, w wyniku której dochodzi do silnego różnicowania warunków życia związanych z miejscem zamieszkania, pracą, dostępem do usług, podziałem

²² J. Grzeszczak, *Bieguny wzrostu a formy przestrzeni spolaryzowanej.*, Prace geograficzne nr 173, Wrocław 1999, s. 11, http://rcin.org.pl/Content/597/Wa51_3576_r1999-nr173_Prace-Geogr.pdf [dostęp: 27.06.2018].

²³ Ibidem, s. 51.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ibidem, s. 15.

²⁶ V. Antoniucci, G. Marella, *Is social polarization related to urban density? Evidence from the Italian housing market*, *Landscape and Urban Planning*, Volume 177 (2018), s. 340-349.

²⁷ Ibidem.

dochodu, dóbr itd.²⁸ Przykładem silnie spolaryzowanego regionu w Polsce jest Mazowsze. Miasto stołeczne Warszawa skupia ponad połowę potencjału demograficznego województwa mazowieckiego. W Warszawie mieszka dwie trzecie mieszkańców z wykształceniem wyższym oraz ma swoje siedziby trzy czwarte większych podmiotów gospodarczych. Na drugim krańcu znajdują się tzw. „obszary peryferyjne”, które są słabsze pod względem zasobów kapitału ludzkiego, mocy produkcyjnych i innych sił wytwórczych²⁹. Badacze zwracają także uwagę na procesy suburbanizacji, jakie wystąpiły w dużych i średnich miastach już w okresie transformacji ustrojowej. Procesy te spowodowały, że tradycyjny układ odniesienia miasto–wieś przestał odzwierciedlać zmiany zachodzące w strukturze społecznej. Jak zauważają G. Gorzelak i A. Olechnicka układem odniesienia dla współczesnych różnic między regionami jest wymiar „wielkie miasta” – „reszta kraju”. Układ ten nawiązuje do stosowanego w badaniach modelu uwzględniającego dwa obszary: centrum i peryferie³⁰.

1.1.2 Polaryzacja w psychologii

W psychologii pojęcie „polaryzacji” wiązane jest głównie z „polaryzowaniem się” ludzkiego umysłu. Wewnętrzna polaryzacja ma być przyczyną powstawania zaburzeń psychicznych, polegających na zakłóceniu jedności organizmu. W procesach polaryzacji mamy do czynienia z zaprzeczeniem naturalności i tłumieniem pewnych obszarów życia. Kiedy człowiek stara się rozwijać jeden obszar, podział staje się coraz wyraźniejszy, dotkliwszy i wymaga coraz większego nakładu energii na utrzymanie nieakceptowanego aspektu w ukryciu³¹.

O polaryzacji psychologowie mówią także w odniesieniu do snów. Sny charakteryzują się językiem pełnym symboli i figur sennych. Najczęściej pozostają one ze sobą w opozycji, a człowiek utożsamia się tylko z jedną stroną sytuacji (na przykład

²⁸ T. Komornicki (et al.), *Powiązania funkcjonalne pomiędzy polskimi metropoliami*, Warszawa 2013, s. 109.

²⁹ P. Śleszyński, *Obszar Metropolitalny Warszawy a rozwój Mazowsza. Wybrane wyniki badań prowadzonych w projekcie „Trendy Rozwojowe Mazowsza”*, Studia Regionalne i Lokalne, nr 3(61)/2015, s. 44.

³⁰ M. Tarkowski, *Centra i peryferie rozwoju społeczno – gospodarczego w Polsce w okresie transformacji ustrojowej*, Gdynia – Pelpin 2008, s. 6.

³¹ T. Garstka, *Teoria i praktyka terapii Gestalt. Część I. elementarne wprowadzenie*, <http://www.psychologia.edu.pl/czytelnia/50-artykuly/1036-teoria-i-praktyka-terapii-gestalt-czesc-i-elementarne-wprowadzenie.html> [dostęp: 29.06.2018].

jest tym, który goni, a nie tym który ucieka)³². W teorii rozwoju psychospołecznego stworzonego przez amerykańskiego psychologa E. Eriksona, cały cykl życia człowieka oparty jest o przeciwstawne tendencje i dążenia. Jest to swoistego rodzaju dwubiegunowość, w której zawsze jeden biegun jest pozytywny, a drugi negatywny. Ciągła chęć rozwoju i ciągły strach przed doświadczaniem powodują powstawanie u człowieka kryzysów³³. E. Erikson zwraca uwagę na etap rozwoju między 13. a 19. rokiem życia, kiedy człowiek, będąc w fazie dorastania, wchodzi w etap kryzysu między tożsamością a dyfuzją ról społecznych. Szybko postępujące zmiany fizyczne i fizjologiczne powodują zachwianie obrazu „ja” i konieczność skonfrontowania tego, co dana jednostka myśli o sobie z wyobrażeniami innych. Kształtuje się tym samym poczucie tożsamości, które jest związane z polaryzacją przywództwa, czyli zdolnością podporządkowania się przywódcy i bycia przywódcą. Budowanie tożsamości człowieka oznacza także występowanie polaryzacji ideologicznej, która jest związana z określeniem własnej przynależności ideologicznej³⁴.

Z kolei inny amerykański psycholog S. Tomkins posługuje się w swoich pracach koncepcją polaryzacji afektywnej, która oznacza przeciwstawne kierunki myślenia o człowieku³⁵. W kontekście psychologii społecznej, ale i informacji (a dokładniej bańki informacyjnej³⁶) kwestię polaryzacji opisał C. R. Sunstein. Swoje poglądy odniósł zarówno do wymiaru grup, jak i wymiaru indywidualnego, w którym jednostka dąży do radykalizacji własnych przekonań „ze względu na atrakcyjność skrajnych poglądów

³² Arnold Mindell i psychologia procesu, <https://nowewzorze.pl/arnold-mindell-psychologia-procesu/>, [dostęp:29.06.2018].

³³ Erik Erikson i jego teoria rozwoju psychospołecznego, 20.06.2018, <https://pieknoumyslu.com/erik-erikson-jego-teoria/> [dostęp: 29.06.2018].

³⁴ H. Jarosiewicz, *Współczesne koncepcje kariery zawodowej. Teoria i praktyka*, http://www.cwrkdiz.kalisz.pl/Images/Prezentacja_Dr_Henryk_Jarosiewicz_22.09.2017.pdf [dostęp: 29.06.2018].

³⁵ Polaryzacja afektywna – teoria S. Tomkinsa, <https://sociolegiapolityki.wordpress.com/2010/11/12/polaryzacja-afektywna-%E2%80%93-teoria-s-tomkinsa/> [dostęp:29.06.2018].

³⁶ Bańka informacyjna – zamknięty, homogeniczny system wymiany informacji, złożony z osób o podobnym światopoglądzie, czy ideologii. Pod względem treści, systemy te są oparte na strategii confirmacyjnej - członkowie baniek są wystawieni jedynie na informacje zgodne z ich prywatnym światopoglądem, co jeszcze bardziej ich w tym światopoglądzie utwierdza, za: P. Brzóska, B. Nowak *Falsz w erze mediów społecznościowych, czyli różnice indywidualne, bańki informacyjne i podatność na fake newsy*, s. 22. https://www.researchgate.net/profile/Pawel_Brzoska/publication/335525696_Falsz_w_erze_mediow_spo_lecznościowych_czyli_roznice_indywidualne_banki_informacyjne_i_podatnosc_na_fake_newsy/links/5d6aa8baa6fdcc547d7002b5/Falsz-w-erze-mediow-spoecznościowych-czyli-roznice-indywidualne-banki-informacyjne-i-podatnosc-na-fake-newsy.pdf, [dostęp: 23.01.2020].

wewnątrz baniek informacyjnych”³⁷. Badacz zwrócił także uwagę na istotę kaskadowego rozprzestrzeniania się radykalnych poglądów. Jest to sytuacja, w której dwie jednostki mają silne poglądy na daną sprawę i spotykają na swojej drodze osobę, która nie posiada własnych przekonań na dany temat. Wówczas, zdaniem C.R. Sunsteina, istnieje duże prawdopodobieństwo, że osoba trzecia przejmie punkt widzenia jednej z osób o silnym poglądzie. Istotna jest tu także kwestia poznawczego mechanizmu polaryzacji, polegającego na konformistycznym przystosowaniu się przez jednostkę. Jest to sytuacja, w której sami nie wiedząc co robić, czerpiemy od jednostek pewnych siebie, prezentujących silne, często skrajne, poglądy. To z kolei powoduje zaistnienie tak zwanej indywidualnej polaryzacji, co oznacza w praktyce radykalizację poglądów wewnątrz określonej grupy³⁸.

Wydaje się zatem, że polaryzacja w ujęciu społecznym może odegrać szczególną rolę w analizie i usystematyzowaniu pojęcia polaryzacji mediów. Media będą w tym procesie silnymi jednostkami głoszącymi przeciwstawne i skrajne poglądy na dany temat, a użytkownik mediów będzie tym niezdecydowanym i o niesprecyzowanych poglądach. Mogłoby to oznaczać, że takie niezdecydowane społeczeństwo będzie przyjmowało (lub będzie podatne na przyjmowanie) skrajne, silne poglądy głoszone przez poszczególne media. Zjawisko to będzie oznaczać dodatkowo tworzenie tzw. „baniek informacyjnych”, w ramach których media mogą powielać informację skierowaną dla konkretnej grupy użytkowników. Jednocześnie zaobserwujemy zwiększanie się podziałów między mediami, które nie poddają się takiemu działaniu. W ten sposób może utworzyć się grupa mediów o zdecydowanie zróżnicowanych poglądach w przeciwieństwie do pozostałych podmiotów funkcjonujących na danym rynku medialnym.

1.1.3 Polaryzacja w studiach nad polityką

Podobnie jak w innych obszarach wiedzy polaryzacja w naukach o polityce jest stosowana do opisu wielu zjawisk. Partie i systemy polityczne mogą wzmacniać procesy polaryzacji społecznej, z drugiej strony mogą tworzyć grupy zwolenników oparte na

³⁷ P. Brzóska, B. Nowak *Falsz w erze mediów społecznościowych, czyli różnice indywidualne, banki informacyjne i podatność na fake newsy*, s. 22.

https://www.researchgate.net/profile/Pawel_Brzoska/publication/335525696_Falsz_w_erze_mediow_spoecznościowych_czyli_roznice_indywidualne_banki_informacyjne_i_podatnosc_na_fake_newsy/links/5d6aa8baa6fdcc547d7002b5/Falsz-w-erze-mediow-spoecznościowych-czyli-roznice-indywidualne-banki-informacyjne-i-podatnosc-na-fake-newsy.pdf, [dostęp: 23.01.2020].

³⁸ Ibidem.

bazie tych podziałów. W języku łacińskim słowo *pars* oznacza „część”, a *partire* – „dzielić”. Partia polityczna oznacza grupę osób skupionych wokół określonego przywódcy. Pojęcie to rozumiane jest najczęściej jako grupa ludzi dążących do objęcia władzy lub posiadania na nią wpływu³⁹. Członkowie partii politycznych są przedstawicielami społeczeństwa i reprezentują występujące w jego ramach podziały (gospodarcze, społeczne, ideologiczne, itd.). Polaryzację można też rozpatrywać w kontekście rząd vs. opozycja, partia rządząca vs. partia opozycyjna. W Polsce obserwujemy silny podział wzdłuż tej osi, a dotyczy on głównie podziału na zwolenników Zjednoczonej Prawicy i PiS oraz członków i wyborców szeroko pojętej opozycji.

W klasycznej koncepcji politologa G. Sartoriego⁴⁰ pojęcie polaryzacji polityki ma kluczowe znaczenie dla rozróżnienia systemu umiarkowanego wielopartyjnego od spolaryzowanego pluralizmu, które różnią się sposobami rywalizacji na scenie politycznej. G. Sartori podkreśla, że system spolaryzowanego pluralizmu, który występował historycznie we Włoszech, jest oparty na głębokich rozłamach politycznych i społecznych, znikomym poziomie konsensusu i kwestionowaniu systemu politycznego, co przejawia się istnieniem partii antysystemowych⁴¹. Podziały polityczne w systemach spolaryzowanych są szerokie, a partie polityczne reprezentują zdecydowanie przeciwstawne ideologie. W systemach pluralizmu umiarkowanego różnice ideologiczne między partiami politycznymi są mniejsze a istniejący porządek polityczny cieszy się większym poparciem. Stopień polaryzacji ideologicznej wiąże się z historią danego kraju.

Spolaryzowany pluralizm rozwinął się w krajach, w których istniała silna konserwatywna opozycja wobec liberalizmu, a przejście w stronę systemów liberalnych było procesem długotrwałym i burzliwym⁴². Podobnie D. Russell przyczyny niestabilności systemów politycznych upatruje w procesach polaryzacji. Badacz twierdzi, że upadek systemów politycznych wynika z silnej polaryzacji, a nie samej fragmentacji frakcji politycznych w parlamencie. Historycznym przykładem jest Republika Weimarska, gdzie zróżnicowanie ideologiczne powodowało narastanie konfliktów politycznych i społecznych, co w sytuacji wstrząsu wywołanego kryzysem gospodarczym

³⁹ W. Sokół, M. Żmigrodzki, *Współczesne partie i systemy partyjne. Zagadnienia teorii i praktyki politycznej*, Lublin 2005, s. 12.

⁴⁰ G. Sartori, *Parties and party systems: a framework for analysis* vol. 1, Cambridge London New York Melbourne: Cambridge University Press, 1976, s. 131-216.

⁴¹ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 60.

⁴² Ibidem.

doprowadziło do objęcia władzy przez nazistów i w konsekwencji do upadku systemu demokratycznego⁴³. W podobnym tonie utrzymana jest interpretacja J.C. Garanda, według którego silna polaryzacja utrudnia współpracę partii politycznych w sprawach ważnych dla kraju. R. Pelizzo i S. Babones, na których powołuje się w swojej pracy W. Rafałowski, uważają nadmierną polaryzację za czynnik utrudniający tworzenie stabilnych rządów (gabinetów)⁴⁴. Silna polaryzacja podnosi poziom rywalizacyjności systemu politycznego, gdzie dodatkowa różnica programowa między zwycięzcami i przegranymi często dotyczy kwestii światopoglądowych.

Analizy prowadzone przez C.H. Wanga potwierdziły natomiast, że wyższy poziom polaryzacji oznacza lepszą jakość demokracji. Poziom polaryzacji systemu partyjnego ma także wpływ na to, czy wyborcom udaje się znaleźć partię, z którą mogliby się identyfikować⁴⁵. Z. Maoz i Z. Somer-Topcu w oparciu o teorię przetargów i metody analizy sieci społecznych wskazują z kolei, że polaryzacja ideologiczna sprzyja trwałości koalicji rządowych oraz wydłuża średni czas funkcjonowania gabinetów politycznych. Koalicja ugrupowań bliskich ideologicznie jest najczęściej bardzo trwała. W takim układzie tylko gwałtowny wstrząs na scenie politycznej może motywować jednego z członków koalicji do zerwania porozumienia i poszukiwania innego partnera, nawet jeśli do tej pory inne partie uznawane były za odległe ideologicznie⁴⁶. G. Sani oraz G. Sartori oceniają dystans ideologiczny między partiami politycznymi na podstawie czterech głównych tematów podejmowanych w kampaniach wyborczych⁴⁷:

- równości społecznej – gdy społeczeństwo wskazuje na partie prawicowe to maleje procent wyborców akceptujących problem nierówności społecznych;
- zmiany społecznej – przesuując się „w prawo” maleje odsetek wyborców opowiadających się radykalnymi zmianami społecznymi, a rośnie odsetek zwolenników utrzymywania *status quo*;
- stosunku do supermocarstw oraz charakteru powiązań pomiędzy Wschodem a Zachodem – np. pozytywny stosunek do ZSRR (współcześnie Rosji) i akcentowanie konieczności przewycięzania różnic Wschód vs. Zachód charakteryzuje przede wszystkim lewicowych wyborców;

⁴³ W. Rafałowski, *Fragmentacja i polaryzacja systemów partyjnych w krajach postkomunistycznych*, Warszawa 2014, s. 67.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Ibidem.

⁴⁶ Ibidem, s. 68.

⁴⁷ W. Sokół, *Kryterium ideologiczne i programowe w klasyfikacji partii politycznych*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K, Politologia* 4, 89-98, 1997, s. 95.

- religijności – postrzeganie religii jako istotnego elementu życia społecznego rośnie w miarę przesuwania się w prawą stronę sceny politycznej.

Badacze G. Sani i G. Sartori określają dodatkowo wyborcę na osi lewica-prawica, przyjmując 10-punktową skalę pomiaru (lewica = 1,2; centrolewica = 3,4; centrum = 5,6; centroprawica = 7,8; prawica = 9,10)⁴⁸. W socjologii i politologii podział na lewicę i prawicę jest związany z tożsamością ideologiczną⁴⁹. W nauce dychotomia ta odnosi się także do konfliktów klasowych i religijnych⁵⁰. D. Confrencesco wyraża takie rozumienie podziałów lewica-prawica: „człowiek z prawicy to ten, który troszczy się przede wszystkim o ocalenie *tradycji*; człowiek lewicy zaś to ten, który nade wszystko dąży do *wyzwolenia* bliźnich z okowów, jakimi są przywileje rasowe, stanowe, klasowe itd.”⁵¹. N. Bobbio podkreśla natomiast, że „kryterium najczęściej używanym w rozróżnieniu prawicy od lewicy jest odmienność postaw, jakie ludzie żyjący w społeczeństwie przyjmują w stosunku do ideału równości”⁵². R. Siemieńska twierdzi, że osobom o poglądach lewicowych „lewica” kojarzy się z równością społeczną, postępowymi poglądami, pewnością jutra, sprawiedliwością, zdecydowaniem w działaniu, dbaniem o interes społeczny, odpowiedzialnością i postępem technicznym. W gronie tych samych osób „prawica” oznacza konserwatyzm, zacofanie, agresywność, korupcję i przywileje dla wybranych. Prawicowo zorientowani wyborcy podobnie pozytywnie ocenili siebie, a lewicy przypisują cechy negatywne⁵³.

Badania z 1991 roku dowiodły, że respondenci w Polsce traktują podział na lewicę i prawicę w kontekście zmian społecznych i politycznych, które dokonały się w 1989 roku. Na przykład, lewicę kojarzono z instytucjami sprzed 1989 roku, a także z opozycją w stosunku do niekomunistycznego rządu⁵⁴. T. Szawiel twierdzi, że zróżnicowanie na osi lewica-prawica w Polsce jest zakorzenione w sferze wartości i tożsamości społecznych oraz jest związane ze stosunkiem do przeszłości komunistycznej (w tym do PZPR), oceną przemian demokratycznych oraz poziomem religijności i stosunkiem do kościoła

⁴⁸ Ibidem, s. 96.

⁴⁹ T. Szawiel, *Podział lewica – prawica w polityce w szerszym kontekście kulturowym* [w:] M. Grabowska, T. Szawiel, *Budowanie demokracji. Podziały społeczne, partie polityczne i społeczeństwo obywatelskie w postkomunistycznej Polsce*, Warszawa 2001, s. 220-221.

⁵⁰ Ibidem, s. 222.

⁵¹ N. Bobbio, *Prawica i lewica*, Kraków – Warszawa 1996, s. 64.

⁵² Ibidem, s. 67.

⁵³ T. Szawiel, *Podział lewica...*, op. cit., s. 225.

⁵⁴ Ibidem, s. 225-226.

katolickiego. Autor zwraca uwagę na związki lewicy z postawami egalitarnymi oraz powiązania prawicy z nacjonalizmem⁵⁵.

Według R. Markowskiego problemy z jednoznacznym określeniem pojęcia „polaryzacji” w naukach o polityce wynikają z różnego spojrzenia i zróżnicowanej metodologii badań. Stosowane narzędzia do pomiaru różnic ideologicznych i preferencji wyborczych odnoszą się zazwyczaj do współzawodnictwa w wymiarze „lewica-prawica”. Po drugie, mierzą najczęściej dystans na tak zidentyfikowanej osi między skrajnie ułożonymi partiami. Z kolei R. Markowski proponuje taki indeks polaryzacji, który uwzględni nie tylko wielkość partii politycznych oraz ich umiejscowienie, ale także homo- i heterogeniczność elektoratów. Od homogeniczności elektoratu zależy bowiem strategia wyborcza danej partii – jej potencjał ekspansji, jak i możliwość zawierania koalicji czy próby wprowadzenia w życie społeczne polityk sektorowych⁵⁶, w obszarach choćby polityki przemysłowej, rolnej czy społecznej. Jednym z przykładów działań w obszarze polityki socjalnej jest wprowadzenie dodatków finansowych dla rodzin posiadających dzieci. W Polsce najpopularniejszymi są programy: „500+”, „300+” oraz „Mama+”.

A. Antoszewski i R. Herbut w kontekście polaryzacji używają terminu „podział socjopolityczny”. Podział ten tworzy stabilny układ polaryzacji i różnicowania wspólnoty politycznej, w ramach których określone grupy społeczne udzielają poparcia konkretnym kierunkom polityki oraz partiom postrzeganim jako reprezentacje tych opcji, podczas gdy inne grupy społeczne popierają opozycyjne partie polityczne. W literaturze anglojęzycznej podziały te są określane jako *cleavages*, co oznacza rozszczepienie i „rozłupanie”. Nie oznacza to wyłącznie podziałów na klasę społeczną czy grupę etniczną. Nie jest to również „tylko” podział polityczny będący wyrazem konfrontacji różnych postaw⁵⁷. W procesie strukturyzacji elektoratu zachodnioeuropejskiego szczególną rolę odegrały (lub wciąż odgrywają) cztery typy podziałów socjopolitycznych:

- socjoekonomiczny, czyli klasowy oparty na przeciwstawieniu interesów pracodawców i pracowników,
- religijny,

⁵⁵ Ibidem, s. 265.

⁵⁶ R. Markowski, *Współzawodnictwo w polskim systemie partyjnym w wyborach 2001 roku*, Studia Polityczne, nr 13, Warszawa 2002, s. 36-37.

⁵⁷ *Leksykon politologii wraz z aneksem: partie, parlament, wybory*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, wyd. II popr., Wrocław 1996, s. 290.

- etniczny, który w dobie współczesnej ujawnił się w Europie Zachodniej w formie tradycyjnego etnonacjonalizmu, jednak głęboko osadzony w realiach ekonomicznych danego kraju,
- centrum-peryferie⁵⁸.

W Polsce i na Węgrzech w okresie protodemokratycznym, przerwany II wojną światową, istniały podobne podziały socjopolityczne: konflikt miasto–wieś, centrum–peryferie, pracodawcy–pracownicy (klasowy) oraz państwo–kościół. W badaniach podkreśla się, że w Polsce szczególnie silne okazały się konflikty aksjologiczne na linii państwo–kościół oraz kwestie etniczne⁵⁹. Podziały ideologiczne osadzone są zarówno w świecie partii politycznych, ale także wśród wyborców. Dlatego procesy polaryzacji analizuje się również z uwzględnieniem sprawiedliwości i nierówności społecznej.

Z punktu widzenia badania dynamiki zmian w rozpiętości nierówności społecznych przywołanych przez E. Wnuk-Lipińskiego, zwrócona została uwaga na zmianę dystansu między poszczególnymi kategoriami społecznymi (np. klasami) oraz na polaryzację społeczną. W pierwszym przypadku zmiany dotyczą różnic między średnią wartością danej cechy (np. dochodu albo poziomu konsumpcji) dla każdej z wyróżnionych kategorii społecznych (wyróżnionej zbiorowości). Wzrost różnic w zarobkach jest związany z dystansem między poszczególnymi kategoriami społecznymi. Analogicznie, jeśli różnice finansowe maleją, to zmniejsza się też dystans między grupami społecznymi⁶⁰.

Jak uznają E. Rieger i S. Leibfried, polaryzacja może być początkiem pojawienia się z jednej strony dużej „klasy roszczeniowej”, uzależnionej od świadczeń społecznych, a z drugiej strony relatywnie mniejszej „klasy produktywnej”. Następstwem polaryzacji układu nierówności może być polaryzacja społeczna, która wywołuje poważne konsekwencje w sferze życia publicznego. Po pierwsze, z procesem tym wiąże się degradacja części klasy niższej i jej społeczna marginalizacja. Przemiany te wpływają na kondycję społeczeństwa obywatelskiego, a także przekształcają część obywateli w klientów państwa lub instytucji pomocowych, a w dłuższej perspektywie uzależniają tę grupę ludzi od świadczeń pomocowych⁶¹. Po drugie, zanik klasy średniej usuwa

⁵⁸ Ibidem s. 290-291.

⁵⁹ *Demokracje Europy Środkowo-Wschodniej w perspektywie porównawczej*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wrocław 1998, s. 134.

⁶⁰ E. Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2005, s. 58.

⁶¹ Ibidem, s. 59.

strukturalny grunt, na którym funkcjonują instytucje demokratyczne, a system polityczny wykazuje tendencję do oligarchizacji. Wśród dużych segmentów społeczeństwa pojawiają się pokusy autorytarne i autorytarni liderzy. Zanikają też horyzontalne relacje społeczne na rzecz relacji wertykalnych, które są typowe dla układu „patroni – klienci”⁶². Zdegradowana klasa niższa staje się „podklasą” (*underclass*) i jest stopniowo wyłączana z głównego nurtu społecznego. Podstawowym celem jej członków jest przetrwanie, a wraz z degradacją społeczną postępuje degradacja cywilizacyjna⁶³. Polaryzację klas przewidywał K. Marks, według którego konflikt miał być dwubiegunowy: między klasą wyzyskiwaczy i wyzyskiwanych⁶⁴. Różnice, odmienności i postrzeganie rzeczywistości w kategoriach „my” – „oni” wzmacnia konflikty społeczne⁶⁵. Mogą to być konflikty dotyczące różnic w podejściu do aksjologii, władzy, odmiennych tożsamości społecznych i pamięci historycznych⁶⁶.

Warto, jak sugeruje R. Markowski, zastanowić się, czy polaryzacja może stać się konstytutywnym elementem rozłamu. Rozumie się przez to zazwyczaj duży dystans ideologiczny lub merytoryczny w konkretnych kwestiach dzielący partie i/lub elektoraty; oznacza zajmowanie skrajnych, radykalnych stanowisk na danym kontinuum; cechuje ją zasadnicza (a nie jakakolwiek) odmienność⁶⁷. Jednakże polaryzacja i zajmowanie stanowisk skrajnych wcale nie oznacza trwałego osadzenia jednostek lub grup społecznych po jednej stronie zasadniczej linii podziału. Wiele wskazuje na to, że radykalizm, w odróżnieniu od trwałej „kierunkowej” preferencji, rządzi się innymi prawami, zwłaszcza gdy dotyczy indywidualnych zachowań wyborców. Zdaniem S. Huntingtona polaryzacja w stabilnych demokracjach może prowadzić do destabilizacji systemu politycznego, ale w nowych systemach politycznych przyczynia się do niezbędnej w pierwszym okresie kształtowania wyrazistości pozycji partyjnych i udrożnienia relacji pomiędzy partiami a wyborcami⁶⁸.

⁶² J. Zielonka, *Media and Politics in New Democracies: Europe in a Comparative Perspective*. New York: Oxford University Press 2019, s.19.

⁶³ E. Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia...*, op. cit., s. 60.

⁶⁴ Ibidem, s. 245.

⁶⁵ Konflikt społeczny jest antagonistyczną relacją pomiędzy przynajmniej dwoma aktorami zbiorowymi, zachodzącą w przestrzeni życia publicznego, kiedy aktorzy Ci są świadomi owej antagonistycznej relacji, a sama relacja ma swoje przyczyny, które przesądzą o charakterze konfliktu i sposobach jego rozwiązania. Wśród konfliktów społecznych, które występowały w Polsce po II wojnie światowej można wymienić, m.in.: poznański czerwiec 1956, polski październik, marzec 1968, grudzień 1970 i a także konflikty lat 70., polski sierpień 1980 czy też stan wojenny 1981, za E. Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia...*, op. cit., s. 251.

⁶⁶ Ibidem., s. 253.

⁶⁷ R. Markowski, *Rozłamy socjopolityczne: o zamyśle klasyków o tym, jak ich rozumiano, poprawiano i testowano*, Studia Polityczne nr 10, Warszawa 2000, s. 29.

⁶⁸ R. Markowski, *Rozłamy socjopolityczne...*, op. cit., s. 30-31.

1.2 Polaryzacja w nauce o mediach

Media stanowią narzędzie komunikacji i są źródłem informacji dla ich odbiorców. Poprzez realizowane funkcje stają się pośrednikiem między władzą i społeczeństwem. Co bardzo istotne, media mogą być wykorzystywane do budowy postaw społecznych i strategii politycznych. Tym samym, media mogą społeczeństwo jednoczyć, ale też dzielić. Jak wspomina M. Drogosz w historii ludzkości podział na „my” versus „oni” to odradza się cyklicznie. Niektóre badania wskazują nawet, że utworzenie dowolnych dwóch grup pod jakimkolwiek pretekstem (na potrzeby tej pracy możemy zaproponować podział ze względu na preferencje telewizyjne) może i najczęściej doprowadza do zjawiska deprecjonowania poglądów drugiej grupy, grupy „obcej”. Im więcej różnic międzygrupowych, tym „deprecjonowanie i dehumanizowanie stają się silniejsze, prowadząc w skrajnych przypadkach do otwartej nienawiści i agresji”⁶⁹. Oznaczałoby to zatem, że możliwa jest sytuacja, w której grupa widzów Telewizji Polskiej deprecjonuje widzów telewizji TVN i odwrotnie. Ale możliwa jest także sytuacja, w której dziennikarze danego medium lekceważą dziennikarzy drugiego i odwrotnie. W takiej sytuacji mielibyśmy do czynienia z brakiem pluralizmu, a zatem poszanowania występujących różnic zarówno w przestrzeni społecznej, ideologicznej i medialnej.

Media stanowią również lustrzany obraz społeczeństwa. Jednoznaczne określenie polaryzacji mediów nie jest jednak sprawą prostą i oczywistą. W Polsce studia w zakresie doprecyzowania i usystematyzowania pojęć związanych z polaryzacją mediów dopiero się tworzą. W ostatnim czasie perspektywa polaryzacji mediów zaczęła pojawiać się w pracach europejskich naukowców, w tym raportach powstałych we Francji i we Włoszech. Państwa Unii Europejskiej coraz częściej dostrzegają potrzebę rozmowy na temat polaryzacji politycznej i społecznej. W 2019 roku rozpoczął się cykl spotkań poświęcony objawom, przyczynom i skutkom zjawiska polaryzacji w Europie ze szczególnym uwzględnieniem Niemiec, Francji i Polski⁷⁰. Na przykład raport pt. *„Journalism In The Age of Populism and Polarisation: Insights from the Migration Debate in Italy”* zwraca uwagę, że media i politycy na całym świecie utknęli w spirali negatywnej komunikacji, którą cechuje dzieląca retoryka. Głównymi beneficjentami tego stylu komunikacji są politycy – populiści. Używają oni kontrowersyjnego języka, dzięki

⁶⁹ M. Drogosz, *My kontra oni*, Charaktery, <https://charaktery.eu/psychowiesci/4516> [dostęp: 23.02.2020].

⁷⁰ *Polaryzacja polityczna i społeczna w Europie*, <https://www.euractiv.pl/wydarzenie/polaryzacja-polityczna-i-spooleczna-w-europie/> [dostęp: 12.05.2010].

czemu mogą podzielić elektorat w prymitywny sposób na obozy „my” – „oni”. Według autorów populizm polityczny jest jednym z najistotniejszych składowych polaryzacji. Do tego dodać można dość kruche zaufanie do mediów. Autorzy publikacji opisali również zjawisko przenikania się mediów tradycyjnych, tzw. „wysokiej jakości” i mediów społecznościowych. Twierdzą, że „klikalne” informacje polaryzacyjne pojawiające się w internecie natychmiast stają się „obowiązkowym” cytatem dla mediów tradycyjnych. Takie też informacje stają się mniej wiarygodne, a przez to bardziej polaryzacyjne. Na polaryzację w mediach wpływa również ich postrzeganie jako nie wartościowego źródła informacji. Dlatego tak ważne jest przygotowywanie materiałów o wysokim poziomie merytorycznym, informacji trudnych do podważenia. Tylko takie zmniejszają ryzyko występowania polaryzacji w społeczeństwie i mediach⁷¹.

W raporcie „*Media Polarization „à la française”?* Comparing the French and American Ecosystems” czytamy, że polaryzacja amerykańskich mediów przebiega wzdłuż poziomej osi politycznej: lewica – prawica. I tak FOX News stoi w opozycji do CNN, tak jak Donald Trump znajduje się w opozycji do przedstawicieli partii demokratycznej. Co ciekawe, eksperci z Francji zwracają uwagę, że zjawisko polaryzacji w USA zostało uwypuklone poprzez pojawienie się nowych mediów. I tak Breitbart zepchnęło FOX News jeszcze bardziej na prawą stronę sceny politycznej. Polaryzacja w USA jest asymetryczna: media prawicowe znajdują się dużo dalej od politycznego centrum niż media lewicowe⁷². We Francji podział mediów odbywa się na osi pionowej pomiędzy instytucjonalistami i „anty-elitami”. W tym kraju procesy polaryzacyjne dotyczą w mniejszym stopniu mediów tradycyjnych, takich jak „*Le Monde*” czy „*Le Figaro*”. Z kolei różnice między sferą tradycyjną a nowymi mediami można uznać za bardziej stronnicze i zróżnicowane/podzielone (np. „*Les Sries*” czy „*Sputnik*”). Media te znajdują się poza przestrzenią tradycyjną i wyrażają opinie przeciwko elitom.⁷³

Z kolei twórcy „*Polarisation and the Use of Technology in Political Campaigns and Communication*”, podobnie jak autorka niniejszej dysertacji, zwracają uwagę na fakt, że polaryzacja jest koncepcją wieloaspektową, dającą się zaobserwować na wielu

⁷¹ *Journalism In The Age of Populism and Polarisation: Insights from the Migration Debate in Italy*, The London School of Economics and Political Science, 2019 <http://www.lse.ac.uk/iga/assets/documents/research-and-publications/Italy-migration-report.pdf>, [dostęp: 15.05.2020], s. 7-11.

⁷² *Media Polarization „à la française”?* Comparing the French and American Ecosystems, Institut Montaigne, 2019 <https://www.institutmontaigne.org/ressources/pdfs/publications/media-polarization-a-la-francaise-rapport.pdf>, [dostęp: 15.05.2020], s. 1-2.

⁷³ *Ibidem*, s. 2.

plaszczynach życia – od sfery politycznej poprzez medialną do społecznej. Łączą również zjawisko rozwijającej się polaryzacji wraz z rozwojem mediów internetowych i rozwojem zaawansowanych technologii. Widoczne jest to szczególnie podczas kampanii politycznych, kiedy stroniczne media używają ostrzejszej retoryki przeciwko opozycji i wzmacniają w ten sposób zjawisko polaryzacji⁷⁴. W raporcie Parlamentu Europejskiego autorzy przyznają, że przyjmują szerokie podejście do terminu „polaryzacja”, uznając je jako wszystkie potencjalne czynniki, które mogą dzielić obywateli europejskich. „Polaryzacja” to według definicji, którą przywołują: polityczny, społeczny i ideologiczny podział społeczeństwa na dwie wyraźnie przeciwstawne grupy⁷⁵.

Analiza polaryzacji mediów może lub powinna dotyczyć także technik gromadzenia wiadomości, wyborów tematów czy etyki. W analizie treści z pewnością istotne będzie nie tylko słowo, ale także ton wypowiedzi i obraz. Aby jeszcze lepiej przyjrzeć się polaryzacji należy nieustannie pracować nad jej koncepcją. Polaryzacja jako koncepcja, w której ludzi można podzielić na dwa bieguny, gdzie każdy biegun reaguje symetrycznie, wydaje się najodpowiedniejsza. Jednakże niektóre badania wskazują na istnienie podziałów asymetrycznych (czyli różne reakcje osób w tej samej grupie światopoglądowej na tę samą wiadomość). Niektórzy badacze podnoszą kwestię oceny rozłamu jako zjawiska negatywnego. Ekstremalny podział wydaje się być zjawiskiem jednoznacznie negatywnym i paraliżującym. Jednak pewien stopień polaryzacji może być potrzebny do ukazania się różnorodności, uzasadnionego sporu intelektualnego co może nam pomóc w podejmowaniu lepszych decyzji społecznie. Ale w tym samym momencie pojawia się pytanie: jaki stopień polaryzacji jest pożądany, a jaki stanowi już zagrożenie dla wzajemnego funkcjonowania społeczeństwa⁷⁶?

W tym miejscu należy podkreślić, że budowę i weryfikację narzędzia teoretycznego w niniejszej pracy rozpoczęto od przeglądu procesów, które potencjalnie wpływają na polaryzację mediów. Na potrzeby tej pracy uwaga została zwrócona w kierunku wybranych i ściśle ze sobą powiązanych czynników, takich jak pluralizm mediów, związki między mediami a polityką, a także profesjonalizm dziennikarski. W każdym z czynników uwzględniony został aspekt społeczny, w tym stroniczość

⁷⁴ *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, European Parliamentary Research Service, 2019, s. 11-12.

⁷⁵ *Ibidem*, s. 8.

⁷⁶ *Polarisation and the news media in Europe. A literature review of the effect of news use on polarisation across Europe*, European Parliamentary Research Service, 2019, s. 39-40.

użytkowników mediów. Warto również przypomnieć, że głównym celem tej pracy jest wydobycie jak najszerszej wiedzy dotyczącej polaryzacji oraz uzyskanie odpowiedzi na pytania: co sprawia, że media mogą dzielić, że dzielą się między sobą oraz dzielą widownię – swoich odbiorców. Jednak nie da się tego zrobić bez osadzenia polaryzacji w konkretnych obszarach. Szczególnie istotnym elementem jest tutaj również wybór medium. W tej pracy jest to telewizja, której żaden ze wspomnianych wyżej raportów nie zgłębił. Najczęściej polaryzację w świecie mediów osadza się w prasie lub w nowych mediach (mediach społecznościowych). To sprawia, że praca ta jest wyjątkowa w zakresie badanie mediów – nie tylko w Polsce, ale również w Europie.

1.2.1 Systemy polityczne i systemy medialne

Z. Oniszczyk dowodzi, że media, społeczeństwo i polityka wchodzą nieustannie w interakcje i nie mogą bez siebie istnieć⁷⁷. Podobną perspektywę przyjmują F.S. Siebiert, T. Peterson i W. Schramm, którzy w jednej z pierwszych prób klasyfikacji modeli systemów medialnych założyli, że prasa przybiera formę i cechy charakterystyczne dla społeczeństwa, w ramach którego funkcjonuje. Autorzy zauważają tym samym, że kluczem do zrozumienia działalności mediów jest zrozumienie funkcjonowania społeczeństwa⁷⁸. Zgodnie z przyjętymi założeniami wyróżnili cztery typy modeli prasy (systemów prasowych) – autorytarny, komunistyczny, libertariański i odpowiedzialności społecznej⁷⁹. W systemie autorytarnym funkcjonują media podporządkowane władzy, gdzie rola dziennikarza sprowadza się często do realizacji działań propagandowych⁸⁰. W takich systemach politycznych stosuje się cenzurę prewencyjną, a w kontekście dziennikarstwa mamy do czynienia z brakiem wyraźnego rozdzielenia informacji od komentarza⁸¹. Brak swobody wyboru mediów przez obywatela, a co za tym idzie brak dostępu do różnorodnych treści, prowadzi do ograniczenia swobody odbiorców mediów, a w konsekwencji również ich prawa do

⁷⁷ Z. Oniszczyk, *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 4 (47) 2011, s. 11-12.

⁷⁸ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 8.

⁷⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*, [w:] *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*, [red.] B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2007, s. 36.

⁸⁰ B. Golka, *Wstęp*, [w:] J. Adamowski, B. Golka, E. Stasiak-Jazukiewicz, *Wybrane systemy informacji masowej*, Warszawa 1996, s. 7.

⁸¹ B. Golka, *Zagraniczne systemy informacji masowej – zagadnienia teoretyczne*, [w:] J. Adamowski, B. Golka, E. Stasiak-Jazukiewicz, *Wybrane systemy informacji masowej*, część II, Warszawa 1996, s. 11.

informacji⁸². Systemy demokratyczne charakteryzują się z kolei pluralizmem mediów zarówno w kontekście treści przekazywanych odbiorcom, jak i form własności organizacji medialnych. W takich systemach działają media prywatne, a dziennikarze mają pełnić rolę obrońców obywateli przed nadużyciami ze strony władzy („czwarta władza”)⁸³.

Media mogą stanowić również silne narzędzie do tworzenia konfliktów i pogłębiania podziałów społecznych. Na przykład, D. C. Hallin i P. Mancini twierdzą, że na rozwój demokracji w Europie i Ameryce Północnej wpłynęło wiele konfliktów społecznych. Ich podłoże stanowiły transformacje społeczne, takie jak reformacja protestancka, rewolucja przemysłowa, czy powstawanie państwa narodowego. Systemy medialne kształtowały się pod wpływem tych przemian oraz wynikających z nich rozłamów i konfliktów. Pierwsze media drukowane były silnie zaangażowane w konflikty społeczne⁸⁴. D. C. Hallin i P. Mancini, którzy budowali narzędzie badawcze w oparciu o prace politologów i socjologów, spopularyzowali pojęcie „polaryzacji” nazywając jeden z modeli mediów i polityki modelem spolaryzowanego pluralizmu. Charakterystyczne dla tego modelu, który stał się podstawą do analizy relacji na styku media–polityka w krajach Europy Południowej (Włochy, Grecja, Hiszpania, Portugalia i Francja) jest silne powiązanie mediów z polityką (paralelizm polityczny) oraz niski poziom profesjonalizacji, który współistnieje z silną rolą państwa (polityka medialna)⁸⁵. Takie podejście pozwala na analizę procesów polaryzacji społecznej i politycznej w kontekście mediów, co uwzględnia zarówno cechy systemowe (własność mediów, pluralizm na rynku medialnym, finansowanie), jak i praktyczny aspekt kultury dziennikarskiej.

Praca D. C. Hallina i P. Maciniego stała się punktem wyjścia do wielu analiz i badań. Wśród nowych podejść jest między innymi to zaprezentowane przez L.C. Herrero *et al.*, którzy wskazują na dodatkowe czynniki analizy porównawczej systemów medialnych, takie jak wolność prasy, obecność zagranicznego kapitału na rynku medialnym oraz poziom upolitycznienia nadawców publicznych. Te dodatkowe kryteria zostały wykorzystywane do budowy i analizy trzech modeli systemów

⁸² K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 101.

⁸³ B. Golka, Wstęp..., op. cit., s. 8.

⁸⁴ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 62.

⁸⁵ *Ibidem*, s. 11.

medialnych w Europie Środkowej i Wschodniej, które nie zostały ujęte w klasycznej koncepcji D. C. Hallina i P. Manciniego⁸⁶.

Zdaniem L. C. Herrero, M. Brüggemann, S. Engesser, F. Büchel i E. Humprecht grupę „wschodnich” systemów medialnych tworzą Bułgaria, Węgry i Rumunia, które charakteryzują się ekstremalnym poziomem paralelizmu politycznego i niskim poziomem wolności prasy. „Centralne” systemy medialne są w tej koncepcji reprezentowane przez Czechy, Chorwację, Polskę i Słowenię, które charakteryzują się istnieniem silnego nadawcy publicznego. Do ostatniej grupy (systemy „północne”) badacze zaliczają Estonię, Łotwę, Litwę i Słowację. Kraje te wykazały najwyższy poziom wolności prasy, najwyższy poziom własności zagranicznej mediów i najniższego paralelizmu politycznego⁸⁷. Wcześniej, ta sama grupa naukowców, w obrębie zachodnich systemów medialnych dokonała podziału na cztery empiryczne typy: północny, centralny, zachodni i południowy⁸⁸.

Interesującą koncepcję w 2013 roku zaprezentowały Z.Peruško, D. Vozab oraz A. Čuvalo. Badaczki z Chorwacji zwróciły uwagę, że niektóre postsocjalistyczne kraje demokratyczne łączą się w grupie z krajami śródziemnomorskimi w kontekście spolaryzowanego modelu pluralistycznego. Na podstawie zachodzących zmiennych ustrojowych dokonały podziału krajów europejskich w trzy grupy: Europa południowo-wschodnia (Grecja, Hiszpania, Chorwacja, Węgry, Włochy, Rumunia, Bułgaria, Litwa), europejskie kraje głównego nurtu (Słowacja, Austria, Polska, Belgia, Estonia, Czechy, Niemcy, Francja, Słowenia, Irlandia, Wielka Brytania, Portugalia) oraz kraje skandynawskie (Finlandia, Szwecja, Dania, Niderlandy)⁸⁹.

W 2015 roku B. Dobek-Ostrowska zaprezentowała cztery modele systemów medialnych dla Europy Środkowej i Wschodniej. Są to: model liberalno- hybrydowy (Czechy, Estonia, Łotwa, Litwa, Polska, Słowacja, Słowenia), model mediów spolityzowanych (Bułgaria, Chorwacja, Węgry, Rumunia, Serbia), media w procesie

⁸⁶ L. C. Herrero, et al, *Rethinking Hallin and Mancini Beyond the West: An Analysis of Media System in Central and Eastern Europe*, *International Journal of Communication* 11(2017), s. 4798-4799.

⁸⁷ *Ibidem*, s. 4810.

⁸⁸ M Brüggemann, et al, *Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems*, *International Journal of Communication* 64(2014), 1037-1065, s. 17.

⁸⁹ Z.Peruško, D. Vozab, A. Čuvalo, *Audiences as a Source of Agency in Media Systems: Post-socialist Europe in Comparative Perspective*, *Medialni Studia* nr 2/2013, s. 148.

tranzycji (Albania, Bośnia i Hercegowina, Kosowo, Macedonia, Czarnogóra, Ukraina) oraz model autorytarny (Białoruś, Rosja)⁹⁰.

Grafika 1.1 Rozwój studiów nad systemami medialnymi



Źródło: opracowanie własne na podstawie: B. Dobek- Ostrowska, *25 Years After...*, op. cit. s.24.

⁹⁰ B. Dobek- Ostrowska, *25 Years After Communism: Four Models of Media and Politics in Central and Eastern Europe* [w:] *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On*, (eds.) B. Dobek – Ostrowska, M. Głowacki, *Studies in Communication and Politics Vol 6*, Frankfurt am Main 2017, s. 37.

Tworząc klasyfikację w 2015 roku B. Dobek–Ostrowska umieściła Polskę w grupie krajów spełniających kryteria modelu liberalno- hybrydowego. Ale już 5 lat później, podczas międzynarodowej debaty na temat stanu mediów w Polsce zatytułowanej „*The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self – Regulation in Poland*”, badaczka zasugerowała zmianę klasyfikacji dla Polski. Obecnie według B. Dobek-Ostrowskiej media w Polsce przejawiają cechy systemów medialnych opartych na procesach polityzacji⁹¹.

W badaniach D. C. Hallina i P. Manciniego – na co zwraca uwagę J. Zielonka – brak jest dociekliwych badań i obserwacji obszarów demokracji młodych, tych powstałych i rodzących się po upadku bloku komunistycznego w Europie. Głównym założeniem jest ukazanie związku mediów i demokracji, ich wzajemności w relacjach, komunikacji, a także wzajemnej zależności jakości mediów i demokracji. Innymi słowy tak jak bardzo jakościowa jest demokracja, tak jakościowe są media i odwrotnie⁹². Koncepcja D. C. Hallina i P. Manciniego jest jednym z dowodów na to, że nie da się badać procesów polaryzacji mediów bez uwzględnienia szerszego kontekstu. Dotyczy to cech i powiązań mediów z systemami: społecznym, politycznym, ekonomicznym i kulturowym. Ale istotne jest także dostrzeżenie, że zachodzące zmiany w mediach i społeczeństwach wymagają ustalenia lub dodania nowych kryteriów. Mają na to wpływ tworzące się nowe platformy mediów, a także rządy populistyczne. Konflikty społeczne w niektórych krajach pogłębiają się, a dzielenie ludzi staje się nową metodą prowadzenia polityki. Taka sytuacja sprzyja również tworzeniu się oraz funkcjonowaniu w różnych krajach mediów ideologicznych o przeciwstawnych wartościach.

Obserwacje prowadzone na Węgrzech w ostatnich latach pokazały, że system medialny ma wiele słabych punktów. Interwencja polityczna jest coraz bardziej widoczna także w innych systemach medialnych regionu (w tym w Polsce). Tutaj należy zwrócić uwagę na zjawisko miękkiej cenzury. Jest to sytuacja, w której nie ma zakazu wyrażania krytycznych opinii w przestrzeni publicznej, ale są one umiejętnie odseparowywane. W wyniku czego mniej świadomi odbiorcy (niezorientowani jak i skąd pozyskiwać informacje) z dużym prawdopodobieństwem nie mają możliwości zapoznania się z głosami krytycznymi. W wyniku miękkiej cenzury system mediów nie może pełnić

⁹¹ „*The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self – regulation in Poland*”, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.

⁹² *Wstęp* [w:] J. Zielonka (ed.), *Media and politics in new democracies: Europe in a comparative perspective*, Oxford University Press: Oxford, 2015, s.19

funkcji kontrolnej władzy politycznej i wspierania dyskursu społecznego. Obecnie system medialny Węgier można zakwalifikować do systemów krajów bałkańskich, które charakteryzują się wysokim scentralizowaniem pod względem dostępu do środków finansowych. Niemniej jednak tak gruntowna transformacja systemu medialnego (biorąc pod uwagę także zaangażowanie prezydenta Orbana) jest ostatecznie oznaką poważnego niepowodzenia w kontekście przestrzegania ram konstytucyjnych i zasad systemu demokratycznego. Zakłada istnienie środowiska, w którym żadna władza publiczna, polityczna ani obywatelska nie może skutecznie zapobiegać wdrażaniu zamiarów rządowych, czy szerzej politycznych. Miękkiej cenzurze może zapobiec tylko przywrócenie silniejszej roli konstytucji i instytucjom demokratycznym⁹³.

1.2.2 Polaryzacja a pluralizm w mediach

Jednym z fundamentów funkcjonowania państwa i społeczeństwa demokratycznego jest wielość i różnorodność mediów. R. Dahl twierdził, że państwo demokratyczne musi spełniać określone kryteria, w tym w szczególności istnienie wolności słowa, możliwość krytyki władzy, swobodny przepływ informacji i gwarancje pluralizmu w mediach⁹⁴. W podobnym tonie wypowiedzieli się S. Hrvatin i B. Pektovic, zdaniem których nie ma demokracji bez wolności wypowiedzi i bez wolności mediów⁹⁵. Wielość i różnorodność mediów są związane z wielością i różnorodnością poglądów, opinii i postaw, które zależne są od różnorodności politycznej, religijnej, kulturowej, itd.

Artykuł 10. Europejskiej Konwencji Praw Człowieka gwarantuje wolność wyrażania opinii, a także wolność do otrzymywania i przekazywania informacji bez ingerencji władz publicznych. Wolność wypowiedzi jest podstawowym prawem każdej jednostki⁹⁶. Przepisy dotyczące pluralizmu medialnego stanowiły kluczowy element

⁹³ Á. Urbán, G. Polyák, Z. Szász, *Hungary. Media Transformation Derailed* [w:] *Media in Third-Wave Democracies Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, ed. P. Bajomi-Lazar, L' Harmattan, Budapeszt 2017, s. 159.

⁹⁴ Wprowadzenie, *Pluralizm w polskich mediach elektronicznych*, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przygotował zespół Centrum Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego, Warszawa, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/1_1-prezentacja_pluralizm-w--polskich-mediach-elektronicznyc.pdf [dostęp: 01.09.2018].

⁹⁵ S. B. Hrvatin, B. Pektovic, *Własność medialna i jej oddziaływanie na niezależność oraz pluralizm mediów w Europie południowo-wschodniej i nowych krajach członkowskich Unii Europejskiej* [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005, s. 14.

⁹⁶ *Europejska Konwencja Praw Człowieka (po nowelizacji przez Protokół 11 i 14, z Protokołami 1 oraz Protokołami nr 4,6,7,12,13 i 16)*, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_POL.pdf [dostęp:25.12.2018].

preambuły Europejskiej Konwencji o Telewizji Transgranicznej, gdzie podkreślono „znaczenie transmisji telewizyjnych dla rozwoju kultury i wolnego formowania opinii w warunkach gwarantujących pluralizm i równość szans dla wszystkich demokratycznych grup i partii politycznych⁹⁷”. Dodatkowo, artykuł 11. Karty Podstawowych Praw Unii Europejskiej stanowi, że „wolność i pluralizm mediów są respektowane⁹⁸”. Rada Europy w swoich rekomendacjach dla państw członkowskich wielokrotnie podkreśla, że różnorodność treści i przejrzystość własności mediów stanowią jeden z ważniejszych wymiarów demokracji. Obywatele mają prawo do pluralistycznych treści medialnych. Media publiczne są uznawane za odpowiednie do tego, by tworzyć informacje, ale także dawać przestrzeń do wymiany idei dla szerokiego spektrum społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem mniejszości⁹⁹. Państwa z kolei mają obowiązek zagwarantować mediom odpowiedni poziom niezależności i autonomii. Wszystko to ma zapewnić wystarczającą poziom różnorodności rynku medialnego, co przekłada się na cele, funkcje mediów i ich zasięg¹⁰⁰.

Wspomniane kwestie pokrywają się w dużej mierze z próbą usystematyzowania różnorodności mediów przez D. McQuaila. Zdaniem badacza pluralizm w mediach może urzeczywistniać się na trzy sposoby: poprzez odzwierciedlenie różnic w społeczeństwie (różnorodność jako reprezentacja), stwarzanie dostępu dla różnych poglądów i opinii (różnorodność jako dostęp) oraz poprzez różnorodność w rozumieniu indywidualnych wyborów¹⁰¹. B. Klimkiewicz uważa, że zaprojektowanie regulacji strukturalnej powinno się opierać z jednej strony na stymulowaniu i wspieraniu różnych form własności i rozproszonej kontroli mediów, z drugiej na utrzymywaniu zróżnicowanej i jakościowej oferty medialnej¹⁰². Zwłaszcza, że obecne czasy to czasy wysokiego poziomu różnorodności mediów także ze względu na wykorzystywane technologie i media

⁹⁷ *Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej*, 05.05.1989, http://www.prawoautorskie.gov.pl/media/download_gallery/konwencja%20o%20telewizji.pdf [dostęp: 29.12.2018].

⁹⁸ *Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej*, 30.03.2010, https://www.ms.gov.pl/Data/Files/_public/bip/prawa_czlowieka/onz/karta.pdf [dostęp: 29.12.2018].

⁹⁹ *Rekomendacja CM/Rec (2018)1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i przejrzystości w zakresie własności mediów*, 7 marca 2018, s. 1-4.

<http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy/> [dostęp: 29.01.2020].

¹⁰⁰ *Ibidem*, s. 5-6.

¹⁰¹ B. Klimkiewicz, *Zderzenie standardów racjonalności? Pluralizm mediów w europejskiej polityce medialnej*, *Global Media Journal – Polish Edition*, No. 1, Spring 2006, s. 9.

<http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Klimkiewicz-Pluralizm%20mediow%20w%20europejskiej%20polityce%20media.pdf>, [dostęp: 01.09.2018]

¹⁰² B. Klimkiewicz, *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów* [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005, s. 91.

(tzw. hybrydowe systemy medialne). Z jednej strony media tradycyjne stają się coraz bardziej nowoczesne i sięgają po najnowsze technologie. Z drugiej zaś, media internetowe co raz częściej zastępują media tradycyjne. W tych warunkach pluralizm mediów należy postrzegać również jako hybrydowy. Wpływ na niego ma przede wszystkim użyteczność mediów i zmiana sposobu korzystania z informacji. Istotna w tym postrzeganiu jest różnorodność informacji tworzona przez wysokiej jakości dziennikarstwo, wiarygodność, przejrzystość i możliwość wyszukania (dostępność)¹⁰³. Chcąc zrozumieć całościowy obraz pluralizmu mediów, także w tym aspekcie hybrydowym należy na rynek mediów patrzeć całościowo.

Pluralizm zewnętrzny można zdefiniować jako wielość i różnorodność na poziomie całego systemu medialnego. Z punktu widzenia studiów na politykę przejawem tej formy pluralizmu jest istnienie wielu instytucji lub organizacji medialnych reprezentujących punkty widzenia różnych grup społecznych¹⁰⁴. W systemie medialnym istnieje wiele stronicznych mediów, w których „odbija się” paleta poglądów politycznych wyrażanych przez rozmaitych aktorów politycznych (liderów, partie polityczne). Inaczej mówiąc, każda (lub prawie każda) partia polityczna ma swoich sprzymierzeńców wśród dziennikarzy i przyjazne media, ale także te wrogie i niesprzyjające. Ten typ relacji jest typowy dla krajów Europy Południowej. Jest też charakterystyczny dla polskiego rynku dzienników i tygodników opinii. Pluralizm taki jest bliższy tradycji europejskiej i jak pokazuje przykład Skandynawii czy Wielkiej Brytanii, może wpływać pozytywnie na jakość demokracji¹⁰⁵.

Ochrona pluralizmu może być realizowana poprzez prowadzenie polityki koncesyjnej, regulacje antymonopolowe, wsparcie finansowe dla mediów środowiskowych czy istnienie silnych mediów publicznych. Przyjęte rozwiązania powodują dość istotne różnice pomiędzy krajami, w których można zdefiniować oparty na przepisach o konkurencji rynkowy model promowania i osiągnięcia pluralizmu oraz model służby publicznej, który charakteryzuje się zaostrzeniem przepisów w prawie własności mediów¹⁰⁶. Instytucje europejskie oceniają pluralizm i wolność mediów

¹⁰³ B. Klimkiewicz, *Pluralism in a Hybrid Media Environment from the User Perspective*, Research Project Report December 2019, 2019/02, s. 15.
https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65604/CMPF_2019_02.pdf?sequence=4&isAllowed=y
[dostęp: 29.01.2020].

¹⁰⁴ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 29-30.

¹⁰⁵ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011, s. 75.

¹⁰⁶ M. Głowacki, *Pluralizm własności i kontroli mediów*, [w:] *Pluralizm w polskich mediach elektronicznych*, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przygotował zespół Centrum

według takich wskaźników, jak niezależność od nacisków politycznych i gospodarczych, przestrzeganie etyki dziennikarskiej i profesjonalizmu, stabilność finansowa, różnorodność treści kulturalnych i politycznych, różnorodność geograficzna i niezależność od organów regulacyjnych¹⁰⁷.

Istotne w utrzymaniu pluralizmu na odpowiednim poziomie jest zróżnicowanie własności na rynku medialnym. Właściciele mediów mogą bowiem wpływać na treści medialne, a ich motywy mogą być bardzo różne: od politycznych przez ideologiczne na personalnych czy komercyjnych kończąc. Mniejsza liczba mediów oznacza mniejszą różnorodność treści medialnych, a to właśnie zróżnicowanie treści jest podstawowym warunkiem utrzymania pluralizmu na odpowiednim poziomie. Jak twierdzą S. B. Hrvatin i B. Pektovic pluralizm mediów może być zagwarantowany tylko przez pluralistyczną własność. Procesy koncentracji mediów nie wywierają wpływu wyłącznie na treści medialne, lecz także na sposób uprawiania dziennikarstwa. Media mogą np. zostać zdominowane przez dziennikarstwo posłuszne lub komercyjne, gdzie interesy właścicieli i reklamodawców górują nad interesami użytkowników mediów¹⁰⁸.

N. Chomsky wskazał na brak potrzeby tworzenia teorii konspiracyjnych, by analizować tendencyjność mediów w krajach zachodnich. Zdaniem amerykańskiego filozofa i działacza politycznego właściciele mediów są nimi dzięki otwartemu wspieraniu elit politycznych w krajach, w których te media funkcjonują. Kiedy N. Chomskiego zapytano przed laty, jak elity korporacyjne kontrolują media, odpowiedział: „To jakby pytać, w jaki sposób elity korporacyjne kontrolują General Motors. Nie muszą go kontrolować, są jego właścicielem”¹⁰⁹. H. Jenkins, jak większość badaczy na świecie, uznaje koncentrację mediów za poważny problem. Koncentracja według niego wpływa negatywnie na rywalizację wśród nadawców, a także ogranicza różnorodność, którą uznaje za kluczową w kategoriach informacji¹¹⁰. Temat koncentracji mediów w Europie wielokrotnie podnoszony był przez Parlament Europejski, który podkreślał, że może ona wyrzucić wpływ na wolność słowa w mediach, a także swobodę

Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego, Warszawa, 17.12.2012r., s. 7-8. http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/1_1-prezentacja_pluralizm-w--polskich-mediach-elektronicznych.pdf, [dostęp: 01.09.2018].

¹⁰⁷ J. Dzierżyńska – Mielczarek, *Rynek mediów w Polsce. Zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych*, Warszawa 2018, s. 162.

¹⁰⁸ S. B. Hrvatin, B. Pektovic, *Własność medialna i jej oddziaływanie na niezależność oraz pluralizm mediów w Europie południowo-wschodniej i nowych krajach członkowskich Unii Europejskiej* [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005, s. 14.

¹⁰⁹ Ibidem, s. 12.

¹¹⁰ H. Jenkins, *Kultura Konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 239.

jednostek¹¹¹. Zdaniem B. Klimkiewicz ochrona konkurencji na rynkach medialnych i zapewnienie pluralizmu mediów to dwa odrębne cele, które, choć mają wiele wspólnych aspektów, nie mogą funkcjonować zamiennie¹¹². J. Dzierżyńska-Mielczarek dowodzi dodatkowo, że do pełnej oceny pluralizmu mediów niezbędna jest także ocena poziomu pluralizmu wewnętrznego, czyli poziomu zróżnicowania treści medialnych¹¹³.

Pluralizm wewnętrzny jest definiowany jako wielość i różnorodność na poziomie pojedynczej organizacji medialnej. W tym przypadku np. w ramach stacji radiowej czy telewizyjnej są publikowane audycje dopuszczające wszelkie poglądy polityczne. W takich audycjach uczestniczą reprezentanci różnych obozów politycznych, konfrontowane są obie strony konfliktu czy odmienne wizje rozwiązania kwestii politycznych. Dziennikarskim źródłem są politycy wywodzący się zarówno z partii rządzącej, jak i ugrupowań opozycyjnych, a kierownictwo medium dba o to, aby równowaga między ich wypowiedziami była zachowana. Pluralizm wewnętrzny jest typowy dla krajów, w których występuje profesjonalny model zarządzania mediami publicznymi, jak np. BBC w Wielkiej Brytanii, czy STV w Szwecji. D. C. Hallin i P. Mancini termin „pluralizm wewnętrzny” stosują na określenie sytuacji, w których organizacje medialne unikają powiązań z grupami politycznymi i starają się zachować neutralność i równowagę zawartości¹¹⁴.

Mediom publicznym stawiane są większe wymagania i oczekuje się spełniania wyższych standardów, aniżeli od mediów prywatnych. W art. 21. Ustawy o radiofonii i telewizji czytamy, że:

„Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując [...] całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”¹¹⁵.

Przeprowadzona przez M. Borkowską analiza pt. „Pluralizm kulturowy w mediach” wskazuje, że pluralizm kulturowy jak najbardziej istnieje w mediach elektronicznych, ale nie wszędzie jest równie chroniony. M. Borkowska ma tu na myśli szczególnie zapisy

¹¹¹ S. B. Hrvatin, B. Pektovic, *Własność medialna...*, op. cit., s. 14.

¹¹² B. Klimkiewicz, *Krajobraz medialny...*, op. cit., s. 50.

¹¹³ J. Dzierżyńska-Mielczarek, *Rynek mediów...*, op. cit., s. 159.

¹¹⁴ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 29-30.

¹¹⁵ *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*, Dz. U. 1993 Nr 7 poz. 34 t.j. Dz. U. 2020 poz. 805 <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19930070034/U/D19930034Lj.pdf> [dostęp: 15.05.2020].

promujące kultury pozaeuropejskie i pozaamerykańską. Najsłabiej pod tym kątem wypada pluralizm kulturowy rozpatrywany ze względu na realizację potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych. Rozwiązaniem mogłoby być wsparcie finansowe organizacji mniejszościowych, by dać im możliwość tworzenia własnych mediów. Oprócz tego należałoby również rozważyć zwiększenie nakładów na działalność misyjną nadawców publicznych w tym względzie¹¹⁶.

1.2.3 Polaryzacja mediów a paralelizm polityczny

Istotne w badaniach nad polaryzacją mediów są badania zwracające uwagę na charakter powiązań mediów, społeczeństwa i polityki. Na powiązaniach tych skupiają się G. Blumler i M. Gurevitch, dla których przedmiot badań stanowiły instytucje polityczne w ich aspekcie komunikacyjnym, instytucje medialne w ich aspekcie politycznym, orientacje publiczności względem komunikowania politycznego oraz kultura polityczna¹¹⁷. W swoich badaniach autorzy wskazali cztery wymiary związków struktur politycznych i medialnych. Są to: stopień kontroli i nadzoru państwa nad mediami masowymi, stopień powiązania mediów z partiami politycznymi, stopień integracji mediów masowych z elitami politycznymi oraz stopień legitymizacji instytucji medialnych¹¹⁸.

C. Seymour-Ure spopularyzował w nauce o mediach pojęcie „paralelizmu partyjno-medialnego”, który przejawia się zaangażowaniem partii we własność mediów i zarządzanie, istnienie linii programowej w mediach oraz występowanie partyjnej afiliacji odbiorców¹¹⁹. D. C. Hallin i P. Mancini, idąc w ślad za C. Seymour-Ure, wskazali dodatkowo, że z perspektywy historycznej innym równie ważnym elementem paralelizmu politycznego są połączenia organizacyjne między mediami i partiami politycznymi lub innymi organizacjami, takimi jak związki zawodowe, spółdzielnie, kościoły itp., które są często powiązane z określonymi partiami politycznymi. Kolejnym elementem paralelizmu politycznego jest skłonność pracowników mediów do podejmowania aktywności w sferze politycznej, na przykład przez pełnienie funkcji

¹¹⁶ M. Borkowska, *Pluralizm kulturowy w polskich mediach elektronicznych*, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 2013, s. 24-25

http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/pluralizm_kulturowy_012013.pdf, [dostęp: 15.05.2020].

¹¹⁷ J. G. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*, London and New York, 1995, s. 12.

¹¹⁸ Ibidem, s. 62.

¹¹⁹ C. Seymour-Ure, *The Political Impact of Mass Media*, London, s. 53 [w:] *Malo znane systemy medialne*, red. Z. Oniszczyk, M. Gierula, Sosnowiec 2007, s. 18.

w biurze partyjnym lub urzędzie publicznym¹²⁰. Można także zauważyć, że orientacja polityczna dziennikarzy może mieć wpływ na kształtowanie się ich kariery zawodowej w tym sensie, że podejmują pracę w takich organizacjach medialnych, których linia polityczna odpowiada ich własnej orientacji lub są zatrudniani częściowo ze względu na dążenie organizacji medialnych do osiągnięcia zrównoważonej reprezentacji politycznej, lub otrzymują określone zlecenia (ponieważ dzięki sieci kontaktów politycznych mają większy dostęp do świata polityki)¹²¹. Dodatkowo, autorzy zwracają uwagę na fakt, że między przedstawicielami mediów i polityki zachodzą także relacje nieformalne. Chodzi tu przede wszystkim o stopień politycznej sympatii i podzielenia tych samych wartości i postaw. Sprzyja to powstawaniu społeczno-kulturowej więzi, która rzutuje na funkcjonowanie systemu politycznego i systemu medialnego¹²².

Z. Oniszczyk wspomina w tym kontekście o wymienności ról, jako że wielu dziennikarzy pracuje na stanowisku rzecznika czy konsultanta w strukturach partyjnych lub instytucjach państwowych, a jednocześnie politycy stają się też dziennikarzami lub pełnią funkcję kierownicze w mediach. Taka sytuacja może służyć wzajemnemu zrozumieniu i obustronnej akceptacji, ale może również prowadzić do zacierania granic między sferą polityki, a sferą mediów. To w konsekwencji grozi powstaniem swoistego „supersystemu”, który zdaniem Z. Oniszczyka, wymyka się spod kontroli społecznej¹²³. Dla F. Plassera wspomniany „supersystem” oznacza sytuację, „w której role aktorów i kontrolerów zlewają się w jedno, a profesjonalne elity władzy i elity mediów inscenizują demokratyczne panowanie każdego dnia od nowa”¹²⁴. Wysoki poziom paralelizmu politycznego występuje, kiedy na media wywierane są naciski ze strony aktorów politycznych (np. rządu, parlamentu, prezydenta, władzy lokalnej itp.), a media z różnych powodów nie są w stanie im się przeciwstawić¹²⁵. Relatywnie największe możliwości wywierania wpływu na media ma współcześnie instytucja państwa. Tworzy ona prawne i instytucjonalne ramy funkcjonowania mediów. Jak dowodzą D. C. Hallin i P. Mancini państwo występuje w roli właściciela, podmiotu regulującego i finansującego media¹²⁶. W państwach demokratycznych prasa – najszerzej wykorzystująca ekonomiczne reguły

¹²⁰ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 28.

¹²¹ Ibidem, s. 28-29.

¹²² B. Dobek-Ostrowska, *Współczesne systemy...*, op. cit., s. 43.

¹²³ Z. Oniszczyk, *Mediatyzacja polityki...*, op. cit., s. 18.

¹²⁴ Z. Oniszczyk, *Relacje między mediami a systemem politycznym w niemieckiej nauce o komunikowaniu*, Zeszyty Prasoznawcze, 2000, nr 3-4, s. 105.

¹²⁵ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 69.

¹²⁶ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 28-29.

gospodarki wolnorynkowej – podlega stosunkowo najmniejszej kontroli organizacji państwowych. Natomiast media elektroniczne są z reguły bardziej podatne na wpływ państwa, co szczególnie zauważalne jest w Europie w odniesieniu do publicznej radiofonii i telewizji bezpośrednio nadzorowanej przez instytucje państwowe. Nieco większą swobodę działania mają media prywatne. Prywatni właściciele, oprócz chęci poszerzania zysku, są zwolennikami określonych ideologii, mają poglądy polityczne, bywają też członkami partii politycznych. Media prywatne są uzależnione od polityki koncesyjnej prowadzonej przez określone organy regulacyjne lub urzędy państwowe¹²⁷.

Jednym z wyznaczników paralelizmu politycznego jest upolitycznienie mediów, wyrażające się w ich stronniczości. Badacze opowiadający się za stwierdzeniem, że upolitycznienie obniża jakość informacji, argumentują potrzebę obiektywizmu tym, że informacje nieobiektywne wpływają na wykształcenie się błędnych sądów obywateli, które w konsekwencji deformują praktyki i procesy demokratyczne. W stronniczości nie chodzi wyłącznie o pokazywanie jednej ze stron aktorów politycznych, ale także o preferowanie na antenie pewnych ideologii, stanowisk i poglądów, które osłabiają drugą stronę¹²⁸. Stronniczość przejawia się na kilku poziomach: własności, zawartości i odbiorców. Różne kombinacje tych elementów i ich nasilenie pozwalają B. Dobek-Ostrowskiej na wyłonienie pięciu poziomów upartyjnienia mediów:

- bardzo wysoki – media są własnością partii,
- wysoki – dobrowolny związek medium z partią,
- średni – medium udziela warunkowego poparcia partii,
- niski – poparcie *ad hoc* w nieprzewidywalnych formach,
- najniższy – neutralność medium¹²⁹.

S. Michalczyk zwraca dodatkowo uwagę na trzy typy relacji, z jakimi mamy do czynienia na styku mediów i polityki:

- Paradygmat udziału we władzy (media jako czwarta władza): media stanowią instancję kontrolną dla wszystkich typów władzy: legislacyjnej, wykonawczej i sądowniczej. Realizacja tej funkcji może być zapewniona tylko w przypadku niezależności ekonomicznej i politycznej mediów, zachowania dystansu i autonomii.

¹²⁷ Z. Oniszczyk, *System medialny w ujęciu teoretycznym*, [w:] *Mało znane systemy medialne*, red. Z. Oniszczyk, M. Gierula, Sosnowiec 2007, s. 17.

¹²⁸ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 69-70.

¹²⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Współczesne systemy...*, op. cit., s. 42-43.

- Paradygmat instrumentalizacji: stosunki między mediami a polityką polegają na tendencji do dominacji jednego bądź drugiego systemu. Mogą istnieć tu dwa zasadnicze układy: tzw. „nadwładza mediów”, czyli przewaga systemu medialnego nad politycznym. Media, a zwłaszcza telewizja, wywierają realny, a nawet decydujący wpływ na funkcjonowanie polityki. W drugim układzie istnieje „nadwładza polityki” i utrata autonomii przez system medialny. Media stają się narzędziem polityki w realizacji celów.
- Paradygmat niezależności i symbiozy: między systemem medialnym i politycznym istnieje sieć wielorakich wzajemnych interakcji, wzajemnych ingerencji i penetracji, a realnie istniejący układ jest wypadkową tych tendencji i procesów. System polityczny za pomocą mediów rozpowszechnia informacje o swojej działalności i funkcjonowaniu, zaś media czerpią informacje z systemu politycznego¹³⁰.

1.2.4 Polaryzacja mediów a profesjonalizm dziennikarski

Studia nad dziennikarstwem i systemami medialnymi wskazują, że jednym z wyznaczników wysokiego poziomu profesjonalizacji zawodu dziennikarza jest wysoki poziom autonomii zawodu. Na pytanie o wpływ „presji ze strony zarządu” na „wykonywaną pracę”, zadawane przez W. Donsbacha i T. Pattersona w 1992 roku dziennikarzom ze Stanów Zjednoczonych, Niemiec, Wielkiej Brytanii i Włoch, 27 proc. ankietowanych dziennikarzy włoskich odpowiedziało, że presja ta odgrywa „dużą” lub „dość dużą” rolę, podczas gdy tylko 7 proc. dziennikarzy niemieckich wyraziło podobną opinię¹³¹. Dodatkowym wyznacznikiem profesjonalizmu dziennikarskiego są odrębne normy zawodowe. W przypadku dziennikarstwa normy te obejmują zasady etyczne, takie jak zobowiązania do ochrony poufnych źródeł lub do rozgraniczania pomiędzy zawartością reklamową a merytoryczną; określone praktyki zawodowe, wśród nich ogólnie przyjęte standardy „wartości informacji” oraz kryteria oceny wybitnych osiągnięć zawodowych i zdobywania prestiżu zawodowego¹³². Jednym z przejawów rozwoju profesjonalizmu jest istnienie mechanizmów samoregulacji dziennikarskiej

¹³⁰ S. Michalczyk, *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 62.

¹³¹ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 35-36.

¹³² Ibidem, s. 36.

(np. w postaci kodeksów etycznych i rady prasowej)¹³³. D. C. Hallin i P. Mancini wskazują również na służbę interesowi publicznemu, a nie interesom jednostki.

Z punktu widzenia polaryzacji mediów istotne wydają się procesy związane z obiektywizmem, autonomią i systemem odpowiedzialności mediów. Na przykład obiektywizm dziennikarski można traktować jako mechanizm zapobiegający stronniczości i intencjonalności informacyjnej. Jednym z pierwszych analizujących uwarunkowania i konteksty obiektywizmu dziennikarskiego był J. Westerstahl. Zdaniem badacza bezstronność w mediach jest zarówno możliwa, jak i pożądana. Bezstronność można oszacować dokonując porównania treści dotyczących tego samego kontrowersyjnego tematu pomiędzy różnymi kanałami informacji. Porównywalność relacji dotyczących tych samych wydarzeń pozwala domniemywać o obiektywizmie dziennikarskim. Im więcej porównywalnych relacji, tym lepiej, aczkolwiek i tak do końca nie da się określić stopień zafałszowania (celowego lub niecelowego) treści¹³⁴. Bezstronność w mediach uzależniona jest od pracy dziennikarzy. Na dziennikarzach spoczywa bowiem odpowiedzialność za trzymanie dystansu i nieopowiadanie się po żadnej stronie relacjonowanej kwestii, sprawy, problemu¹³⁵. Od informacji medialnych oczekuje się, by liczyły się z alternatywnymi ocenami i zainteresowaniami, z różnorodnością publiczności i z potrzebą sprawiedliwości wobec złożonej rzeczywistości, w której mają miejsce rozbieżne wartości i punkty widzenia¹³⁶.

Badacze niemieccy M. Ruhl i U. Saxer wskazują na dwa typy obiektywizmu: obiektywizm medialny i obiektywizm dziennikarski. Obiektywizm medialny wymaga przedstawiania niewykrzywionego obrazu świata przez media, a obiektywizm dziennikarski jest konkretną realizacją tegoż postulatu przez dziennikarzy. Z tego punktu widzenia obiektywizm medialny jest uwarunkowany politycznie, prawnie, społecznie i kulturowo. W państwie demokratycznym stoi przed koniecznością uwzględnienia wszystkich sił społecznych, ich głosu, racji i opinii. Media muszą być zatem wielostronnie publicystyczne, a struktura rzeczywistości medialnej (tzw. przedstawienie rzeczywistości przez media) powinna w optymalnym stopniu odpowiadać rzeczywistości obiektywnej¹³⁷. Im więcej profesjonalizmu, więcej wiedzy i doświadczenia, tym,

¹³³ Ibidem, s. 37.

¹³⁴ S. Michalczyk, *Spółeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 134.

¹³⁵ Ibidem, s. 135-136.

¹³⁶ Ibidem, s. 136.

¹³⁷ Ibidem, s. 136-137.

przynajmniej teoretycznie, łatwiej zrealizować postulaty dotyczące obiektywizmu w mediach¹³⁸.

Środowiska dziennikarskie dysponują współcześnie ogromnym potencjałem oddziaływania na ludzi. Źle wykorzystany może przynieść ogromne szkody moralne i społeczne. Potrzeba zatem przygotowania profesjonalnego warsztatu dziennikarskiego, w który wpisana jest etyczność działania¹³⁹. Media bezustannie, w stylu stacji informacyjnych nadających 24h, zalewają odbiorców strumieniem informacji niekoniecznie prawdziwych, a tym bardziej ważnych, ale zawsze emocjonalnych¹⁴⁰. Wszystko to sprawia, że współcześnie, żaden poważny analityk mediów nie pokusi się o stwierdzenie, że istnieje takie miejsce na ziemi, gdzie dziennikarstwo jest w pełni obiektywne lub neutralne. Na dowód tego twierdzenia przeprowadzono liczne badania, których celem było udowodnienie, że pełen obiektywizm jest niemożliwy do zrealizowania i które potwierdziły, że nawet jeśli dziennikarze są szczerze oddani zawodowej idei obiektywizmu, to i tak przekazywane przez nich wiadomości niosą ze sobą pewne wartości polityczne. Dzieje się tak ze względu na wiele czynników, począwszy od procedur gromadzenia informacji, a skończywszy na zasadach rekrutacji dziennikarzy i założeniach ideologicznych podzielanych przez społeczeństwo.

Zdaniem D. C. Hallina i P. Manciniego – tam, gdzie stopień paralelizmu politycznego jest wysoki, organizacje medialne są silnie powiązane z organizacjami politycznymi i gdzie dziennikarze są głęboko zaangażowani w politykę partyjną, mamy do czynienia z niskim stopniem profesjonalizacji¹⁴¹. Za wyznacznik profesjonalizacji uznawany jest poziom instrumentalizacji, przez którą rozumiemy kontrolę nad mediami sprawowaną przez aktorów zewnętrznych – partie polityczne, polityków, grupy i ruchy społeczne lub podmioty gospodarcze dążące do posiadania wpływów politycznych – wykorzystujących media jako narzędzie interwencji w świat polityki. Stopień, w jakim instytucje medialne ulegają tego typu instrumentalizacji, jest odwrotnie proporcjonalny do stopnia ich profesjonalizacji: w takich instytucjach dziennikarze nie mają autonomii zawodowej, praktyka dziennikarska podlega kryteriom politycznym, a nie odrębnym normom dziennikarskim, same media natomiast służą określonym interesom, zamiast

¹³⁸ S. Michalczyk, *Spoleczeństwo medialne...*, op. cit., s. 138.

¹³⁹ M. Drożdż, *Etyczność jako wyznacznik profesjonalizmu* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław 2016, s. 35.

¹⁴⁰ T. Goban-Klas, *Dziennikarz- chory człowiek mediów?* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław 2016, s. 50.

¹⁴¹ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, op. cit., s. 38.

funkcjonować jako instytucje zaufania publicznego¹⁴². Organizacje medialne ulegają również mniej bezpośrednim formom instrumentalizacji komercyjnej (np. uzależnienie od rynku reklamy może mieć wpływ na wysoki poziom komercjalizacji w zakresie treści rozrywkowych). Zagrozeniem dla profesjonalizacji jest zatem zarówno instrumentalizacja polityczna, jak i komercjalizacja. Obie formy wpływów (presji) mogą występować jednocześnie, zwłaszcza w systemach charakteryzujących się niskim poziomem rozwoju systemu odpowiedzialności w mediach i niską efektywnością procesów samoregulacji. „Czy na etyce da się zarobić?” to pytanie Ł. Długowski zadał w wywiadzie dla „Gazety Wyborczej” profesorowi N. Couldry’emu, kierownikowi Instytutu Mediów i Komunikacji London School of Economics. Profesor odpowiedział:

„Tylko dzięki niej da się zarobić. Etyka powinna być jądrem nowoczesnego modelu funkcjonowania mediów. Od uczciwości, rzetelności i wiarygodności jeszcze nigdy nie zależało tak wiele. Bo ludzie przestają ufać mediom”¹⁴³.

Istnieje wiele kodeksów zachowania etycznego mediów – zależnie od kraju, rodzajów mediów, ich własności. To, co charakterystyczne dla większości norm to koncentracja na sprawach związanych z odpowiedzialnością dziennikarza. Jak wskazuje W. Pisarek kodeksy skupiają się także na dokładności i uczciwości, obiektywności informacji oraz zakazie dyskryminacji. Znacząca większość kodeksów podkreśla także istotę wolności słowa i pracę zgodną z sumieniem, ale i obiektywizmem. Za istotne uznaje się prawo do krytyki i walkę z cenzurą. Większość analizowanych przepisów zwraca także uwagę na szczególną rozważę w relacjach dotyczących zbrodni, wypadków gdzie niezbędna jest dziennikarska staranność¹⁴⁴. Przykład kodeksu o zasięgu międzynarodowym stanowią „Międzynarodowe Zasady Etyki Profesjonalnej w Dziennikarstwie” usystematyzowane pod egidą UNESCO. Podobnie, jak W. Pisarek, także D. McQuail zwraca uwagę na te elementy etyczne, które najczęściej pojawiają się w kodeksach. Nazywa je kolejno: prawdziwością informacji, jakością informacji, obroną praw odbiorców, odpowiedzialnym kształtowaniem opinii publicznej, standardami gromadzenia i prezentacji informacji, szacunkiem dla integralności źródeł¹⁴⁵. By osiągnąć stan idealny mediów pod kątem etycznym, należałoby dodać także

¹⁴² Ibidem, s. 37.

¹⁴³ Ł. Długowski, wywiad, *Bez etyki nie ma gazety*, *Gazeta Wyborcza* 6.12.2014, http://wyborcza.pl/magazyn/1,142463,17086199,Bez_etyki_nie_ma_gazety.html [dostęp: 26.06.2018].

¹⁴⁴ W. Pisarek, *Kodeksy etyki dziennikarskiej* [w:] Z Bauer, E Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2008, s. 566-567.

¹⁴⁵ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 187.

prawdę jako podstawę dziennikarstwa, dokładność, obowiązkową bezpartyjność i niezależność od grup interesów. Błędne jest jednak założenie uniwersalnej, kodeksowej etyki, zgodnie z którą wszyscy dziennikarze będą stosować się do zasad etyki dziennikarskiej. Trudno na przykład doszukać się jakichkolwiek wspólnych punktów między pracą w jakościowym, opiniotwórczym tygodniku, a uprawianiem dziennikarstwa tabloidowego¹⁴⁶.

Jedno z podstawowych pytań brzmi zatem: „Czy etyka dziennikarska oparta o tradycję i założenia normatywne, odwołująca się do wartości, ma jeszcze cokolwiek wspólnego z faktycznym, współczesnym dziennikarskim zawodem?” Być może podtrzymywanie istnienia dokumentów traktujących o etyce bierze się wyłącznie z przyczyn praktycznych. Być może rezygnacja z etyki dedykowanej środowisku dziennikarskiemu byłaby postrzegana jako utrata prestiżu i degradacja dziennikarstwa do „zwykłego” zawodu. Zawodu nie związanego z żadną szczególną misją¹⁴⁷. Etyka, podobnie jak obiektywizm, może stanowić źródło kontrowersji. Szczególnie na linii teoria – praktyka. W codzienności dziennikarskiej za etyczne zachowania uznać należy wszystkie te postawy, które zgodne są ze sztuką i warsztatem dziennikarskim. Dziennikarz pozyskuje wiedzę, weryfikuje informacje, umożliwia dostęp do mediów każdej ze stron potencjalnego konfliktu, nie ocenia, słucha argumentów, nie podaje niesprawdzonych informacji do publicznej wiadomości, staje w obronie słabszego, wychodzi z założenia: nie szkodzić innym.

Powyższe założenia nie są normami stworzonymi przez wielkich teoretyków. To zbiór utworzony w oparciu o osobiste doświadczenia autorki tejże rozprawy. To spis norm utworzony w oparciu o doświadczenie i wieloletnią obserwację dziennikarzy bardziej doświadczonych. Nie można być dziennikarzem idealnym, bez skazy. Jednakże stosowanie się do powyższych zasad utrzymuje dziennikarskie działania w pewnych granicach zdrowego rozsądku. Pozwala na spojrzenie w lustro i powiedzenie: „jestem dobrym reporterem, staram się być rzetelny, obiektywny, nie kłamię”, „tworzę media takimi, jakimi chciałbym je oglądać”. Bo może skoro media tworzone są przez ludzi i dla ludzi to, jak podkreśla ks. A. Baczyński, etyka dziennikarska jest także po prostu etyką społeczną. „Dziennikarz wykonując swój zawód, jest odpowiedzialny moralnie wobec

¹⁴⁶ J. Pleszczyński, *Dziennikarstwo a regulatory życia społecznego*, [w:] M. Drożdż, I. S. Fiut i inni, *Człowiek w świecie mediów*, Kraków Kielce 2012, s. 169.

¹⁴⁷ Ibidem, s.163-164.

obywateli i społeczeństwa, niezależnie od odpowiedzialności prawnej wynikającej z przepisów prawa państwowego”¹⁴⁸.

Ale i tu pojawia się kolejna obawa wypływająca z kształtu i funkcjonowania współczesnych mediów. Obecnie wielu dziennikarzy zwyczajnie „walczy” o przetrwanie. Na pierwszym miejscu stawiają siebie i swój byt (związany ze sferą materialną). Nie chodzi już tylko o bycie wybitnym dziennikarzem, ale także o rozpoznawalność, sławę. To z tzw. „celebryckością” wiąże się szansa na lepsze zarobki, na nowe umowy i kontrakty związane już nie tylko z działalnością dziennikarską. Z jednej strony mamy zatem dziennikarstwo jako zawód, który powinien polegać na tworzeniu w zgodzie z normami etycznymi, prawem i cechować się profesjonalizmem. A z drugiej strony redakcje i media przyjęły nowe formy działania, w których pojawiła się przestrzeń dla pracowników mediów, tzw. *media workers*. Obok profesjonalnych dziennikarzy mamy ludzi pracujących w mediach – zwyczajnie – jak w każdej firmie. Dziś są tu, jutro mogą być gdzie indziej¹⁴⁹. To jednak nie powinno być usprawiedliwieniem dla słabej jakości wykonywanej pracy. Bycie przedstawicielem mediów to coś znacznie więcej niż praca. To także misja. To specyficzny zawód, który jest podejmowany nie tylko dla własnej satysfakcji, ale również dla potrzeb społecznych.

Zwracają na to uwagę J. Blumer i M. Gurevitch, wskazując, że do osiągnięcia wysokiej kultury dziennikarskiej nie wystarczy wyłącznie jednostkowa świadomość dziennikarza¹⁵⁰. Chodzi tu bowiem o coś więcej niż tylko świadomość i potrzebę bycia uczciwym wobec widza i wobec samego siebie. Chodzi o odpowiedzialność mediów jako instytucji, która ma znaczący wpływ na odbiorcę i na społeczeństwo. Mowa tu o koncepcji systemu odpowiedzialności mediów, która została upowszechniona przez francuskiego badacza C. J. Bertranda. Jest to koncepcja, która skupia się na samoregulacji mediów¹⁵¹. Chodzi zatem o korzystanie z takich środków, zbiorów możliwości i zasad, które nie pochodzą od władzy. W latach 90. XX w., jeszcze przed ekspansją Internetu doliczono się około osiemdziesięciu instrumentów, które mogą wspomagać odpowiedzialność mediów. Autor do pierwszej grupy zaliczył oficjalne i publicznie dostępne dokumenty firmowane przez instytucje medialne i dziennikarzy. Druga grupa

¹⁴⁸ ks. A. Baczyński, *Uczciwość dziennikarska, czyli o potrzebie etyki zawodowej w mediach*, Studia Socialia Cracoviensia 4 (2012) nr 1(6), s. 41.

¹⁴⁹ K. Siezieniewska, *Zawód dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, Warszawa 2014, s. 39-40.

¹⁵⁰ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 58.

¹⁵¹ P. Urbaniak, *Innowacyjne instrumenty odpowiedzialności mediów w wybranych europejskich systemach medialnych*, *Dziennikarstwo i media* 3 (2012), s. 180.

obejmuje działalność jednostek, grup, instytucji na rzecz wzmocnienia odpowiedzialności i przejrzystości mediów. Najważniejsze z nich to utworzone z inicjatywy mediów, mające oceniać ich funkcjonowanie: stowarzyszenia dziennikarskie, komisje dyscyplinarne, rady prasowe, rzecznicy praw odbiorców mediów (*media ombudsman*), stowarzyszenia właścicieli mediów, wydawców, nadawców, a także organizacje pozarządowe działające na rzecz mediów i organy regulacyjne. Przejawem samoregulacji na tym poziomie w Polsce jest powołanie przez media Rady Etyki Mediów, a także obecność Centrum Monitoringu Wolności Prasy¹⁵².

W Rezolucji 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z dnia 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej odnajdujemy postulaty dotyczące zapewnienia dziennikarzom warunków do prawidłowej pracy i odpowiedniego wynagrodzenia, ale także o wymogu posiadania właściwego wykształcenia zawodowego¹⁵³. Oznacza to, jak słusznie zauważa B. Golka: „odrzućcie znanego u nas dobrze, niestety także w środowiskach dziennikarskich, przekonania, że ‘dziennikarzem trzeba się urodzić’ i to wystarczy”¹⁵⁴. Edukacja stanowić powinna fundament – i tak ta kwestia postrzegana była przez pół wieku w powojennej Polsce¹⁵⁵. Po transformacji ustrojowej nastąpiło załamanie tej teorii. Dziennikarze, którzy osiągnęli coraz więcej, a ich nazwiska stawały się coraz bardziej rozpoznawalne, dawali dowody na to, że bez kierunkowego wyższego wykształcenia można zostać wybitnym reporterem i komentatorem¹⁵⁶. Studia dziennikarskie przestały też cieszyć się prestiżem. Do redakcji od dekad zapraszani są specjaliści innych dziedzin tj. ekonomii, psychologii, politologii czy filozofii. Zaistniało przekonanie, że to praktyka stworzy profesjonalistę. Z drugiej strony prawda jest taka, że redakcje bardziej potrzebują rąk do pracy, niż wybitnych jednostek. Pytanie, czy dziennikarstwo jest pracą dla wszystkich, czy jednak dla wykształconych profesjonalistów wciąż stanowi otwarte pole dyskusji.

W kontekście procesów polaryzacji zagadnienia związane z profesjonalizmem, obiektywizmem, odpowiedzialnością mediów i ich autonomią nabierają szczególnego znaczenia podczas kampanii wyborczych. Kampanie polityczne szczególnie uwypuklają

¹⁵² B. Dobek-Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 60.

¹⁵³ Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z dnia 1 lipca 1993 roku, <https://pace.coe.int/pdf/991078d4ccfb91599c71f4996d2405d48addce183326667a8259ffe25682ae848428feba12/resolution%201003.pdf>, [dostęp: 27.01.2020].

¹⁵⁴ B. Golka, *Etyka dziennikarska – utopia czy ratunek?* Zeszyty Prasoznawcze NR 1-2 (141-142) R. XXXVIII, Kraków 1995, s. 31.

¹⁵⁵ B. Sobczak, *Kształcenie dziennikarzy. Wyzwania, koncepcje, metody*, Polonistyka. Innowacje nr 4, 2016, s.33.

¹⁵⁶ Ibidem, s. 34.

zjawisko stronniczości mediów. D. C. Hallin i P. Macini zwracają uwagę, że w czasie kampanii wyborczej stronniczość przejawia się zarówno wśród dziennikarzy, jak i właścicieli mediów i najczęściej dobierają się oni pod względem poglądów. Mówi się wtedy o tym, że redakcja działa zgodnie z linią programową stacji¹⁵⁷. Innymi słowy stronniczość mediów przejawia się przede wszystkim takim działaniem, które prowadzi do tworzenia materiałów informacyjnych faworyzujących jeden światopogląd, wzmacniając jeden układ interesów¹⁵⁸. Ale to oznacza również, że realizowany jest interes firmy wyrażany między innymi w słupkach oglądalności. Mediom może chodzić o tworzenie takiego produktu medialnego, który przypadnie do gustu nie tylko politykom, ale przede wszystkim użytkownikom danego medium.

1.2.5 Polaryzacja publiczności i nowe technologie

Publiczność ma swoją strukturę, pewne cechy socjodemograficzne, tj. wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, płeć itd. Ale odbiorcy charakteryzują się także preferencjami dotyczącymi konkretnych mediów¹⁵⁹. Może to sugerować, że odbiorcy mają swoje przyzwyczajenia, ulubione kanały telewizyjne, sposób oglądania i przyswajania informacji, ale też (co szczególnie istotne w kontekście kampanii wyborczej) mają swoje poglądy polityczne. Właściciele mediów, kierownicy redakcji, a w końcu sami dziennikarze, mając wiedzę świadomość powyższego, zachowują się w taki sposób i tworzą takie informacje, które będą odbierane za zgodne z oczekiwaniami stroniczej publiczności. W Polsce badania dotyczące stronniczości publiczności są prowadzone przez Centrum Badania Opinii Społecznej. CBOS wskazało na przykład, że wybór określonej stacji telewizyjnej związany jest z afiliacją polityczną.

Z zaprezentowanych wyników dowiadujemy się, że wyborcy Prawa i Sprawiedliwości najczęściej decydują się na programy informacyjne telewizji publicznej, zaś zwolennicy Platformy Obywatelskiej oglądają informacje głównie u nadawcy prywatnego TVN i TVN24¹⁶⁰. Prowadzi to do nieco truistycznego, ale mimo

¹⁵⁷ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 72-73.

¹⁵⁸ G. Pawlik, *Stronniczość polityczna mediów w demokracji* [w:] M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Katowice 2009, s. 148.

¹⁵⁹ K. Kuźmicka, *Multitasking medialny*, Refleksje. Pismo naukowe studentów i doktorantów WNPiD UAM, Nr 2, jesień – zima 2010, s. 38.

¹⁶⁰ *Ciekawe badania CBOS. Kto i jaką telewizję ogląda? Jak ją ocenia i czy traktuje jako wiarygodną? Sprawdź wyniki!*, wPolityce.pl, 9 maja 2017, <https://wpolityce.pl/media/339036-ciekawe-badanie-cbos-kto-i-jaka-telewizje-oglada-jak-ja-ocenia-i-czy-traktuje-jako-wiarygodna-sprawdz-wyniki> [dostęp: 27.01.2020].

wszystko warte podkreślenia wniosku, że media nie funkcjonują w oderwaniu od społeczeństwa. Wręcz przeciwnie są z nim związane, a być może nawet od niego zależne.

W odniesieniu do procesów polaryzacji nieuniknione jest podniesienie kwestii społecznej – odbiorców, do których każdego dnia docierają medialne przekazy. Stronniczość publiczności mediów, która przejawia się w popieraniu konkretnych partii lub tendencjach do kupowania konkretnych tytułów prasowych, lub oglądania określonych kanałów telewizyjnych jest najsłabiej zbadana w nauce. Nie sposób jest bowiem jednoznacznie dowieść, którzy odbiorcy i z jakich przyczyn wybierają poszczególne stacje telewizyjne czy konkretne programy. Stronniczość użytkowników mediów można próbować sprawdzać za pomocą badań ankietowych, ale tu głównym problemem może okazać szczerść respondentów; nawet jeśli ankieta jest anonimowa, jej wyniki niosą za sobą pewne ryzyko. Na przykład zjawisko pluralistycznej ignorancji występuje, gdy ludzie ukrywają swoje prawdziwe myśli i uczucia z powodu przesadnej obawy przed dezaprobatą społeczną. Powstały w ten sposób rozdzźwięk między prywatnymi myślami a zachowaniami wzmacnia fałszywą formę, co sprawia, że ludziom jeszcze trudniej jest wyrazić, co naprawdę myślą i czują¹⁶¹. Wywiady pogłębione niosą za sobą tę samą obawę o prawdziwość i szczerść udzielanych odpowiedzi. Są oczywiście badania telemetryczne, które pokazują wybory odbiorców poszczególnych stacji telewizyjnych czy radiowych. Badania audytoriów nie dają jednak odpowiedzi na pytania związane z tym, kto i dlaczego wybiera taki a nie inny tytuł. To, co jednak można uznać za oczywiste to fakt, że użytkownik mediów, szczególnie w zaciszu swojego domu – może ujawniać swoje poglądy polityczne i społeczne przekonania. Nie jest bowiem od nich wolny, zupełnie jak nie są wolni dziennikarze. Często też zdarza się, że na podstawie tego, co usłyszymy czy zobaczymy ewoluują nasze poglądy, a nasze wybory stają się pozornie wolne. W tym miejscu nauki o mediach łączą się z psychologią. F. Bacon zwrócił na przykład uwagę na fakt, że ludzie mają naturalną skłonność do oceniania informacji w sposób, który umożliwi im zachowanie dotychczasowych poglądów, niezależnie od tego, czy są to pochopte wrażenia, czy też dogmaty wyznawane przez grupę polityczną czy religijną z którą sympatyzują¹⁶². Można zatem wnioskować, że upolitycznienie mediów i ich stronniczość na poziomie właścicieli, dziennikarzy

¹⁶¹ T. Gilovich, L. Ross, *Najmądrzejszy w pokoju. Jakie korzyści możemy czerpać z najważniejszych odkryć psychologii społecznej*, Sopot 2017, s. 164.

¹⁶² Ibidem, s. 154.

i zawartości nie miałyby racji bytu, gdyby media nie miały wiernych i także stroniczych odbiorców.

B. Dobek-Ostrowska podkreśla, że czytelnicy, słuchacze, telewizyjni czy internauci to obywatele, którzy mają określone poglądy polityczne, preferencje ideologiczne i systemy wartości¹⁶³. To właśnie system postaw może kierować użytkowników w stronę mediów, których linia programowa i prezentowane tam poglądy są mu najbliższe. Z tego powodu zwolennicy Partii Republikańskiej w Stanach Zjednoczonych korzystają chętnie z mediów FOX. Podobnie jest w Wielkiej Brytanii, gdzie po „*The Daily Telegraph*” i „*The Times*” sięgają brytyjscy konserwatyści, podczas gdy głosem zwolenników Partii Pracy jest „*The Guardian*”. W Hiszpanii zwolennicy partii *Partido Popular*, czyli prawicowo – konserwatywnej Partii Ludowej czytają „*ABC*”, a zwolennicy *Partido Socialista Obrero Español*, czyli socjaldemokratycznej Hiszpańskiej Socjalistycznej Partii Robotniczej – „*El Pais*”¹⁶⁴. Poglądy polityczne Polaków odzwierciedla także polska prasa, zarówno w segmencie dzienników, jak i tygodników – osoby o lewicowych przekonaniach i poglądach sięgają częściej po „*Przegląd*”, katolicy wybierają „*Tygodnik Powszechny*”, wyborcy lewicujący czytają „*Politykę*”, a ci, którym bliższe są konserwatywne wartości „*Wprost*” (do 2010 r.) i „*Uważam Rze*”¹⁶⁵.

Pluralizm nadawców, a także wielość i różnorodność oferty programowej nie przekładają się automatycznie na różnorodność odbioru. Dzięki możliwości personalizacji i indywidualizacji procesów komunikacji umożliwiają użytkownikom mediów dokonywanie wyboru źródeł informacji zgodnie z własnymi preferencjami. Może to służyć tworzeniu indywidualnych, treściowo czy ideowo jednorodnych, „infosfer”. Takie zjawisko ogranicza debatę publiczną oraz zakres wspólnej wiedzy i osłabia znaczenie sfery publicznej¹⁶⁶. Z jednej strony publiczność oczekuje obiektywizmu mediów, rzetelnego informowania o rzeczywistości (bez prezentacji wykrzywionego obrazu świata), z drugiej strony, sama wpływa, poprzez formułowanie różnorodnych zdań lub preferencji, na uproszczony obraz rzeczywistości. Jest to paradoks

¹⁶³ B. Dobek- Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 75.

¹⁶⁴ Ibidem.

¹⁶⁵ Ibidem, s. 75-76.

¹⁶⁶ K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 102.

medialny, w zasadzie nieusuwalny i trwały¹⁶⁷. Ten paradoks jest jednym z czynników wzmacniających polaryzację w mediach.

Na polaryzację społeczeństwa w wyborze mediów znacząco wpływa także populizm polityczny (o populizmie politycznym wspomniano już w tym rozdziale, ale w kontekście polaryzacji mediów). Z raportu Reuters Institute „*Digital News Report 2019*” dowiadujemy się, że ściśle z wyborem medium związana jest także postawa populistyczna lub jej brak wśród odbiorców. Na przykład w Wielkiej Brytanii czytelnicy o poglądach populistycznych skłonni są wybierać tytuły bulwarowe o charakterze prawicowym lub lewicowym, tj. „*The Sun*” i „*The Daily Mirror*”, a czytelnicy o nie populistycznych postawach sięgną po zróżnicowany w treści centrolewicowy „*The Guardian*” czy konserwatywno-liberalny „*The Daily Telegraph*”¹⁶⁸. Autorzy badania zauważyli również, że istnieją kraje, w których spolaryzowanie publiczności i mediów są mocniejsze (Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, kraje Europy Wschodniej i Południowej) oraz takie, w których różne media oglądane są przez różnorodną poglądowo widownię (kraje Europy Zachodniej i Północnej)¹⁶⁹. Sama obserwacja zjawiska populizmu i jego związku z polaryzacją w mediach rodzi także ważne pytania dla dziennikarzy. „W jaki sposób przygotowywać informacje?” „W jakim stopniu pokazywać populistyczne hasła i postawy?”; „Jak usatysfakcjonować odbiorców w czasach coraz trudniejszych do zidentyfikowania poglądów i podziałów?”¹⁷⁰ To szczególnie istotne kwestie dla dziennikarstwa tradycyjnego. Osoby z poglądami populistycznymi częściej wybierają media offline niż online, a największą popularnością cieszy się telewizja. Ale jeśli już skłaniają się ku mediom społecznościowym, najczęściej decydują się na *Facebooka*, który stanowi dla nich źródło informacji¹⁷¹.

Obserwując zjawisko polaryzacji w mediach, nie można pominąć mediów społecznościowych, ale i szerzej – Internetu. To wszystko, co dzieje się w wirtualnym świecie skłania naukowców do wyciągania wniosków i oceny sposobu, w jaki społeczeństwo polaryzuje się za pośrednictwem sieci. Ułatwiony dostęp do mediów

¹⁶⁷ S. Michalczyk, *Spółczesność medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 136.

¹⁶⁸ N. Newman, R. Fletcher, et al., *Digital News Report 2019*, Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf [dostęp: 29.01.2020], s. 44.

¹⁶⁹ Ibidem, s. 43.

¹⁷⁰ Ibidem, s. 25.

¹⁷¹ N. Newman, R. Fletcher, et al., *Digital News Report 2019*, Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf [dostęp: 29.01.2020], s. 43.

społecznościowych całkowicie zmienił możliwość tworzenia i konsumpcji informacji. Jednym z głównych wyznaczników efektu polaryzacji uznaje się algorytmy promocji treści. Przykładowo *Facebook* promuje interakcje, czyli działania polegające na klikaniu, lubieniu, przechodzeniu z konta na konto itd. Śledzenie ruchów użytkownika pozwala, za pomocą algorytmów, podpowiadać użytkownikowi interesujące go treści. *YouTube* promuje te treści video, które są długo oglądane przez użytkowników. Tu algorytm poznaje preferencje użytkownika po długości spędzonego czasu na poszczególnych kanałach czy video¹⁷². W tych samych badaniach, zatytułowanych „*Users Polarization on Facebook and YouTube*” znajdziemy również sugestię autorów, że bardziej niż algorytmy, na polaryzację użytkowników wpływa treść. Widać to szczególnie w komentarzach internautów, kiedy z komentarza na komentarz polaryzacja pogłębia się¹⁷³. Istotną kwestię w polaryzowaniu społeczeństwa odgrywa dodatkowo zjawisko „efektu potwierdzenia”, które wydaje się być jedną z sił napędowych selekcji treści. Szukamy bowiem takich informacji, które potwierdzają nasze stanowiska, przekonania, zdanie na jakiś temat.

Z jednej strony społeczeństwo w mediach społecznościowych polaryzują algorytmy, z drugiej sprzeczne narracje. One także prowadzą do grupowania się ludzi w ramach ich jednolitych opinii. Ludzie czytają i chcą czytać oraz identyfikować się z informacjami jednego rodzaju, podobnymi do ich własnych przekonań¹⁷⁴. Te procesy znane są w nauce jako „*filter bubbles*” czy też „*echo chambers*”¹⁷⁵. Polegają one na docieraniu do odbiorcy informacji takich, jakich oczekuje. To, co widzimy, czytamy, słuchamy w mediach społecznościowych jest odpowiedzią algorytmów na nasze potrzeby. Wpadamy w pewnego rodzaju pułkę informacyjną. Tworzy się iluzja. Zaczynamy postrzegać rzeczywistość przez wąski pryzmat informacji, jakie otrzymujemy w mediach internetowych. Choć przecież jako użytkownicy Internetu zawsze będziemy mieli możliwość zetknięcia się z treścią bardziej różnorodną niż w naszej sieci społecznej. Kluczowy okazuje się bowiem wybór użytkownika, czy zechce on mieć styczność z informacją różnorodną, czy zatrzyma się na jednorodnym przekazie¹⁷⁶. O tyle te kwestie

¹⁷² A. Bessi, F. Zollo, M. Del Vicario, et al., *Users Polarization on Facebook and Youtube*, s. 1, https://www.researchgate.net/publication/301926189_Users_Polarization_on_Facebook_and_Youtube#pf17, [dostęp: 29.01.2020].

¹⁷³ Ibidem, s. 2.

¹⁷⁴ Ibidem, s. 7.

¹⁷⁵ *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, European Parliamentary Research Service, Scientific Foresight Unit (STOA) PE 634.414 – March 2019, s. 16.

¹⁷⁶ Ibidem, s. 16-17.

są ważne, o ile świat polityki intensywnie korzysta z możliwości Internetu i mediów społecznościowych, tworząc treści, komunikując się z użytkownikami – potencjalnymi wyborcami. I choć media społecznościowe mogą nie wykorzystywać swojego potencjału polaryzacyjnego bezpośrednio, z pewnością czynią to pośrednio, przy pomocy mediów tradycyjnych. Swoją popularność D. Trump może zawdzięczać przede wszystkim działalności na *Twitterze* i cytowaniu jego wpisów przez media tradycyjne na całym świecie¹⁷⁷. I choć media społecznościowe nie stanowią przedmiotu badań w tej rozprawie, to zdecydowanie trudno pominąć tę kwestię – zwłaszcza w czasach konwergencji mediów i hybrydyzacji systemów medialnych. Na istotę *Twittera* w polskiej rzeczywistości politycznej zwraca uwagę J. Nożewski. Według badacza obserwowanie wybranych kont polskich mediów na *Twitterze* przekłada się również na wybór obserwowanych kont polskich polityków. Wskazuje on wprost na istnienie zjawiska bipolarności mediów i polityki w Polsce¹⁷⁸.

1.3 Społeczne i polityczne źródła polaryzacji mediów w Polsce

J. L. Curry przeprowadziła badania dotyczące jakości dziennikarstwa w Polsce przed 1989 rokiem. Z jej analiz wynika, że dziennikarze w Polsce cieszyli się wyjątkową wolnością na tle innych państw bloku sowieckiego. Istotnym wnioskiem z jej badań jest także to, że upolitycznienie ludzi pracujących w mediach w okresie Polski Ludowej nie miało wpływu na ich profesjonalizm w pracy¹⁷⁹. J. L. Curry argumentując, że choć według oficjalnej ideologii media miały służyć jako narzędzie partii, wśród polskich dziennikarzy rozwinęła się silna kultura zawodowa. Wszechobecna cenzura, państwowa własność mediów i represje polityczne sprawiały, że wszelkie próby ze strony dziennikarzy, by postępować zgodnie z profesjonalną koncepcją ich roli, były rutynowo tłumione. Mimo to dziennikarze wyraźnie mieli silne poczucie swojej odrębnej tożsamości i roli społecznej oraz starali się przeciwstawiać zewnętrznym ingerencjom w ich pracę. Dziennikarze przywiązywali dużą wagę do autonomii i mieli silne poczucie solidarności zawodowej, która przetrwała nawet czasy ostrych konfliktów politycznych,

¹⁷⁷ L. De-Wit, C. Brick, S. Van Der Linden, *Are Social Media Driving Political Polarization?* https://greatergood.berkeley.edu/article/item/is_social_media_driving_political_polarization [dostęp: 29.01.2020].

¹⁷⁸ „*The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self – regulation in Poland*”, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.

¹⁷⁹ J. L. Curry, *Poland's Journalists: Professionalism and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge 1990, s. 37.

oraz hierarchii prestiżu, opartej na niezależnych od podziałów politycznych opiniach innych dziennikarzy. Jednocześnie wyraźnie postrzegali oni dziennikarstwo jako „zawód polityczny”. Swoją rolę rozumieli między innymi jako wpływanie na kształt polityki i rozwiązywanie problemów społecznych. Zwykle relacjonowanie faktów nie było uznawane za w pełni profesjonalne, a powszechnie praktykowany był styl pisania o charakterze komentatorskim¹⁸⁰.

Analizy J. L. Curry dotyczą pracy dziennikarzy w okresie PRL-u – od czasów powojennych, przez okres stalinizmu (1949 – 1953), odwilży, Gomułki, Gierka, aż do czasów Solidarności i stanu wojennego¹⁸¹. Transformacja systemu politycznego i ekonomicznego dokonana w 1989 roku stworzyła nowe warunki społeczne dla rozwoju mediów w Polsce. Zmieniał się rynek mediów, zmieniał się status ekonomiczny Polaków, zmieniały polityczne preferencje. W polskich realiach o polaryzacji długo się nie mówiło. Nie było też prowadzonych pod jej kątem obserwacji. Dopiero lata współczesne, powstanie nowych mediów, a przede wszystkim ukształtowanie się sceny politycznej z dwiema głównymi siłami (z jednej strony Prawo i Sprawiedliwość z partiami sprzyjającymi, z drugiej formacja Koalicji Obywatelskiej) pozwoliło na dostrzeżenie pogłębiającego się konfliktu społecznego, politycznego oraz medialnego. Aby zrozumieć procesy polaryzacji mediów w Polsce konieczne jest prześledzenie osi konfliktów podziałów społecznych, ale i politycznych, jakie dokonały się w ostatnich latach.

1.3.1 Rok 2010 i jego konsekwencje

Wielu badaczy, w tym m.in. K. Dzieciolowski, skłania się ku teorii, że momentem kluczowym dla procesów polaryzacji w Polsce była katastrofa rządowego samolotu pod Smoleńskiem w dniu 10 kwietnia 2010 roku¹⁸². Również wszystkie okoliczności towarzyszące, tj, pogrzeby ofiar, śledztwo, działania ze strony służb rosyjskich i polskich, wszystko co było związane ze Smoleńskiem stawało się powodem do pogłębiania podziałów w polityce i społeczeństwie. Coraz częściej pojawiała się narracja zdrady. Byli Ci, „których zdradzono” i Ci, „którzy zdradzili”¹⁸³. To pokazało, jak katastrofa smoleńska

¹⁸⁰ D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 39-40.

¹⁸¹ J. L. Curry, *Poland's Journalists...*, op. cit., s. 25.

¹⁸² K. Dzieciolowski, *Is there a chance for non-partisan media in Poland?*

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/there-chance-non-partisan-media-poland> [dostęp:01.09.2018].

¹⁸³ Na podstawie wypowiedzi Jarosława Kaczyńskiego w pierwszą rocznicę katastrofy 10.04.2011, za: *Kaczyński o ofiarach spod Smoleńska: „Zostali zdradzeni o świcie”*,

uwypatniła także osobistą wrogość między przywódcami Prawa i Sprawiedliwości (PiS) i Platformy Obywatelskiej (PO).

Smoleńsk stał się wydarzeniem, które stało się istotnym elementem sfery społecznej, politycznej i medialnej. Katastrofa w początkowej fazie jednoczyła Polaków. Jednak od momentu, gdy wydarzenia ze Smoleńska stały się motorem polityki katastrofa zaczęła dzielić polski naród w sposób silny i trwały. Podobnie zaczęło dzielić się środowisko dziennikarskie. Zwrócił na to uwagę B. Węglarczyk, dziennikarz prasowy, radiowy i telewizyjny, a obecnie dyrektor programowy Onet.pl:

„Dzielenie Polski na pół zaczęło się od wydarzeń w Smoleńsku. Albo wierzyłeś w zamach albo nie. Ci, którzy od początku wierzyli oskarżali tych, którzy nie wierzyli w to, że od początku o tym wiedzieli. Politycy rozpoczęli ten konflikt, a dziennikarze podążyli za nim. Najgorszy kryzys w dziennikarstwie, kryzys wartości, tożsamości i etyki ma swój początek w wydarzeniach Smoleńskich”¹⁸⁴.

Katastrofa pod Smoleńskiem zmieniła także obraz rynku mediów w Polsce. Doprowadziła polskie dziennikarstwo do przyjęcia stanowiska wysoce stronniczego, upolitycznionego i spolaryzowanego. Dodatkowo przed 2010 rokiem udział mediów prawicowych w rynku był znikomy. Ich pojawienie się po 2010 roku było traktowane jako tworzenie opozycji do silnych mediów liberalnych. Jak podkreśla J. Karnowski – polski dziennikarz prasowy i telewizyjny, związany z TVP, redaktor naczelny tygodnika „wSieci”:

„To nie było tak, że w Polsce równocześnie kreowały się dwie strony – media lewicowe (liberalne) i prawicowe. Media prawicowe powstały w Polsce w odpowiedzi na pewne wydarzenia. Te media powstały po Smoleńsku (...) To już nie jest kłótnia o wizję świata, ale o jedno z najważniejszych i dramatycznych wydarzeń w historii Polski”¹⁸⁵.

Po wyborach w 2015 roku i zwycięstwie Prawa i Sprawiedliwości temat Smoleńska nabrał nowej mocy. Powołana została nowa komisja śledcza, odbywały się ekshumacje ofiar tragedii, organizowano tzw. „miesięcznice smoleńskie”. Organizowano debaty pełne oskarżeń, szczegółów dochodzenia, teorii spiskowych. Katastrofa rządowego samolotu okazała się czynnikiem sprzyjającym eskalacji pokładów nienawiści, mogących

<https://www.newsweek.pl/polska/kaczynski-o-ofiarach-spod-smolenska-zostali-zdradzeni-o-swiecie/wrye9xj>

¹⁸⁴K. Dzięciołowski, *op. cit.*, s. 32., własne tłumaczenie.

¹⁸⁵ Ibidem, s. 33. Własne tłumaczenie

przez wiele lat skutecznie dzielić naród na wygranych i przegranych, patriotów czy zdrajców. Wydaje się zatem, że obok konfliktów na podłożu materialnym szczególnie łatwo narastają też podziały na tle symbolicznym, ideologicznym, odnoszące się nie tylko do faktów, ale również do nadawanych im znaczeń. Do takich należy zjawisko coraz powszechniej określane mianem „religii smoleńskiej”, ogniskujące w sobie negatywne emocje¹⁸⁶. Zdaniem Z. Mikołajko:

„Mogliśmy wyjść z tej traumy bez wstrząsów, gdyby ta tragedia została wyjaśniona, poddana sensownym analizom - na powierzchni życia publicznego, transparentnie”¹⁸⁷.

Autor, który jest uznawany za twórcę terminu „religia smoleńska” dodaje w jednym z wywiadów prasowych, że choć podejmowano się wyjaśnienia sprawy, wokół wielu działań od początku wybuchały polityczne gry. A jego zdaniem:

„to właśnie zgoda na scenie politycznej była warunkiem, żebyśmy z tego wyszli. Gdy gry się raz zaczęły, to na nic wszelkie racjonalne wyjaśnienia. Dla części społeczeństwa takie racjonalne wyjaśnienia nastąpiły, a dla części nie”¹⁸⁸.

Z. Mikołajko twierdzi również, że Polski nie można dzielić wprost na „smoleńską” i „nie-smoleńską?”, tak jak bieda i bogactwo nie przekładają się wprost na liberalizm i konserwatyzm. Zdaniem Autora nie ma też Polski przed- i po-smoleńskiej; „Katastrofa była tylko katalizatorem zmian – i w istocie katalizatorem zamętu, który już w nas tkwił od dawna, a teraz ujawnił się z całą swoją jaskrawością”¹⁸⁹. Z. Mikołajko wskazuje również na istnienie „interesu emocjonalnego”, którego waga jest co najmniej taka sama jak w przypadku interesu ekonomicznego. To emocje mają być odpowiedzialne za podziały w Polsce jako narzędzie reakcji na rzeczywistość¹⁹⁰. Na sferę emocji zwraca także uwagę M. Łuczewski, twierdząc, że:

„nawet rozmowa o faktach jest trudna, bo widać jak same fakty zależą od tego, co się z góry myśli o katastrofie. Jeśli ktoś powie, że wierzy w zamach, to druga strona odpowie, że to szaleństwo. I na odwrót: jak ktoś powie, że winni są Błasik i Kaczyński, to znów przeciwna strona powie, że to szaleństwo”¹⁹¹.

¹⁸⁶ *Eksplzja nierówności?...*, op. cit., s. 299-301.

¹⁸⁷ M. Gostkiewicz, *Prof. Mikołajko: Religia smoleńska jest złem. Kiedy się wypali, Polska będzie musiała przejść narodową psychoterapię*, <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,21607007,prof-mikolajko-religia-smolenska-jest-zlem-kiedy-sie-wypali.html>, [dostęp: 20.07.2018].

¹⁸⁸ Ibidem.

¹⁸⁹ Ibidem.

¹⁹⁰ Ibidem.

¹⁹¹ A. Leszczyński, *Czy Polacy mogą się pogodzić w sprawie Smoleńska? Dr. Łuczewski: „Tylko cud jest możliwy”*, <https://oko.press/czy-polacy-moga-sie-pogodzic-w-sprawie-smolenska-dr-luczewski-tylko-cud-jest-mozliwy/>, [dostęp: 20.07.2018].

Autor dodaje również, że:

„katastrofa była wydarzeniem wykraczającym poza normalny porządek rzeczy – poza to, co byliśmy sobie w stanie wyobrazić. Wobec takich sytuacji ludzie sięgają do rozmaitych wyjaśnień pochodzących z ich repertuaru kulturowego. Próbują nadać sens wydarzeniu, które temu sensowi się wymyka. Kiedy brak danych, korzystamy z narracji i fragmentów obrazów, które mamy pod ręką. Poruszamy się w smoleńskiej mgłę, w której dostrzegamy różne rzeczy”¹⁹².

Zdaniem M. Łuczewskiego Polaków może poróżnić wszystko, nawet „nauka i cmentarz to część polityki”¹⁹³. O. Annusewicz w 2012 roku wskazał na głębokie podziały w polskim społeczeństwie. Przekonania swoje opierał między innymi na związku z katastrofą smoleńską i próbami jej wyjaśnienia. Jego obserwacje zaprowadziły go do wniosku, że kluczowym problemem podziałów jest prawda. A w zasadzie fakt, że na temat katastrofy smoleńskiej każdy ma „swoją prawdę” i jest gotowy zaciekle jej bronić.

„Na tym polega też w pewnym sensie tragedia tej sytuacji, tzn. że obie strony są tak święcie przekonane o tym, że to ich prawda jest tą najprawdziwszą, że w zasadzie nie ma mowy o tym, żeby była jakaś szansa na prawdę obiektywną”¹⁹⁴.

Zdaniem badacza tak samo dzieje się w świecie polityki:

„Dojdzie do czegoś komisja rządowa, opozycja uzna, że to nieprawda, bo to jest komisja rządowa. Dojdzie do czegoś komisja Antoniego Macierewicza, to podstawowym zarzutem będzie to, że doszła do tego komisja Macierewicza, który przez część polityków i mediów jest zaliczany do pierwszego szeregu owych „świrów”. Na tym polega problem z tą prawdą, ona jest na emigracji”¹⁹⁵.

W jednym z artykułów w „Fakcie” z 2016 roku wskazano, że katastrofa smoleńska jest zwyczajnie wykorzystywana do polityki:

„Sześć lat pomiatania powagą tego, co wydarzyło się 10 kwietnia 2010 roku. Sześć lat wykorzystywania katastrofy jako politycznego obucha, którym zawsze można uderzyć politycznego konkurenta. Z obu stron sceny politycznej. Co jeszcze nas czeka? Czy

¹⁹² Ibidem.

¹⁹³ Ibidem.

¹⁹⁴ Ł. Rogojasz, *Dr Annusewicz o wojnie polsko – polskiej: Myślę, że prawda jest na dalekiej emigracji*, <http://www.newsweek.pl/polska/dr-annusewicz-o-wojnie-polsko-polskiej--mysle--ze-prawda-jest-na-dalekiej-emigracji,91468,1,1.html>, [dostęp: 17.07.2018].

¹⁹⁵ Ibidem.

kiedyś poznamy całą prawdę o tym, co się stało? Czy Smoleńsk będzie nas dzielić już na zawsze?”¹⁹⁶.

To pytanie zadaje sobie wiele środowisk naukowych i dziennikarskich. Niestety wielu zdaje sobie także sprawę z faktu podziałów społecznych. Tak głębokich, że samo dojście do prawdy o wydarzeniach z 2010 roku stało się wtórne.

„Wszyscy oczekujemy, że sprawa ta zostanie dokładnie wyjaśniona, aczkolwiek polaryzacja społeczeństwa jest tak silna, że cokolwiek zostanie zaprezentowane przez podkomisję smoleńską, to część Polaków i tak jej nie uwierzy.”¹⁹⁷

Dla wielu Polaków kwestia katastrofy w Smoleńsku jest nadal sprawą nierozwiązaną. Decyzje dotyczące budowy pomników, organizowaniu uroczystości oraz pamięć dotycząca ofiar Smoleńska na nowo rozbudzają podziały. J. Majmurek – publicysta, zwraca uwagę, na fakt, że to wydarzenie uruchomiło pewne mechanizmy, które można później zauważyć w ekspansji różnych ruchów społecznych, np. ruch przeciwników szczepień¹⁹⁸. Katastrofa smoleńska mogła stać się zatem katalizatorem do pogłębiania podziałów i wyrażania głośno postaw wynikających ze skrajnie oddalonych od siebie ideologii. Nie znajdujemy jako społeczeństwo wspólnego języka w takich kwestiach, jak homoseksualizm, aborcja, religia, polityka, uchodźcy. Wychodzimy na ulice i krzyczymy na siebie wzajemnie, nasza postawa daleka jest od wymiany zdań i przedstawiania argumentów. Wszystkie nasze działania mają prowadzić tylko do jednego – głośnego zademonstrowania sentencji „prawda musi być po naszej stronie”. W jednej z publikacji „Rzeczpospolitej” zwrócono uwagę, że w Polsce powszechna dyskusja o uchodźcach zaczęła się później niż w innych krajach Unii Europejskiej, ale kiedy się zaczęła od razu stała się burzliwa:

„Podziały są tak ostre, że ludzie nie są w stanie powstrzymać się przed ksenofobicznymi wpisami z jednej strony i odbieraniem, sceptycznym wobec przyjęcia azylantów, prawa

¹⁹⁶ *Żaloba po Smoleńsku: rosyjskie nikczemności i polskie waśnie*,

<https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/smolensk-podzielil-spolczenstwo-co-katastrofa-smolenska-zrobila-z-polakami/jtqm3fr> [dostęp: 17.07.2018].

¹⁹⁷ Karol Gac dla Polskiego Radia, *Katastrofa smoleńska. "Polaryzacja jest tak silna, że część Polaków i tak nie uwierzy w wyjaśnienia podkomisji"*,

<https://www.polskieradio.pl/130/5925/Artykul/1887959,Katastrofa-smolenska-Polaryzacja-jest-tak-silna-ze-czesc-Polakow-i-tak-nie-uwierzy-w-wyjasnienia-podkomisji> [dostęp:20.07.2018].

¹⁹⁸ J. Majmurek, *Katastrofa Smoleńska niczego nas nie nauczyła*, Newsweek, 2018, <http://www.newsweek.pl/opinie/dlaczego-katastrofa-smolenska-niczego-nas-nie-nauczyla-artykuly,425873,1.html> [dostęp: 20.07.2018].

do nazywania się człowiekiem z drugiej (...) podziały w społeczeństwie przypominają te, które powstały po katastrofie smoleńskiej”¹⁹⁹.

Inne spojrzenie na katastrofę rządowego samolotu w Smoleńsku przedstawia publicysta P. Lisiewicz:

„Błogosławionym skutkiem Smoleńska jest więc to, co media zwykły nazywać podziałami czy wojną polsko-polską. Ktoś się oburzy i zapyta, czy moim zdaniem ta wojna jest stanem pożądanym. Nie, nie jest. Ale jest czymś o niebo lepszym niż przedsmoleńskie trwanie państwa postkolonialnego czy, jak ujął klasyk, „istniejącego teoretycznie”. Trwanie tego państwa – i to odsłonił Smoleńsk – było śmiertelnym zagrożeniem dla Polaków. Pozwalającym zarówno ewolucyjnie, jak i w zmienionych warunkach spektakularnie, zniszczyć ich życie niczym domek z kart”²⁰⁰.

Jak dodaje O. Annusewicz „źródeł obecnego konfliktu i podziału na „świrów“ i „zdrajców” należy szukać już w latach 90. i podejściu do mitu Okrągłego Stołu, który część z prawicowych polityków i publicystów aksjologicznie traktuje jako akt zdrady, a nie niepodległości. Wskazuje się, że pogodzenie strony Prawa i Sprawiedliwości czy też tej części strony politycznej ze stroną Platformy Obywatelskiej wymaga zmiany co najmniej jednego pokolenia. W skrajnych warunkach może to w konsekwencji prowadzić do marginalizacji tych ugrupowań i być może w przyszłości do wydzielenia się z nich „postsmoleńskich”, ale jednocześnie „asmoleńskich” ugrupowań oraz wzrostu znaczenia partii, które dzisiaj definiują się jako lewica²⁰¹. Odmiennego zdania jest M. Sutowski. Uważa, że katastrofa smoleńska pogłębiła duopol polityczny, który zdawał się zmierzać ku końcowi:

„Jestem przekonany, że było to wydarzenie o dramatycznie złych skutkach społecznych i politycznych, abstrahując od samego sensu i faktu katastrofy. Debata publiczna i konflikt polityczny przybrały formy, które są dysfunkcjonalne dla polityki i bardzo

¹⁹⁹ K. Sikora, *Polskie społeczeństwo znów pękło na pół? Według „Rzeczpospolitej” uchodźcy dzielą jak Smoleńsk*, <http://natemat.pl/154117,polskie-spoeczenstwo-znowu-peklo-na-pol-wedlug-rzeczpospolitej-uchodzcy-dziela-jak-smolensk> [dostęp: 20.07.2018].

²⁰⁰ P. Lisiewicz, *Smoleńsk – koniec zgody na III RP, czyli wojna albo...*

<http://telewizjarepublika.pl/smolensk-koniec-zgody-na-iii-rp-czyli-wojna-albo,46980.html> [dostęp: 20.07.2018].

²⁰¹ O. Annusewicz w wywiadzie dla Newsweeka, *Dr Annusewicz o wojnie polsko-polskiej: Myślę, że prawda jest na dalekiej emigracji*, 2012, <http://www.newsweek.pl/polska/dr-annusewicz-o-wojnie-polsko-polskiej--mysle--ze-prawda-jest-na-dalekiej-emigracji,91468,1,1.html> [dostęp: 17.07.2018].

utrudniają rozwiązanie problemów czy odpowiadanie na wyzwania, które rodzi rzeczywistość”²⁰².

1.3.2 Współczesne podziały socjopolityczne

Polska XXI wieku jest traktowana jako kraj nierówności materialnych, społecznych, edukacyjnych, politycznych, etnicznych i regionalnych. W zakresie tych ostatnich dotyczy to na przykład dysproporcji między najlepiej i najslabiej rozwijającymi się województwami, ale też wewnątrz województw oraz różnic na poziomie lokalnym, gdzie podziały są na ogół lepiej widoczne²⁰³. Każdy typ struktury społecznej stwarza określone przesłanki powstawania nierówności, tendencje ich nasilania się i łagodzenia. W społeczeństwach o ostro zarysowanych podziałach ekonomicznych, politycznych i społecznych nierówności są łatwiej uchwytne. Jednak nawet w społeczeństwach mniej rozwarstwionych zarówno w sferze społeczno-ekonomicznej jak i w sferze świadomości społecznej również dostrzegalne są ostro zarysowane dychotomie, taki jak: biedni – bogaci, niewykształceni – wykształceni, rządzeni – rządzący. Poprzez takie określenia, można w pewnym sensie wskazać pozycję społeczną i przynależność warstwowo – grupową umożliwiającą społeczną identyfikację jednostki²⁰⁴. Obraz społeczeństwa polskiego w XXI wieku uzupełniają podziały o charakterze emocjonalnym, co skutkuje podziałem na dwie, zwalczające się i wrogie względem siebie frakcje²⁰⁵.

W tym kontekście M. Jarosz wspomina o wymiarach dychotomicznego podziału Polski. Podział ten leży u podłoża ekonomiczno-politycznego wymiaru transformacji. Akceptowalna jest w nim postępująca polaryzacja społeczeństwa, która doprowadza do pęknięcia Polski na „solidarną” i „liberalną”. Zdaniem M. Jarosz, konstrukcje dychotomiczne, podział na „wygranych i przegranych”, „równych i równiejszych”, „patriotów i zdrajców” (bądź tzw. „lemingów”) nie są jedynie zręcznym, przejętym z polityki chwytem retorycznym. Oddają bowiem pewien realny obraz rzeczywistości kształtowanej przez postawy i zachowania ludzi²⁰⁶. Przyczyną społecznych niepokojów

²⁰² Sutowski: *W Smoleńsku mieliśmy tragedię, dziś mamy farsę*, Krytyka Polityczna, 11 kwietnia 2017, <http://krytykapolityczna.pl/kraj/sutowski-smolensk-tragedia-farsa/>, [dostęp: 20.07.2018].

²⁰³ *Eksplozja nierówności?* red. M. Jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015, s. 7.

²⁰⁴ *Ibidem*, s. 14.

²⁰⁵ M. Jarosz, *Jedna Polska? Zarys przywilejów*, [w:] *Polskie bieguny*, red. M. Jarosz, Warszawa 2013, s.18.

²⁰⁶ *Ibidem*, s. 23.

i konfliktów mogą być też przywileje, tak jak immunitet, przywileje gospodarcze, zawodowe, korporacyjne, przywilej „dobrego urodzenia”, wykształcenie itd.²⁰⁷

R. Herbut zwrócił także uwagę na rolę podziału na osi religijność versus świeckość (podział religijny). Składowe tego podziału to przede wszystkim konflikt państwo – Kościół (zakres ingerencji Kościoła katolickiego w życie publiczne, w szczególności w sferę polityki) i spór o aborcję. Kwestia aborcji jest jednym z czynników polaryzujących partie polityczne, ich elektoraty i społeczeństwo. W sporze o zakres ustawodawstwa antyaborcyjnego uczestniczą organizacje *pro choice* i *pro life* oraz Kościół katolicki²⁰⁸. M. Jarosz wskazuje dodatkowo na przywiązanie grup społecznych bezpośrednio do partii politycznych, w tym szczególności do Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej. Maksymalnie upraszczając autorka sugeruje podział na dwie Polski. Jedna stanowi elektorat Platformy Obywatelskiej, coraz słabiej identyfikujący się z jej polityką i rządami. W dużej mierze przekonany jednak, że partia ta jest jedyną skuteczną alternatywą chroniącą państwo i obywateli przed nieakceptowalną wizją rządów Prawa i Sprawiedliwości. Grupa ta wyraża swój sprzeciw wobec narracji o nieskazitelnie bohaterskiej wizji naszych dziejów, „religii smoleńskiej” – i wobec „powtórki z IV RP” (rządy PiS w latach 2005 – 2007). Są to wyborcy z klasy średniej, ludzie z reguły wykształceni i beneficjenci transformacji, negujący myślenie spiskowe i coraz mniej upolitycznieni. Co ciekawe od 2014 roku (czyli jeszcze za rządów PO) elektorat ten wyraźnie traci ludzi młodych, zniechęconych perspektywą bezrobocia i gorszego od ich rodziców statusu społecznego²⁰⁹. Druga Polska zdominowana jest przez elektorat Prawa i Sprawiedliwości, relatywnie rosnący i w dużej mierze składający się z ludzi biednych, niewykształconych, często z tzw. Polski B – czyli „przeigranych transformacji”. Tych, którzy – zdaniem K. Modzelewskiego – wierzą, że być może wywalczono wolność, ale zgubiono braterstwo i sprawiedliwość²¹⁰. Prawo i Sprawiedliwość znajduje także poparcie wśród ludzi dobrze sytuowanych i wykształconych. Najczęściej są to osoby dziedziczące po poprzednich pokoleniach, tzw. „gen patriotyzmu”. Ma on charakteryzować się przekonaniem *de facto*

²⁰⁷ M.W. Kozak, *Dysproporcje regionalne. Postawy i reakcje społeczeństwa.*, [w:] *Polskie bieguny*, red. M. Jarosz, Warszawa 2018, s. 144.

²⁰⁸ K. Kowalczyk, *Partie polityczne i ich elektoraty wobec kwestii nowelizacji ustawy antyaborcyjnej w Polsce (2007-2011)*, *Opuscula Sociologica*, nr 2, 2014, s. 20, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-aff6ad62-9d11-4e54-98d7-e7c75c640b0b>, [dostęp: 19.07.2018].

²⁰⁹ M. Jarosz, M.W. Kozak, *Eksplozja...*, op. cit., s. 77.

²¹⁰ *Ibidem*, s. 77-78.

nacjonalistycznymi (a niekiedy skrajnie nacjonalistycznymi) oraz silnym poczuciem, że „lepiej wiemy, czego trzeba ludziom”. Ten elektorat ma coraz wyraźniejsze, jak czytamy w „Eksplzji nierówności?” cechy sekty polityczno-religijnej, destrukcyjnej wobec państwa „zawłaszczonego” przez politycznych przeciwników²¹¹.

Ale to, co z jednej strony stanowi paliwo polityczne, z drugiej strony staje się nużące dla społeczeństwa. To zdominowanie sceny politycznej przez dwie partie: konserwatywno-neoliberalną Platformę Obywatelską i prawicowo-narodową, choć lewicującą w sferze gospodarczej – Prawo i Sprawiedliwość staje się coraz mniej interesujące. Wyborcy widzą dwie odmienne partie, które w pewnym wymiarze są do siebie podobne. Obie wywodzą się z Solidarności i obie ulegają nadmiernym wpływom coraz bardziej związanego z PiS Kościoła katolickiego. Zdaniem B. Łagowskiego „największą wadą polskiej demokracji jest przejęcie jej przez partie (...). Na domiar złego do walk partyjnych włącza się Kościół w charakterze superpartii²¹²”.

M. Jarosz, analizując zjawisko polaryzacji wywołanej wieloaspektowością, zasięgiem i rezultatami transformacji, jaką Polska przechodzi od 1989 roku, dochodzi do wniosku, że skala i natężenie istniejących konfliktów świadczą nie tylko o generalizacji sporów skutkującej ostrym podziałem społecznym, ale też o niezdolności do znalezienia rozwiązania zaspokajającego oczekiwania zwaśnionych stron²¹³. Jak sugeruje J. Tazbir, rządzenie państwem czy decyzje wyborcze zależą bardziej od stosunku do przeszłości niż do oceny teraźniejszości i wizji przyszłości. Świadomość narodową Polaków nierzadko kształtują legendy i mity²¹⁴. Rozprawiając o podziałach i różnicach w Polsce, warto też skierować się ku ciekawej sugestii R. Kapuścińskiego, który odnosząc się do sytuacji krajów rozwijających się pisał, że bieda to nie tylko pusty żołądek, ale też określona edukacja i kultura. Jest Polska równych i równiejszych – a może i całkiem nierównych. Polska beneficjentów transformacji nie znajduje wspólnego języka z Polską przegranych i wykluczonych²¹⁵.

²¹¹ *Eksplzja nierówności?* red. M. Jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015, s. 77-78.

²¹² B. Łagowski, *Upartyjnione państwo, upartyjniony Kościół*, „Przegląd”, 2 stycznia 2011, s. 11. [w:] *Eksplzja nierówności?* red. M. Jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015, s. 78.

²¹³ *Eksplzja nierówności?...*, op. cit., s. 299-301.

²¹⁴ *Ibidem*, s. 78.

²¹⁵ *Polskie bieguny, Społeczeństwo w czasach kryzysu*, red. Marta Jarosz, Warszawa 2013, s. 10.

1.3.3 Społeczny odbiór mediów

Te wszystkie twarze Polski i jej społeczeństwa znajdują swoje odzwierciedlenie w mediach i opiniach obywateli na ich temat. W praktyce nie jest to bezstronny przekaz, ani też próba obiektywnego spojrzenia na obie strony różniące się w poglądach. Media stały się siłą napędową procesów polaryzacji, niejednokrotnie uczestnicząc aktywnie w utwierdzaniu osi konfliktów i podziałów. W kontekście działalności współczesnych mediów w Polsce ciekawy pogląd wygłosiła pisarka D. Masłowska:

„Ja nie mam telewizora, ale TVP oglądałam kiedyś w hotelu – i miałam wrażenie, że to wniknięcie do jakiejś alternatywnej rzeczywistości. Ksiądz oprowadzał reporterkę po mieszkaniu, gdzie Jan Paweł II ‘wzrastał w mądrości’ i wszystko było odwrotnie niż w zwykłej nienarodowej telewizji, gdzie ma być szybko i kolorowo, i dużo dżingli. Reportaż toczył się w tempie refleksyjnym, kolory były jesienne, jakby panował tam rok 1987. Na drugim biegunie jest TVN, który pokazuje Polskę, której też nie ma – zoperowanych plastycznie ludzi, fluorescencyjne kolory i moc atrakcji. Polska jest krajem o zaburzonej wspólnotce, społeczeństwo jest bardzo skłócone, napięte, rozwarstwione”²¹⁶.

Inni publicyści, zwracają uwagę, że doczekaliśmy czasów, w których dziennikarze już nawet nie udają, że są obiektywni. G. Marczak twierdzi na przykład, że:

„To będzie dla nas jako dla społeczeństwa duży problem. Doczekaliśmy się w Polsce tak silnej polaryzacji mediów, że coraz trudniej jest znaleźć obiektywny dziennik czy telewizję, a za to coraz łatwiej jest nam przypisać daną gazetę czy stację do poglądów politycznych jednej czy drugiej partii. Niedobrze się to ogląda i niedobrze się to czyta. Media w Polsce urządziły sobie igrzyska. Igrzyska, w których widz i czytelnik są tłuszczą wiwatującą po każdym celnym ciosie w przeciwnika. Oczywiście każda ze stron ma rację i mówi jedyną najprawdziwszą prawdę”²¹⁷.

Z badań CBOS, które w latach 1997, 2000, 2006 oraz 2016 sprawdzało opinię i przekonania społeczne na temat uczciwości i rzetelności zawodowej przedstawicieli wielu różnych zawodów wynika, że przedstawiciele mediów coraz rzadziej mogą cieszyć się zaufaniem społecznym. Poproszeni o ocenę uczciwości i rzetelności dziennikarzy

²¹⁶ J. Sobolewska, *Dorota Masłowska: Polska jest horrorem podszyta*, Polityka, 21 maja 2017, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1705652,2,dorota-maslowska-polska-jest-horrorem-podszyta.read> [dostęp: 20.07.2018].

²¹⁷ G. Marczak, *Polaryzacja polskich mediów jest smutna i zła*, 2015, <https://antyweb.pl/polaryzacja-polskich-mediow-jest-smutna-i-zla/> [dostęp: 17.07.2018].

ankietowani w 2016 w porównaniu do 1997 roku wystawili dużo niższą notę przedstawicielom środowiska mediów. W porównaniu z 1997 rokiem większa liczba osób oceniła pracę dziennikarzy negatywnie, dużo mniej osób oceniło pracę dziennikarzy wysoko i bardzo wysoko. Najwięcej głosów oceniało ich pracę przeciętnie oraz raczej nisko²¹⁸.

Na podobne tendencje wskazał raport *Trust Barometr* z 2018 roku²¹⁹. Za najmniej wiarygodną instytucję w Polsce uznawany jest rząd (42 proc. ankietowanych), a na drugim miejscu są media (23 proc.). Polska ze swoim brakiem zaufania do wymienionych instytucji nie odbiega od tendencji światowych. Jest to dość znamienne, że instytucje od siebie tak mocno uzależnione jak media i polityka znalazły się na tym niechlubnym szczycie braku zaufania. Respondenci obawiają się *fake newsów*, które w sposób oczywisty wpływają na wiarygodność mediów i dziennikarzy. Ankietowani sądzą, że fałszywe informacje mogą być wykorzystywane jako broń w walce politycznej; sądzi tak, aż 66 proc. respondentów. Ankietowani wypowiadają się też mało pochlebnie na temat zawartości mediów informacyjnych. Aż 61 proc. osób twierdzi, że media koncentrują się na przyciąganiu widzów a nie na podawaniu informacji. Według 64 proc. respondentów media kosztem rzetelności ścigają się w podawaniu newsa jako pierwsze; z kolei 61 proc. ankietowanych uważa, że media skupione są na polityce i stawiają na wspieranie ideologii zamiast informowanie społeczeństwa²²⁰. Badani wskazują dodatkowo, że sami nie wiedzą, w jaki sposób mają rozróżnić informacje prawdziwe od plotek, media poważne od pozostałych. Aż 65 proc. pytanych ma dylemat, bo nie wie w jaki sposób odróżnić dobre dziennikarstwo od plotek i kłamstwa, a 59 proc. ankietowanych przyznaje, że coraz trudniej jest stwierdzić, czy wiadomość została podana przez szanowane media informacyjne.

Badanie *Trust Barometr* wskazuje trzy najważniejsze kompetencje w zakresie budowania zaufania do mediów: kształtowanie opinii publicznej, rozrywka oraz dbanie o jakość informacji. Według pytanych media najlepiej wypełniają kompetencje rozrywkowe – ich wydajność w tym zakresie sięga aż 66 proc. (to zupełnie przeciwstawne spostrzeżenie do tego, co sami o swojej pracy myślą dziennikarze w kontekście badań

²¹⁸ *Spoleczne oceny uczciwości i rzetelności zawodowej*, Komunikat z Badań nr 34/2016, Warszawa 2016, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_034_16.PDF [dostęp: 22.08.2018].

²¹⁹ Raport *Trust Barometr* przeprowadza amerykańska firma konsultingowa Edelman. Raport został przygotowany na podstawie zebranych informacji wśród 32 tysięcy ankietowanych z 28 państw.

²²⁰ *2018 Edelman Trust Barometer, Global Report*, 21.01.2018, https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf, [dostęp: 17.08.2018].

A. Stępińskiej i Sz. Ossowskiego), 54 proc. wydajności osiąga kształtowanie opinii publicznej, zaś dbanie o jakość informacji to zaledwie 35 proc. Brak wiary w media osłabia także takie wartości jak zaufanie i prawda. Media nie spełniają swoich obowiązków, przez co respondenci odczuwają konkretne konsekwencje. Wśród nich są: zatracenie prawdy – aż 68 proc. ankietowanych twierdzi, że nie jest pewne, co jest prawdą a co nie; 56 proc. respondentów wskazuje na utratę zaufania do przywódców politycznych i nie wie, którym politykom ufać, z kolei 49 proc. przyznaje utratę zaufania do biznesu i nie wie, którym firmom lub markom ufać²²¹. Zjawiska, które dostrzegalne są w mediach, dostrzegalne są również w społeczeństwie. Sytuacja mediów, w pewnym sensie, stanowi również o jakości i stanie społeczeństwa. Zwłaszcza, że współczesny użytkownik mediów zupełnie inaczej postrzega komunikaty kierowane do niego za pośrednictwem mediów.

Jak podkreśla W. Godzic nie należy zapominać, że współcześnie nie chodzi wyłącznie o pewien rodzaj braku lojalności widza telewizyjnego. Zdaniem badacza widz ten jest przede wszystkim nieufny i kieruje się nastawieniem atrybucyjnym. Czyli częściej i silniej wierzy w to, co powinno się sądzić (bo „wszyscy tak mówią”) o konkretnej audycji czy stacji nadawczej, rzadziej zaś ocenia telewizyjny tekst wyłącznie na podstawie tego, co widzi na ekranie. W. Godzic przywołuje jeden z wielu przykładów. Internauta Mariusz (10 lutego 2004 na forum Onet.pl) tak zinterpretował trwającą od kilka lat walkę między telewizyjnymi magazynami informacyjnymi TVN i TVP (w szczególności chodziło o odsunięcie T. Lisa od prowadzenia „Faktów” i zmianę prezesa TVP): „nie oglądam Faktów, Wiadomości po zmianie prezesa są OK”²²².

Z brytyjskich badań szkoły kulturologicznej wynika, że największy wpływ na tworzenie znaczenia w umyśle odbiorcy mają stereotypowe przekonania o wiarygodności medium, następnie stacji nadawczej i konkretnego programu. To zaś, co powie dziennikarz (i w jaki sposób tego dokona) ma rangę drugorzędną²²³. Ta obserwacja stanowiłaby pewnego rodzaju potwierdzenie źródła błędu konfirmacji, o którym F. Bacon pisał już czterysta lat temu:

„Rozum ludzki, skoro raz przyjął pewien pogląd (czy to dlatego, że jest on tradycyjnie uznawany, czy też dlatego, że jest nam przyjemny), wszystko inne ściąga na jego poparcie i potwierdzenie. I choć większa jest może siła i liczba wypadków, które przemawiają

²²¹ Ibidem.

²²² W. Godzic, *Telewizja dla dziennikarzy – telewizja dla widzów* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2012, s. 134-135.

²²³ Ibidem.

przeciwko temu pogładowi, mimo to jednak nie zwraca na nie uwagi i albo je lekceważy, albo wprowadzając pewne drobne rozróżnienie usuwa je i odrzuca – kierując się uprzedzeniem grożącym poważnymi i zgubnymi następstwami, ażeby tylko powaga owych poprzednich koncepcji pozostała niezachwiana”²²⁴.

A to właśnie jeden z czynników, który uznać możemy za znaczący w kontekście polaryzacji społecznej. Bowiernie myślenie stereotypowe w prostej linii prowadzić może właśnie do pogłębiania podziałów społecznych w sensie emocjonalnym i ideologicznym.

Podsumowanie

Polaryzacja jest zjawiskiem powszechnym. Dotyka właściwie każdej dziedziny nauki i życia. Dlatego właśnie w tej części pracy autorka tak szeroko postanowiła opisać polaryzację i zaprezentować możliwie jak największą liczbę definicji tego zjawiska. Te działania doprowadziły do konstruowania myśli związanej z polaryzacją w nauce o mediach. Uznano, że to systemy medialne, pluralizm w mediach, paralelizm polityczny, a także profesjonalizm dziennikarski stanowią istotne składowe polaryzacji w mediach. Jako istotny przedstawiono również związek polaryzacji mediów z polaryzacją publiczności i nowymi mediami. Media tradycyjne przenikają się w swoim funkcjonowaniu zarówno z publicznością, jak i w szczególności z mediami społecznościowymi. Należy jednak podkreślić, że ani publiczność, ani nowe media nie są kwestią kluczową dla niniejszej pracy. Ostatni fragment rozdziału został poświęcony społecznym i politycznym źródłom polaryzacji mediów w Polsce. Szczególnie uwzględniono tutaj wydarzenia z 2010 roku, przede wszystkim katastrofę smoleńską. Jej konsekwencje odczuwalne są w społeczeństwie do dziś i zgodnie przez środowiska naukowe i dziennikarskie uznawane za źródło współczesnych podziałów, także podziałów socjopolitycznych. Podziałów, według których istnieje Polska A i Polska B, istnieje „prawica” i „lewica”, TVP oraz TVN, widz jednej stacji i widz drugiej, wyborca partii PiS kontra wyborca partii PO. Rozpatrywany w tej części przypadek Polski jest wstępem do rozdziału 2, który w całości traktuje o polskiej polaryzacji mediów ze wszystkimi jej istotnymi aspektami.

²²⁴ T. Gilovich, L. Ross, *Najmądrzejszy w...*, op. cit., s. 154.

2. BADANIA NAD POLARYZACJĄ MEDIÓW W POLSCE: STUDIUM PRZYPADKU KAMPANII WYBORCZEJ

Wykorzystując wiedzę z zakresu polaryzacji w różnych dziedzinach nauki (Rozdział 1.1), a także podziałów polityczno-społecznych zachodzących w Polsce (Rozdział 1.3), autorka podjęła się próby stworzenia narzędzia badawczego, za pomocą którego będzie możliwa weryfikacja zjawiska polaryzacji w mediach. W tym celu zostanie zaproponowane narzędzie badawcze – trójwymiarowy model polaryzacji, które pozwoli badać procesy polaryzacji w kontekście kluczowych właściwości systemów medialnych, kultury dziennikarskiej i pluralizmu (Rozdział 1.2). Z punktu widzenia celów pracy analiza determinantów systemowych to tylko pierwszy krok do zbadania polaryzacji w czasie kampanii wyborczej w 2018 r. Wyodrębnienie trzech głównych poziomów analizy umożliwi w dalszej części pracy weryfikację teorii w oparciu o dziennikarską praktykę.

Rozdział drugi został w całości poświęcony zjawiskom zachodzącym w polskich mediach. Autorka jest szczególnie zainteresowana stanem mediów po wyborach parlamentarnych w 2015 roku, które uznaje za moment istotny w konsolidacji krajowego rynku medialnego. To tu również zostaną określone poziomy polaryzacji mediów, a także *media tribes*, czyli „plemiona dziennikarskie”, które bardzo silnie korelują ze zjawiskiem podziałów w środowisku dziennikarskim, społecznym i politycznym. Druga część niniejszego rozdziału zawiera obszerne studium przypadku poświęcone samorządowej kampanii wyborczej z 2018 roku. Była to bowiem pierwsza kampania odbywająca się już w nowej rzeczywistości medialnej, m.in. po wprowadzeniu tzw. małej ustawy medialnej i zmian w zarządach mediów publicznych. Ostatnie fragmenty rozdziału dotyczą szczegółowej analizy zakresu i przebiegu badania empirycznego nad problemem polaryzacji mediów w Polsce. Wskazanie głównych narzędzi badawczych stanowi wstęp do badań empirycznych, które są prezentowane w rozdziale trzecim niniejszej dysertacji.

2.1 Polaryzacja mediów w Polsce

Zjawiska polaryzacji mediów i polaryzacji w mediach do dziś nie zostały w pełni zbadane na gruncie polskiej nauki. Brakuje uporządkowanych teorii i narzędzi, które pozwoliłyby na kompleksowe, empiryczne zweryfikowanie i sprawdzenie roli mediów w polaryzacji społecznej oraz analizę zjawiska na wielu płaszczyznach, takich jak własność mediów,

wpływ polityki i czynników ekonomicznych na linię redakcyjną, etyka dziennikarska i profesjonalizm w mediach.

Wśród polskich badaczy, którzy w sposób pośredni zajmują się procesami polaryzacji mediów, należy wymienić m.in. B. Dobek-Ostrowską, która od lat prowadzi badania nad systemami medialnymi i według najnowszych koncepcji zalicza polskie media do grupy mediów spolityzowanych, gdzie integracja mediów i polityki jest bardzo silna¹. Studia nad dziennikarstwem były przedmiotem badań m.in. A. Stępińskiej, Z. Bajki, P. Barczyszyn-Madziarz i A. Węglińskiej. Badania nad pluralizmem bliskie są natomiast zainteresowaniom B. Klimkiewicz. Do tej pory polaryzację w polskich mediach analizowano głównie w oparciu o metody jakościowe – szczególnie wywiady pogłębione.

K. Dzieciółowski, na podstawie przeprowadzonych wywiadów pogłębionych z dziennikarzami m.in. „Gazety Wyborczej” czy „Sieci” (wcześniej „wSieci”), zwraca uwagę na polaryzację odbywającą się na linii media liberalne vs. media konserwatywne². Za kluczowe w rozwoju polaryzacji mediów w Polsce K. Dzieciółowski uznaje dwa wydarzenia: katastrofę smoleńską (2010 rok) oraz stworzenie rządu Zjednoczonej Prawicy (2015 rok) To właśnie po 2010 roku w Polsce zaczęły rozwijać się media konserwatywne (prawicowe), co spowodowało, że podziały dziennikarskie stały się wyraźniejsze. Zwycięstwo Zjednoczonej Prawicy i uzyskanie większości parlamentarnej dało możliwość wprowadzenia rozwiązań prawnych, których rezultatem jest postępujące upolitycznienie mediów publicznych³.

Badania mediów w kontekście plemienności (co zdaniem autorki ma bezpośredni związek z polaryzacją mediów w Polsce) prowadzi z kolei Ł. Szurmiński. Pomocna w usystematyzowaniu koncepcji plemienności okazała się ankieta skierowana do środowiska mediów, pozwalająca sprawdzić, w jaki sposób dziennikarze sami definiują to zjawisko. Badania Ł. Szurmińskiego nie zostały dotąd opublikowane, ale na potrzeby niniejszej dysertacji zostały przedyskutowane z Autorem częściowo udostępnione.

¹¹ *The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self – regulation in Poland*, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.

² K. Dzieciółowski, *Is There a Chance For Non-Partisan Media in Poland*, s. 20-24, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Is%20there%20a%20chance%20for%20non-partisan%20media%20in%20Poland%20-%20Krzysztof%20Dzieciolowski%20Paper.pdf>.

³ *Ibidem*.

2.1.1 Dwa wymiary polaryzacji mediów w Polsce

Według B. Dobek-Ostrowskiej walka o wpływy w mediach jest uzależniona od zmian na scenie politycznej. W ostatnich latach chodzi tu o powstanie dwóch największych sił politycznych: Prawa i Sprawiedliwości (2001 rok) oraz Platformy Obywatelskiej (2001 rok)⁴. Zdaniem M. Wnuk powstanie PiS i PO jest związane ze zjawiskiem polaryzacji nie tylko polskiej sceny politycznej, ale także rynku mediów⁵. Zdaniem B. Dobek-Ostrowskiej, PiS jest partią, która jak żadna inna „dba” o wyraziste relacje z mediami, a podziału na media przyjazne i wrogie dokonał prezes Prawa i Sprawiedliwości J. Kaczyński, używając m.in. sformułowania „stary układ medialny”⁶. Autor biografii J. Kaczyńskiego – dziennikarz Piotr Zaremba dodaje, że podejście prezesa PiS do mediów można odczytywać jako podział na media wspierające określone ugrupowanie polityczne – „z nami” i te pozostające w opozycji – „przeciwko nam”⁷. B. Dobek-Ostrowska zwraca również uwagę na wykształcenie się podziału mediów opartego na sympatiach i antypatiach politycznych widocznych podczas dwóch kampanii wyborczych w 2005 roku i umocnienia tego trendu w kampanii parlamentarnej dwa lata później. W tym okresie niektóre stacje telewizyjne, m.in. TVN czy „Gazeta Wyborcza” zbliżyły się do PO i zaczęły stopniowo wzmacniać poparcie dla tej partii politycznej⁸.

Po 2015 roku i utworzeniu rządu Zjednoczonej Prawicy zmieniło się postrzeżenie polskiej demokracji i mediów w Polsce i za granicą. Autorzy raportu „*Freedom in the World 2018: Democracy in Crisis*” zwrócili uwagę, że demokracja na świecie znajduje się w kryzysie. Dotyka to także Polski, gdzie obserwuje się systematyczne obniżanie standardów demokratycznych⁹. W wyniku działań partii rządzącej i pozostałych ugrupowań wchodzących w skład Zjednoczonej Prawicy dochodzi do forsowania i próby przejęcia kontroli politycznej nad sądownictwem¹⁰. Ale nie tylko to stanowi problem. W obszernym raporcie pt. „*Pluralism Under Attack: The Assault on Press Freedom in*

⁴ B. Dobek- Ostrowska, *System partyjny a media w Polsce - zależności i relacje*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 2(41) 2010, s. 18-19.

⁵ M. Wnuk, *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe? Najnowszy dyskurs parlamentarny o mediach w kontekście zmian w ustawie o radiofonii i telewizji*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 3(66) 2016, s. 81-82.

⁶ B. Dobek- Ostrowska, *System partyjny...*, op. cit., s. 20.

⁷ P. Grzegorzczak, *To tylko narzędzie. Media według Kaczyńskiego*, 25.05.2016, <https://klubjagiellonski.pl/2016/05/25/tylko-narzedzie-media-wedlug-kaczynskiego/> [dostęp: 27.10.2018].

⁸ B. Dobek- Ostrowska, *System partyjny...* op. cit., s. 22-23.

⁹ Raport Freedom House, *Freedom in the World 2018: Democracy in crisis*, Waszyngton 16.01.2018, https://freedomhouse.org/sites/default/files/01042018_FINAL_PressRelease_FIW2018.pdf, [dostęp: 08.11.2018].

¹⁰ Ibidem.

Poland” wyraźnie podkreślone zostały problemy związane z zachowaniem wolności mediów, pluralizmem, a także postępującą polaryzacją mediów¹¹. Organizacja Freedom House, oceniając poziom wolności politycznej i obywatelskiej, przyznała Polsce status kraju wolnego. Niemniej poziom demokracji został oznaczony o 4 punkty niżej w porównaniu do poprzedniej oceny. W raporcie z 2018 roku Polska uzyskała 85 punktów w 100-punktowej skali (gdzie 100 stanowi najwyższą ocenę wolności)¹². W raporcie z 2020 roku, ocena dla Polski znowu była niższa (84 punkty)¹³.

Autorzy raportu pt. *“Freedom of the Press 2017. Press Freedom’s Dark Horizon”*, w którym oceniany był stan wolności mediów za rok 2016, uznali Polskę za kraj częściowo wolny¹⁴. Źródłem tej zmiany stała się zaproponowana przez rząd w 2016 roku tzw. nowa ustawa medialna¹⁵. Ocena ta wynika również z braku akceptacji i tolerancji rządu dla mediów niezależnych i krytycznych wobec jego działań oraz ze względu na nadmierną ingerencję w obszar mediów publicznych. Konsekwencją wprowadzonych zmian było odejście lub zwolnienie z mediów publicznych ponad 200 pracowników¹⁶. Zdaniem Freedom House, przemiany w środowisku dziennikarskim i mediach miały przyczynić się do zwiększenia autocenzury i polaryzacji¹⁷. Organizacja przypominała również, że w grudniu 2016 roku Zjednoczona Prawica próbowała ograniczyć dostęp przedstawicieli mediów do parlamentu, ale po ostrych protestach dziennikarzy i opozycji parlamentarnej, wycofała się z tego pomysłu. Organizacja zwróciła także uwagę na globalny wskaźnik wolności mediów, który – podobnie jak w przypadku wskaźników demokracji – w 2016 roku zmalał w porównaniu do lat poprzednich¹⁸.

Wydarzenia z grudnia 2016 roku oraz zmiany regulacyjne wprowadzone przez rząd po 2015 roku miały wpływ także na pozycję Polski w rankingu Reporterów bez

¹¹ A. Chapman, *Pluralism Under Attack: The Assault on Press Freedom in Poland*, czerwiec 2017, Freedom House, https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FH_Poland_Media_Report_Final_2017.pdf, [dostęp: 08.11.2018].

¹² *Freedom in the World 2018, Poland*, Freedom House, 2018, <https://freedomhouse.org/country/poland/freedom-world/2018>, [dostęp: 08.11.2018].

¹³ Ibidem.

¹⁴ *Freedom of the Press 2017. Press Freedom’s Dark Horizon*, Freedom House, 2017, s.28. https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28_1.pdf, [dostęp: 08.11.2018].

¹⁵ Ibidem, s. 11.

¹⁶ M. J. Abramowitz, *Freedom of the Press 2017. Press Freedom’s Dark Horizon*, <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/press-freedom-dark-horizon>, [dostęp: 08.11.2018].

¹⁷ *Freedom of the Press 2017. Press Freedom’s Dark Horizon*, Freedom House, za: *Polska z największym spadkiem wolności mediów. Przyczyną działania rządu. Kaczyński obok Trumpa, Putina i Erdogana*, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/wolnosc-mediow-w-polsce-2017-r-z-najwiekszym-spadkiem-wskutek-dzialan-rzadu-kaczyński-obok-trumpa-putina-i-erdogana>, [dostęp: 08.11.2018].

¹⁸ Ibidem.

Granic (*Reporters Without Borders*). Polska Jarosława Kaczyńskiego – jak określają autorzy zestawienia – w rankingu *World Press Freedom Index* w 2017 roku spadła o 7 pozycji i znalazła się na 54. miejscu¹⁹. Organizacja zwróciła uwagę na próby bezpośredniego wpływania na władze mediów publicznych. Zwrócono także uwagę na politykę rządu prowadzoną wobec mediów prywatnych, m.in. ograniczanie przez instytucje rządowe prenumeraty niektórych tytułów. Ponadto Reporterzy bez Granic zwrócili uwagę na plany rządu dotyczące tzw. repolonizacji mediów, czyli wprowadzenia mechanizmów mających na celu zmianę struktury własności mediów na rynku w Polsce, w tym ograniczenia zagranicznego kapitału²⁰. Warto zwrócić uwagę, że w kolejnych raportach „*World Press Freedom Index*” miejsce Polski z roku na rok spada²¹. W 2018 roku było to miejsce 58., w 2019 roku 59., a obecnie – w 2020 roku jest to już miejsce 62. Polska znajduje się w tym zestawieniu za Armenią i przed Seszelami. W rankingu jest uwzględnianych 180 krajów z całego świata²².

Próby uporządkowania rozumienia terminologii dotyczącej polaryzacji mediów w Polsce po 2010 roku dokonali M. Głowacki i M. Kuś, którzy w wymiarze teoretycznym zaproponowali schemat do analizy polaryzacji oparty o czynniki systemowe (prawo mediów, zarządzanie, finansowanie organizacji medialnych) oraz wynikające z nich czynniki behawioralne (praktyka dziennikarska). Te ostatnie, zdaniem autorów, dotyczą stronniczości mediów, podziałów w środowiskach dziennikarskich i powstawania zwalczających się wzajemnie „plemion” (*media tribes*), a także przykładów agresji słownej i fizycznej²³. Dziennikarze pytani przez Ł. Szurmińskiego o kwestie plemienności zwracają uwagę, że momentem kluczowymi źródłem rosnącej polaryzacji w Polsce była katastrofa prezydenckiego samolotu pod Smoleńskiem²⁴.

Wprowadzone przez M. Głowackiego i M. Kusia narzędzie badawcze ma charakter teoretyczny i skłania do dalszej analizy wykorzystując badania empiryczne.

¹⁹ 2017 *World Press Freedom Index – tipping point*, Freedom House, 2017, <https://rsf.org/en/2017-world-press-freedom-index-tipping-point> [dostęp: 08.11.2018].

²⁰ *Polska spadła o 7 miejsc w rankingu wolności prasy, powodem m.in. plany repolonizacji mediów*, 26.04.2017, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/ranking-wolnosc-prasy-mediow-polska-spadla-o-7-miejsc-powodem-m-in-repolonizacja-mediow>, [dostęp: 09.11.2018].

²¹ Zob. <https://rsf.org/en/ranking/>

²² 2020 *World Press Freedom Index*, Reporterzy bez Granic, 2020, <https://rsf.org/en/ranking/2020>, [dostęp: 03.07.2020].

²³ M. Głowacki, M. Kuś, *Media Accountability meets Media Polarisation: A Case Study from Poland*, [w:] T. Eberwein, S. Fengler, M. Karmasin (red.), *Media Accountability at the Crossroads*. Routledge: ECREA Book Series, 2019.

²⁴ Źródło własne. Wywiad korespondencyjny z Łukaszem Szurmińskim na temat badań nad *media tribes*, czyli dziennikarstwem plemiennym, 04.06.2020.

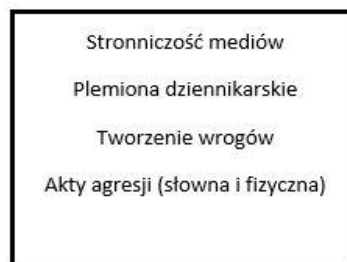
Warto podkreślić, że oba wymiary wzajemnie z siebie wynikają. I tak dla przykładu – jeden z wymiarów behawioralnych, jakim jest plemiennosc może wynikać np. z kwestii finansowania mediów lub ich zarządzania. Z kolei np. struktura rynku medialnego będzie przekładała się na kwestie związane choćby ze stronicznością mediów. Koncepcję dwóch wymiarów polaryzacji w mediach (Rysunek 2.1) autorka traktuje jako punkt wyjścia do analizy polaryzacji w mediach.

Rysunek 2.1 Dwa wymiary polaryzacji mediów w Polsce.

Wymiar strukturalny



Wymiar behawioralny



Źródło: Opracowanie własne na podstawie M. Głowacki i M. Kuś, *Media Accountability...*, op. cit. s. 105).

2.1.2 Systemowe determinanty procesów polaryzacji

Elementy systemowe, takie jak struktura rynku, polityka medialna, finansowanie mają istotne znaczenie dla jakości i sposobu funkcjonowania mediów. Szczególnie wyraźne podziały widoczne są w obszarze finansowania mediów w Polsce, kiedy formułowane są zarzuty pod adresem mediów prywatnych, że ich publikacje są zależne od źródeł finansowania (reklamodawców). Dokładnie ten sam zarzut stawiany jest mediom

publicznym, o czym świadczy krytykowane przez środowiska opozycyjne regularne przyznawanie środków publicznych z budżetu państwa.

2.1.2.1 Struktura rynku medialnego

Zdaniem M. Głowackiego i M. Kusia na polaryzację mediów w Polsce wpływa w pierwszej kolejności struktura rynku medialnego. To, jak różnorodny jest rynek ma istotne znaczenie dla pluralizmu mediów. Obecność zbyt dużej liczby mediów z kapitałem zagranicznym budzi jednak szereg wątpliwości ze strony polskiego rządu. Prawo i Sprawiedliwość od 2015 roku forsuje koncepcję repolonizacji mediów, która – pomimo zapowiedzi w 2015 roku – do dziś nie została zrealizowana (październik 2020).

Faktem jest, że zagraniczny kapitał ma duży wpływ na polski rynek mediów. Zagraniczni właściciele (głównie koncerny i spółki niemieckie) kontrolują około trzy czwarte polskiego rynku medialnego – dotyczy to w szczególności prasy. Są wśród nich m.in. Bauer Media Group, Verlagsgruppe Passau (działająca w Polsce jako Polska Press) i Ringier Axel Springer (własność niemiecko-szwajcarska). Jedynym ze znaczących konkurentów krajowych jest grupa Agora SA, do której należy dziennik „Gazeta Wyborcza”, a także czasopisma, stacje radiowe, media internetowe i wydawnictwa. Spółka jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 1999 roku. Największy dziennik ogólnopolski „Fakt” jest własnością Ringier Axel Springer Polska, a „Puls Biznesu” należy do szwedzkiej grupy medialnej Bonnier Business Polska. Do grupy Ringier Axel Springer należy także tygodnik „Newsweek Polska”. Bauer Media Group jest właścicielem RMF FM – najpopularniejszego radia w Polsce. Inna znana stacja radiowa Radio Zet od 2019 roku jest w rękach czesko – polskich. 60 proc. udziałów należy do SPS Ventures, a 40% do polskiej Agory²⁵. „Rzeczpospolita” była częściowo własnością zagranicznych firm w latach 1990-2000; stanowiła własność norweskiej grupy Orkla i brytyjskiej grupy Mecom, zanim została kupiona w 2011 roku przez polską firmę Gremi Media. Na rynku telewizyjnym przykładem obecności zagranicznego kapitału jest własność TVN, która należy do amerykańskiej grupy Discovery. Na rynku mediów regionalnych Polska Press publikuje obecnie 20 dzienników regionalnych w 15 z 16 regionów Polski, a także ponad 150 lokalnych dzienników. W 2013 roku Polska

²⁵ *Komunikat giełdowy. 3/2019 Zakończenie negocjacji. Zawarcie umowy sprzedaży udziałów Eurozet sp.z o. o. i umowy wspólników Eurozet*, 20 lutego 2019, <https://www.agora.pl/3-2019-zakonczenie-negocjacji-zawarcie-umowy-sprzedazy-udzialow-eurozet-sp-z-o-o-i-umowy-wspolnikow-eurozet>, [dostęp: 03.10.2019].

Press zakupiła należąca wcześniej do Mecom grupę Media Regionalne – drugie co do wielkości przedsiębiorstwo na regionalnym rynku mediów w Polsce²⁶.

Obecność kapitału zagranicznego powinna wpływać pozytywnie na różnorodność treści i pluralizm mediów. Jednak perspektywa polityczna tego zjawiska jest zupełnie inna i dominuje ujęcie negatywne. To z kolei przekłada się na polaryzację mediów ze względu na finansowanie, co w bardzo uproszczonym ujęciu sugeruje podział na media „polskie” i „obce”. W 2017 roku wiceminister kultury i dziedzictwa narodowego J. Sellin uznał, że:

„W żadnym poważnym kraju Unii Europejskiej takim jak Francja, Włochy, Niemcy czy Wielka Brytania – mimo zasady wolnego przepływu osób, kapitału, która w UE obowiązuje – nie pozwolono na to, by kapitał zagraniczny, a zwłaszcza kapitał z jednego konkretnego kraju miał tak wielkie udziały w jakimś segmencie mediów, jak w Polsce²⁷”.

Przedstawiony przez J. Sellina pogląd stanowi tylko jeden z wielu powodów, przez które Prawo i Sprawiedliwość postanowiło zająć się tzw. dekoncentracją mediów. Jednak, według części dziennikarzy i polityków, ustawa dekoncentracyjna miała stanowić oręż „w walce z nieprzychylnymi i wrogimi mediami w Polsce”²⁸. W podobnym tonie wypowiedziała się w programie „Woronicza 17” emitowanym w TVP Info w dniu 17 marca 2017 roku, B. Fedyszak – Radziejowska – polska socjolog i doradca prezydenta A. Dudy od 2015 roku. Jej zdaniem:

„Własność może w ogromnym stopniu formować stan świadomości, postawy polityczne danego społeczeństwa, i wtedy mamy do czynienia z zakłóceniem demokracji, dlatego że jest to w gruncie rzeczy instrument, w którym własność decyduje o poglądach obywateli, a nie rywalizacja polityczna, wybory i możliwość konfrontacji różnych poglądów. Z tego punktu widzenia ten problem jest realny i prawdziwy”²⁹.

Politycy Prawa i Sprawiedliwości w repolonizacji widzą także szansę na zmniejszenie liczby pojawiających się w mediach *fake newsów*. Posłanka PiS A. Sobecka podczas posiedzenia sejmowej komisji obrony skomentowała to w następujący sposób:

²⁶ *Pluralism under attack: The assault on Press Freedom in Poland*, Freedom House, 2017, <https://freedomhouse.org/report/special-reports/assault-press-freedom-poland>, [dostęp: 01.09.2018].

²⁷ *Sellin o repolonizacji mediów: Żaden kraj UE nie dopuścił do takiej koncentracji obcego kapitału*, 29.08.2017, gazeta prawna.pl, <https://serwisy.gazetaprawna.pl/media/artykuly/1067177,sellin-o-repolonizacji-mediow-zaden-kraj-ue-nie-dopuscil-do-takiej-koncentracji-obcego-kapitalu.html>, [dostęp: 01.02.2019].

²⁸ P. Pallus, *Zmiana prawa dotyczącego mediów coraz bliżej. Ustawa ma być gotowa jesienią*, 28.03.2017, <https://businessinsider.com.pl/media/prasa/jak-moze-wygladac-dekoncentracja-mediow-w-polsce/sddgtxh>, [dostęp: 11.11.2018].

²⁹ *O własności mediów w Polsce. Konferencja CMWP SDP*, marzec 2018, <https://politykapolska.eu/2018/03/22/o-wlasnosci-mediow-w-polsce-konferencja-cmwp-sdp/>, [dostęp: 11.11.2018]

„Na takie sytuacje jest tylko jedno lekarstwo: repolonizacja mediów, które będą podawały właściwe informacje. Nie będzie nam Axel Springer robił polityki w Polsce. Rada na te wszystkie *fake newsy* byłaby jedna: repolonizacja mediów”³⁰.

Posłanka odniosła się tym samym do publikacji m.in. w „Gazecie Wyborczej” oraz w TVN, które miały zawierać mylne informacje na temat Wojsk Obrony Terytorialnej. Po aferze z okładką dziennika „Fakt” (po śmierci syna byłego premiera Leszka Millera w 2018 roku) poseł PiS Krystyna Pawłowicz poinformowała na *Twitterze*, że realizacja planu repolonizacji mediów ma wejść w życie w przyszłej kadencji sejmu:

„Prezes zapowiedział to na kolejną kadencję, bo tego bardzo ważnego dla opozycji wewnętrznej i zewnętrznej problemu nie dałoby się przeprowadzić bez skoncentrowania wszystkich sił na tym wrogu”³¹.

Emanacją pluralizmu zewnętrznego z punktu widzenia struktury rynku jest też istnienie różnych form własności mediów elektronicznych. Tak zwany dualny model mediów elektronicznych skupia się na działalności mediów publicznych i prywatnych. Działalność publicznego radia i telewizji nie powinna koncentrować się wokół czynników ekonomicznych czy rynkowych. Zadaniem mediów publicznych jest dotarcie do jednostek, traktowanie ich nie jako konsumentów, ale jako obywateli. Zadaniem mediów publicznych jest zatem osiągnięcie ważnych celów społecznych, promowanie systemu wartości uznawanego w społeczeństwie, edukacji, równości obywateli, narodowej tożsamości i spójności społecznej³². A. Jaskiernia definiuje misję publicznych mediów elektronicznych jako:

„powinność produkowania i emitowania szeroko dostępnych programów charakteryzujących się szczególnymi wartościami poznawczymi, wysokim poziomem merytorycznym i warsztatowym, umacniających kulturę, tożsamość narodową, poczucie wspólnoty oraz respektowanie praw mniejszości. A także – poprzez różnorodność programową – umożliwienie zaspokojenia zróżnicowanych potrzeb i oczekiwań społecznych”³³.

³⁰ *Sobecka ma sposób na fake newsy: Repolonizacja mediów i będą podawały właściwe informacje*, <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114884,24146083,sobecka-ma-sposob-na-fake-newsy-repolonizacja-mediow-i-beda.html>, [dostęp: 09.11.2018].

³¹ *Pawłowicz atakuje dziennikarza Faktu: „brukowiec przeciw Polakom”. Posłanka z PiS podała termin nacjonalizacji mediów!*, 05.09.2018, <https://shareinfo.pl/pawlowicz-atakuje-dziennikarza-faktu-brukowiec-przeciw-polakom-poslanka-z-pis-podala-termin-nacjonalizacji-mediow/>, [dostęp: 09.11.2018].

³² T Kowalski, *Media i pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego*, Warszawa 1998, s. 184.

³³ A. Jaskiernia, *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006, s. 209.

Zdaniem J. Jastrzębskiego misja polega na:

„informowaniu, edukowaniu i zabawianiu, przy czym rozrywka bywa niekiedy zaledwie tolerowana”³⁴.

Z praktycznego punktu widzenia niski udział przychodów abonamentowych oznacza nasilenie tendencji do komercjalizacji³⁵. Wpływ na zarządzanie mediami publicznymi powoduje dodatkowo możliwość wystąpienia procesów polityzacji³⁶. Jak zwraca uwagę A. Seklecka, w przypadku demokracji rozwijających się, niestabilnych, budowanych w systemach postkomunistycznych, nawet najlepsze rozwiązania prawne mogą sprzyjać naciskom polityków rządzących na – z definicji niezależne i wolne – media publiczne³⁷. Obecnie Telewizję Polską i Polskie Radio można traktować w kategoriach medium politycznego, które ma realizować interesy poszczególnych partii. A. Seklecka dowodzi, że szczególnie niebezpieczne jest to w momencie, gdy władze telewizji sympatyzują z władzą rządzącą. Zdaniem badaczki taka sytuacja świadczy o tym, że dualny system medialny ustanowiony w dokumentach prawnych nie idzie w parze z praktyką. W konsekwencji mamy do czynienia z manipulacją opinii publicznej poprzez celowe fałszowanie charakteru mediów nazywanych w Polsce publicznymi³⁸.

Media prywatne kierują się inną logiką działania, zgodnie z którą podstawę przychodów stanowią wpływy z reklam. Mogą wykazywać one mniejszą zależność od wpływów politycznych i rządu, choć nie są całkowicie wolne od wpływów zewnętrznych. Przede wszystkim nie są wolne od interesów właścicieli. Dlatego w mediach prywatnych stawia się na taką ofertę programową, która przyciągnie reklamodawców i osiągnie odpowiednio wysokie wskaźniki słuchalności lub oglądalności. Dotarcie do jak największego audytorium jest kryterium oceny działalności nadawcy komercyjnego, a programowanie, polegające na modelowaniu programu według preferencji publiczności, jest w istocie podstawą działalności mediów prywatnych³⁹.

³⁴ J. Jastrzębski, *Misja, „czwarta władza” czy biznes? O potrójnej naturze mediów*, [w:] *Media a demokracja*, red. L. Pokrzycka, W. Micha, Lublin 2007, s. 23.

³⁵ T. Kowalski, *Media i pieniądze...*, op. cit., s. 176.

³⁶ Z. Oniszczyk, *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, [w:] *Studia Medioznawcze* nr 4 (47) 2011, s. 11-21.

³⁷ A. Seklecka, *Polityka- media – manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku*, Toruń 2011, s. 70-71.

³⁸ *Ibidem*, s. 97.

³⁹ T. Kowalski, *Media i pieniądze...*, op. cit., s. 190.

2.1.2.2 Polityka medialna

Prawo i polityka medialna wywierają znaczący wpływ na działalność mediów elektronicznych. Polityka medialna jest narzędziem, za pomocą którego określa się zasady postępowania w relacjach między rządem a nadawcami, na przykład w zakresie administrowania rynku medialnego i polityki koncesyjnej⁴⁰. Niemniej istotne z punktu widzenia procesów polaryzacji są zapisy związane z koncentracją mediów i prowadzeniem działalności reklamowej i programowej. Prawo medialne reguluje m.in. limity czasu antenowego dla bloków reklamowych i określa są rodzaje produktów, których nie można reklamować⁴¹.

Kluczowym organem do realizowania polityki medialnej w Polsce jest Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT)⁴². Rada powstała w oparciu o model organu regulacyjnego, pozostającego – z założenia – niezależnym. Praktyka polityczna dowiodła niejednokrotnie, że zawłaszczenie oraz instrumentalizacja tej instytucji jest możliwa. Dokonywały tego ugrupowania z każdej strony sceny politycznej⁴³. Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji KRRiT „stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności dostawców usług medialnych i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji”⁴⁴. W skład Krajowej Rady wchodzi pięciu członków powoływanych: 2 przez sejm, 1 przez senat i 2 przez prezydenta, spośród osób wyróżniających się wiedzą i doświadczeniem w zakresie środków społecznego przekazu⁴⁵.

Zdaniem A. Jaskierni, działalność organu regulacyjnego w Polsce wiąże się *de facto* z pluralizmem partyjnym, który odzwierciedla stosunek sił na scenie politycznej i opiera się na delegowaniu do KRRiT osób związanych lub lojalnych względem partii politycznych⁴⁶. Do 2016 roku w kompetencjach KRRiT leżało powoływanie rad nadzorczych mediów publicznych oraz wybór prezesów TVP i Polskiego Radia, co

⁴⁰ T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006, s. 211.

⁴¹ A. Seklecka, *Polityka- media...*, op. cit., s. 103-104.

⁴² Art. 213- 215, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, tekst uchwalony w dniu 2 kwietnia 1997r. przez Zgromadzenie Narodowe, <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>, [dostęp: 12.12.2018].

⁴³ A. Seklecka, *Polityka- media...*, op. cit., s. 70-71.

⁴⁴ *Ustawa o Radiofonii i Telewizji z dnia 29 grudnia 1992 roku*, Dz. U. 1993 Nr 7 poz.34 (tekst ujednolicony) Dz. U. z 2017 r. poz. 1414, 2111, z 2018 r. poz. 650, 915, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19930070034/U/D19930034Lj.pdf>, [dostęp: 18.12.2018].

⁴⁵ Status prawny KRRiT na podstawie Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/informacje-o-krrit/status-prawny/>, [dostęp: 18.12.2018]

⁴⁶ A. Jaskiernia, *Publiczne media...*, op. cit., s. 172.

w konsekwencji umożliwiało partiom politycznym podporządkowanie mediów publicznych własnej wizji rzeczywistości⁴⁷. Różnorodność polityczna członków Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji była wielokrotnie przenoszona zarówno na szczebel zarządzania jak i polityzację zawartości⁴⁸.

Naciski polityczne nie są jednak problemem tylko mediów publicznych. Upolitycznienie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji może stanowić poważny kłopot także w kwestii nadzorowania rynku mediów prywatnych. Na przykład w 2017 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nałożyła karę finansową na telewizję TVN. W uchwale podkreślono, że:

„KRRiT po przeprowadzeniu postępowania dotyczącego sposobu relacjonowania w programie TVN24 wydarzeń w Sejmie RP i pod Sejmem RP w dniach 16 – 18 grudnia 2016 r. stwierdziła, iż Spółka TVN SA, nadawca programu TVN 24, naruszyła artykuł 18 ust. 1 i 3 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez propagowanie działań sprzecznych z prawem i sprzyjanie zachowaniom, które zagrażają bezpieczeństwu”⁴⁹.

Relacje, o których wspomniano we fragmencie uchwały nr 356/2017 z dnia 7 grudnia 2017 roku, dotyczyły wydarzeń z grudnia 2016 roku⁵⁰. To właśnie wtedy doszło do protestu dziennikarzy przeciwko ograniczaniu ich pracy w Sejmie i Senacie⁵¹. Wskazano, że stacja TVN24 miała propagować blokowanie sali plenarnej oraz zachęcać widzów do

⁴⁷ A. Seklecka, *Polityka- media...*, op. cit., s. 72.

⁴⁸ M. Głowacki, *Political Pressure on Public Television in Poland. The Case of the National Broadcasting Council* [w:] *Comparing Media Systems in Central Europe. Between Commercialization and Politicization*, Wrocław 2008, s. 121.

⁴⁹ *KRRiT podjęła uchwałę upoważniającą Przewodniczącego do wydania decyzji o nałożeniu kary pieniężnej na nadawcę programu TVN 24*, 11.12.2017, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2581,krrit-podjela-uchwale-upowazniajaca-przewodniczacego-do-wydania-decyzji-o-nalozeniu-kary-pienieznej-.html>, [dostęp: 06.11.2018].

⁵⁰ Uchwała nr 356/2017 z dnia 7 grudnia 2017, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/uchwaly/uchw-356_2017.pdf, [dostęp: 06.11.2018].

⁵¹ W piątek 16 grudnia ponad 30 redakcji przystąpiło do protestu przeciwko chęci wprowadzenia przez sejmową kancelarię ograniczeń w pracy dziennikarzy. Twarzą tych zmian został Marszałek Sejmu RP Marek Kuchciński. Protest dotyczył pomysłu zmniejszenia liczby dziennikarzy na Wiejskiej. sejmie. Dostęp do głównego sejmowego holu miałyby mieć do dwóch reporterów na jedną redakcję, którzy mieliby pracować na zmianę. Stałymi korespondentami mogliby być tylko reporterzy z udokumentowaną pracą w sejmie. Pozostali zostaliby przeniesieni do budynku F, czyli poza hol główny, gdzie miałyby powstać Centrum Medialne. Obowiązywać miałyby także zakaz nagrywania polityków poza wyznaczonym miejscem. Te ograniczenia spotkały się ze sporym sprzeciwem dziennikarzy. Wiele redakcji w całej Polsce przyłączyło się do protestu nazwanego „Dniem bez polityków”. W piątek rano marszałek sejmu wykluczył z obrad posła PO Michała Szczerbę, po tym jak ten na mównicy pokazał kartkę z napisem „#WolneMedia w Sejmie”. Po wykluczeniu Szczerby posłowie opozycji zablokowali mównicę oraz miejsce marszałka. Po kilku godzinach zostało zwołane posiedzenie w Sali Kolumnowej, gdzie z udziałem tylko kilku posłów opozycji przegłosowano zaplanowane ustawy, m.in. budżetową; za: A. Szeliga, *PiS chce zmienić sposób pracy dziennikarzy w Sejmie. Początek ograniczania wolności czy koniec dziennikarstwa „tabunowego”?* (*opinie*), 19.12.2016, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/pis-chce-zmienic-sposob-pracy-dziennikarzy-w-sejmie-poczatek-ograniczania-wolnosci-czy-koniec-dziennikarstwa-tabunowego-opinie>, [dostęp:08.11.2018].

uczestnictwa w proteście przed sejmem⁵². H. Karp wskazała, że w programach TVN24 znalazły się treści pośrednio lub bezpośrednio nawołujące do buntu, a prowadzący programy sugerowali, że w Polsce panują rządy autokratyczne. Zwrócono także uwagę na dobór gości i ich komentarze oraz cytaty zamieszczane na paskach informacyjnych. Telewizja TVN24 została nazwana „pasem transmisyjnym jednej strony sporu”⁵³. Za te działania KRRiT nałożyła karę na spółkę TVN SA sięgającą blisko 1,5 miliona złotych. Przewodniczący KRRiT W. Kołodziejski zdecydował się ostatecznie uchylić karę po zapoznaniu się z stanowiskiem strony społecznej a także otrzymaniu od spółki TVN SA obszernego opracowania dotyczącego 54 godzin nagrań kanału TVN24⁵⁴. Jednocześnie W. Kołodziejski stwierdził:

„zauważając niezwykle ważną wagę problemu brutalizacji życia publicznego, narastającej agresji kierowanej także przeciwko dziennikarzom, propagowania mowy nienawiści i dezinformacji tzw. fake news, zapowiedział stworzenie Okrągłego Stołu Medialnego przy KRRiT z udziałem środowisk dziennikarskich, naukowych, ale przede wszystkim z aktywnym uczestnictwem nadawców”⁵⁵.

Przewodniczący KRRiT podkreślił także, że „wolność słowa oznacza odpowiedzialność za nie i dlatego tak pilna staje się potrzeba wspólnego wypracowania form samoregulacyjnych w mediach”⁵⁶.

Zwycięstwo Zjednoczonej Prawicy w wyborach w 2015 roku i uzyskanie w parlamencie bezwzględnej większości⁵⁷, a także wygrana Andrzeja Dudy⁵⁸ w wyborach prezydenckich zaowocowały zmianami w sposobie regulacji mediów i realizacji polityki medialnej. Jeszcze przed wyborami w 2015 roku działacze Prawa i Sprawiedliwości nie kryli oburzenia, że telewizja publiczna jest stronnicza. Taką opinię

⁵² *Kara dla TVN24 uchylona przez KRRiT. Jest reakcja stacji*, 11.01.2018.

<https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/kara-tvn24-krrit-stanowisko,182,0,2396086.html>, [dostęp: 06.11.2018].

⁵³ *Kara dla TVN. KRRiT publikuje raport Hanny Karp*, 13.02.2018. <https://www.rp.pl/Prawo-dla-Ciebie/302139964-Kara-dla-TVN-KRRiT-publikuje-raport-Hanny-Karp.html>, [dostęp: 06.11.2018].

⁵⁴ *To nie koniec sprawy kary dla TVN24. Nadawca przekazał „obszerne wyjaśnienia”*, 29.12.2017, <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/kara-dla-tvn24-krrit-analizuje-dodatkowe-wyjasnienia/c5qf85r>, [dostęp: 06.11.2018].

⁵⁵ *Jest ostateczna decyzja KRRiT w sprawie milionowej kary dla TVN*, 10.01.2018, *Jest ostateczna decyzja KRRiT w sprawie milionowej kary dla TVN*, 10.01.2017, <https://www.wprost.pl/kraj/10097259/jest-ostateczna-decyzja-krrit-w-sprawie-milionowej-kary-dla-tvn.html>, [dostęp: 06.11.2018].

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ *Wybory do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej 2015*, https://parlament2015.pkw.gov.pl/349_wyniki_sejm, [dostęp:27.10.2018].

⁵⁸ *Wybory na Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2015*, https://prezydent2015.pkw.gov.pl/325_Wyniki_Polska, [dostęp:27.10.2018].

wyraził na przykład ówczesny rzecznik PiS – M. Mastalerek. Działacz Prawa i Sprawiedliwości opuścił studio TVP wyrażając przy tym następującą opinię:

„Za nami ostatni weekend kampanii, trzy ważne dni. W tym czasie sześciokrotnie na żywo był pokazywany Bronisław Komorowski, a Andrzej Duda, pomimo że miał wiele ważnych wystąpień, ani razu (...) My w takiej farsie nie będziemy brać udziału. Nazwijcie TVP Info ‘Komorowski Info’, bo tak po prostu nie można. My się na to nie godzimy”⁵⁹.

Po wygranych wyborach politycy Prawa i Sprawiedliwości zapowiedzieli gruntowną reformę funkcjonowania mediów publicznych⁶⁰. W grudniu 2015 roku uchwalono tzw. małą ustawę medialną, która zmieniła zasady powoływania i odwoływania członków zarządu mediów publicznych⁶¹.

Nowelizacja ustawy w Polsce wywołała falę krytyki ze strony organizacji międzynarodowych. Specjalny sprawozdawca ds. wolnych mediów OBWE D. Mijatović wskazała, że ustawa wzmacnia zależność władz mediów publicznych od rządu oraz zagraża pluralizmowi mediów publicznych. W komunikatach OBWE zwracano uwagę, że taka sytuacja może prowadzić do zwiększenia wpływu władzy wykonawczej na przekaz prezentowany w mediach publicznych, tak aby odpowiadał on poglądom rządzącej większości⁶².

2.1.2.3 Zarządzanie mediami

W kontekście mediów publicznych nowelizacja Ustawy o radiofonii i telewizji przyjęta z inicjatywy PiS w grudniu 2015 roku pozbawiła PO prawnych instrumentów prowadzenia polityki kadrowej w spółkach mediów publicznych⁶³. Podobnie zaangażowanie KRRiT w procesy powoływania organów zarządzających Telewizją Polską i Polskim Radiem były wcześniej przedmiotem polityki medialnej koalicji

⁵⁹ R. Klepka, *Medialna walka o dobrą zmianę. Obraz wyborów parlamentarnych w 2015 roku w wybranych mediach*, Kraków, 2018, s. 36.

http://libron.pl/katalog/czytaj/id/293?fbclid=IwAR3sAG7ubSvxdjTw_K1NFsCkILA0DRRpc25MX-QP6aWyUQkf_Ye0FGUa_Wg, [dostęp: 01.10.2018].

⁶⁰ M. Wnuk, *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe? Najnowszy dyskurs parlamentarny o mediach w kontekście zmian w ustawie o radiofonii i telewizji*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 3(66) 2016, s. 77.

⁶¹ Ustawa z dnia 30 grudnia 2015 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji, *Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej*, Warszawa, dnia 7 stycznia 2016r., <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20160000025/O/D20160025.pdf>, [dostęp: 27.10.2018].

⁶² D. Bychawska – Siniarska, *Protezy legislacyjne zamiast reform. Media publiczne 2015 – 2017*, <http://wiedz.com.pl/2017/08/24/protezy-legislacyjne-zamiast-reform-media-publiczne-2015-2017/>, [dostęp: 09.11.2018]

⁶³ B. Dobek- Ostrowska, *System partyjny...*, op. cit., s. 23.

PO/PSL. Na przykład, kiedy w 2010 roku pojawiła się szansa na realne odrzucenie sprawozdania KRRiT (rok katastrofy smoleńskiej, p.o. Prezydenta RP został Marszałek Sejmu RP Bronisław Komorowski) powołano organ regulacyjny w nowym składzie pod przewodnictwem J. Dworaka⁶⁴. Została przyjęta także nowelizacja ustawy medialnej, na mocy której zmniejszono liczbę członków zarządów i rad nadzorczych mediów publicznych, a także zakończono kadencję ówczesnych władz Polskiego Radia i Telewizji⁶⁵. Dokonywanie zmian kadrowych i obsadzanie mediów publicznych ludźmi zaufanymi to niechlubna praktyka świadcząca o dysfunkcji mediów publicznych w Polsce. Instrumentalne traktowanie mediów publicznych powoduje brak stabilności i wymianę kadr zależną od poglądów panującej władzy. Ma to wyraźny negatywny wpływ polaryzujący na środowisko dziennikarskie; zmusza dziennikarzy do opowiedzenia się po którejś ze stron. Zwrócił na to uwagę F. Gołębiwski na łamach portalu Klubu Jagiellońskiego:

„Tomasz Lis czy Wojciech Czuchnowski z jednej, a bracia Karnowscy czy Tomasz Sakiewicz z drugiej strony, to przypadki skrajne, które coraz częściej znajdują naśladowców wśród młodszych przedstawicieli zawodu⁶⁶”.

W 2016 roku kompetencje w zakresie powoływania zarządów TVP i PR oraz Polskiej Agencji Prasowej przejęła Rada Mediów Narodowych (RMN)⁶⁷. Organ powołany na mocy tzw. małej ustawy medialnej stał się jeszcze silniejszym łącznikiem mediów publicznych ze światem polityki. Jest to jedno z najbardziej widocznych zjawisk będących dowodem na rosnący w Polsce paralelizm polityczny. RMN jest organem w pełni politycznym mającym wpływ na media publiczne w Polsce. A przecież, jak słusznie zauważa W. Godzic, media publiczne „To nie fabryka – istotnie. Ale także nie folwark jednej grupy społecznej; to nie własność wygranych. To wspólnota wszystkich Polaków i innych ciekawych polskości”⁶⁸.

⁶⁴ J. Braun, *TVP – osiem ostatnich lat*, 2016, <http://wyborcza.pl/1,75968,19563377,txp-ostatnich-osiem-lat.html>, [dostęp:28.10.2017].

⁶⁵ *Nowa ustawa medialna przegłosowana. Platforma dogadala się z SLD*, 2010, <https://www.sejm.gov.pl/wiadomosci/polska/nowa-ustawa-medialna-przeglosowana-platforma-dogad-aa-3ygd-f1WK-wj7e.html>, [dostęp 29.10.2018].

⁶⁶ F. Gołębiwski, *Doceniajmy ostatnich dobrych dziennikarzy*, 30.04.2019, <https://klubjagiellonski.pl/2019/04/30/doceniajmy-ostatnich-dobrych-dziennikarzy/>, [dostęp: 16.06.2020].

⁶⁷ Rada Mediów Narodowych, za: https://www.sejm.gov.pl/sejm9.nsf/page.xsp/rmn_informacja https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada_Medi%C3%B3w_Narodowych, [dostęp:27.10.2018].

⁶⁸ P. Pallus, *Eksperci krytycznie o ustawie o mediach narodowych: upolitycznienie i czystka, nie wiadomo co z finansowaniem*, 07.01.2016, <https://www.wirtualnemedialna.pl/artykul/eksperci-krytycznie-o-ustawie-o-mediach-narodowych-upolitycznienie-i-czystka-nie-wiadomo-co-z-finansowaniem>, [dostęp: 16.06.2020].

Na podstawie zmian prawnych wprowadzonych w 2016 roku Rada Mediów Narodowych uzyskała kompetencje w zakresie kształtowania strategii zarządzania i kontroli nad mediami publicznymi. Rozwiązanie to oznacza w praktyce polityczny wpływ na obsadę stanowisk kierowniczych w mediach publicznych. Na mocy tzw. małej ustawy medialnej wyeliminowano dodatkowo szereg gwarancji wzmacniających niezależność i stabilność zatrudnienia osób pełniących funkcje w zarządach i radach nadzorczych mediów publicznych. W ustawie powołującej do życia RMN nie powrócono do systemu konkursowego⁶⁹.

Rada Mediów Narodowych składa się z pięciu osób. Trzech członków wybiera Sejm RP, a dwóch powołuje Prezydent RP⁷⁰. Trzy osoby powołane zostały więc przez większość sejmową, czyli Prawo i Sprawiedliwość. Wśród nich znaleźli się: przewodniczący Rady Krzysztof Czabański (były polityk PiS, były wiceminister kultury i dziedzictwa narodowego, który pełnił również funkcję prezesa PAP i Polskiej Agencji Informacyjnej), Joanna Lichočka (była dziennikarka, a obecnie posłanka PiS) oraz Elżbieta Kruk (była posłanka, a obecnie europosłanka z listy Prawa i Sprawiedliwości, była przewodnicząca KRRiT). W skład RMN wchodzi także: Juliusz Braun (zgłoszony przez PO, były prezes zarządu Telewizji Polskiej) i Grzegorz Podżorny (politolog i dziennikarz zgłoszony przez Kukiz'15) – obaj powołani przez Prezydenta RP. Kadencja członków RMN trwa 6 lat.

Powołanie RMN zostało odczytane jako sygnał dalszego upolitycznienia mediów publicznych. Przewodniczący RMN K. Czabański stwierdził, że mechanizm wyboru władz Rady będzie polityczny, a partia rządząca wskaże „swoich”: „Tak było od zawsze w przypadku powoływania władz mediów publicznych. Czy nazywano to konkursem czy nominacją i tak odbywało się to z politycznego klucza”⁷¹. K. Czabański dodał także, że po zmianach Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji miałaby się zająć głównie stanem na straży wolności słowa i kontrolą mediów prywatnych. Przykładem opisanym przez przewodniczącego RMN jest powołanie Jacka Kurskiego na prezesa zarządu Telewizji Polskiej w 2016 roku. J. Kurski to polityk Prawa i Sprawiedliwości – był poseł tej partii,

⁶⁹ D. Bychawska – Siniarska, *Protezy legislacyjne zamiast reform. Media publiczne 2015 – 2017*, 24.08.2017, <http://wiesz.com.pl/2017/08/24/protezy-legislacyjne-zamiast-reform-media-publiczne-2015-2017/>, [dostęp: 09.11.2018]

⁷⁰ Ustawa z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych, http://orka.sejm.gov.pl/proc8.nsf/ustawy/592_u.htm, [dostęp: 16.06.2020].

⁷¹ *TVPiS, czyli rządu przepis na media*, 08.12.2015, <https://www.newsweek.pl/polska/repolonizacja-mediow-kiedy-ustawa-o-mediach-narodowych/8wtzwgf>, [dostęp: 09.11.2018].

europoseł, a także podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Wśród osób pełniących funkcje zarządcze po 2016 roku w Telewizji Polskiej wymienić można również P. Pałkę, który współpracował z Kancelarią Prezydenta RP⁷². J. Kurski tak ocenia sytuację mediów, a w szczególności działalność telewizji na rynku polskim rynku:

„TVP po prostu stała się przeciwwagą dla TVN i Polsatu, które prawie już nie informują o pracach państwa i rządu, tylko zajmują się metodycznym zwalczaniem obozu rządzącego. Telewizja publiczna musi to równoważyć. Dlatego wyważenie i pluralizm nie powinny być rozliczane na poziomie TVP, tylko w bilansie wszystkich wiodących mediów elektronicznych w Polsce. Marzę o telewizji wyważonej i tym samym jeszcze bardziej obiektywnej, ale musielibyśmy mieć obiektywne TVN i Polsat, a wtedy TVP w oczywisty sposób też nie tylko chciałyby, ale wręcz musiałyby być bardziej wyważona. A w stacjach komercyjnych czasem mamy wręcz nieinformowanie albo informowanie z kontekstem, z tezą i z przekazem negatywnym”⁷³.

Powołanie Rady Mediów Narodowych nie ma żadnego przełożenia na zarządzanie mediami w sektorze prywatnym. Takie stacje, jak TVN – finansowane z prywatnego kapitału oraz z reklam, zarządzane są jak przedsiębiorstwa mające przynosić zysk. Delegowanie na stanowiska prezesów, członków rad nadzorczych i całościowe budowanie kadry menadżerskiej odbywa się na zasadach wolnego rynku. Ze względu na specyfikę działalności telewizje prywatne podlegają również prawu polskiemu w zakresie ustawy o radiofonii i telewizji, a co za tym idzie Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji.

2.1.2.4 Finansowanie mediów

Istotną rolę w procesach polaryzacji mediów w Polsce odgrywa kwestia finansowania. Media prywatne, jak już było powiedziane, mają swoje budżety, swoich inwestorów, a największe dochody pozyskiwane są z reklam. Źródłem finansowania telewizji publicznej powinny być przede wszystkim wpływy z abonamentu. Jego znaczenie zostało jednak zdyskredytowane w 2008 roku, kiedy ówczesny premier D. Tusk stwierdził, że

⁷² W. Ferfecki, *Ludzie prezydenta przejmują stery w TVP*, 15.03.2019, <https://www.rp.pl/Media/303149879-Ludzie-prezydenta-przejmuja-stery-w-TVP.html>, [dostęp: 16.06.2020].

⁷³ M. Piasecki, *Jacek Kurski: Obiektywizm mediów jest nieosiągalny*, Rzeczpospolita 19.10.2017 <https://www.rp.pl/Rozmowy-czwartkowe/310189865-Jacek-Kurski-Obiektywizm-mediow-jest-nieosiagalny.html&preview=1>, [dostęp: 29.01.2019].

„abonament radiowo-telewizyjny jest archaicznym sposobem finansowania mediów publicznych, haraczem ściągającym z ludzi⁷⁴”. Po tych słowach wpływy z abonamentu zaczęły drastycznie spadać. Obywatele zrozumieli tę wypowiedź jako nieformalne przyzwolenie na niepłacenie abonamentu. W 2013 roku było w Polsce 2,5 miliona osób objętych procedurą windykacyjną z powodu niepłacenia abonamentu⁷⁵. Wypowiedź D. Tuska stała się kartą przetargową w walce o wpływy polityczne. Słowa byłego premiera są mu nieustannie wypominane. Sprawily również, że abonament sam w sobie stał się narzędziem politycznej walki. J. Sasin we wpisie na *Twitterze* z dnia 7 czerwca 2020 roku przypomniał, że „kwestia ściągłości abonamentu RTV to smutna spuścizna rządów D. Tuska”⁷⁶.

W ostatnich latach wyraźnie obserwujemy również zjawisko wzmacniania zależności mediów publicznych – ich istnienia – od decyzji politycznych dotyczących finansowania mediów. Ówcześni oponenti, a obecni rządzący nie podjęli się pełnowymiarowej reformy mediów publicznych, ale postanowili – wykorzystując problemy ze ściągłością abonamentu – wspomóc finansowaniem z budżetu państwa media publiczne. Na przełomie 2017 i 2018 roku w ramach rekompensaty za utracone wpływy abonamentowe media publiczne otrzymały z budżetu państwa 980 mln zł⁷⁷. Kolejna nowelizacja ustawy o opłatach abonamentowych, przegłosowana na początku 2019 roku przez większość parlamentarną, doprowadziła do przekazania dla mediów publicznych 1 mld 260 mln zł⁷⁸. Ostatnia rekompensata (z 2020 roku) w wysokości blisko 2 mld zł wywołała głośny sprzeciw opozycji i części społeczeństwa. Ostatecznie Prezydent podpisał ustawę, doprowadzając jednocześnie do odsunięcia J. Kurskiego ze stanowiska prezesa zarządu TVP. J. Kurski został odwołany po trzech i pół roku pełnienia funkcji⁷⁹. Jednak już po niespełna trzech kolejnych miesiącach J. Kurski – jak informowały media – miał ponownie zasiąść w fotelu prezesa. Miało się to jednak stać

⁷⁴ *Premierze, zapłać za abonament*, 12.08.2013, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/donald-tusk-obiczywal-ze-zniesie-haracz-za-abonament/czgs7cx>, [dostęp: 16.06.2020].

⁷⁵ *Zrobieni w abonament*, 08.06.2013, <https://niepoprawni.pl/blog/346/zrobieni-w-abonament>, [dostęp: 16.06.2020].

⁷⁶ [za:] konto J. Sasina na *Twitterze*, <https://twitter.com/SasinJacek/status/1269702186679914497>, [dostęp: 16.06.2020].

⁷⁷ M. Madejski, *Pieniądze dla TVP. Kolejne miliardy z budżet państwa płyną do mediów publicznych*, 14.02.2020, <https://www.money.pl/gospodarka/pieniadze-dla-tvp-kolejne-miliardy-z-budzetu-panstwa-plyna-do-mediow-publicznych-6478515859457665a.html>

⁷⁸ *PiS przegłosował przekazanie 1 mld 260 mln zł TVP i Polskiemu Radiu*, 22.02.2019, <https://kodu24.pl/pis-przeglosowal-przekazanie-1-mld-260-mln-zl-tvp-i-polskiemu-radiu/>

⁷⁹ *Jacek Kurski wróci na stanowisko prezesa TVP? Data jest nieprzypadkowa*, 17.06.2020, <https://kultura.onet.pl/wiadomosci/jacek-kurski-ponownie-prezesem-tvp-po-wyborach-prezydenckich/5xed3by>, [dostęp: 18.06.2020].

dopiero po czerwcowych wyborach prezydenckich w 2020 roku⁸⁰. Tak też się stało. Telewizja Polska otrzymała z budżetu państwa łącznie blisko 4 mld złotych. Dodatkowo w połowie 2017 roku do TVP trafiło finansowanie w wysokości 800 mln zł. Pieniądze z Funduszu Reprywatyzacyjnego, który wchodzi w skład Skarbu Państwa, miały trafić do TVP w połowie 2019 roku. Telewizja wykorzystwała ostatecznie 350 mln zł z tej puli. Pożyczka powinna być spłacona do 2023 roku⁸¹.

Finansowanie mediów publicznych sprawia, że są one postrzegane jako uzależnione od „politycznych pieniędzy”, a co za tym idzie jako media stroniczne i nieobiektywne względem władzy. To w bardzo prosty sposób przekłada się na podziały mediów na „nasze/wasze”, „państwowe/rządowe” oraz „prywatne/antyrządowe”, „polskie/obce” (z zagranicznym kapitałem). Kolejna decyzja o finansowaniu mediów publicznych doprowadziła do ponownego wzmocnienia podziału społecznego w Polsce. Politycy opozycji stawiali głośny opór wobec tej decyzji i wykorzystali sytuację polityczną do umacniania swojego elektoratu. W kontrze do finansowania telewizji opozycja złożyła własny projekt finansowania onkologii⁸². Temperatura wzrosła po słynnym geście posłanki PiS J. Lichockiej (wyciągniętym środkowym palcem skierowanym w stronę polityków opozycji), która zasiada w Radzie Mediów Narodowych. Tzw. „gest Lichockiej” został zinterpretowany jako gest wymierzony w osoby chore na nowotwory⁸³, co nie pomogło uspokoić nastrojów, a po raz kolejny wpłynęło na pogłębianie polaryzacji społecznej.

2.1.3 Profesjonalizm mediów i kultura dziennikarska

Już w 2011 roku B. Dobek-Ostrowska oceniła, że poziom profesjonalizmu dziennikarskiego w Polsce jest niższy w porównywaniu z tym, który charakteryzuje

⁸⁰ Jacek Kurski wrócił do zarządu TVP. „Szczyt upokorzenia” Andrzeja Dudy, 25.05.2020, <https://tvn24.pl/polska/jacek-kurski-wrocil-do-zarzadu-tvp-komentarz-opozycji-4593195>, [dostęp: 18.06.2020].

⁸¹ M. Madejski, Prezydent zgodził się na przekazanie mediom publicznym prawie 2 mld zł. Łączna kwota rządowej pomocy dla TVP sięgnęła prawie 4 mld zł, 06.03.2020, <https://www.money.pl/gospodarka/prezydent-zgodzil-sie-na-przekazanie-mediom-publicznym-prawie-2-mld-zl-laczna-kwota-rzadowej-pomocy-dla-tvp-siegnela-prawie-4-mld-zl-6485705442416257a.html>, [dostęp: 18.06.2020].

⁸² J. Ceglarsz, 2 mld na TVP zamiast na onkologię? „Spróbujemy je znaleźć i tak”, 25.02.2020, <https://www.money.pl/gospodarka/2-mld-zl-na-tvp-zamiast-onkologie-sprobujemy-je-znalezc-i-tak-6482523751397505a.html>, [dostęp: 19.06.2020].

⁸³ Z. Tomaszewicz, Miliardy idą na TVP, a nie na onkologię. Posłanka PiS triumfowała wulgarnym gestem, 13.02.2020, <https://natemat.pl/299429,pis-wygralo-ws-2-mld-zl-dla-tvp-lichocka-pokazala-srodkowy-palec-foto#>, [dostęp: 19.06.2020].

modele dziennikarstwa w dojrzałych demokracjach. Etyka w Polsce działa w największej mierze w oparciu o dobrowolność⁸⁴. O nieetycznym działaniu dziennikarza bądź redakcji może wypowiedzieć się jeden z najważniejszych organów samoregulacyjnych, jakim jest Rada Etyki Mediów (REM). Organizacja ta nie dysponuje jednak żadnymi narzędziami, które mogłyby nakładać sankcje na praktyki niezgodne z zapisami Karty Etycznej Mediów. Niski poziom profesjonalizmu dziennikarskiego w Polsce wynika dodatkowo z braku autorytetu stowarzyszeń dziennikarskich i komisji etycznych, których działania odbierane są w kategoriach ideologicznych lub interesu firm medialnych⁸⁵. W Polsce żadne ze stowarzyszeń dziennikarskich nie jest na tyle silne, by być głosem wszystkich przedstawicieli zawodu. Dodatkowo istnienie wielu zróżnicowanych ideologicznie stowarzyszeń dziennikarskich jest kolejnym dowodem na polaryzację mediów w Polsce⁸⁶. Od wniosków wyprowadzonych przez B. Dobek – Ostrowską minęło 9 lat i w 2020 roku mamy jeszcze słabsze jakościowo dziennikarstwo.

Wyniki badań przeprowadzonych w gronie polskich dziennikarzy pokazują, że dla większości osób pracujących w mediach najważniejsze jest dostarczanie szybkiej informacji odbiorcom; mniejsze znaczenie ma natomiast wyjaśnianie i analiza złożonych problemów. Dodatkowo dziennikarze wskazują, że nie są zainteresowani śledzeniem działalności rządu⁸⁷. Bardzo niepokojące jest również zjawisko publikowania informacji niepotwierdzonych. Dziennikarze nie unikają relacjonowania danego tematu nawet wtedy, gdy nie mogą potwierdzić faktów⁸⁸. Zmieniają się także powody, dla których ludzie wybierają zawód dziennikarza w Polsce. W wynikach badań przedstawionych przez Z. Bajkę widać, że coraz więcej ankietowanych przyznaje, że wybiera zawód dziennikarza nie ze względu na realizację misji czy pomoc obywatelom, ale ze względu na poznawanie ciekawych ludzi i nowych miejsc.

W 1979 roku zaledwie 17 proc. dziennikarzy ceniło ten aspekt, a w roku 2000 już 56 proc⁸⁹. Nie napawają optymizmem także badania opublikowane w 2011 roku przez

⁸⁴ B. Dobek – Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011, s. 60-61.

⁸⁵ J. Pleszczyński, *Dziennikarstwo a regulatory życia społecznego*, [w:] M. Drożdż, I. S. Fiut i inni, *Człowiek w świecie mediów*, Kraków Kielce 2012, s. 161.

⁸⁶ B. Dobek – Ostrowska, *Polski system...*, op. cit. 60-61.

⁸⁷ A. Stępińska, S. Ossowski, *Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe*, s.11, https://wnpid.amu.edu.pl/images/dokumenty/bibliografie_pracownikow/Agnieszka_Stepinska/A._Stepinska_S._Ossowski_Dziennikarze_w_Polsce_warto%C5%9Bci_priorytety_i_standardy_zawodowe.pdf, [dostęp:15.09.2018].

⁸⁸ Ibidem.

⁸⁹ Z. Bajka, *Dziennikarze na przełomie wieków* [w:] *Polski system medialny 1989-2011*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013, s.65.

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, w których próżno szukać poczucia misyjności w tym zawodzie, szczególnie w znaczeniu możliwości wpływania na świadomość, nastroje i opinie ludzi. Współcześni dziennikarze rzadziej niż w latach 90. uważają się za czwartą władzę. Poczucie władzy towarzyszy natomiast dziennikarzom młodym, z krótkim stażem. Im dłużej są w zawodzie, tym częściej uważają, że „władza”, która ma kontrolować trzy pozostałe, powinna sama być kontrolowana ze względu na zmniejszające się społeczne zaufanie do dziennikarzy i nierzadko nieetyczne postępowanie kolegów z branży⁹⁰. W wielu dyskusjach, m.in. na forach internetowych, dziennikarze krytykują się wzajemnie za zbyt chętnie podejmowanie zadań „kelnerskich” (dostają zlecenie – realizuję – zero refleksji) oraz brak możliwości realizacji własnych pomysłów i tematów⁹¹. Potwierdzają to wyniki badań Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich z 2011 roku, które ukazały, że w opinii ponad 72 proc. dziennikarzy ich koledzy kierują się w pracy przede wszystkim poleceniami zwierzchników. Zgodnie z kodeksami dziennikarskimi postępuje mniej niż 0,5 proc. dziennikarzy. Na pytanie, czym powinni przede wszystkim kierować się dziennikarze, ankietowani odpowiadali najczęściej „własnym sumieniem” (60 proc.)⁹².

Dziennikarze w Polsce, podobnie jak w innych krajach, różnią się od siebie znacznie umiejętnościami, a poziom ich pracy różni się autonomią i prestiżem. B. Dobek-Ostrowska wspomina tu o grupach dziennikarzy. Pierwszą z nich tworzą rozpoznawalni dziennikarze i prezenterzy telewizyjnych programów informacyjnych oraz publicystycznych. Druga grupa to dobrze znani reporterzy i publicyści – wielu z nich to dziennikarze starszej generacji, którzy rozpoczęli pracę w mediach przed 1989 rokiem⁹³. Badania dziennikarzy w Polsce wskazują dodatkowo, że młodzi dziennikarze często nie mają odpowiednich umiejętności czy też podstawowej wiedzy o świecie. Często też wydawcy tabloidów lub magazynów kolorowych i prasy lekkiej wybierają zatrudnianie amatorów w zamian doświadczonych dziennikarzy, co spowodowane jest cięciem kosztów i oszczędnościami⁹⁴. Z badań opublikowanych w 2015 roku przez M. Głowackiego wynika, że w Polsce odsetek dziennikarzy bez dziennikarskiego

⁹⁰ Ibidem, s. 67.

⁹¹ Ibidem, s. 67-68.

⁹² P. Luty, *Zawód: dziennikarz – znamy wyniki ankiety SDP*, marzec 2011, <http://old.sdp.pl/aktualnosci/5710,zawod-dziennikarz-znamy-wyniki-ankiety-sdp,1299689232>, [dostęp:22.09.2018].

⁹³ B. Dobek – Ostrowska, *Italianization (or Mediterraneanization) of the Polish Media System? Reality and Perspective* [w:] *Comparing Media Systems Beyond the Western World* red. D. C. Hallin, P. Mancini, Nowy Jork 2012, s. 39-40.

⁹⁴ Ibidem, s. 40.

wykształcenia uzyskanego np. na studiach jest dość wysoki i wynosi 43 proc. Ale, co ciekawe, ogólny odsetek osób, które posiadają dziennikarskie wykształcenie jest dość duży i wynosi ponad 50 proc. Skąd zatem bierze się ta dysproporcja? W firmach medialnych panuje przekonanie, że wykształcenie kierunkowe, jak np. prawo czy ekonomia, jest bardziej cenione niż przygotowanie w zakresie dziennikarstwa. Mniej niż 30 proc. młodych dziennikarzy jest zaangażowanych w działalność stowarzyszeń dziennikarskich⁹⁵. Obszerną pracę na temat profesjonalizmu mediów oraz kultury w mediach zaprezentowała P. Barczyszyn-Madziarz. Badaczka uczestniczyła w projekcie, którego celem było zbadanie oraz porównanie zmian zachodzących w zawodzie dziennikarza w Polsce, Szwecji oraz Rosji. Wyniki tych badań wskazują m.in. na brak stabilizacji w zawodzie dziennikarza w Polsce, a także wzrost frustracji związany z naciskami ze strony właścicieli i świata biznesu. Oczekiwania ekonomiczne bywają nawet bardziej ograniczające niezależność niż naciski ze strony świata polityki⁹⁶. Samoregulacja w polskich mediach od lat odbywa się w oparciu o kodeksy etyczne. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę, że na formułowanie się systemu odpowiedzialności mediów składają się także działania organizacji dziennikarskich (Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenie Dziennikarzy RP oraz Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy). Kodeksy etyki dziennikarskiej mają charakter samoregulacji środowiskowej, przybierają różne formy kodeksów obyczajowych, deklaracji zasad, kanonów dziennikarstwa, zawodowych zasad etycznych, kart dziennikarza, deklaracji praw i obowiązków itd.⁹⁷

Niezależność i oddzielenie komentarza od informacji powinny zajmować kluczowe miejsce w praktyce dziennikarskiej. W codziennej pracy pokusa skomentowania jakiegoś wydarzenia jest jednak dużo silniejsza. Bliższa codzienności staje się stronniczość, która może wynikać z poglądów i emocji. Emocjonalna stronniczość nie pozwala zatem osiągnąć szerokiej i bezstronnej perspektywy, która towarzyszy rzetelnemu poznaniu. Brak możliwości spojrzenia holistycznego powoduje przyjęcie zniekształconego obrazu na dany temat⁹⁸.

⁹⁵ M. Głowacki, *Who is journalist today? Mapping selected dimensions for comparative study on journalism* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Frankfurt am Main 2015, s. 92-93.

⁹⁶ P. Barczyszyn-Madziarz, *Dziennikarze polscy, rosyjscy, i szwedzcy oraz ich wizja rozwoju*, Wrocław 2019.

⁹⁷ A. Jaskiernia, *Media masowe w demokratycznych procesach wyborczych. Standardy europejskie i uwarunkowania ich realizacji*, Warszawa 2008, s. 114.

⁹⁸ A. Dąbrowski, *Wpływ emocji na poznawanie*, *Przegląd Filozoficzny – Nowa Seria R.* 21: 2012, Nr 3 (83), *Filozofia umysłu i kognitywistyka*, s. 331.

2.1.3.1 Stronniczość mediów

J. W. Adamowski za jedną ze słabości mediów w Polsce uznaje ich nadmierne upolitycznienie⁹⁹. Konsekwencją tego, że ludzie mediów stali się w tak wysokim stopniu uzależnieni od świata polityki jest postępujący upadek autorytetu tej profesji. Postrzegani jako rycerze tego czy innego „plemienia”, tracą wiarygodność, zwłaszcza w oczach ludzi niezwiązanych z polityką i myślących w sposób niezależny. Możemy pozwolić sobie na to, aby otwarcie mówić i pisać o tym, że dziennikarstwo obiektywne jest ułudą, a każdy przekaz medialny nacechowany jest wpływami zewnętrznymi (jak choćby rynek reklam) lub wewnętrznymi (tj. polityka redakcji czy linia programowa stacji). Zaprzyjaźnieni z politykami dziennikarze mogą uzyskiwać od nich trudno dostępne informacje wzmacniające ich pozycję zawodową. W 2000 roku jedynie 7 proc. badanych dziennikarzy akceptowało stwierdzenie, że „obecnie dziennikarze zawsze piszą i mówią, to co myślą”, a pozostali (93 proc.!), że „przeważnie wyrażają własne poglądy, ale zdarza się, że muszą promować poglądy innych – sprzeczne całkowicie lub częściowo z własnymi”¹⁰⁰. Z badań przeprowadzonych przez K. Pokorną-Ignatowicz polegających na analizie tekstów 12 magazynów „Press” z 2000 roku, jasno wynika, że polscy dziennikarze i media już 20 lat temu coraz bardziej podlegali naciskom ze strony świata polityki. Szczególnie mocno zarzut upolitycznienia pojawiał się w odniesieniu do mediów publicznych, zwłaszcza telewizji¹⁰¹.

Miernikiem profesjonalizmu dziennikarzy jest zachowanie mediów w trakcie kampanii wyborczych¹⁰². Mogliśmy się o tym przekonać m.in. w 2000 roku podczas wyborów prezydenckich. Według miesięcznika „Press” upolitycznienie i stronniczość dotknęła wówczas nie tylko telewizję publiczną, ale także prywatną stację TVN. M. Walter wysłał na przymusowy urlop T. Lisa i osobiście nadzorował informacje w „Faktach”, ingerując w ich treść. Dziennikarzom również dzisiaj zarzuca się brak konsekwencji i zbytnią uległość w kontaktach z politykami, brak dobrze rozumianej

⁹⁹ J. W. Adamowski, *O głównych bolączkach zawodu dziennikarza, czyli lekarzu lecz się sam!* [w:] K. Wolny- Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław, 2016, s. 17.

¹⁰⁰ Z. Bajka, *Dziennikarze w Polsce na przełomie wieków* [w:] K. Pokorna- Ignatowicz, *Polski system medialny 1989- 2011*, Kraków, 2013, s. 62.

¹⁰¹ K. Pokorna – Ignatowicz, *Problemy zawodowe dziennikarzy w Polsce u progu nowego wieku na podstawie analizy branżowego miesięcznika „Press”*, *Studia Medioznawcze*, nr. 3 (4) 2001, s. 30-31.

¹⁰² Ibidem.

zadziorności i wnikliwości w relacjonowaniu ich poczynań. K. Pokorna – Ignatowicz cytuje również ocenę środowiska wyrażoną przez dziennikarza i pisarza M. Ziomeckiego:

„My, dziennikarze wciąż marnie wykorzystujemy czas kampanii wyborczych. Za często dajemy politykom wolną rękę w kwestii tego, o czym i jak się dyskutuje”¹⁰³.

Ważnym wątkiem towarzyszącym dyskusji o politycznych naciskach na media jest zarzut, że politycy nie szanują politycznej niezależności mediów, korzystają ze słabości środowiska dziennikarskiego i coraz brutalniej ingerują w rynek mediów. Te smutne i groźne praktyki stosowane w relacjach dziennikarze – politycy warte są wnikliwego śledzenia i nagłaśniania, zarówno w trosce o wolność mediów, jak i kulturę życia politycznego w Polsce. Trudno się dziwić gorzkiej ocenie redakcji „Press” wyrażonej słowami:

„Może kiedyś, kiedy dziennikarze przestaną być tylko stojakami na mikrofony, premier kilka razy się zastanowi, czy nie lepiej schować się do mysiej dziury, zamiast biec do nich na bal?”¹⁰⁴.

Problemy autonomii dziennikarskiej wiążą się zarówno z wpływami i ograniczeniami ze świata zewnętrznego, jak również wewnątrzredakcyjnego. To tutaj zapadają decyzje mające związek z budowaniem programów, wyborem tematów i ostatecznym ich kształtem. Dodatkowo wewnątrz redakcji są budowane i podtrzymywane relacje między dziennikarzami, wydawcami i politykami. W badaniach A. Stępińskiej i S. Ossowskiego największą wolność w doborze materiałów zadeklarowali pracownicy tygodników (blisko 59 proc.) i stacji radiowych (52 proc.), podczas gdy co piąty dziennikarz telewizyjny oraz 18 proc. pracujących dla miesięczników wskazywało na ograniczenia w autonomii¹⁰⁵. W latach 90. Z. Bajka wskazywał na inne źródła ograniczeń wolności dziennikarskiej. Aż 42 proc. ankietowanych wskazywało właścicieli, szefów redakcji, stacji lub bezpośrednich przełożonych jako przyczyny ograniczeń w swobodzie wyrażania własnego zdania. Blisko 20 proc. pytanym dziennikarzy wskazywało także na istnienie cenzury wewnątrz redakcji, zaś 11 proc. wspomniało o zjawisku autocenzury. Ok. 13 proc. polskich dziennikarzy w tym samym badaniu twierdziło, że przyczyną ograniczeń jest pogoń za atrakcyjnym tematem lub reklamodawcami. W badaniu A. Stępińskiej i S. Ossowskiego dziennikarze podkreślili także znaczenie samodzielności

¹⁰³ Ibidem, s. 30.

¹⁰⁴ Ibidem, s. 32-33.

¹⁰⁵ A. Stępińska, S. Ossowski, *Dziennikarze...* op. cit., s.8.

zawodowej¹⁰⁶. Aż 93 proc. dziennikarzy radiowych i 74 proc. dziennikarzy telewizyjnych uznało poziom autonomii za bardzo ważny aspekt swojej pracy¹⁰⁷.

Jesteśmy świadkami coraz bardziej postępujących procesów obniżania standardów i jakości dziennikarstwa, co prowadzi do dewaluacji profesji dziennikarskiej jako zawodu zaufania publicznego. Z jednej strony otwartość zawodu stwarza szansę rozwoju mediów i realizacji dziennikarskich pasji. Szczególnie rozwój mediów elektronicznych przynosi wiele pozytywnych efektów, otwierając nowe szerokie możliwości komunikowania i rozwoju pluralizmu życia społecznego. To samo zjawisko niesie za sobą także liczne zagrożenia. Zdaniem M. Drożdża:

„Wolność słowa nie łączy się odpowiedzialnością, profesjonalizm nie oznacza harmonii fachowości z etycznością, a dziennikarstwo przestaje być w dużej mierze misją, stając się przestrzenią kreowania ‘medialnych gwiazd’, celebrytów dziennikarskich, którzy innych nazywają rzemieślnikami medialnymi”¹⁰⁸.

Kompetencja, wiedza i umiejętności oraz profesjonalizm warsztatowy i elementarna uczciwość przestają być pierwszorzędnymi kryteriami doboru i wartościowania profesji dziennikarskiej, ustępując miejsca kryteriom ideologicznym, biznesowym czy układowo-lojalnościowym¹⁰⁹. Środowisko dziennikarskie jest też mało stabilne. Cechuje je spora płynność w zatrudnieniu. Poczucie stabilności zatrudnienia jest zależne od wielu czynników. Z. Bajka zwrócił uwagę, że oprócz dobrowolnej rezygnacji z pracy w mediach bywają również odejścia konieczne. Jednym z głównych powodów, dla których dziennikarze odchodzą na wcześniejszą emeryturę jest m.in. polityka. „Zasłużeni” dla poprzedniej władzy nie potrafią znaleźć akceptacji w nowych zespołach redakcyjnych¹¹⁰.

Wymiar stronniczości należy odnosić również do wymiarów paralelizmu politycznego, na które zwrócono uwagę już w rozdziale pierwszym. Idealna byłaby sytuacja, w której politycy nie są bezpośrednio zaangażowani w media, a właściciele mediów czy dziennikarze nie są zaangażowani bezpośrednio w politykę. W rzeczywistości jednak nominacje polityczne na prezesa mediów publicznych – jak ta

¹⁰⁶ Ibidem, s. 11.

¹⁰⁷ Ibidem, s. 13.

¹⁰⁸ M. Drożdż, *Etyczność jako wyznacznik profesjonalizmu* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław 2016, s.28.

¹⁰⁹ Ibidem, s. 28-29.

¹¹⁰ Z. Bajka, *Dziennikarze na przełomie wieków* [w:] *Polski system medialny 1989-2011*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013, s. 61.

J. Kurskiego – są zaprzeczeniem tego ideału. Coraz częściej spotykamy się z zacieraniem granic między służbą w interesie publicznym i politycznym. Niektórzy prywatni właściciele mediów nie kryją się ze swoimi preferencjami politycznymi, a partie polityczne manifestują sympatie i antypatie w kierunku linii politycznej danego wydawcy. Jedną z najbardziej opiniotwórczych gazet codziennych „Gazeta Wyborcza” reprezentuje poglądy lewicowe i liberalne. Z kolei media należące do ojca T. Rydzyka wspierają Prawo i Sprawiedliwość. TVN zaś jest w konflikcie z J. Kaczyńskim¹¹¹. J. Kurski zwraca uwagę, że odbiorcy wybierają dziś spośród nieobiektywnych mediów. W jego ocenie ani telewizja Polsat, ani TVN, ani telewizja publiczna nie są w pełni obiektywne¹¹².

Najbardziej wyraziści politycznie właściciele mediów narzucają linię redakcyjną, często zapisaną w oficjalnych dokumentach, statutach oraz angażują swoje media w politykę, jak na przykład Rupert Murdoch w USA (Fox TV) czy o. T. Rydzyk w Polsce (Radio Maryja, TV Trwam, „Nasz Dziennik”). Inną strategią jest unikanie treści politycznych i zastosowanie modelu Hotellinga, stojącego w opozycji do koncepcji zróżnicowanego produktu na rynku. Model ten polega na dystansowaniu się od ideologii, wyborze politycznego „środka”, oferowaniu podobnych zawartości jak inne media po to, aby nie wyróżniać się na rynku. Za zwolenników takiej koncepcji w 2011 roku B. Dobek-Ostrowska uznawała na rynku polskim m.in.: grupę Polska Press („Polska The Times”) czy grupę Bauer Media (RMF FM).

B. Dobek-Ostrowska wskazała również, że tytuły należące do Ringier Axel Springer Polska, unikały w przeszłości tematów politycznych¹¹³. Cytowane badania pokazują jaką drogę przeszły media w ostatniej dekadzie, ze szczególnym uwzględnieniem czasu po wyborach parlamentarnych w 2015 roku. Współcześnie trudno uznać tygodnik „Newsweek” za tytuł unikający polityki. Wynika to przede wszystkim z postawy redaktora naczelnego T. Lisa, który nie ukrywa swoich poglądów politycznych. Jego wypowiedzi osadzone są w tonie sprzeciwu wobec działań rządu

¹¹¹ B. Dobek – Ostrowska, *Italianization...*, op. cit., s. 35-36.

¹¹² Jacek Kurski marzy o obiektywnej TVP, ale to TVN i Polsat nie dają jej wyboru, 19.10.2017, <https://www.newsweek.pl/polska/polityka/jacek-kurski-marzy-o-obiektywnej-tvp-ale-to-tvn-i-polsat-nie-daja-jej-wyboru/6mjryvh>, [dostęp: 23.06.2020].

¹¹³ B. Dobek – Ostrowska, *Polski system...*, op. cit., s. 71.

Zjednoczonej Prawicy. T. Lis sam brał udział w antyrządowych demonstracjach, ale i zachęcał w mediach społecznościowych do udziału w nich¹¹⁴.

2.1.3.2 Plemiona dziennikarskie

Media w Polsce są podzielone. Dzieli je wszystko – od dystansu ideologicznego po stosunek do etyki zawodowej. Przydatna do analizy tych podziałów jest teoria kultury dziennikarskiej zdefiniowana przez niemieckiego badacza T. Hanitzscha w aspekcie instytucjonalnym, poznawczym i etycznym¹¹⁵. Według badacza, z jednej strony można zaobserwować media z małym dystansem do władzy, lojalne wobec władzy, interweniujące w procesy polityczne, o niskim poziomie obiektywizmu – a nawet jego braku. Są to media tworzące przekaz budowany w oparciu o interpretację i analizę zjawisk. Model rynkowy ukierunkowany jest na cele właściciela. Etyka zależna jest od kontekstu oraz celu do osiągnięcia. Po drugiej stronie z kolei obserwujemy wymiar etyczny oparty o uniwersalne wartości oraz etyczne środki osiągnięcia celów. Media reprezentują tu model obywatelski (ukierunkowany na interes publiczny) i są krytyczne w stosunku do władzy, a wysoka kultura zawodu sprawia, że niska jest interwencja w procesy polityczne¹¹⁶. Wydaje się zatem, że to właśnie niska kultura dziennikarska jest jednym z powodów, dla których różnice ideologiczne mają w ogóle możliwość ujawnić się w dziennikarstwie. Do tego nałożenie kontekstów politycznego i społecznego powoduje, że media w Polsce charakteryzuje wysoki poziom dystansu ideologicznego.

Wszystko to sprawia, że środowisko dziennikarskie zaczyna się dzielić. Tutaj należy wrócić do wspomnianej problematyki „plemienności”, którą zajmuje się szczegółowo w Polsce Ł. Szurmiński. W korespondencyjnym wywiadzie badacz podzielił się z autorką niniejszej dysertacji wstępnymi wynikami i analizami badań. Wynika z nich, że 59 proc. przedstawicieli mediów zadeklarowało, że słyszało o dziennikarstwie plemiennym. Natomiast 40 proc. nie zetknęło się z takim pojęciem¹¹⁷.

¹¹⁴ Tomasz Lis o anty-PiSowskich wpisach twitterowych: tylko ślepiec nie widzi śmiertelnego zagrożenia dla demokracji, 21.07.2017, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tomasz-lis-ostro-o-jaroslawie-kaczynskim-i-pis-na-twitterze-krytykuje-reforme-krs-i-sadu-najwyzszego>, [dostęp: 23.06.2020].

¹¹⁵ P. Olechowska, *Ideologiczne podziały mediów na gruncie teorii kultury dziennikarskiej Thomasa Hanitzscha (rozważania na podstawie analizy treści czasopism „Press” i „Forum Dziennikarzy” z lat 2012-2016)*, *Polityka i Społeczeństwo* 4(15)/ 2017, s. 58.

¹¹⁶ Ibidem.

¹¹⁷ Źródło własne. Wywiad korespondencyjny z Łukaszem Szurmińskim..., op. cit.

Ciekawe są też definicje, które środowisko stworzyło w celu wyjaśnienia zjawiska dziennikarstwa plemiennego¹¹⁸:

- dziennikarstwo utożsamiające się z jedną ze stron sporu politycznego/światopoglądowego;
- dziennikarstwo, które nie przyczynia się do pogłębiania wiedzy, pozyskania rzetelnych, obiektywnych, nienacechowanych informacji, tylko ma służyć potwierdzeniu jednej, konkretnej wizji, niekoniecznie prawdziwej;
- patologiczna forma dziennikarstwa, w której standardy rzetelności i obiektywności dziennikarskiej naginane są w imię interesu grupy „plemiennej”, do której dziennikarz zalicza samego siebie;
- to zjawisko, które powoduje niebezpieczne osuwanie się z pozycji dziennikarza do pozycji politycznego aktywisty. Dziennikarz plemienny, jest w stanie przymknąć oko na złe praktyki przedstawicieli swojego obozu politycznego (plemiennego) i albo je całkowicie przemilczeć w publikacjach, albo bagatelizować. Powody mogą być różne, np. towarzyskie (bywa, że dziennikarze nadmiernie spoufalają się z politykami „swojej” strony barykady) lub oceniane jako powody wyższe: „dla dobra sprawy” – obrony demokracji/wstawiania z kolan;
- dziennikarstwo plemienne opiera się głównie na emocjonalnym przekazie i daje poczucie wspólnoty przeciwko określonym wrogom, przy czym przeciwnik jest często kreowany na polityczne zamówienie. Tygodniki, programy telewizyjne, dzienniki, czy nawet sami dziennikarze są przywódcami tych plemion.

W badaniach L. Szurmińskiego pojawiła się kwestia dostrzegania negatywnych przejawów tzw. plemienności. Wyniki badań i odpowiedzi zabrane od dziennikarzy wskazują wyraźnie, że środowisko dziennikarskie dostrzega istnienie takiego zjawiska:

- „Tak, szczególnie teraz, w okresie polaryzacji politycznej, gdy media same definiują się jako prorządowe bądź antyrządowe i do tych samych tematów podchodzą często z przeciwstawną, z góry założoną tezą, przyjmowaną przez całe ‘plemię’. Fakty stają się jedynie elementem interpretacji – zgodnej z narracją obowiązującą w danym plemieniu”;

¹¹⁸ Ibidem.

- „Bronienie za wszelką cenę partii, z którą sympatyzuje, niedostrzeżenie innych poglądów, świadome wyciszanie opinii niezgadających się z wizją świata autora. Wyolbrzymianie błędów osób z którymi się nie zgadzamy, wyciszenia niezręczności osób związanych z obozem, z którym się sympatyzuje”¹¹⁹.

Dziennikarzy zapytano również o to, czy powstanie dziennikarstwa plemiennego kojarzą z konkretną datą. Dokładnie połowa odpowiedziała, że tak i aż 60 proc. ankietowanych wskazało katastrofę pod Smoleńskiem jako punkt początkowy. Autor badań interpretuje dziennikarstwo plemienne jako część szerszego zjawiska, które opisuje mianem komunikacji plemiennych. Chodzi bowiem nie tylko o plemiennosc mediów, ale także plemiennosc odbiorców. Jednakże skupiając się na mediach i na polaryzacji mediów należy za Ł. Szurmińskim wymienić czynniki, które sprzyjają dziennikarstwu plemiennemu. Są to m.in.¹²⁰:

- brak solidarności zawodowej w sprawach ważnych dla grupy zawodowej;
- łamanie zasad dostępu do informacji i przyzwolenie na to ze strony części mediów;
- konferencje prasowe, na których nie można zadawać pytań – kiedyś wywołałoby to oburzenie całego środowiska – dziś jest na to przyzwolenie;
- niedookreślony status zawodowy dziennikarzy i brak osłony socjalnej – w efekcie za dziennikarzy uchodzą ludzie nie mający o tej pracy i jej zasadach najmniejszego pojęcia¹²¹.

W korespondencyjnym wywiadzie przeprowadzonym na potrzeby niniejszej pracy, Ł. Szurmiński zwraca uwagę na kwestię osi podziału, wzdłuż której rozwija się zjawisko polaryzacji i plemiennosci mediów w Polsce. W niniejszej dysertacji pojawiała się już sugestia podziału na linii partyjnej PiS – PO. Według Ł. Szurmińskiego taki podział wymaga doprecyzowania albo raczej rozszerzenia:

„Polska solidarna kontra Polska liberalna – to pojęcia, które stawiane sobie naprzeciw stanowiły oś wielu kampanii wyborczych w Polsce, przynajmniej do 2005 roku. Ten podział wpisuje się również w podział PiS - PO, bo to na użytek rywalizacji pomiędzy tymi partiami został ten podział wymyślony”¹²².

¹¹⁹ Ibidem.

¹²⁰ Źródło własne. Wywiad korespondencyjny z Łukaszem Szurmińskim..., op. cit.

¹²¹ Ibidem.

¹²² Ibidem.

Klarowny wydaje się także rozłam pro-Unia Europejska kontra anty-Unia Europejska idący wbrew klasycznym podziałom politycznym w Polsce. Autor dodaje, że:

„przeciw Unii Europejskiej bywa skrajna lewica i skrajna prawica. Prawicowe i lewicowe partie bliżej środka podkreślają, przynajmniej w sferze werbalnej, przywiązanie do Unii Europejskiej”¹²³.

Najciekawszy podział rysuje się jednak w kontekście mediów. Tutaj ponownie należy wrócić do kluczowych dat dla ujawniania się dystansu ideologicznego w mediach w Polsce. Badacze, za przełomowe traktują wydarzenia z 2010 oraz 2015 roku: katastrofa Smoleńska i wybory parlamentarne. Pojawienie się na rynku nowych mediów – związanych głównie ze środowiskiem konserwatywnym uwypukliło podziały istniejące w dziennikarskiej branży. Od tego momentu w mediach rozpoczyna się nieodwracalna zmiana. Zmiana, która dotyczy tak mediów publicznych, jak i prywatnych. Dziennikarze rozpoczynają w sposób głośny i otwarty mówić o swoich politycznych sympatiach, głosić własne polityczne poglądy, a media tradycyjne i społecznościowe stają się miejscem wzajemnych ataków. Media przestają być obiektywne i wolne. Stają się elementem podziału ideologicznego, co dostrzegają również ich odbiorcy¹²⁴. Z badań CBOS opublikowanych w 2019 roku wynika, że aż 38 proc. pytanych uważa telewizję publiczną za niewiarygodną i nie zasługującą na zaufanie. Dodatkowo 29 proc. respondentów wskazuje na brak wiarygodności ze strony TVN i TVN24, a 19 proc. badanych odbiera tak Polsat i Polsat News¹²⁵. W badaniu CBOS 66 proc. respondentów uznało, że programy informacyjne i publicystyczne telewizji publicznej mają nastawienie prorządowe, zaś 54 proc. ankietowanych uznało, że programy telewizji TVN i TVN24 sprzyjają opozycji. Za najbardziej obiektywne wciąż uważane są programy telewizji Polsat i Polsat News¹²⁶.

Z badań przeprowadzonych w ramach międzynarodowego projektu badawczego „Zmiana w dziennikarstwie. Kultura dziennikarska w Polsce, Rosji i Szwecji w latach 2011–2014” wynika również, że w Polsce dziennikarze podkreślają istnienie nacisków politycznych, ale zwracają także uwagę na fakt, że większe ograniczenia wynikają

¹²³ Ibidem.

¹²⁴ Polacy o wiarygodności informacji TVP, TVN i Polsat. Najbardziej krytycznie oceniona telewizja publiczna. *BADANIE*. 27.05.2019, <https://wiadomosci.dziennik.pl/media/artykuly/598820,typ-tvn-polsat-wiarygodnosc-informacje-media-cbos-bezstronnosc.html>, [dostęp: 25.06.2020].

¹²⁵ M. Omyła- Rudzka, M. Feliksiak (oprac.), *Wiarygodność mediów*, Komunikat z badań CBOS nr 70 /2019, s.5. https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_070_19.PDF, [dostęp: 25.06.2020].

¹²⁶ Ibidem, s.8.

z komercjalizacji¹²⁷. W 2012 roku zapytano polskich dziennikarzy o ich poglądy polityczne. 31 proc. ankietowanych odpowiedziało, że bliskie są im poglądy lewicowe lub zbliżone do lewicowych, 24 proc. swoje poglądy oceniło jako centrowe, a 26 proc. jako prawicowe lub zbliżone do prawicowych. 19 proc. ankietowanych nie wie lub nie deklaruje swoich poglądów politycznych¹²⁸.

Zjawiska stronniczości i plemienności medialnej w okresie kampanii wyborczej mają znaczenie szczególne, w tym kontekście, że to media są odpowiedzialne za prezentowanie stanowisk politycznych. Warto zauważyć, że to, co widzimy, czego słuchamy i co czytamy jest tylko niewielkim wycinkiem rzeczywistości. Media o większości wydarzeń kampanijnych nawet nie wspominają. Żaden tytuł ani żadna audycja – nawet najbardziej wnikliwa – nie będzie w stanie przedstawić całościowej relacji z działań kampanijnych prowadzonych przez wszystkich kandydatów startujących w wyborach. A jak sugeruje R. Klepka, wyborcy podejmują decyzje w lokalu wyborczym, w trudnym do empirycznego oszacowania stopniu, pod wpływem płynących do nich informacji z mediów¹²⁹. Jednakże odczytywanie informacji z mediów staje się coraz trudniejsze. A wynika to z przyjętych narracji medialnych, które wzajemnie się wykluczają. Pisze o tym także R. Wietoszek, który wskazuje na coraz większą liczbę tzw. mediów tożsamościowych. Media te odchodzą od tradycyjnych sposobów funkcjonowania. Przestają być strażnikami wartości, a stają się mediami zaangażowanymi. To prowadzi do radykalizacji oraz ideologizacji przekazu. I w konsekwencji do podziałów¹³⁰.

Mając świadomość podziałów wewnątrz środowiska dziennikarskiego i preferencji politycznych wyborców możemy – za Ł. Szurmińskim – dowodzić istnienia plemion dziennikarskich. W niniejszej dysertacji stawiana jest teza, że plemiona te ideologicznie grupują się wokół dwóch głównych programów informacyjnych: „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN. Oba plemiona (twórcy, odbiorcy, ale

¹²⁷ G. Nygren, *Media development and Professional autonomy* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Studies in Communication and Politics vol. 3, (eds.) G. Nygren, B. Dobek – Ostrowska, Frankfurt am Main 2015, s. 152.

¹²⁸ B. Dobek – Ostrowska, *Journalism and politics* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Studies in Communication and Politics vol. 3, (eds.) G. Nygren, B. Dobek – Ostrowska, Frankfurt am Main 2015, s. 181.

¹²⁹ R. Klepka, *Medialna walka...* op. cit., s.42.

http://libron.pl/katalog/czytaj/id/293?fbclid=IwAR3sAG7ubSvxdjTw_K1NFsCkILA0DRRpc25MX-QP6aWyUQkf_Ye0FGUa_Wg, [dostęp: 01.10.2018].

¹³⁰R. Wietoszek, *Ideologiczne narracje tożsamościowe w mediach – wymiar informacyjny i konsekwencje ekonomiczne*, Media Biznes Kultura, numer 1(4) 2018, s.54. <http://www.ejournals.eu/MBK/2018/4-2018/art/12157/>, [dostęp: 25.06.2020].

i sprzyjające im inne media z rynku) zapewniają o swojej rzetelności, bezstronności oraz skupiają się na krytyce swoich medialnych przeciwników. Obie te grupy dzieli coraz większy dystans w każdym aspekcie. Na podstawie obserwacji (zaangażowania politycznego, organizacji eventów, powoływania się na tytuły prasowe) i częściowej analizy badanych programów dostrzegamy, że Telewizja Polska chętnie sięga po komentarze dziennikarzy mediów uznawanych za prawicowe lub konserwatywne. Są to media m.in. należące do grupy Fratria, w tym tygodnik „Sieci”, telewizja wPolsce.pl, portal wPolityce.pl. Kojarzona z dziennikarzami o poglądach konserwatywnych Telewizja Republika, „Gazeta Polska”, „Gazeta Polska Codziennie”, portal niezalezna.pl, „Do Rzeczy” czy „Gość Niedzielny” Z kolei w programach informacyjnych stacji TVN częściej zobaczymy związek stacji z mediami określanymi mianem centrowych i lewicowych lub liberalnych. Są to m.in. tytuły związane z Grupą Agora, czyli: „Gazeta Wyborcza”, „Duży Format”, portal gazeta.pl, radio TOK FM, a także portal oko.press, tygodnik „Newsweek”, tygodnik „Polityka”, portal Onet.pl, „Krytyka Polityczna” czy „Tygodnik Powszechny”¹³¹.

Środowisko dziennikarzy coraz rzadziej ukrywa swoje poglądy czy sympatie polityczne i zaczyna o nich głośno mówić. Dziennikarze są ze sobą skłóceni. Pojawia się między nimi wzajemna niechęć czy wręcz nienawiść¹³². Różnią ich wartości i sposób postrzegania swojej misji i zawodu. Głośnym echem odbił się brak akceptacji przez „Gazetę Wyborczą” i P. Pacewicza dla przyznania tytułu Dziennikarza Roku Bogdanowi Rymanowskiemu w 2008 roku. Zgodnie z regulaminem konkursu wyróżnienie przyznawane jest za „profesjonalizm, promowanie światowych standardów pracy w mediach i przestrzeganie etycznych kanonów zawodu”. Tymczasem P. Pacewicz w felietonie z 18 grudnia 2008 roku pt. *Niedziennikarz Roku* napisał:

„Nagradzajmy dziennikarzy, a nie arbitrów elegancji podczas kłótni w maglu (...) Cóż to za dziennikarstwo? Co takiego ważnego Bogdan Rymanowski ma do przekazania Polakom? Na czym się zna? Jakich wartości broni? Co ujawnia, czego byśmy nie wiedzieli?”¹³³

¹³¹ Dobór ten powstał na podstawie takich czynników jak: powoływanie się „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN na konkretne media, wypowiedzi przedstawicieli danych mediów w wymienionych programach informacyjnych oraz na podstawie przetarasowań personalnych w danych mediach, które mogą świadczyć o kierunku światopoglądowym.

¹³² K. Pokorna- Ignatowicz red., *Wybory parlamentarne 2007. Media w kampanii wyborczej*, Kraków 2008, s. 127-145.

¹³³ P. Pacewicz, *Niedziennikarz Roku*, 18.12.2008, https://wyborcza.pl/1,75248,6079642,Niedziennikarz_roku.html, [dostęp: 17.09.2018].

Na te zarzuty sarkastycznie odpowiedział ówczesny szef TVN24, A. Pieczyński:

„Możesz krytykować Rymanowskiego, wydziwiać, że Lis zaprasza tych, a nie innych gości. Może Durczok, Pochanke, Olejnik to po prostu pseudodziennikarze? Tak jak Rymanowski. Tylko sadzają tych gości i rozmawiają z nimi. Niczego nie tłumaczą, nie są tak dociekliwi, jak „Gazeta”, tak mądrzy jak „Gazeta”, nie są tak profesjonalni, jak „Gazeta”¹³⁴.

Podziały w środowisku i zmiany w branży dostrzegają sami dziennikarze.

A. Skworz, założyciel dwumiesięcznika „Press” tak ocenił konflikt z 2008 roku:

„Podzielenie dziennikarzy to jeden z nielicznych sukcesów polskich polityków w ostatnich latach. Szkoda, że Piotr Pacewicz postanowił iść w ich ślady¹³⁵”.

Ta polemika ujawniła, poza podziałem w mediach, kryzys jakości mediów, które w pogoni za lepszymi wynikami oglądalności i wpływami reklamowymi zapominają o rzetelnej i odpowiedzialnej informacji. Zdaniem E. Wanat istotną różnicą pomiędzy dziennikarstwem sprzed 20 lat a obecnym, jest kwestia podejścia do misji zawodu:

„Aktualnie ten zawód coraz mniej wiąże się ze wspomnianą misją, coraz rzadziej wymaga dużej, fachowej wiedzy, czy szczególnych zdolności intelektualnych. Myślę, że coraz mniejszy nacisk będzie kładziony na gatunki niezwykle pracochłonne, trudne - jak reportaż, czy poważna publicystyka – na rzecz form lżejszych i łatwiejszych w przygotowaniu (...). Dziennikarstwo w formie znanej sprzed kilkunastu lat także umiera i już chyba nawet nie ma czego ratować. Większość mediów będzie się coraz bardziej tabloidyżować i te media będą potrzebowały nie dziennikarzy z prawdziwego zdarzenia, ale *media workerów*”¹³⁶.

Nie ma wątpliwości, że z największymi wzajemnymi atakami w środowisku dziennikarskim mamy do czynienia po 2015 roku. Z każdym rokiem i w czasie każdej kolejnej kampanii wyborczej te animozje narastają. W 2018 roku po jednym z materiałów w „Wiadomościach” TVP, w którym padały mocne oskarżenia pod adresem R. Trzaskowskiego (ówczesnego kandydata Koalicji Obywatelskiej na prezydenta Warszawy), D. Wielowieyska – dziennikarka „Gazety Wyborczej” i Radia TOK FM napisała na swoim *Twitterze*:

¹³⁴ *Konflikt o Dziennikarza Roku; odwołany program w TVN24*, 18.12.2008, <https://wiadomosci.wp.pl/konflikt-o-dziennikarza-roku-odwolany-program-w-tvn24-6036932070421633a>, [dostęp: 17.09.2018].

¹³⁵ *Apel Dziennikarzy Roku o szacunek dla nagrodzenia Rymanowskiego*, 22.12.2008, <https://www.press.pl/tresc/15711,apel-dziennikarzy-roku-o-szacunek-dla-nagrodzenia-rymanowskiego>, [dostęp: 17.09.2018].

¹³⁶ E. Wanat w wywiadzie dla wirtualne media.pl, *Dziennikarstwo – umierający zawód*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/dziennikarstwo-umierajacy-zawod>, [dostęp: 17.09.2018].

„Tacy ludzie na pewno nie zasługują na miano dziennikarzy. Nie zasługują także na to, aby podawać im rękę. Bagno!”¹³⁷.

D. Wielowieyskiej odpowiedzieli dziennikarze „wPolityce.pl”, którzy zapytali retorycznie w tytule artykułu: „Ona chce wyznaczać standardy?”¹³⁸. Głośno o podziałach w mediach zrobiło się ponownie po tym, jak „Wiadomości” TVP wyemitowały materiały krytykujące stację TVN i program informacyjny „Fakty”. Materiały miały stanowić odpowiedź na krytykę J. Kaczyńskiego¹³⁹ ze strony komercyjnego nadawcy¹⁴⁰. Autorzy „Wiadomości” TVP jeden z materiałów opatrzyli belką o treści: „TVN – FABRYKA FAKE NEWSÓW?”. A w zapowiedzi D. Holeckiej widzowie usłyszeli:

„Manipulacje, półprawdy i zwykle tzw. *fake newsy* na antenie stacji TVN to zdaniem komentatorów potwierdzenie, że ta prywatna stacja telewizyjna w Polsce faktycznie jest częścią opozycji”¹⁴¹.

W obronę stacji TVN zaangażowała się m.in. redakcja „Gazety Wyborczej”:

„Tendycyjne materiały telewizji publicznej to kolejna próba uderzenia w wolność słowa, jedną z ostatnich wartości demokratycznych, które zostały się pod rządami PiS. Dziś atakują TVN, jutro uderzą w inne niezależne media”¹⁴².

Szybka odpowiedź przyszła ponownie z portalu „wPolityce.pl”:

„Ordynarna agitacja polityczna pod płaszczykiem wzniosłych idei to prawdziwa specjalność propagandzistów z Gazety Wyborczej (...) Pozorny gest solidarności jest w rzeczywistości kolejnym atakiem na PiS”¹⁴³.

¹³⁷ *Ona chce wyznaczać standardy? Wielowieyska krytykuje dziennikarzy TVP*: „Nie zasługują na to, aby podawać im rękę. Mocna odpowiedź internautów, 09.10.2018, <https://wpolityce.pl/polityka/415829-wielowieyska-krytykuje-dziennikarzy-tvp>, [dostęp: 25.06.2020].

¹³⁸ Ibidem.

¹³⁹ Należy tutaj dodać, że rocznica katastrofy smoleńskiej 10.04.2020 wypadła w roku w którym Polska zmagala się z pandemią koronawirusa. Bardzo groźny wirus COVID-19 stał się przyczyną zamknięcia żłobków, przedszkoli, szkół. Decyzją rządu wyłączone z użytkowania były także cmentarze. Obowiązywał zakaz zgromadzeń publicznych. J. Kaczyński z grupą polityków Prawa i Sprawiedliwości złożył wieniec pod pomnikiem w centrum Warszawy. Politycy nie zachowali odpowiednich odległości od siebie ani nie mieli obowiązkowych środków ochrony osobistej. Do tego J. Kaczyński odwiedził – wbrew powszechnym informacjom o zamknięciu cmentarza z powodu pandemii – groby swoich bliskich na cmentarzach, na które wstępu nie mieli inni bliscy ofiar katastrofy smoleńskiej. Za: <https://natemat.pl/305381-obchody-rocznicy-katastrofy-smolenskiej-kaczynski-ignoruje-obostrzenia> [dostęp: 25.06.2020] oraz <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2020-06-04/kaczynski-wchodzil-na-cmentarz-gdy-ja-nie-moglam-teraz-smie-mnie-wyzywac/> [dostęp: 25.06.2020].

¹⁴⁰ *Towarzystwo Dziennikarskie: w „Wiadomościach” odrażająca nagonka na TVN. Monika Olejnik: TVN znów przeszkadza tv rządowej*, 17.04.2020, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/wiadomosci-atakuj-fakty-monika-olejnik-tvn-znow-przeszkadza-tv-rzadowej>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁴¹ „Fakty” odpowiadają na krytykę w „Wiadomościach”: w przeciwieństwie do tv państwowej jesteśmy niezależni, 18.04.2020, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/fakty-odpowiadaja-na-krytyke-w-wiadomosciach-w-przeciwienstwie-do-tv-panstwowej-jestesmy-niezalezni>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁴² „Wyborcza” pisze historyczny list w „obronie” dziennikarzy TVN: *Tendycyjne materiały to TVP to próba uderzenia w wolność słowa*, 16.04.2020, <https://wpolityce.pl/polityka/496037-wyborcza-pisze-historyczny-list-w-obronie-tvn>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁴³ Ibidem.

W dniu 17 kwietnia 2020 roku G. Kajdanowicz w głównym wydaniu „Faktów” TVN odczytał oświadczenie stacji dotyczące ataków ze strony TVP. W jednym z fragmentów widzowie usłyszeli:

„Rozumiemy, że nikt nie lubi być krytykowany, ale my nie byliśmy i nie jesteśmy po to, żeby być lubianymi przez polityków czy prezesów partii. W przeciwieństwie do telewizji państwowej jesteśmy niezależni, w tym także finansowo (...) Rolą dziennikarza jest uczciwa praca na rzecz widzów, a nie partii politycznej. To szczególnie ważne teraz, w tak trudnym czasie, kiedy wszyscy Polacy potrzebują rzetelnej informacji”¹⁴⁴.

Zdaniem J. W. Adamowskiego dziennikarze są uczestnikami „wojny polsko-polskiej”, „w której (...) niestety – są stronami, mocno okopanymi na swoich pozycjach”¹⁴⁵. Ważne będzie to czy media mają kapitał polski czy zagraniczny, istotne będą kwestie etyczne, przynależność, a także dziennikarska jakość i profesjonalizm (lub jego brak). Dokładnie pokazuje to sytuacja z 2012 roku, kiedy w Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich środowisko uznawane za liberalne przegrało wybory w organizacji i straciło możliwość przewodzenia SDP. Postanowiło wówczas stworzyć własną organizację pod nazwą Towarzystwo Dziennikarskie. Wśród założycieli Towarzystwa są: S. Blumsztajn, J. Żakowski, K. Bobiński, W. Maziarski¹⁴⁶.

Polscy dziennikarze od dziesiątków lat mają także własne kodeksy etyczne. Jednakże kodeksy etyczne nie mogą pokonać istotnych różnic interesów i perspektyw między różnymi uczestnikami procesu komunikowania oraz między systemami politycznymi na świecie¹⁴⁷. Niestety jest to zdecydowanie utrudnione w świecie tak silnej polaryzacji, gdzie nawet etyka wydaje się mieć kilka odsłon i interpretacji. Podejście do etyki zawodu polaryzuje dziennikarskie środowisko. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich od lat nie uznaje działalności Rady Etyki Mediów i wyraźnie się od niej odcina. Nieuznanie działalności Rady zostało wyraźnie sprecyzowane w oświadczeniu Zarządu Głównego SDP, w którym nazwa „Rada Etyki Mediów” została wzięta w cudzysłów¹⁴⁸.

¹⁴⁴ „Fakty” odpowiadają na krytykę w „Wiadomościach”: w przeciwieństwie do tv państwowej jesteśmy niezależni, 18.04.2020, <https://www.wirtualnemedia.pl/artikel/fakty-odpowiadaja-na-krytyke-w-wiadomosciach-w-przeciwienstwie-do-tv-panstwowej-jestesmy-niezalezni>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁴⁵ J. W. Adamowski, *O głównych bolączkach zawodu dziennikarza, czyli lekarzu lecz się sam!* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław, 2016, s. 17.

¹⁴⁶ K. Dzieciołowski, *Is there a Chance...*, op. cit., s. 34-35.

¹⁴⁷ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2005, s. 181-183.

¹⁴⁸ *Oświadczenie ZG SDP w sprawie „Rady Etyki Mediów”*, <https://cmwp.sdp.pl/oswiadczenie-zg-sdp-w-sprawie-rady-etyki-mediow/>, [dostęp: 23.06.2020].

Obecna pozycja Rady Etyki Mediów jest także, pośrednio, dowodem politycznego rozdarcia środowiska dziennikarskiego. Rada jest tworem fasadowym, silnie marginalizowanym i pozbawionym jakiegokolwiek autorytetu. A przecież jest organizacją bardzo potrzebną. Szczególnie w kontekście pogłębiającego się zjawiska polaryzacji mediów, które to również przyczynia się do negatywnego społecznego odbioru działalności mediów i samych dziennikarzy¹⁴⁹.

2.1.3.3 Tworzenie wrogów

Dziennikarze w Polsce zwracają uwagę na fakt, że nie sama polaryzacja jest problemem a nieprzestrzeganie istotnych reguł. Po pierwsze należy zdjąć maskę „niezależności” i otwarcie opowiedzieć się po którejś ze stron. Druga kwestia to szacunek wobec politycznego oponenta i unikanie osobistych ataków¹⁵⁰. Zdaniem M. Kolanko:

„Brak szacunku dla przeciwników – co często widać np. na politycznym i dziennikarskim *Twitterze* – prowadzi do budowy zamkniętych medialnych „silosów”, gdzie każdy słyszy tylko „swoich”. Ale to nie efekt polaryzacji jako takiej, ale właśnie wspomnianego wyżej braku szacunku¹⁵¹”.

Brak szacunku w stosunku do oponentów politycznych idzie w parze z brakiem szacunku polityków do mediów. W trakcie kampanii samorządowej w 2018 roku na spotkaniu z mieszkańcami Bystrzycy Kłodzkiej premier M. Morawiecki wypowiedział się w następujący sposób:

„Uważajcie na tę propagandę, media strony przeciwnej to mniej więcej 80 proc. siły rażenia. Wszystkie większe portale internetowe, większe stacje radiowe, większe gazety, niektóre są bardziej neutralne, ale niektóre to pożałujcie Boże z ich neutralnością¹⁵²”.

Z kolei R. Trzaskowski kandydat Koalicji Obywatelskiej w wyborach samorządowych na prezydenta Warszawy, a w 2020 roku już jako kandydat na Prezydenta RP powiedział:

„Pieniądze, które idą dzisiaj na propagandę, na partyjną telewizję, powinny zostać przeznaczone właśnie na zdrowie (...) W miejsce obecnej telewizji powstanie nowa

¹⁴⁹ J. W. Adamowski, *O głównych bolączkach zawodu dziennikarza, czyli lekarzu lecz się sam*, [w:] K. Wolny- Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław, 2016, s. 16-19.

¹⁵⁰ M. Kolanko, *Polaryzacja w mediach – czy na pewno jest szkodliwa?*, <https://gazetakoncept.pl/artykuly/polaryzacja-w-mediach-czy-na-pewno-jest-szkodliwa,491,b.html>, [dostęp: 17.07.2018].

¹⁵¹ M. Kolanko, *Polaryzacja w mediach – czy na pewno jest szkodliwa?*, <https://gazetakoncept.pl/artykuly/polaryzacja-w-mediach-czy-na-pewno-jest-szkodliwa,491,b.html>, [dostęp: 17.07.2018].

¹⁵² M. Mieśnik, *Repolonizacja mediów jednak nie tak szybko. Sasin podał termin*, 22.07.2018, <https://wiadomosci.wp.pl/repolonizacja-mediow-jednak-nie-tak-szybko-sasin-podal-termin-6276113918605441a>, [dostęp: 09.11.2018].

telewizja publiczna. Bez TVP Info, bez „Wiadomości”, bez publicystyki politycznej, bez tego wszystkiego, co dzisiaj tak mocno zatruwa nasze życie publiczne (...) Spieszcie się państwo zadawać pytania z TVP Info, bo niewiele tygodni zostało”¹⁵³.

Kolejnym elementem wpływającym na jakość pracy redakcji są konflikty w środowisku oraz brak solidarności. Blisko dwadzieścia lat temu najostrzej uwidocznił się konflikt pokoleniowy i podział środowiska na młodych i starych dziennikarzy, a mówiąc inaczej na dziennikarzy rozpoczynających karierę zawodową jeszcze w czasach PRL oraz dziennikarzy, których kariery błyskawicznie rozwinęły się po 1989 roku. Jednym z dowodów potwierdzających rywalizację wewnątrzśrodowiskową dotyczącą wieku była dyskusja na łamach „Press” pomiędzy redaktorami B. Chrobotą a E. Misiak. Naczelny „Rzeczpospolitej” miał zwrócić uwagę, że Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich zraża do siebie młodych dziennikarzy i prezentuje osobistą niechęć wobec młodego pokolenia. Na te zarzuty odpowiedziała E. Misiak pisząc, że B. Chrobotę „usiłuje z właściwą młodym dziennikarzom elegancją udowodnić, że SDP to stare ramole”¹⁵⁴. Brak solidarności zawodowej i brak wspólnych akcji, gdy zagrożone są lub wręcz łamane prawa dziennikarzy i mediów stanowi problem polskiego dziennikarstwa. Najczęściej w najpoważniejszych sytuacjach, kiedy jedność środowiska jest najbardziej potrzebna, zawodzą ci znani i nagradzani¹⁵⁵. Problemy widoczne po 2010 roku, po wyborach parlamentarnych w 2015 roku znacznie się pogłębiły doprowadzając do rozwarstwienia społecznego i polaryzacji środowiska dziennikarskiego na dwie frakcje. Przykładem dziennikarza, który z jednej strony jest wybitny, z drugiej stroniczy jest T. Lis. Dziennikarz w grudniu 2015 roku dołączył do protestujących z Komitetu Obrony Demokracji (KOD)¹⁵⁶, zajmując bezsprzecznie stanowisko, którego żaden dziennikarz zajmować nie powinien. Jego słowa wypowiedziane podczas protestu:

„Nazywam się Lis – od wczoraj jestem hieną (...) mogą nam odbierać programy¹⁵⁷, mogą nam wyłączać mikrofony, ale nigdy nie zamkną nam ust (...). Najlepsze córki,

¹⁵³ B. Czuma, *Rafał Trzaskowski zapowiedział likwidację TVP Info. „chce zniszczyć dziennikarzy”*, 23.05.2020, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/rafal-trzaskowski-zapowiedzial-likwidacje-tvp-info-chce-zniszczyc-dziennikarzy>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁵⁴ K. Pokorna – Ignatowicz, *Problemy zawodowe dziennikarzy w Polsce u progu nowego wieku na podstawie analizy branżowego miesięcznika „Press”*, *Studia Medioznawcze*, nr. 3 (4) 2001, s. 32.

¹⁵⁵ *Ibidem*, s. 32-33.

¹⁵⁶ Komitet Obrony Demokracji – polski ruch społeczny i stowarzyszenie założone 2 grudnia 2015 w odpowiedzi na politykę obozu rządowego Prawa i Sprawiedliwości, zob: *Ruch Obrony Demokracji*, <https://ruchkod.pl/o-kod-zie/>, [dostęp: 10.02.2019].

¹⁵⁷ to nawiązanie do decyzji TVP z listopada 2015 o nie przedłużeniu umowy z Tomaszem Lisem na nadawanie programu *Tomasz Lis na żywo* Za: *Tomasz Lis na żywo*, [wikipedia.pl https://pl.wikipedia.org/wiki/Tomasz_Lis_na_%C5%BCywo](https://pl.wikipedia.org/wiki/Tomasz_Lis_na_%C5%BCywo), [dostęp: 10.02.2019].

najwspanialszy synowie tego narodu walczyli, żebyśmy mieli wolność, demokrację, wolność słowa, więc pytam Was teraz czy pozwolimy to sobie odebrać? [głośne „nie” z tłumy] tylko dlatego, że taki jest kaprys jednego faceta? [prezesa Kaczyńskiego – przyp. autor]. Nie. Nigdy.”¹⁵⁸

Samo przemówienie być może nie wywołałoby burzy w dziennikarskim środowisku, gdyby nie fakt, że zostało wypowiedziane podczas manifestacji Komitetu Obrony Demokracji – organizacji na której zgromadzeniach pojawiali się politycy opozycji, głównie takich partii jak: Nowoczesna, PSL, PO oraz partii lewicowych. We wcześniejszych marszach KOD-u poza T. Lisem brali udział także inni dziennikarze, m.in. „Gazety Wyborczej”, „Polityki” i „Newsweeka”. Z kolei podczas Marszu Wolności i Solidarności związanego z politykami Prawa i Sprawiedliwości przemawiał T. Sakiewicz z „Gazety Polskiej”. M. Majewski, dziennikarz z dwudziestoletnim stażem, niegdyś pracownik „Rzeczpospolitej”, a później założyciel portalu Kulisy24.com uważa branie udziału przez dziennikarzy w politycznych demonstracjach, niezależnie po której stronie, za upadek.

„Dziennikarz nie bierze udziału w politycznych demonstracjach. Tego uczono w starej „Rzeczpospolitej” (...) Jestem fundamentalistą. Uważam, że dziennikarze nie biorą udziału w politycznych demonstracjach. Chyba, że w roli ‘opisywaczy’.”¹⁵⁹

Trudno się nie zgodzić z M. Majewskim, że te wydarzenia były jednymi z istotniejszych w kontekście podziału środowiska dziennikarskiego i unaocznienia braku solidarności tej branży.

O jakości dziennikarstwa zdecydowanie świadczy także język. Chodzi tu o język jakim posługują się dziennikarze, ale także o język polityków, ekspertów, reprezentantów społeczeństwa. Język, na który media pozwalają w materiałach reporterskich. Język newsów bardzo się zmienił. Charakterystyczna stała daleko idąca etykietyzacja. Prezentacji wypowiedzi towarzyszy automatyczna ocena: określone nazwanie polityka, partii, działania czy jego cechy. W newsach z 2016 i 2017 roku terminy charakterystyczne dla retoryki PiS, takie jak ‘dobra zmiana’, ‘opozycja totalna’ czy ‘nadmierzająca kasta’ weszły do języka relacjonowania polityki w mediach. Szczególnie treści te można było odnaleźć w „Wiadomościach” TVP¹⁶⁰. R. Klepka zwraca uwagę na pewne tendencje

¹⁵⁸ Tomasz Lis na manifestacji KOD, 19.12.2015, <https://www.cda.pl/video/536132e7>, [dostęp: 10.02.2019].

¹⁵⁹ „GW”, „Polityka” i Lis na marszu KOD, Sakiewicz przemawiał na marszu dla rządu PiS. „To obciach i upadek”, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/gw-polityka-i-lis-na-marszu-kod-sakiewicz-przemawial-na-marszu-dla-rzadu-pis-to-obciach-i-upadek>, [dostęp: 10.02.2019].

¹⁶⁰ H. Batorowska, O. Wasuta, R. Klepka, *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, Kraków 2019, s. 358.

w zakresie sposobu prezentowania zagadnień politycznych we współczesnych mediach. Od dziennikarstwa faktu, przez dziennikarstwo interpretacji obecnie dotarliśmy do dziennikarstwa narracji. Narracje konstruują zbiorowe wyobrażenia, tłumaczą historię, wypełniają lukę wiedzy, budują mity, stają się treścią polityki w dobie nieorientowanego wyborcy, ale także pozwalają się odróżnić, prowadząc do polaryzacji. Spotykane coraz częściej w telewizyjnych programach informacyjnych narracje mają za zadanie ułatwić przekaz pozwalając widzom na odbieranie rzeczywistości politycznej w sposób uproszczony. Odbiorca mediów ma poczucie, że wszystkie elementy rzeczywistości tworzą spójną całość i do siebie pasują¹⁶¹. Jak wynika z analiz prowadzonych przez R. Klepkę, spośród polskich programów informacyjnych dwa mające największą widownię, „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN przedstawiają informacje o polskiej polityce budując wobec siebie konkurencyjne narracje. To sprawia, że w złośliwych żartach TVP bywa określana po 2015 roku przez połączenie skrótów TVP i PiS, jako TVPiS, z uwagi zaś na względną zyczliwość telewizji TVN dla PO, na czele której stał niegdyś D. Tusk, nazwa stacji została w wypowiedzi jednego z posłów określona jako Tusk Vision Network. Wieczorne wydania programów informacyjnych TVP i TVN, skrajnie odmiennie manipulując i dobierając odpowiednio fakty, tworzyły konkurencyjne narracje na temat tych samych wydarzeń¹⁶². Zjawisko, o którym wspomina badacz ilustruje Rysunek 2.2.

Rysunek 2.2 TVP kontra TVN



Źródło: Hubert Es, *[Analiza] Konflikt TVP vs. TVN. Kto jest politycznym pistoletem, a kto zachował resztki etyki i godności dziennikarskiej?*, <https://medium.com/@hubert.es/analiza-konflikt-tvp-vs-dc13f3f5eb5a> [dostęp 03.10.2020].

¹⁶¹ Ibidem, s. 381-382.

¹⁶² Ibidem, s. 382.

2.1.3.4 Akty agresji

Dziennikarstwo telewizyjne tym charakteryzuje się w odróżnieniu do innych mediów, że pracuje z ruchomym obrazem. Obraz bywa często mocniejszy w swoim przekazie niż słowo. Nie zagłębiając się jednak w tajniki montażu telewizyjnego, należy zwrócić uwagę, że w mediach wypełnionych językiem krytyki, dezaprobaty czy nawet agresji obraz stanowi spójny przekaz. Dlatego tak ważna jest świadomość, że telewizja dostarcza widzowi akty agresji nie tylko w formie słownej, ale również w formie wizualnej.

Autorka dysertacji zwraca uwagę na występowanie najczęściej zjawisk krytyki, dyskredytacji oraz w znacznie mniejszym stopniu agresji. Zgodnie z definicjami pochodzącymi ze Słownika Języka Polskiego PWN autorka rozumie „dyskredytowanie” jako kompromitowanie i podważanie wiarygodności autorytetu¹⁶³, „krytykę” jako negatywną ocenę i wytykanie błędów¹⁶⁴, z kolei „agresję słowną” i „werbalną” definiuje jako zjawisko najbardziej negatywne w tym zestawieniu, które przejawia się: napastliwym tonem wypowiedzi, krzykiem, posługiwaniem się wyrażeniami negatywnymi, obelżywymi i wulgarnymi. Taka forma agresji wiąże się z poniżeniem odbiorcy. W stosunku do przeciwnika używane są przezwiska, wyzwiska, groźby, czy obraźliwe gesty¹⁶⁵. Poniżenie odbiorcy jest cechą wspólną agresji słownej i agresji fizycznej. Bicie, przemoc, popychanie, fizyczne atakowanie jest poniżeniem. Agresja fizyczna w dorosłym życiu objawia się poza biciem pięściami także napaściami, wymuszeniami, ranami zadawanymi rękami, pałkami, nożem, przypalanie papierosem czy kradzieżami¹⁶⁶.

Obok wspomnianych agresji: słownej i fizycznej, należy zaznaczyć obecność agresji wizualnej, której zadaniem jest wzmocnienie przekazu słownego dziennikarza. W materiałach informacyjnych są to pojawiające się napisy w trakcie zapowiedzi prezenterkiej na tak zwanych „belkach” czy też grafikach oraz infografikach pojawiających się w materiale reporterskim. Agresja wizualna najczęściej będzie charakteryzowana poprzez definicję agresji słownej, gdyż zwykle jest to po prostu

¹⁶³ *Dyskredytować - definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slovniki/dyskredytowa%C4%87.html>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁶⁴ *Krytykować – definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/krytykowa%C4%87.html>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁶⁵ K. Książkiewicz, *Agresja – definicja, zjawiska, rodzaje*, <http://katarzynaksiakiewicz.pl/agresja-definicja-zjawiska-rodzaje/>, [dostęp: 25.06.2020].

¹⁶⁶ *Ibidem*.

napisane słowo, które odbiorca widzi i słyszy jednocześnie. A jak zauważa T. Goban-Klas „obrazy agresji tworzą kulturę agresji”¹⁶⁷.

Ciekawy raport odnoszący się do jakości języka wzmacniającego zjawisko polaryzacji mediów i społeczeństwa dotyczy tak zwanych „belek” czy „pasków” umieszczanych w dole ekranu przede wszystkim w stacjach informacyjnych. Badań nad ich treściami dokonał R. Zaborowski z londyńskiego King’s College. R. Zaborowski wraz z zespołem badawczym z London School of Economics analizował ponad 8 tysięcy pasków, zarówno w publicznej TVP Info jak i prywatnej stacji TVN24. R. Zaborowski do badań wybrał dzień 11 listopada 2017 roku¹⁶⁸. W badaniu ujawniono wyraźne różnice w temacie, tonie i treści pomiędzy kanałem TVP Info, a TVN24. Znalazło to odzwierciedlenie w ideologicznym nachyleniu pasków. Marsz Niepodległości podzielił nie tylko Polaków, ale też media. Widzowie TVP Info oglądali wyłącznie sprawozdania z „wielkiego marszu patriotów”, podczas gdy widzowie TVN24 byli świadkami marszu „nacjonalistycznego” lub nawet „faszystowskiego”. To pokazało, że w przestrzeni medialnej mamy dwie Polski, w których poprzez silnie stronniczy dyskurs medialny praktycznie brak miejsca na dialog¹⁶⁹.

Zjawisko podziału pogłębia także język mówiony. W 2017 roku na język używany w mediach zareagowała Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN. Rada wezwała dziennikarzy, ale także osoby wypowiadające się w mediach – w szczególności polityków – do zaprzestania używania w debacie publicznej języka wulgarnego i agresywnego. Rada w wydanym oświadczeniu sprzeciwiła się brutalizacji języka w wystąpieniach publicznych posłów, wysokich urzędników państwowych, przywódców partii politycznych, dziennikarzy i publicystów. Instytucja zwróciła także uwagę na nadużycia językowe, polegające na celowej zmianie znaczenia, deprecjonowaniu lub nacechowaniu emocjonalnym terminów i pojęć do tej pory neutralnych. Działanie takie prowadzi do naruszenia zasad etyki, ale także do wzmagania się sporów społecznych, a mówiąc też wprost do manipulowania faktami. Jak czytamy w oświadczeniu:

¹⁶⁷ T. Goban-Klas, *Współczesnych mediów obraz przemocy i jego konsekwencje*, s.8, http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/wspczesnych_mediw_obraz_przemocy.pdf, [dostęp: 26.06.2020].

¹⁶⁸ R. Zaborowski, „*Tickers of terror*” – the crisis of Polish media as told by news crawls, 8 listopada 2018, <https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/tickers-of-terror-crisis-of-polish-media-as-told-by-news-crawls>, [dostęp: 13.02.2019].

¹⁶⁹ Ibidem.

„Wszelkie nieporozumienia zaczynają się od słów, bowiem już od dawna wiadomo, że to słowa kształtują rzeczywistość, przedstawiając ją w określony sposób”¹⁷⁰.

Przykładowo w 2017 roku w programie „Krzywe Zwierciadło” emitowanym w Superstacji prowadzący J. Wątyły zapytał T. Jastruna:

„Co pan myśli o tych brudnych, śmierdzących gnidach, które nazywają się dziennikarzami, a firmują ten rynsztok w telewizji publicznej?”

T. Jastrun zaznaczył, że nie myśli o tych dziennikarzach z gniewem, tylko ze współczuciem, na co J. Wątyły dodał:

„Ale część z tych gnid twierdzi, że mają swoje pięć minut w tej chwili. Nie chciałbym, i pewnie państwo też by nie chcieli, przeżywać pięciu minut, podczas których pijecie albo jecie odchody, co dzieje się wśród prawie wszystkich tzw. dziennikarzy telewizji publicznej”¹⁷¹.

TVP wydała oświadczenie, w którym zwróciła uwagę, że osoby używające takiego języka nie powinny funkcjonować w przestrzeni publicznej. Zareagował także zarząd SDP, który skierował apel do właściciela stacji Z. Solorza-Żaka o wyciągnięcie daleko idących konsekwencji. Z kolei P. Lisicki z tygodnika „Do Rzeczy” zaznaczył, że posługiwanie się mową nienawiści, zwłaszcza wśród dziennikarzy występujących w telewizjach o dosyć dużym zasięgu, jest skandaliczne i niedopuszczalne¹⁷².

Warto zaznaczyć, że Rada Języka Polskiego na skandaliczny język pojawiający się w mediach zwracała uwagę już w 2012 roku. Krytyka odnosiła się wtedy do polityków, którzy nakręcają spiralę słownej brutalności. Według profesora J. Bralczyka problem ten dotyczy nie tylko polityków:

„Ci, którzy uskarżają się na agresywność mowy polityków wcale nie posługują się mową bardziej elegancką (...) Protestując przeciwko brutalności języka politycznego, sami używają bardzo ostrych sformułowań”.

¹⁷⁰ Rada Języka Polskiego apeluje do dziennikarzy i polityków: stop manipulacji i brutalizacji języka, 24.07.2017, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/rada-jezyka-polskiego-apeluje-do-dziennikarzy-i-politykow-stop-manipulacji-i-brutalizacji-jezyka>, [dostęp:15.02.2019].

¹⁷¹ „Taki język jest niedopuszczalny”. Publicyści o obrazaniu dziennikarzy TVP, 17.02.17, <https://www.tvp.info/29115677/taki-jezyk-jest-niedopuszczalny-publicysci-o-obrazaniu-dziennikarzy-tvp>, [dostęp:29.01.2019].

¹⁷² Ibidem.

Politycy już wtedy debatowali nad ograniczeniem tzw. „mowy nienawiści”. W listopadzie 2012 roku Platforma Obywatelska złożyła nawet projekt ustawy w tej sprawie; podobnie postąpił Sojusz Lewicy Demokratycznej, a także Ruch Palikota¹⁷³. Temat mowy nienawiści¹⁷⁴ powrócił w 2019 roku, po śmierci prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza¹⁷⁵. Podczas pogrzebu apelowano o skończenie z nienawiścią i takowym językiem, propagandą i oskarżaniem innych. „Nie będziemy dłużej obojętni na panoszącą się truciznę nienawiści na ulicach, w mediach, w Internecie, w szkołach, w parlamencie, a także w Kościele” – powiedział podczas uroczystości pogrzebowych dominikanin ojciec Leon Wiśniewski¹⁷⁶. Nawołanie do zaprzestania mowy agresywnej, zbrutalizowanej nie przyniosło spodziewanych efektów. W przestrzeni medialnej pojawiły się sformułowania, że to Telewizja Polska miała być odpowiedzialna za śmierć P. Adamowicza. Spekulacje te nawiązywały do materiałów „Wiadomości” TVP z samorządowej kampanii wyborczej, w których P. Adamowicz nie był przedstawiany w dobrym świetle, a raczej jak określono w portalu Onet.pl był czarnym bohaterem kilkunastu wydań „Wiadomości” TVP¹⁷⁷.

16 stycznia 2019 roku doszło do protestów przed siedzibą Telewizji Polskiej przy Placu Powstańców Warszawy¹⁷⁸. Demonstracja była odpowiedzią na wydanie „Wiadomości” z 14 stycznia, kiedy w dniu śmierci prezydenta P. Adamowicza, wyemitowano materiał o mowie nienawiści wśród polityków, przywołując cytaty jedynie strony opozycyjnej. Do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpłynęło także 28 skarg

¹⁷³ *Brutalny język polityki naszych czasów*, 07.12.2012, <https://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/740134,Brutalny-jezyk-polityki-naszycz-czasow>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁷⁴ „Mowa nienawiści” z definicji jest publicznym znieważaniem lub nawoływaniem do przemocy lub nienawiści przeciwko osobie bądź grupie osób z powodu koloru skóry, pochodzenia etnicznego lub narodowego, wyznania lub bezwyznaniowości, światopoglądu, orientacji seksualnej, tożsamości płciowej, płci, niepełnosprawności czy statusu społeczno-ekonomicznego za: <https://amnesty.org.pl/kampanie/nienawisc/>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁷⁵ Paweł Adamowicz zmarł 14 stycznia 2019 roku w szpitalu, po tym, jak dzień wcześniej podczas 27. finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy został brutalnie zaatakowany na scenie przez nożownika, który zadał mu kilka ciosów – godząc m.in. w serce. Chwilę później do mikrofonu przedstawił się i powiedział: „siedziałem niewinny w więzieniu! Platforma Obywatelska mnie torturowała, dlatego właśnie zginął Adamowicz” za: *Paweł Adamowicz. Prezydent Gdańska nie żyje*, <https://www.tvn24.pl/raporty/pawel-adamowicz-prezydent-gdanska-nie-zyje,1326>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁷⁶ *Mowa nienawiści. Akty oskarżenia* <https://polskatimes.pl/mowa-nienawisci-akty-oskarzenia-na-pogrzebie-pawla-adamowicza/ar/13823389>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁷⁷ J. Schwertner, *Jak TVP opowiadała o Adamowiczu. [Analiza]*, https://wiadomosci.onet.pl/opinie/jak-tvp-opowiadala-o-pawle-adamowiczu-analiza/hlfgq82?utm_source=l.facebook.com_viasg_wiadomosci&utm_medium=referral&utm_campaign=leo_automatic&srcc=ucs&utm_v=2, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁷⁸ *Demonstracja przed siedzibą TVP: stop propagandzie i nienawiści. Telewizja publiczna odpiera zarzuty*, 16.01.2019, <http://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2019-01-16/demonstracja-przed-siedziba-tvp-stop-propagandzie-nienawisci-telewizja-publiczna-odpiera-zarzuty/>, [dostęp: 15.02.2019].

indywidualnych w sprawie tego samego wydania¹⁷⁹. Protesty przed siedzibą TVP nabrały jednak bardzo szybko zupełnie innego charakteru. Protestujący przeciwko mowie nienawiści sami stali się jej twórcami. Podczas kolejnej demonstracji, na początku lutego 2019 roku, przed siedzibą TVP zaatakowano M. Ogórek (Fotografia 2.1). W stronę prezenterki wykrzykiwano m.in. „kłamczucha”, „wstyd i hańba” „spieprzaj”¹⁸⁰. Prezes TVP ocenił na *Twitterze*, że wydarzenia te są efektem „szczucia i siania nienawiści wobec TVP” oraz dodał, że „Furia na TVP to atak na ostoję prawdy, wolności pluralizmu medialnego w PL. Nie damy się zastraszyć”¹⁸¹.

Fotografia 2.1 Magdalena Ogórek pod siedzibą TVP



Źródło: *Lider Obywateli RP: Ogórek nie robi z siebie ofiary, to ona jest sprawcą*,

<https://wiadomosci.dziennik.pl/polityka/artykuly/590572,kasprzak-obywatele-rp-magdalena-ogorek-ofiara-sprawca-polityka-tvp.html> [dostęp: 25.06.2020].

Wcześniej inne osoby publiczne, takie jak K. Skiba, A. Bodnar, W. Czuchnowski, W. Sadurski za pośrednictwem mediów i mediów społecznościowych sugerowali, że może istnieć związek pomiędzy oglądaniem TVP, a podjęciem decyzji o zabójstwie P. Adamowicza. Sugerowali, że nadawca publiczny jest moralnie za ten czyn odpowiedzialny. TVP zdecydowała się pozwać wyżej wymienione osoby jednoznacznie twierdząc, że nie miała ona żadnego związku z atakiem na prezydenta Gdańska¹⁸². Z kolei

¹⁷⁹ *Demonstracja przed siedzibą TVP; stop propagandzie nienawiści. Telewizja Polska odpiera zarzuty*, 16.01.2019, <http://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2019-01-16/demonstracja-przed-siedziba-tvp-stop-propagandzie-nienawisci-telewizja-publiczna-odpiera-zarzuty/>, [dostęp: 17.02.2019].

¹⁸⁰ D. Różańska, „Wieczorami nie wychodzę sama z domu”. *Demonstrowała przed TVP, po 25 latach straciła pracę na Poczcie Polskiej*, 15.02.2019, <https://natemat.pl/263919,monika-twarogal-po-25-latach-stracila-prace-to-przez-protest-przed-tvp>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁸¹ Za: *Twitter*: <https://twitter.com/KurskiPL/status/1092002439627227137>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁸² B. Goluch, *TVP szykuje pozwy. „Nie mieliśmy żadnego związku ze śmiercią Adamowicza”*, 21.01.2019, <https://wiadomosci.wp.pl/tvp-szykuje-pozwy-nie-mielismy-zadnego-zwiazku-ze-smiercia-adamowicza-6340969188104321a>, [dostęp: 15.02.2019].

po wspomnianym wcześniej ataku na M. Ogórek TVP postanowiła opublikować wizerunki atakujących. To z kolei wzburzyło falę wrogości wobec demonstrantów¹⁸³.

Przykładem agresji fizycznej i wizualnej było również spalenie wozu satelitarnego stacji TVN podczas Marszu Niepodległości w 2011 roku (Fotografia 2.2). Dwóch uczestników marszu odpowiedzialnych za podpalenie wozu w 2018 usłyszało wyrok. Młodzi mężczyźni zostali skazani na karę ponad dwóch lat więzienia i pokrycie strat materialnych w wysokości 1,5 mln zł. Sąd okręgowy wskazał, że czyn nosi znamiona wysokiej szkodliwości społecznej, a straty materialne są zbyt wysokie. Przepięstwo miało charakter chuligański. Sąd nie dopatrył się okoliczności łagodzących¹⁸⁴.

Fotografia 2.2 Podpalony wóz transmisyjny TVN podczas Marszu Niepodległości



Źródło: *Ponad dwa lata więzienia i 1,5 mln zł odszkodowania za spalenie wozu TVN*, <https://www.newsweek.pl/polska/woz-tvn-kara-za-spalenie-samochodu-tvn-newsweekpl/ev234d4>, [dostęp: 25.06.2020].

2.2 Polaryzacja mediów a kampania wyborcza

Okres kampanii wyborczej można charakteryzować jako moment szczególny dla demokracji. Aktorzy polityczni posługują się wszystkimi dostępnymi narzędziami marketingu politycznego i *public relations*. Strategie i techniki marketingu wyborczego stosują wszyscy kandydaci i partie polityczne, choć czynią to z różną świadomością i skutecznością. Kampanię cechuje też jej własna dynamika; wiele zależy od

¹⁸³ D. Różańska, „Wieczorami nie wychodzę sama z domu”. Demonstrowała przed TVP, po 25 latach straciła pracę na Poczcie Polskiej, 15.02.2019, <https://natemat.pl/263919,monika-twarogal-po-25-latach-stracila-prace-to-przez-protest-przed-tvp>, [dostęp: 15.02.2019].

¹⁸⁴ *Ponad dwa lata więzienia i 1,5 mln zł odszkodowania za spalenie wozu TVN*, 24.02.2018, <https://www.newsweek.pl/polska/woz-tvn-kara-za-spalenie-samochodu-tvn-newsweekpl/ev234d4>

uwarunkowań prawnych, politycznych, ekonomicznych czy społecznych¹⁸⁵. W kontekście roli mediów w Polsce warto zwrócić uwagę na przykłady kampanii związanych z wyborami parlamentarnymi i prezydenckimi w 2015 roku. W ocenie A. Ceglińskiej i K. Kopeć-Ziemczyk wybory w 2015 roku były pierwszymi w trakcie których doceniono moc Internetu¹⁸⁶. Zwycięska partia – Prawo i Sprawiedliwość – do sieci przeniosła znaczną część komunikacji, co dało zamierzony efekt zarówno podczas wyborów parlamentarnych, jak i prezydenckich. To także pokazało, że siły mediów – wszystkich typów – nie wolno bagatelizować, a każdy odbiorca komunikatów jest na wagę złota. Już badania przed wyborami parlamentarnymi w 2015 roku wskazywały na konieczność uznania mediów społecznościowych za kanał komunikacji wyborczej, szczególnie wśród elektoratu młodego¹⁸⁷. Na ten aspekt komunikacji politycznej zwraca także uwagę M. Adamik-Szysiak. W monografii zatytułowanej „Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych” badaczka prowadzi rozważania dotyczące ważności obszaru mediów społecznościowych w kampaniach wyborczych. Problematykę tę osadza w trzech istotnych obszarach: mediów, polityki i obywateli¹⁸⁸. Tak, jak wielu innych badaczy, zauważa realny wpływ mediów społecznościowych na funkcjonowanie tych trzech światów. Należy jednak zgodzić się także z istotną tezą postawioną przez amerykańskiego medioznawcę H. Jenkinsa, który twierdzi, że „kandydaci do wygrania wyborów potrzebują jednak telewizji. Internet dociera do najbardziej zaangażowanych, telewizja – do niezdecydowanych¹⁸⁹”.

2.2.1 Media w kampanii wyborczej

Media i dziennikarze mają wpływ na wybór tematyki newsa, uwypuklenie pewnych zagadnień społecznych, ekonomicznych czy politycznych. Ta możliwość decydowania o przekazie i jego budowie pozwala z kolei na modyfikowanie postaw wyborców – widzów wobec kandydatów i zawartości audycji. Media posiadając takie narzędzie mogą

¹⁸⁵ Wprowadzenie [w:] *Współczesne kampanie wyborcze w Polsce i na świecie*, (red.) P. Jakubowski, E. Kancik, Lublin 2013, s. 7.

¹⁸⁶ *Wyniki wyborów nie zaskoczyły. Internet wiedział pierwszy*, 28.10.2015, <https://www.wnp.pl/parlamentarny/spoleczenstwo/wyniki-wyborow-nie-zaskoczyly-internet-wiedzial-pierwszy,1876.html>, [dostęp: 27.10.2018].

¹⁸⁷ A. Ceglińska, K. Kopeć-Ziemczyk, *Wpływ kampanii politycznej w mediach społecznościowych na zachowania wyborcze młodych Polaków*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 1(64), Warszawa 2016, s. 69.

¹⁸⁸ M. Adamik-Szysiak, *Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych*, Lublin 2018.

¹⁸⁹ H. Jenkins, *Kultura Konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 207.

być nawet skuteczniejsze niż sami kandydaci w zakresie wpływu na decyzje wyborcze obywateli¹⁹⁰. Wpływ mediów na przebieg kampanii wyborczej jest bowiem nieuchronną składową procesy podejmowania decyzji przez wyborców. Jest elementem kampanii, tak silnie z nią związanym, jak kandydujący w wyborach i głoszone przez nich programy¹⁹¹. Za najskuteczniejsze medium kampanii wyborczej uznaje się od lat telewizję. Jej wykorzystanie stanowi część strategii sztabów wyborczych, służy do poszerzania potencjalnego elektoratu, mobilizowania do uczestnictwa w wyborach oraz do informowania o działalności kandydatów. Już w 2011 roku M. Mrozowski, podczas konferencji „Media i wybory” podkreślił, że główny ciężar relacjonowania kampanii wyborczych spoczywa właśnie na telewizji¹⁹². A z wielokrotnie powtarzanych badań CBOS (ostatnie takie badanie wykonano w 2019 roku przed wyborami do Parlamentu Europejskiego) jasno wynika, że audycje informacyjne i publicystyczne emitowane w telewizji są dla wyborców głównym źródłem wiedzy o kampanii, sztabach i kandydatach¹⁹³.

Na rolę telewizji w komunikacji politycznej zwrócił uwagę J. Kurski. O istocie nadawania płatnych reklam politycznych mówił, że „(...) to ważne, by partia mogła zabierać głos w symbolicznych momentach i by docierała do opinii publicznej”¹⁹⁴. O sile telewizji w ciekawy sposób wypowiedział się także amerykański dziennikarz T. Schwartz, zdaniem którego w Stanach Zjednoczonych istnieją w rzeczywistości „trzy partie”: ABC, NBC i CBS¹⁹⁵. Opinia ta może wiązać się z faktem, że w USA debaty polityczne cieszą się niezwykle dużym zainteresowaniem. Ogląda je, w najlepszym czasie antenowym, blisko 60–70 milionów obywateli. To wszystko sprawia, że twórcy

¹⁹⁰ P. Francuz, *Dziennikarz wobec wyborów. Wpływ mediów na przebieg i wyniki politycznych kampanii wyborczych*, s. 171.

https://www.researchgate.net/publication/259564038_Wplyw_mediow_na_przebieg_i_wyniki_politycznych_kampanii_wyborczych, [dostęp: 26.06.2020].

¹⁹¹ Ibidem, s. 178.

¹⁹² *O roli mediów w relacjonowaniu kampanii wyborczych*, Konferencja „Media i wybory”, 27.06.2011, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/archiwum-wiadomosci/news,381,o-roli-mediow-w-relacjonowaniu-kampanii-wyborczych.html> [dostęp: 26.06.2020].

¹⁹³ M. Feliksiak (oprac.), *Odbiór kampanii wyborczej i aktywność polityczna w internecie przed wyborami do Parlamentu Europejskiego*, Komunikat z badań nr 86/2019, s. 1.

https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_086_19.PDF, [dostęp: 26.06.2020].

¹⁹⁴ T. Olczyk, *Politrozrywka i popperswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*, Warszawa 2009, s. 31.

¹⁹⁵ T. Wierzbiła, *Rola mediów masowych w komunikowaniu politycznym ze szczególnym uwzględnieniem telewizji i Internetu*, [w:] *Współczesne kampanie wyborcze w Polsce : koncepcje, dylematy i praktyka komunikowania politycznego*, red. M. Kolczyński, Katowice 2013, s. 11. https://www.academia.edu/29095386/Wsp%C3%B3%C5%82czesne_kampanie_wyborcze_w_Polsce_koncepcje_dylematy_i_praktyka_komunikowania_politycznego.pdf, [dostęp: 13.12.2018].

medialnych strategii komunikacyjnych dążą do pełnego wykorzystania potencjału mediów audiowizualnych¹⁹⁶.

Obserwując rynek medialny w Polsce należy zwrócić uwagę na fakt, iż media, a szczególnie telewizja, pełnią obecnie funkcje polityczne daleko wykraczające poza tradycyjne rozumienie konsekwencji oddziaływania przekazów medialnych w kampaniach wyborczych. Chodzi bowiem o to, iż operowanie przez media uproszczonymi schematami poznawczymi (szczególnie w materiałach newsowych, gdzie nie ma czasu na dogłębne wytłumaczenie danego problemu) sprawia, że odbiorcy pozbawieni są w istocie wiedzy na temat podmiotów rywalizacji politycznej i ofert wyborczych – mają natomiast swoiste i indywidualne wyobrażenia na temat przebiegu kampanii wyborczej.

M. Kolczyński i M. Mazur podkreślają, że zamiast wyborcy dobrze poinformowanego mamy często do czynienia z odbiorcą posiadającym ukształtowany (przede wszystkim przez media) powierzchowny obraz kampanii wyborczej. Indywidualny proces selekcji, przyswajania i wartościowania treści politycznych oparty jest zatem na niedookreślonych i ulotnych wrażeniach związanych z rywalizacją polityczną w mediach¹⁹⁷. To, na co również zwracają uwagę M. Kolczyński i M. Mazur to istotny wzrost znaczenia kreowanych w procesie wyborczym obrazów. Zdaniem badaczy perspektywa polityków odnosi się do oddziaływania wyborczego w kontekście relacjonowania kampanii przez media. Relacjonowanie to polega na kreacji wrażeń. Intencjonalne i perswazyjne wysyłanie bodźców informacyjnych przez polityków, bądź przez media tworzące „tzw. rzeczywistość medialną, która pełnić zaczyna nadrzędną rolę w kształtowaniu postaw wyborców”¹⁹⁸.

Rola mediów we współczesnych procesach wyborczych jest zatem kluczowa. Dodatkowo kampanie wyborcze nie zaczynają się – jak dawniej – na krótko przed wyborami i nie kończą się po ogłoszeniu wyników. Współcześnie żyjemy w warunkach permanentnej kampanii wyborczej, kiedy dzień po zakończonych wyborach zaczyna się przygotowanie do następnych elekcji. Kalendarz członków sztabów wyborczych wypełniony jest terminami związanymi z możliwością pojawiania się kandydatów w mediach¹⁹⁹. Wszystko to sprawia, że media stają się aktywnym podmiotem życia

¹⁹⁶ M. Kolczyński, M. Mazur, *Wojna na wrażenia*, Warszawa 2007, s.7-8.

¹⁹⁷ *Ibidem*, s. 8-9.

¹⁹⁸ *Ibidem*, s. 232-233.

¹⁹⁹ T. Sasińska-Klas, *Wprowadzenie [w:] Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, Toruń 2007, s. 119.

politycznego, kształtują opinię publiczną, kreują określone postawy wobec partii politycznych, jak i indywidualnych polityków²⁰⁰. Wracając w tym miejscu do przemyśleń P. Francuza, po raz kolejny należy podkreślić, że „iluzją jest przekonanie, że media są lub kiedykolwiek mogą być obiektywne, ponieważ relacjonują coś *live*, z zapewnieniem *no comments*²⁰¹”. Prawda jest taka, że media uwikłane są w konteksty społeczne towarzyszące kampaniom wyborczym. Kontekst ten stanowią sieci powiązań i wpływów finansowych, towarzyskich, politycznych i wielu innych. Badacz podaje również ciekawe spostrzeżenie dotyczące w jego przypadku kandydatów na prezydenta. P. Francuz pisze o tym, że właściwie nigdy nie miał okazji spotkać na swojej drodze kandydata i przekonać się, że ów kandydat naprawdę istnieje. Wielu z wyborców – jeśli nie znaczna większość – ma podobnie. Kandydaci, członkowie sztabów wyborczych, politycy znani są przede wszystkim z przekazów medialnych. To prowadzi do wniosku, że jako wyborcy jesteśmy w zasadzie zdani na przekazy medialne:

„Niestety, obawiam się, że nie mam wyjścia. Muszę wierzyć mediom. Mam tylko nadzieję, że jutro będą one lepsze niż są dzisiaj”²⁰².

2.2.2 Mechanizmy samoregulacji: Telewizja Polska i TVN

Zadaniem mediów w trakcie kampanii wyborczej jest zapewnienie przekazu w najbardziej obiektywny, bezstronny i otwarty sposób, który jednocześnie promuje różnicowanie poglądów i opinii. W działalności mediów równie ważne jest dążenie do tego, by opinia publiczna rozumiała znaczenie informacji, które otrzymuje. Działania te leżą u podstaw idei „dziennikarskiej adwokatury” zorientowanej na promowanie uczestnictwa obywateli w życiu publicznym. Media w tym kontekście promują uczestnictwo i sprzyjają oczekiwaniom obywatelskim w charakterze „psa stróżującego”²⁰³. W zaleceniu Rady Europy 2007 Komitet Ministrów sformułował trzy podstawowe zasady postępowania w odniesieniu do mediów w okresie kampanii wyborczych, podkreślając jednocześnie znaczenie zasady nieingerencji, zasady ochrony mediów oraz zasady niezależności redakcyjnej mediów²⁰⁴. Innymi słowy odpowiedzialność za wiarygodność, ale i jakość przekazów medialnych w trakcie trwania

²⁰⁰ A. Chodubski, *Media a kształtowanie świadomości wyborczej*, [w:] *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, red. T. Sasińska-Klas, Toruń 2007, s. 129-130.

²⁰¹ P. Francuz, *Dziennikarz wobec...*, op. cit., s.178.

²⁰² Ibidem, s.178.

²⁰³ A. Jaskiernia, *Media masowe...*, op. cit., s. 242.

²⁰⁴ Ibidem.

kampanii wyborczych ponoszą nie tylko dziennikarze, ale także politycy – a dokładniej rząd. To rząd powinien stronić od nieuprawnionej ingerencji w aktywność mediów i utrudniania dziennikarzom wykonywania ich funkcji w trakcie kampanii wyborczej²⁰⁵. Kampania wyborcza jest specyficznym czasem dla mediów i polityków. Szczególnie istotne jest stosowanie się dziennikarzy do zasad etyki dziennikarskiej. Podstawowe wyznaczniki profesjonalizmu dziennikarskiego zostały przyjęte przez media i zawarte są m.in. w Karcie Etycznej Mediów. Poza tym ogólnym dokumentem media tworzą i przyjmują także bardziej szczegółowe kodeksy etyczne będące regulacjami wewnętrznymi organizacji. W tej części pracy uwaga skupia się na zapisach i regulacjach dotyczących TVN i TVP, których programy informacyjne zostały poddane szczegółowej analizie zawartości w trzecim rozdziale niniejszej pracy.

„Wiadomości” TVP

Telewizja Polska SA jako nadawca publiczny ma jeden z najbardziej rozbudowanych kodeksów etyki dziennikarskiej. W *Zasadach etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja* czytamy: „Dziennikarstwo w Telewizji Polskiej S.A. realizuje idee służby publicznej oparte na rzetelności, uczciwości, bezstronności i obywatelskiej wrażliwości, a także na najlepszych wzorcach i standardach warsztatowych”²⁰⁶. Obszerny dokument zawiera szesnaście kluczowych obszarów, w których istotne jest przestrzeganie kodeksu. Dokument mówi o zasadach, jakimi dziennikarz powinien kierować się wobec widzów, uczestników audycji, Internetu i nowych mediów. Kodeks zawiera szereg zapisów dotyczących tworzenia informacji oraz oddzielania informacji od opinii i komentarza. Twórcy dokumentu za istotne uznali również wprowadzenie zapisów dotyczących zbierania i opracowywania materiałów czy tajemnicy zawodowej. Nie zabrakło również kwestii związanych z ochroną prywatności oraz intymności, dotyczących relacji o przestępstwach, pokazywania scen przemocy i nieszczęścia, rozbudzania nadmiernych obaw lub nadziei, szacunku dla osób. Poruszono także tematykę rzeczywistego autorstwa, konfliktu interesów, reklamy i kryptoreklamy

²⁰⁵ Ibidem.

²⁰⁶ *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja*, <https://s.tvp.pl/repository/attachment/0/e/e/0eea386c0fa98ad0c49f73f1a9f7c8e71445347977947.pdf>, [dostęp:20.12.2018].

oraz lojalności wobec TVP i klauzuli sumienia²⁰⁷. Zapisów tych powinni przestrzegać wszyscy pracujący dla TVP dziennikarze w każdej sytuacji i przy realizacji każdego dziennikarskiego zadania.

Szczególne zasady obowiązują dziennikarzy TVP w trakcie kampanii wyborczej i w czasie wyborów. W *Zasadach postępowania dziennikarzy TVP S.A. w okresie kampanii wyborczej i w czasie wyborów*²⁰⁸ określono wymogi etyczno-profesjonalne. Obejmują one takie zasady jak: bezstronność – inaczej neutralność polityczna, dzięki której rzeczywistość ma być ukazywana w sposób bezstronny i ujmować wszystkie punkty widzenia; rzetelność – to sposób informowania bez zniekształcania rzeczywistości. Jeśli zlecony materiał budzi w dziennikarzu wątpliwości ma on prawo odmówić wykonania polecenia. Kolejną zasadą jest niezależność polegająca na byciu odpornym na wszelkiego rodzaju naciski zewnętrzne, a także dociekliwość, czyli ukazywanie faktów, dzięki którym społeczeństwo ma możliwość dokonania świadomego wyboru. Równowaga daje z kolei możliwość prezentacji w programie telewizyjnym różnorodnych stanowisk, grup i interesów wszystkich stron debaty publicznej²⁰⁹. Wskazano, że nadawca publiczny powinien kierować się we wszystkich audycjach zasadą kwalifikowanej programowej bezstronności (*due impartiality*). Oznacza to, że w bieżących sprawach politycznych, ale i społecznych powinna powstrzymać się od wyrażania własnych opinii. Innymi słowy dziennikarze i eksperci zatrudnieni u tego nadawcy mają możliwość komentowania wydarzeń we własnym imieniu, ale nie może to być przedstawiane jako stanowisko tej instytucji. Standard ten jest uzupełniony obowiązkiem zachowania kwalifikowanej rzetelności programowej (*due accuracy*), a dotyczy to w szczególności kwestii będących przedmiotem sporów natury politycznej bądź gospodarczej. Ważne jest także stosowanie się do obowiązku zachowania reguły równego czasu (*equal time rule*) w zakresie prezentowania stanowisk głównych sił politycznych w kluczowych problemach politycznych²¹⁰.

²⁰⁷ *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja*, <https://s.tvp.pl/repository/attachment/0/e/e/0eea386c0fa98ad0c49f73f1a9f7c8e71445347977947.pdf>, [dostęp: 20.12.2018].

²⁰⁸ *Zasady postępowania dziennikarzy TVP S.A. w okresie kampanii wyborczej i w czasie wyborów*, <http://s.tvp.pl/repository/attachment/6/0/f/60fe8d065b82c3f9c3507a81b9caf1bb1287060021111.pdf>, [dostęp: 20.12.2018].

²⁰⁹ Ibidem.

²¹⁰ A. Jaskiernia, *Media masowe...*, op. cit., s. 155.

„Fakty” TVN

Dość dynamicznie na potrzeby rynku w zakresie samoregulacji reaguje Grupa TVN, która w 2018 roku powołała zupełnie nowe stanowisko redaktora ds. standardów i dobrych praktyk dziennikarskich. Stanowisko objęła wieloletnia dziennikarka stacji B. Grysiak. Jej działania podlegają bezpośrednio redaktorowi naczelnemu TVN24 oraz „Faktów”. Do grudnia 2019 roku był to A. Pieczyński, a obecnie funkcję redaktora naczelnego sprawuje M. Samul). Do zadań redaktora ds. standardów i dobrych praktyk dziennikarskich należy m.in. organizacja szkoleń dziennikarskich, monitorowanie przestrzegania kodeksu wewnętrznego departamentu newsów TVN, konsultacje merytoryczne dotyczące przygotowywanych materiałów czy rozstrzyganie wątpliwości w kwestiach zawodowych i etycznych²¹¹. Podstawowe zasady, którymi powinni kierować się twórcy programów informacyjnych są opisane w dokumencie pt. „Wskazówki warsztatowe dla dziennikarzy informacyjnych”. Nie jest to jednak dokument ogólnie dostępny, a stanowi dobro korporacji i jest chroniony. W 2012 opinia publiczna dowiedziała się o jego istnieniu z opublikowanego w Internecie e-maila, który A. Pieczyńskiego rozesłał do dziennikarzy stacji. Jednocześnie w wiadomości została wyrażona prośba o zapoznanie się i zastosowanie do listy zaleceń dotyczących aktywności dziennikarzy w mediach społecznościowych i online. Dziesięć zasad stanowiło uzupełnienie wspomnianego wyżej dokumentu *Wskazówek warsztatowych dla dziennikarzy informacyjnych TVN*. Dziennikarze zgodnie z instrukcją w mailu mieli m.in. pamiętać, że w sieci nie przestają reprezentować stacji i nieustannie pozostają dziennikarzami, są winni przestrzegać standardów dziennikarskich, a zwłaszcza zasady bezstronności, z uważnością publikować treści, a także z rozwagą akceptować zaproszenia. Zwrócono także uwagę na tajemnicę i poufność firmy, a w razie jakichkolwiek wątpliwości dotyczących treści zalecono kontakt z przełożonym²¹².

Na początku stycznia 2019 roku zasady aktywności dziennikarzy TVN w mediach społecznościowych uległy zmianie. Aktualizację wymusił dynamicznie rozwijający się świat tych mediów – tłumaczyła na łamach portalu wirtualnedia.pl J. Górka – PR

²¹¹ Brygida Grysiak odpowiada za standardy i dobre praktyki dziennikarskie w Grupie TVN, 07.06.2018, <https://www.wirtualnedia.pl/artikel/brygida-grysiak-odpowiada-za-standardy-i-dobre-praktyki-dziennikarskie-w-grupie-tvn>, [dostęp: 08.11.2018].

²¹² Ważne: Dziennikarze departamentu informacji TVN w serwisach społecznościowych - zalecenia, e-mail Adama Pieczyńskiego wysłany do dziennikarzy stacji, a następnie opublikowany przez Witolda Gadowskiego, byłego reportera „Superwizjera”, za: T. Wojtas, *TVN wyznacza dziennikarzom kodeks w social media*, 27.08.2012, <https://www.wirtualnedia.pl/artikel/tvn-wyznacza-dziennikarzom-kodeks-w-social-media>, [dostęp: 08.11.2018].

Manager Grupy TVN Discovery. W dokumencie, do którego dotarł portal przestrzega się m.in. przed publikacją zdjęć prywatnych, materiałów co do których jest podejrzenie, że mogą zawierać lokowanie produktu. Publikacje nie mogą naruszać niczyjej wolności ani godności. Autorzy dokumentu przestrzegają dziennikarzy, że każda treść umieszczona w *social mediach* „zostaje tam na zawsze i w każdej chwili może stać się publiczna”. Dziennikarze mają obowiązek przestrzegania polityki firmy, w tym nie publikowania „informacji z ostatniej chwili” przed ich oficjalną emisją. W punkcie trzecim regulaminu znalazło się polecenie, aby nie umieszczać na prywatnych kontach informacji ani opinii, które nie zostałyby opublikowane na antenie albo na oficjalnym portalu stacji. Niedopuszczalne są polemiki z politykami. Dziennikarze informacyjni nie powinni zajmować stanowiska w sprawach, o których później będą informować na antenie. W dokumencie zwrócono uwagę, że po publicznym zajęciu stanowiska w danej sprawie przez dziennikarza informacyjnego, relacjonowanie tej sprawy przez niego będzie obarczone ryzykiem stronniczości. Zaproponowano dziennikarzom możliwość zabrania głosu w jakiejś sprawie na stronie portalu, ale po wcześniejszym uzgodnieniu tego z redaktorem naczelnym. Teksty mają być pozbawione emocji, komentarze w mediach społecznościowych o charakterze tonującym. Zasady skierowane są do wszystkich dziennikarzy informacyjnych TVN. Dokument obowiązuje od 3 stycznia 2019 roku. W piśmie podkreślono kilkakrotnie, że wszystkich pracowników TVN obowiązuje zasada bezstronności²¹³.

Od 2019 roku stację TVN obowiązuje także Kodeks Etyki stworzony przez spółkę Discovery, do której stacja TVN należy od marca 2018 roku. Prezes i dyrektor generalny D. Zaslav zwraca w dokumencie uwagę, że firmę wyróżnia kultura organizacyjna oparta o „główne zasady”, czyli przede wszystkim zachowanie wartości firmy, zasady etycznego postępowania, tolerancję, szacunek oraz promowanie dobrych praktyk²¹⁴. Dalej można przeczytać, że wszyscy pracownicy działają i podejmują decyzje w sposób uczciwy, są w swojej pracy rzetelni, otwarci, szczerzy i przejrzysti, a także odważni w kwestionowaniu *status quo*. Kodeks etyki zawiera standardy zgodne z obowiązującymi przepisami, regulacjami i zasadami firmy. Zasady te mają propagować uczciwość

²¹³ TVN zmienia zasady aktywności dziennikarzy w social media. „Nie polemizować z politykami”, 14.01.2019, https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-zasady-aktywnosci-dziennikarzy-w-social-media-regulamin-nie-polemizowac-z-politykami?fbclid=IwAR2g1RPyNSGPK3B_fGLzez4-3Dod-RNVcKdaLnOIRsb_TrD_gs7riySMlk4, [dostęp: 30.01.2019].

²¹⁴ Kodeks Etyki. *Robimy to, co słuszne*, Discovery, Inc., styczeń 2019, s.2. <http://n-22-3.dcs.redcdn.pl/file/o2/tvn/web-content/m/p174/f/944626adf9e3b76a3919b50dc0b080a4/4c34858d-8e87-4e27-9b96-e6c84335ea12.pdf>, [dostęp: 25.06.2020].

i najwyższe standardy etyczne. Z dokumentu płynie także zapewnienie, że wszyscy pracownicy firmy ogrywiają ważną rolę w prowadzeniu etycznej działalności biznesowej spółki na całym świecie:

„Pracownicy mają obowiązek postępować uczciwie, zwłaszcza przy dokonywaniu trudnych wyborów (...) Może się zdarzyć, że pracownicy będą czuli presję, aby iść na skróty, lub nie będą mieli pewności, co robić. Powinni zawsze pamiętać, że gdy stoją w obliczu wyboru, nie są sami. Mają do dyspozycji pomocne zasoby”²¹⁵.

2.2.3 Kampania samorządowa w 2018 roku

Kampania samorządowa w 2018 roku była kampanią szczególną z kilku względów. Rozpoczęła serię wyborów w Polsce (po wyborach samorządowych były wybory do Parlamentu Europejskiego, następnie do Sejmu i Senatu, a w maju 2020 roku wybory prezydenckie). Kampania prowadzona była w trakcie rządów Zjednoczonej Prawicy, a więc łączyła się z oceną obecnego rządu i stanowiła prognozę wyborów parlamentarnych, o czym wspominali przedstawiciele rządu. Minister J. Emilewicz pod koniec kampanii samorządowej mówiła:

„Muszę powiedzieć, że jest to wyjątkowa kampania. Poziom zaangażowania polityków centralnych w kampanię jest na poziomie kampanii prezydenckiej (...) Naprawdę poziom emocji, jaki wywołuje dyskusja o przyszłości Polski, jest bardzo wysoki i to jest dobrze.”²¹⁶

Wybory samorządowe w 2018 roku były wyjątkowe także ze względu na frekwencję. Zaangażowani w wybory okazali się być nie tylko politycy, ale przede wszystkim obywatele. Do urn w pierwszej turze poszło aż 54,90 proc. uprawnionych do głosowania. Największe zaangażowanie wyborcze wykazali mieszkańcy województwa mazowieckiego, gdzie blisko 61 proc. obywateli wzięło udział w wyborach²¹⁷. Frekwencja w wyborach samorządowych była największa od 1990 roku²¹⁸. W II turze do

²¹⁵ Ibidem, s. 2-7.

²¹⁶ Minister Emilewicz o wyborach samorządowych. *Dlaczego są one takie ważne?* 19.10.2018, <https://niezalezna.pl/241380-minister-emilewicz-o-wyborach-samorzadowych-dlaczego-sa-one-tak-wazne>, [dostęp: 25.12.2019].

²¹⁷ Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory samorządowe 2018, Frekwencja*, 21.10.2018 <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/2110#f1000000>, [dostęp: 25.12.2019].

²¹⁸ N. Sawka, D. Uhlig, J. Kopeć, K. Korzeniowska, *PKW podała oficjalne wyniki I tury wyborów samorządowych*, 24.10.2018, <http://biqdata.wyborcza.pl/biqdata/7,159116,24086287,pkw-podala-oficjalne-wyniki-i-tury-wyborow-samorzadowych.html?disableRedirects=true>, [dostęp: 25.12.2019].

urn udało się 48,83 proc. uprawnionych. Tym razem najwięcej wyborców zdecydowało się oddać swój głos w województwie pomorskim (53 proc. mieszkańców tego rejonu)²¹⁹. Kampania rozpoczęła się nieoficjalnie już w kwietniu 2018 roku, kiedy Prawo i Sprawiedliwość ogłosiło kandydatów na prezydentów największych miast w Polsce, w tym na prezydenta miasta stołecznego. Kandydatem Zjednoczonej Prawicy został P. Jaki. Wybór ten był odpowiedzią na propozycję kandydatury R. Trzaskowskiego z Koalicji Obywatelskiej. To rozpoczęło również rywalizację o głosy mieszkańców Warszawy²²⁰. Zachowanie obu kandydatów z zainteresowaniem śledziły media, a prowadzoną nieoficjalną kampanię wyborczą krytykowała Państwowa Komisja Wyborcza. Przewodniczący PKW podkreślał, że działanie obu kandydatów jest niezgodne z prawem wyborczym, w tym sensie, że kampania wyborcza powinna być prowadzona po oficjalnym ogłoszeniu daty wyborów. Dodał również, że choć obaj Panowie prowadzą regularną kampanię, PKW nie ma narzędzi by temu przeciwdziałać²²¹. „To niedopuszczalne, ale nie jesteśmy w stanie tego skutecznie zabronić” – wyjaśniał szef PKW W. Hermeliński²²². Oficjalnie kampania wyborcza rozpoczęła się 14 sierpnia, czyli w momencie ogłoszenia przez premiera M. Morawieckiego daty wyborów. Zgodnie z rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów pierwszą turę wyznaczono na 21 października roku, a drugą dwa tygodnie później – na 4 listopada 2018 roku²²³.

Kolejną szczególną okolicznością wyborów w 2018 roku²²⁴ była zmiana ordynacji wyborczej. Nowelizacja przepisów zmieniła łącznie zapisy czterech ustaw: Kodeksu

²¹⁹Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory samorządowe 2018, Frekwencja*, 04.11.2018 <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/0411#f1000001> [dostęp: 25.12.2019].

²²⁰M. Marchwicki, *Kampanię samorządową czas zacząć. Patryk Jaki zaatakował Rafała Trzaskowskiego za słowa o pochodzeniu*, 27.04.2018, <https://natemat.pl/236741,kto-zostanie-prezydentem-warszawy-patryk-jaki-zaatakowal-rafala-trzaskowskiego>, [dostęp:25.12.2019].

²²¹ „To niedopuszczalne” Szef PKW o zachowaniu Jakiego i Trzaskowskiego, 30.04.2018, <https://www.dorzeczy.pl/kraj/63112/to-niedopuszczalne-szef-pkw-o-zachowaniu-jakiego-i-trzaskowskiego.html>

²²²P. Balinowski, *Szef PKW o działaniu kandydatów na prezydenta Warszawy: To niedopuszczalne* 30.04.2018, <https://www.rmf24.pl/fakty/polska/news-szef-pkw-o-dzialaniach-kandydatow-na-prezydenta-warszawy-to-,nId,2575789>, [dostęp: 25.12.2019].

²²³Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 13 sierpnia 2018 roku w sprawie zarządzenia wyborów do rad gmin, rad powiatów, sejmików województw i rad dzielnic m.st. Warszawy oraz wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, Warszawa dnia 14 sierpnia 2018 Dz. U. z 2018 r. poz. 1561 <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180001561/O/D20181561.pdf>

²²⁴Komisja Wyborcza do wyborów samorządowych w 2018 roku przyjęła zawiadomienia o utworzeniu 28 komitetów wyborczych, z czego 21 stanowiły komitety wyborcze partii politycznych, 2 – koalicyjne komitety wyborcze, 1 – komitet wyborczy organizacji, a 4 to komitety wyborcze wyborców [za]: *Komitety wyborcze zarejestrowane przez PKW*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/delegatury>, [dostęp: 25.12.2019]. Komisarze wyborczy przyjęli zawiadomienia o utworzeniu 8 996 komitetów wyborczych, w tym komitety wyborcze stowarzyszeń i organizacji społecznych w liczbie 325 oraz komitety wyborcze wyborców w liczbie 8 671 [za]: *Wykaz komitetów wyborczych*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/delegatury>, [dostęp: 25.12.2019]. Polacy wybierali 1 547 wójtów, 823 wójtów oraz 107 prezydentów miast. W wyborach do

wyborczego oraz ustaw o samorządzie gminnym, powiatowym, wojewódzkim i o ustroju miasta stołecznego Warszawy²²⁵. Zmianą było także wprowadzenie od wyborów w 2018 roku dwukadencyjności (wcześniej nie było ograniczenia liczby kadencji) prezydentów, burmistrzów i wójtów, których kadencję wydłużono z czterech do pięciu lat. Nowa ordynacja wydłużyła także kadencje rad gminnych i powiatowych do pięciu lat. Nowelizacja wprowadziła dwa rodzaje komisji obwodowych: jedną ds. przeprowadzenia głosowania (ta ma czuwać nad prawidłowym przebiegiem głosowania) i drugą ds. ustalenia wyników głosowania (jej zadaniem jest liczenie głosów po zamknięciu lokali)²²⁶.

Trudno jednoznacznie ocenić, która z głównych partii politycznych okazała się być zwycięzcą wyborów. Wydaje się, że specyfika wyborów samorządowych pozwala wyłonić kilku faworytów w zależności od wybranego kryterium. I tak, jeśli chodzi o wybory do sejmików wojewódzkich triumfowała partia J. Kaczyńskiego, która zdobyła 254 mandaty. Druga, Koalicja Obywatelska uzyskała 194 mandaty. Trzeci wynik uzyskało PSL, wprowadziło do sejmików 70 osób²²⁷. Zjednoczona Prawica odniosła zwycięstwo w 9 województwach: dolnośląskim, lubelskim, łódzkim, małopolskim, mazowieckim, podkarpackim, podlaskim, śląskim i świętokrzyskim²²⁸, z czego aż w 6 (poza śląskim, dolnośląskim i mazowieckim) mogła rządzić samodzielnie²²⁹. Koalicja Obywatelska zwyciężyła w 7 województwach: kujawsko-pomorskim, lubuskim,

sejmików województw liczba mandatów wynosiła 552, do powiatów 6 244, do rad dzielnic m. st. Warszawy – 425 a do rad gmin liczba mandatów to 39 526, co oznacza, że wyborcy decydowali łącznie o wyborze 46 747 radnych w całym kraju [za]: *Dane statystyczne dotyczące wyborów do rad oraz w wyborach wójtów, burmistrzów i prezydentów miast zarządzonych na 21 października 2018 r.* [za]: <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/aktualnosci/informacje/dane-statystyczne-dotyczace-wyborow-do-rad-oraz-w-wyborach-wojtow-burmistrzow-i-prezydentow-miast-zarządzonych-na-21-pazdziernika-2018-r>, [dostęp: 25.12.2019].

²²⁵ *Kodeks wyborczy. Nowe przepisy wchodzi w życie. Jakie zmiany podczas wyborów?*, 31.01.2018 <https://www.portalsamorzadowy.pl/polityka-i-spoleczenstwo/kodeks-wyborczy-nowe-przepisy-wchodza-w-zycie-jakie-zmiany-podczas-wyborow,103470.html>, [dostęp: 25.12.2019].

²²⁶ *Ordynacja wyborcza 2018. Wybory samorządowe 2018 – jakie zmiany w znowelizowanej ordynacji wyborczej?*, 30.08.2018, <https://polskatimes.pl/ordynacja-wyborcza-2018-wybory-samorzadowe-2018-jakie-zmiany-w-znowelizowanej-ordynacji-wyborczej/ar/13446417> [dostęp: 25.12.2019]

²²⁷ K. Winogrodzki, *Wyniki wyborów samorządowych. PKW podała ostateczne dane*, 25.10.2018 <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-pkw-podala-ostateczne-dane-6309639404824193a>, [dostęp: 25.12.2019].

²²⁸ *Wyniki wyborów samorządowych 2018 [Aktualizacja]*, 24.10.2018, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1768646,1,wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-aktualizacja.read> [dostęp: 25.12.2019].

²²⁹ N. Sawka, D. Uhlig, J. Kopec, K. Korzeniowska, *PKW podała oficjalne...*, op. cit.

opolskim, pomorskim, warmińsko-mazurskim, wielkopolskim i zachodniopomorskim²³⁰. Samodzielną większość KO uzyskało tylko na Pomorzu²³¹. W wyborach samorządowych zdecydowano także o wyborze: 3 954 radnych gmin, 6 244 radnych powiatowych, 425 radnych dzielnic Warszawy i 522 radnych sejmików wojewódzkich²³².

W pierwszej turze wyborów wybrano 1 826 wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Druga tura wyborów odbyła się natomiast w 649 gminach i miastach²³³. W drugiej turze wyborów samorządowych, która odbyła się 4 listopada wybrano 341 wójtów, 264 burmistrzów i 44 prezydentów miast²³⁴. Wybory władarzy miast, uwzględniając szczególnie 107 największych polskich gmin nie należały do Prawa i Sprawiedliwości. W II turze kandydaci tej partii startowali aż w 25 miejscach i przegrali w 23 z nich, w tym tak prestiżowe pojedynki jak te w Gdańsku czy Krakowie²³⁵. Ostatecznie zgodnie z oficjalnymi wynikami z Państwowej Komisji Wyborczej kandydaci startujący z lokalnych komitetów, wygrali w aż 78 największych miastach, kandydaci KO w 21, PiS w 4 (wyłączając Tomaszów Mazowiecki)²³⁶. Sojusz Lewicy Demokratycznej zwyciężył w Dąbrowie Górniczej i Częstochowie, kandydat Polskiego Stronnictwa Ludowego triumfował w Ciechanowie, a poseł Kukiz15' wygrał w Przemyślu²³⁷. Koalicja Obywatelska zwyciężyła zdecydowanie w wyborach na prezydentów miast. Wyborcy wybrali 19 prezydentów z KO. Z kolei przedstawiciele Prawa i Sprawiedliwości chętniej wybierani byli na mniejszych obszarach, gdzie z list partii PiS wybrano 62 burmistrzów i 168 wójtów²³⁸.

²³⁰ *Wyniki wyborów samorządowych 2018. Aktualizacja.*, 25.10.2018, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1768646,1,wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-aktualizacja.read> [dostęp: 25.12.2019].

²³¹ N. Sawka, D. Uhlig, J. Kopeć, K. Korzeniowska, *PKW podała...*, op. cit.

²³² K. Winogrodzki, *Wyniki wyborów samorządowych. PKW podała ostateczne dane*, 25.10.2018 <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-pkw-podała-ostateczne-dane-6309639404824193a>, [dostęp: 25.12.2019].

²³³ N. Sawka, D. Uhlig, J. Kopeć, K. Korzeniowska, *PKW podała...*, op. cit.

²³⁴ K. Kubicka- Żach, *Wybrano już wszystkich wójtów, burmistrzów i prezydentów; frekwencja w II turze to 48, 83 proc.*, 05.11.2018, <https://www.prawo.pl/samorzad/wybory-samorzadowe-2018-wyniki-drugiej-tury-glosowania-i,324791.html>, [dostęp: 25.12.2019].

²³⁵ *Oficjalne wyniki wyborów. Wielkie miasta nie lubią PiS*, 05.11.2018, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/mojemiasto/1770260,1,oficjalne-wyniki-wyborow-wielkie-miasta-nie-lubia-pis.read>, [dostęp: 25.12.2019].

²³⁶ *Duże miasta, duża porażka. PiS traci swoich prezydentów*, 05.11.2018, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Wybory-samorzadowe-2018/Informacje/Duze-miasto-duza-porazka.-Gdzie-wygrywa-PiS-W-jakich-miastach>, [dostęp: 25.12.2019].

²³⁷ K. Korzeniowska, D. Uhlig, *Wybory samorządowe. 107 miast prezydenckich. Ile wzięły partie?*, 05.11.2018, <https://sonar.wyborcza.pl/sonar/7,156422,24129216,wybory-samorzadowe-107-miast-prezydenckich-ile-wziely-partie.html>, [dostęp: 25.11.2019]

²³⁸ *Wybory samorządowe w Polsce w 2018 roku*, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Wybory_samorz%C4%85dowe_w_Polsce_w_2018_roku#Wyniki_g%C5%82osowania, [dostęp: 25.12.2019].

M. Makowski, dziennikarz „Do Rzeczy” i Wirtualnej Polski w kontekście wyników wyborów stwierdził, że „zwyciężyła Zjednoczona Prawica formalnie, Koalicja Obywatelska symbolicznie”²³⁹. Partia J. Kaczyńskiego osiągnęła bowiem najwyższy w historii wynik w wyborach samorządów szczególnie w obrębie Sejmików. Opozycja zaś pokazała siłę z miastach. Choć tam głównymi faworytami okazali się kandydaci bezpartyjni. K. Dziubka, dziennikarz Onet.pl uznał, że sygnał płynący z największych z miast powinien być ostrzegawczym przed kolejnymi wyborami, w tym także do Sejmu i Senatu. J. Nizinkiewicz, dziennikarz „Rzeczpospolitej” stwierdził z kolei, że za zwycięzców uznać należy Polaków, którzy poszli do urn liczniej niż kiedykolwiek²⁴⁰.

2.3 Metodologia badań

Jak już wspomniano, zjawisko polaryzacji mediów w Polsce nie zostało jeszcze zweryfikowane w badaniach empirycznych. Dokonano analizy zawartości mediów zgodnie z założeniami prezentowanymi przez M. Lisowską-Magdziarz²⁴¹, ale także za pomocą studium przypadku w formule proponowanej przez R. K. Yin²⁴². Autorka w przygotowywaniu analizy zawartości treści kierowała się założeniami przyświecającymi prekursorowi tej techniki B. Berelsonowi, pamiętając o zachowaniu obiektywizmu i systematyczności²⁴³. Analiza treści według B. Berelsona jest „techniką badawczą mającą na celu obiektywny, systematyczny i ilościowy opis jawnej treści informacji”²⁴⁴.

Kierując się tymi zasadami autorka wybrała zamknięty okres badań, jakim jest samorządowa kampania wyborcza. Według jasnych wytycznych wybrała spośród wszystkich dostępnych materiałów tylko te, które spełniają warunki badawcze. Tworząc klucz kodowy pamiętała o możliwości badania tylko tego, co widać. Kategorie zawarte w kluczu kodowym zostały tak dobrane, by odnosiły się tylko do tego, co da się zbadać poprzez oglądanie materiału, zgodnie z założeniem, że badamy to, co widzimy a nie to, czego się domyślamy.

²³⁹ E. Piórek, *#Eksperciupday: Podsumowanie wyborów samorządowych*, 05.11.2018, <https://medium.com/upday-pl/eksperciupday-podsumowanie-wybor%C3%B3w-samorz%C4%85dowych-15f12355df8d>, [dostęp: 25.12.2019].

²⁴⁰ Ibidem.

²⁴¹ M. Lisowska – Magdziarz, *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Kraków 2004.

²⁴² R. K. Yin, *Case Study Research: Design and Methods*, 4th ed., Thousands Oaks California, 2009.

²⁴³ B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research*, New York 1952, s. 18.

²⁴⁴ B. Berelson, *Analiza treści*, [w:] *Teoria i metodologia badań nad prasą za granicą (przekłady)*, 3. *Analiza zawartości*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1970, s. 8.

Badaniom poddane zostały materiały newsowe pochodzące z dwóch najbardziej popularnych programów informacyjnych w Polsce: „Faktów” TVN oraz „Wiadomości” TVP. Materiał badawczy pochodzi z okresu kampanii wyborczej od dnia jej ogłoszenia przez premiera M. Morawieckiego w dniu 14 sierpnia 2018 roku do dnia wyborów II tury, tj. 4 listopada 2018 roku. Łącznie we wskazanym okresie analizie poddano 83 wydania „Wiadomości” TVP i 83 wydania „Faktów” TVN. W obu audycjach wyemitowano w tym czasie 1 798 materiałów newsowych (nie wliczając w to śródszpanów i forszpanów). Każdy taki materiał składa się z zapowiedzi prezenterkiej, belki – jeśli ona występuje, oraz z materiału reporterskiego (autorski materiał dziennikarza)/*voice overa* (czytane głosem prezentera). Na etapie tworzenia klucza kodowego, a następnie na etapie analizy każdy wspomniany element tworzący materiał rozdzielono i analizowano oddzielnie (w tym forszpany i śródszpany). Do badań ostatecznie zakwalifikowano 2 695 elementów składowych programu informacyjnego.

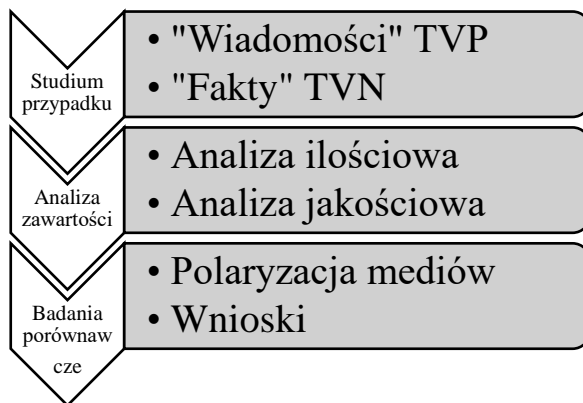
Wybór i analiza materiałów do analizy przebiegał wieloetapowo. W pierwszej kolejności założono, że wydarzenia dotyczące kampanii muszą dotyczyć Polski lub dzieć się na terytorium kraju. Dodatkowo, w celu doprecyzowania materiału badawczego przyjęto kryterium tematyczne. Wśród tematyki, która została poddana analizie znalazły się informacje o sondażach wyborczych i przebiegu kampanii, a także tematy polaryzujące partie polityczne i społeczeństwo, takie jak edukacja seksualna, sądy, konstytucja, wojsko i obronność, kościół, mniejszości narodowe i migracja, LGBT, aborcja, ojczyzna wartości i patriotyzm oraz stosunek do Unii Europejskiej. Do materiału badawczego zaliczono także treści dyskredytujące lub zachwalające działalność mediów.

W „Wiadomościach” TVP analiza odnosi się dokładnie do 1 542 elementów, a w „Faktach” TVN do 1 153 materiałów audiowizualnych. Ostatecznie w prezentacji wyników końcowych ograniczono się do pogłębionej weryfikacji trzech podstawowych elementów programu informacyjnego, dających się ze sobą porównać. Są to: zapowiedź reporterska, tytuł materiału (nazywany belką) oraz materiał reporterski. Łącznie: 2 354 elementy.

2.3.1 Metody i narzędzia badawcze

Koncepcja polaryzacji mediów weryfikowana jest w oparciu o trzy główne metody badawcze: studium przypadku, analizę zawartości oraz badania porównawcze (Rysunek 2.3).

Rysunek 2.3 Metody badawcze wykorzystane w pracy.



Źródło: Opracowanie własne.

Studium przypadku było jedną z niezbędnych do zastosowania metod badawczych w analizie polaryzacji mediów w Polsce. Studium skupiające się na konkretnym obszarze badawczym, wskazującym wybrane programy telewizyjne badane w określonym czasie pozwalało na przeprowadzenie dogłębnej analizy konkretnego zjawiska. Badaniu, zgodnie z koncepcją R. K. Yina towarzyszą pytania objaśniające „jak” media polaryzują oraz „dlaczego” media polaryzują²⁴⁵. Próba odpowiedzi na te pytania w połączeniu z pozostałymi metodami badawczymi pozwala na przeprowadzenie analizy wielowymiarowej. W niniejszej pracy studium przypadku stanowią dwa programy informacyjne o różnej historii, finansowaniu i konstrukcji.

„Wiadomości” TVP

Historia „Wiadomości” TVP sięga okresu, kiedy w Polsce telewizja publiczna cieszyła się monopolem na nadawanie. „Wiadomości w naszym nowym dzienniku będą dobre albo złe, oby tych ostatnich jak najmniej, ale zawsze prawdziwe” – te słowa wypowiedziane 18 listopada 1989 roku przez W. Reszczyńskiego rozpoczęły nową epokę w historii telewizyjnych programów informacyjnych: „Tak jak 4 czerwca skończył się w Polsce komunizm, wybrano rząd Tadeusza Mazowieckiego – tak 18 listopada 1989 roku skończyła się epoka propagandy. Zamiast Dziennika Telewizyjnego – rzeczowa i obiektywna informacja Wiadomości”²⁴⁶. Przez lata „Wiadomości” TVP musiały się

²⁴⁵ R. K. Yin, *Case Study Research: Design and Methods*, 4th ed., Thousands Oaks California, 2009, s. 8-9.

²⁴⁶ *O Wiadomościach*, 23.10.2014, <https://wiadomosci.tvp.pl/17361638/o-wiadomosciach>, [dostęp:07.11.2018].

adaptować do zachodzących zmian i reagować na coraz większą konkurencję na rynku medialnym. W latach 90. ubiegłego stulecia „Wiadomości” TVP cieszyły się ogromną popularnością, a niektóre gospodarstwa domowe miały dostęp wyłącznie do programów informacyjnych telewizji publicznej²⁴⁷. Na początku lat 90. program informacyjny TVP oglądało nawet 16 milionów widzów, co dziś wydaje się być wartością zupełnie nie do osiągnięcia²⁴⁸. Współcześnie rozwój technologiczny i mediów internetowych sprawił, że telewizyjne programy informacyjne nie są już tak popularne, jak przed laty. „Wiadomości” TVP nie są już jedyną możliwością pozyskania wiedzy o świecie, co oczywiście przekłada się na poziom i wskaźniki oglądalności.

„Fakty” TVN

W dniu 3 października 2017 roku minęło 20 lat od uruchomienia prywatnej telewizji TVN. Współtwórcami programu informacyjnego „Fakty” byli T. Lis i G. Miecugow. Pierwsze wydanie ukazało się w dniu uruchomienia stacji, czyli 3 października 1997 roku o godzinie 19.30. „Fakty” TVN były w tamtym czasie zupełnie nową propozycją przedstawiania informacji w Polsce²⁴⁹. W obliczu przytłaczającej przewagi oglądalności telewizji publicznej, 2 maja 1998 roku przesunięto emisję „Faktów” na godzinę 19.00. Decyzja okazała się słuszna, a oglądalność zaczęła stabilnie i szybko rosnąć²⁵⁰. Do dziś „Fakty” TVN nie zmieniły pory nadawania. W 2018 roku program informacyjny wyrósł na lidera rynku. W czerwcu 2018 roku średnia widownia „Faktów” wynosiła 2,23 mln widzów, co zapewniło TVN ponad 21 proc. udziału w rynku telewizyjnym. We wrześniu 2018 roku, podobnie jak w czerwcu liderem programów informacyjnych były „Fakty” TVN, a ich oglądalność wyniosła średnio 2,48 mln widzów, zaś „Wiadomości” TVP zajęły drugie miejsce z oglądalnością 1,99 mln widzów²⁵¹.

²⁴⁷ R. Klepka, *Ewolucja Wiadomości TVP 1: od medialnej stroniczości do propagandy politycznej*, s. 246. http://rep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/1880/Klepka_-_Ewolucja_Wiadomosci_TVPI_od_medialnej_st.pdf?sequence=1&isAllowed=y, [dostęp: 07.11.2018].

²⁴⁸ Ibidem.

²⁴⁹ #20latFaktówTVN. *Dziękujemy, że jesteście z nami!*, 03.10.2017, <https://fakty.tvn24.pl/20-lat-faktow-tvn,103/20latfaktowtvn-dziekujemy-ze-jestescie-z-nami,778004.html>, [dostęp: 06.11.2018].

²⁵⁰ *Fakty (TVN)*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Fakty_\(TVN\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Fakty_(TVN)), [dostęp: 06.11.2018].

²⁵¹ M. Kurdupski, *„Fakty” najchętniej oglądane we wrześniu. Wszystkie dzienniki na minusie*, 03.10.2018, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/ogladalnosc-dziennikow-wrzesien-2018-fakty-liderem>, [dostęp: 07.11.2018].

2.3.2 Zakres badania i główne pojęcia

Badania zawartości programów informacyjnych w TVP i TVN w trakcie samorządowej kampanii wyborczej rozpoczęły się w sierpniu 2019 roku. Poprzedzone zostały wielomiesięczną pracą związaną z przygotowaniem klucza kodowego i analizy dostępnych teorii. Klucz kodowy, czyli wykorzystane w pracy narzędzie badawcze było weryfikowane i konsultowane ze specjalistami w zakresie badań systemów medialnych i analizy zawartości. Duży wkład w jego powstanie wnieśli badacze z Uniwersytetu Warszawskiego: dr. hab. A. Jupowicz-Ginalska oraz promotor rozprawy dr hab. M. Głowacki. W czasie trwania badań pojawiały się problemy techniczne związane z gromadzeniem i dostępem do archiwalnych materiałów wideo. Problemy te udało się rozwiązać. Pełny dostęp do niezbędnych materiałów uzyskano dzięki nawiązaniu współpracy z dr J. Wyszynskim z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, twórcą systemu CAST (Content Analysis System for Television)²⁵².

Klucz kodowy i zaproponowany w jego ramach podział na poszczególne kategorie został zweryfikowany podczas badań pilotażowych w listopadzie 2018 roku. Badania te wniosły nowe spojrzenie na klucz oraz pozwoliły wyeliminować słabe punkty stworzonego narzędzia badawczego. Etap badań pilotażowych obejmował kilka losowo wybranych wydań zarówno „Faktów” TVN, jak i „Wiadomości” TVP.

Zakres badań określono kierując się definicją i ramami czasowymi omawianej w pracy kampanii wyborczej. Samorządowa kampania wyborcza została ogłoszona w dniu 14 sierpnia 2018 roku, a data wyborów pierwszej tury została wskazana na dzień 21 października 2018 roku. Druga tura głosowania odbyła się w dniu 4 listopada 2018 roku i właśnie ta data stanowi granicę dla analizy materiału badawczego. W ujęciu teoretycznym kampania wyborcza kończy się 24 godziny przed datą wyborów. Ponieważ autorka dysertacji badała wybory samorządowe włącznie z drugą turą wyborów, naturalne stało się, że badaniami zostały objęte wydania programów informacyjnych z dnia ciszy wyborczej (20 października 2018 roku) oraz dnia pierwszej tury wyborów, tj. 21 października 2018 roku. Aby zachować spójność autorka zdecydowała się powtórzyć działanie również wobec drugiej tury wyborów. Analiza ciszy wyborczej, jak również dnia drugiej tury wyborów stanowią swoiste kompendium wiedzy na temat linii programowej obu programów informacyjnych.

²⁵² zob. Content Analysis System for Television, <http://cast.info.pl/> [dostęp: 10.02.2020].

Badania pilotażowe pozwoliły na doprecyzowanie materiału badawczego; w badaniach polaryzacji mediów zrezygnowano z informacji poświęconym patriotyzmowi i ojczyźnie. Liczba materiałów promujących ojczyznę i zachowania patriotyczne dominowała w „Wiadomościach” TVP. Można zakładać, że liczne używanie słów: ojczyzna, mała ojczyzna, patriotyzm lokalny, naród, narodowość, historia czy pamięć historyczna miały spowodować zwrócenie się odbiorcy ku państwom narodowym. Jednakże w pracach nad kluczem nie udało się stworzyć takiego narzędzia, który osadziłby tę tematykę w kontekście polaryzacji w sposób niebudzący wątpliwości. Kolejną zmianą, jaka dokonała się po zakończeniu badań pilotażowych, była rezygnacja z analizy materiałów promocyjnych, autopromocyjnych i crosspromocji jako praktyk wpływających na polaryzację mediów w Polsce. Badanie pilotażowe ujawniło, że dane te nie mają znaczenia dla badania kampanii samorządowej w mediach w kontekście polaryzacji. W kluczu natomiast znajdują się kategorie dotyczące cytowania mediów i powoływania się na media, co nie jest zjawiskiem tożsamym z działaniami promocyjnymi. Za cytowanie uznajemy bowiem pokazanie nagłówka gazety, pokazanie wpisu w mediach społecznościowych, pojawienie się na ekranie słów ze wskazaniem źródła, a także publikacja fragmentów innych programów telewizyjnych. Powoływanie się na inne media jest zatem traktowane w niniejszym badaniu jako wskazanie źródła informacji, co może nieść za sobą konotacje emocjonalne. Może na przykład wskazywać na pozytywne działanie mediów lub może zawierać negatywne emocje wobec tzw. „mediów wrogich”.

W wyniku badań pilotażowych do klucza dodano kategorię umożliwiającą identyfikację „ładunku emocjonalnego” wobec cytowanych mediów. W pierwotnym kształcie klucza jeden ze wskaźników zakładał ocenę kontekstu w jakim wspomina się o mediach lub kontekstu, w jakim cytuje się dane media. Jednak ta kategoria nie jest na tyle dokładna, by móc na jej podstawie ustalić stosunek autora materiału do cytowanego medium. Klucz uzupełniono zatem o kategorię badającą stosunek emocjonalny autora materiału do medium. Jeśli pojawia się emocjonalność, badacz ma możliwość ją ocenić jako pozytywną lub negatywną.

Badania pilotażowe wpłynęły również na doprecyzowanie wykorzystywanej w pracy definicji zjawisk pochwały, krytyki oraz agresji w mediach. Materiały poddane analizie wstępnej zwróciły uwagę autorki na dość intensywne w kampanii wyborczej w 2018 roku wykorzystywanie wulgaryzmów. Słowa wulgarne pojawiały się zarówno w mowie, jak i w słowie pisanym (na planszach). Dlatego też przechodząc do głównej

fazy badań autorka postanowiła wyróżnić trzy obszary analizy pochwały, krytyki i wspomnianej agresji: słowną, fizyczną i wizualną (grafiki, plansze z cytataми). Zapisane czy wymówione w materiałach słowa wulgarne były „wypikane” i „wygwiazdkowane”, nie mniej zawsze w każdej z tych sytuacji były jasne w odbiorze. Autorka postanowiła badać przekaz pozytywny w aspekcie szeroko rozumianej pochwały (również aprobatę, a nawet uwielbienie), przekaz negatywny jako szeroko rozumianą krytykę (zawierającą również agresję). Dla potrzeb tej pracy agresja postrzegana jest poprzez bezpośredni fizyczny atak, używanie wulgarnych słów mających obrazić, ale także stosowanie wulgaryzmów w mediach, będącego elementem podniesienia emocjonalności przekazu. Autorka w tym miejscu wyraźnie chce podkreślić, że badanie polaryzacji w mediach w tym ujęciu nie ma na celu szczegółowego zbadania użycia języka.

W trakcie badań pilotażowych zauważono, że badanie ilościowe w kontekście czasu trwania poszczególnych programów czy poszczególnych materiałów informacyjnych nie ma zastosowania. Pomiar czasu nie daje bowiem jasnej odpowiedzi na pytanie, czy materiał ma mniejszy lub większy potencjał do polaryzacji. Dodatkowo oba programy informacyjne, zarówno „Fakty” TVN jak i „Wiadomości” TVP różnią się pod kątem struktury i budowy. Na przykład w Telewizji Polskiej program „Gość Wiadomości” jest oddzielnym programem i jednocześnie częścią „Wiadomości” TVP, podczas gdy „Fakty po Faktach” są tylko zapowiadane i w całości emitowane na antenie TVN24. Podobnie czołówki obu programów różnią się ze względu na czas trwania. Problematyczne są tutaj także kwestie tak zwanych wydań specjalnych, gdzie struktura wydania może znacząco różnić się od wydania codziennego. Program informacyjny telewizji publicznej jest zazwyczaj o kilka minut dłuższy niż program prywatnej stacji TVN. Znaczenie dla niniejszej dysertacji mają za to zapowiedzi rozmów w programach: „Gość Wiadomości” oraz „Fakty po Faktach”. Dobór gości do programów może być wskazaniem na linię programową stacji, a także poziom stroniczości.

2.3.3 Klucz kodowy i trójwymiarowy model polaryzacji

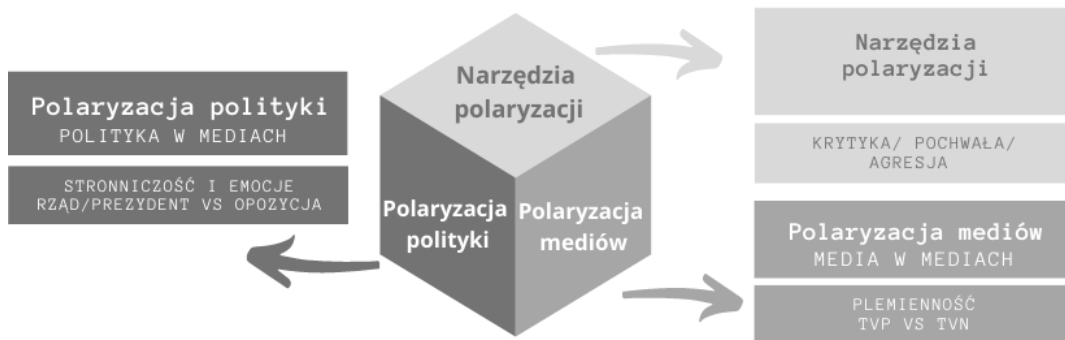
Do zbadania procesów polaryzacji mediów w Polsce wykorzystano autorski klucz kodowy, który składa się z 225 kategorii (Aneks I). Wśród badanych elementów w kluczu wyróżniono: zapowiedź prezenterską, belkę (tytuł materiału), materiał reporterski, forszpan i śródspan. Dzięki pomiarom ilościowym możliwe było określenie liczby wszystkich materiałów informacyjnych pojawiających się w programie, a także liczbę

materiałów poświęconych samorządowej kampanii wyborczej. Szczegółowe kategorie klucza dotyczą kolejno tematyki materiałów, liczby wystąpień przedstawicieli świata polityki, społeczeństwa, mediów etc. Dodatkowe elementy klucza miały na celu określenie ładunku emocjonalnego oraz zwrócenie uwagi na język, jakim posługują się dziennikarze i rozmówcy. Równie ważne były wyrażane przez wypowiadających się poglądy, sposób w jaki te wypowiedzi są formułowane itd. W trakcie kodowania i przeprowadzania badań jakościowych autorka wykorzystywała stworzone w tym celu notatki. Znalazły się w nich fragmenty wybranych wypowiedzi, których struktura może wskazywać na zjawisko polaryzacji. Do ilustracji wyników badań jakościowych autorka dołączyła także stop klatki z wybranych fragmentów „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN. Wykorzystane materiały graficzne są uzupełniane za pomocą prezentacji wybranych materiałów reporterskich, tytułów materiałów i tzw. „belek”.

Kodowanie materiału badawczego było pracą wielomiesięczną, żmudną, wymagającą uwagi i pełnej koncentracji. Proces kodowania zakończył się w maju 2020 roku. Do analizy materiału badawczego przystąpiono w czerwcu 2020 roku. Wyzwaniem było bowiem takie pogrupowanie wyników, które pozwoli na ukazanie jak najszerszego obrazu badań i przyniesie nauce jak najwięcej merytorycznych i empirycznych korzyści w zakresie polaryzacji mediów.

Ostatecznie zdecydowano się na podział wyników badań na trzy grupy. W pierwszej znajdują się wszystkie te zjawiska, które dotyczą polaryzacji polityki w mediach. Osadzone są one na osi rząd/prezydent – opozycja, a badane w kontekście stronniczości i emocji. Druga grupa objaśnia zjawisko polaryzacji mediów. Zagadnienia osadzone są na osi TVP – TVN, a ich głównym celem jest sprawdzenie zjawiska plemienności mediów jako bezpośredniego czynnika wpływającego na polaryzację mediów. Trzecia grupa skupia się na narzędziach polaryzacji w mediach. Narzędzia zostały skategoryzowane wokół przekazów pochwalnych i krytycznych ze szczególnym uwzględnieniem agresji jako skrajnej formy komunikacji. Agresja stanowi, dla autorki niniejszej pracy, dowód na pewnego rodzaju tabloidyzację mediów – w tym serwisów informacyjnych, wykorzystywanie emocjonalności w celu zdobycia zainteresowania, a także obudzenia u odbiorcy skrajnych emocji. Narzędzia polaryzacji wraz z polaryzacją polityki i polaryzacją mediów stanowią trójwymiarowy model polaryzacji (Grafika 2.1).

Grafika 2.1 Trójwymiarowy model polaryzacji



Źródło: opracowanie własne.

Zaproponowany przez autorkę model ma celu utworzenie zbiorów, które pozwolą na odpowiednią kategoryzację i usystematyzowanie zjawiska polaryzacji w mediach. Tabela 2.1 pozwoli zrozumieć założenia i przyczynić się do objaśnienia wyników badań empirycznych nad polaryzacją mediów w Polsce.

Tabela 2.1 Trójwymiarowy model polaryzacji

Polaryzacja polityki POLITYKA W MEDIACH	Narzędzia polaryzacji	Polaryzacja mediów MEDIA W MEDIACH
STRONNICZOŚĆ I EMOCJE RZĄD/PREZYDENT VS OPOZYCJA	KRYTYKA/POCHWAŁA AGRESJA	PLEMIENNOŚĆ TVP VS TVN
ZABARWIENIE EMOCJONALNE POZYTYWNE VS NEGATYWNE PERPSKETYWA WSPIERAJĄCA VS NEGUJĄCA WYDŹWIEK INFORMACJA VS KOMENTARZ ETYKA MEDIÓW PROFESJONALIZM NACECHOWANIE OBRAZU	KRYTYKA, DEZAPROBATA POCHWAŁA, UWIELBIENIE CHWALIMY SWOJE KRYTYKUJEMY CUDZE "MY VS ONI" AGRESJA SŁOWNA AGRESJA WIZUALNA AGRESJA FIZYCZNA	KONTEKST CEL INNE MEDIA VS NASZE MEDIA CYTOWANIE INTERPRETACJA SPOŁECZEŃSTWO SAMORZĄD

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

W drugim rozdziale autorka pracy skupiła uwagę na wymiarach polaryzacji mediów w Polsce. Szczegółowo omówione zostało podłoże teoretyczne, które jest rozwijane w niniejszej dysertacji. Jako punkt wyjścia skupiono się na systemowych determinantach procesów polaryzacji, które bazują na strukturze rynku medialnego, polityce medialnej, zarządzaniu mediami a także ich finansowaniu. Drugą część rozważań w kontekście Polski poświęcono kwestii profesjonalizacji mediów i kultury dziennikarskiej. Kluczowe w tej części było ukazanie zjawiska stronniczości dziennikarskiej, tworzenia się plemion dziennikarskich w wymiarze kreowania wroga i występujących aktów agresji. W kontekście kampanii wyborczej ważne było odniesienie się do procesów samoregulacji, zapewniających pluralizm, niezależność i równy dostęp do mediów poszczególnych partii politycznych i kandydatów. Ostatnia część rozdziału stanowi obszerny opis metodologii badań, z podziałem na metody badawcze, zakres badania a także omówienie klucza kodowego i sposobu prezentacji wyników badań w oparciu o trójwymiarowy model polaryzacji. W tym miejscu należy podkreślić, że narzędzia i metody badawcze wypracowywane przez autorkę pracy stanowią punkt wyjścia do badania mediów w Polsce w kontekście polaryzacji. Autorka uznaje ten obszar w polskiej nauce za mało zbadany, a jednocześnie niezwykle istotny zarówno dla badaczy mediów, jak również samych dziennikarzy.

3. ANALIZA ILOŚCIOWA ORAZ JAKOŚCIOWA ZAWARTOŚCI PROGRAMÓW INFORMACYJNYCH „WIADOMOŚCI” TVP ORAZ „FAKTY” TVN

Badania empiryczne prezentowane w niniejszym rozdziale były prowadzone w oparciu o omówiony w poprzedniej części pracy: trójwymiarowy model polaryzacji. Zgodnie z formułą przyjętą podczas określania narzędzia badawczego uwagę skupiono w pierwszej kolejności na zagadnieniu polaryzacji politycznej. W tym kontekście procesy zachodzące w mediach były analizowane z uwzględnieniem tematów poruszanych w poddanych badaniu programach informacyjnych, tj. „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN. Wśród tematów pojawiały się te, które były związane bezpośrednio z kampanią samorządową, ale także te, nad którymi toczyła się dyskusja niezależnie od kampanii wyborczej. W szczególności tematy niezwiązane bezpośrednio z kampanią samorządową uwidaczniały polaryzację społeczną. Kolejnym badanym elementem jest dobór gości (ze szczególnym uwzględnieniem polityków) w poszczególnych materiałach informacyjnych, a także stroniczość mediów z uwzględnieniem podziałów na media prorządowe i antyrządowe.

W drugiej części uwaga została skupiona na analizie związanej z występowaniem polaryzacji medialnej. To tu autorka poddała badaniu częstość występowania innych oraz rodzimych mediów w materiałach informacyjnych ze względu na ilość cytowania i powoływania się na redakcje czy tytuły prasowe. Autorka zwróciła też uwagę na dobór gości – ekspertów medialnych i ich pochodzenie redakcyjne. Ten kontekst jest niezwykle istotny w analizowaniu występowania zjawiska plemion dziennikarskich.

Chcąc uzyskać szerszą perspektywę procesów polaryzacji autorka zbadła także sferę społeczną w mediach. Jednakże z uwagi na obszerny klucz kategoryzacyjny oraz wielość danych badaczka zdecydowała się w tekście głównym przeprowadzić częściowy opis badań i skupić się tylko na tych analizach, które w sposób bezpośredni wiążą się z polaryzacją medialną.

Ostatnia część rozdziału została poświęcona narzędziom polaryzacji, przez które autorka rozumie wszystkie składowe materiałów informacyjnych, zapowiedzi prezenterkich oraz tzw. pasków. Na podstawie usystematyzowania tych narzędzi zostaje przeprowadzona wielowymiarowa analiza jakościowa zawartości programów informacyjnych. Analiza narzędzi polaryzacji dotyczy treści związanych ze słowem, gestem czy obrazem. W głównej mierze odnosi się do różnych poziomów krytyki

i pochwał, ale także wyodrębnia agresję uznając ją w obszarze debaty publicznej za dysfunkcyjną dla mediów, społeczeństwa i polityki. Rozdział wzbogacono licznymi cytataми, zdjęciami oraz materiałami graficznymi z „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN. W odpowiednich fragmentach pojawiają się także *case study*. Studium przypadku informacji mediów o innych mediach, ma na celu zaprezentowanie różnic pomiędzy przekazami mającymi wpływ na tworzenie się plemion dziennikarskich.

Analiza zawartości treści ukazująca narzędzia polaryzacji odnosi się tak samo do aspektów politycznych, społecznych jak i medialnych. Ma to związek z określonymi we wstępie hipotezami badawczymi, które na podstawie zaprezentowanych w niniejszym rozdziale wyników badań empirycznych są weryfikowane w Zakończeniu.

3.1 Różnice medialne – struktura programu informacyjnego

W niniejszej pracy analizie poddane zostały dwa programy informacyjne o podobnym charakterze, ale jednak o nieco innej strukturze. Dla przykładu w „Wiadomościach” TVP umieszcza się forszpan – czyli szybki przegląd najważniejszych trzech informacji. Jak wspomniano wyżej, belki pojawiają się przy każdym materiale zapowiadany przez prezentera co bez wątpienia wzmacnia dany przekaz. „Fakty” TVN mają znacznie krótszą czołówkę programu. W programie informacyjnym TVN nie ma forszpanu, ale pojawia się śródspan, czyli krótki przerywnik zapowiadający jeden prezentowany później w całości materiał. W przypadku „Faktów” TVN pierwsze (najczęściej dwa) i ostatni materiał reporterski zapowiadane są bez użycia belek. Belki w trakcie zapowiedzi pojawiają się tylko przy kilku środkowych tematach i jest ich znacznie mniej niż w „Wiadomościach” TVP.

Różnice można dostrzec także w liczbie materiałów i długości obu programów. „Wiadomości” TVP najczęściej mają około 30 minut, przy około 26 minutach (a w weekendy ok. 21-22 min.) „Faktów” TVN. W programie informacyjnym Telewizji Polskiej średnia liczba materiałów w programie w okresie kampanii wynosiła ponad 11, a w programie stacji komercyjnej ponad 9 materiałów. W „Faktach” TVN prezenterzy tylko zapowiadają kto będzie gościem w programie „Fakty po Faktach” i – stosując zasadę promocji krzyżowej – zapraszają widza do stacji: TVN24 na rozmowę politykami. Promują w ten sposób nie tylko „Fakty po Faktach”, ale także inne rozmowy polityczne, jak np. „Kropka nad i” Moniki Olejnik. „Wiadomości” natomiast rozpoczynają rozmowę ze swoim gościem politycznym jeszcze w programie „Wiadomości” TVP i dopiero po

chwili odsyłają widza do stacji TVP Info. Czas rozmów w „Wiadomościach” TVP jest różny. W trakcie analizowanej kampanii samorządowej zdarzyło się na przykład, że rozmowa na antenie głównej (TVP1) trwała więcej niż 10 minut. Rozwiązanie, które stosują „Wiadomości” TVP jest o tyle skomplikowane, że prezenterzy rozmowę z politykiem określają nazwą „Gość Wiadomości”, co z jednej strony ma sugerować, że jest to oddzielny program, a z drugiej strony, że jest to część „Wiadomości” TVP. Ta specyficzna hybryda sprawia, że kierując się jakością wyników prowadzonych badań, „Gość Wiadomości” nie jest poddawany szczegółowej analizie.

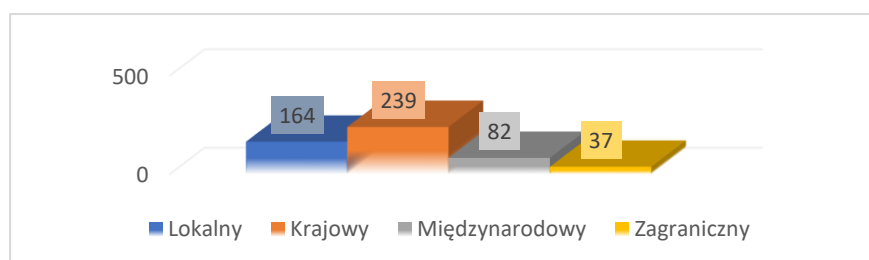
3.2 Zasięg tematyki newsa w kampanii samorządowej jako społeczno–polityczny element polaryzacyjny ze względu na obszar

Kampania samorządowa jest specyficzną formą kampanii. W czasie jej trwania prezentowane powinny być różne obszary Polski i ich problemy w równym wymiarze. To jest ten typ kampanii, w którym tematy z poziomu samorządowego powinny być przeważające, a omawiane programy polityczne partii powinny być skupione na lokalnych i regionalnych sprawach. Jednakże osiągnięcie takiej budowy ogólnopolskich serwisów informacyjnych było w 2018 roku utrudnione przez wyjątkowe zaangażowanie czołowych polityków, przywódców partyjnych, ale i rządzących. To ich obecność w samorządowej kampanii wyborczej determinowała pojawianie się newsów. Oczywiście, to nie jest nic nowego, że partia władzy, ale i partie opozycyjne sięgają po najważniejszych liderów swoich ugrupowań. W roku 2018 zauważalna była jednak wyraźna nadreprezentacja polityków reprezentujących władze centralne. Na przykład, M. Morawiecki pojawił się w 101 materiałach „Wiadomości” TVP, co stanowiło ponad 22% wszystkich analizowanych materiałów. W „Faktach” TVN Premier RP pojawił się w 62 materiałach, co stanowiło ponad 16% analizowanych newsów. G. Schetyna jako lider opozycji pojawił się w „Wiadomościach” TVP w 55 materiałach, co stanowiło 12% wszystkich materiałów. W „Faktach” TVN pojawił się w 53 materiałach, co stanowiło 14% analizowanych newsów. Takie zaangażowanie liderów opozycji, ale i Premiera RP czy nawet Prezydenta RP, który również zaznaczył swoją obecność w tej kampanii, mobilizuje działanie mediów. Wpływa na obecność kamer właśnie w miejscowości, w której znajdują się najważniejsi ludzie w kraju. Oznacza to przekierowanie uwagi na władzę centralną. W rezultacie najistotniejsze w z punktu widzenia problemy samorządowe zaczynają schodzić na drugi plan, bo po prostu zaczyna w programie

brakować na nie miejsca. A przecież kampania samorządowa powinna być jednak bardziej lokalna niż krajowa. Z tych powodów kwestie lokalności i regionalności najczęściej przejmują kanały informacyjne takie jak TVP Info czy TVN24, a w przypadku nadawcy publicznego także telewizje regionalne.

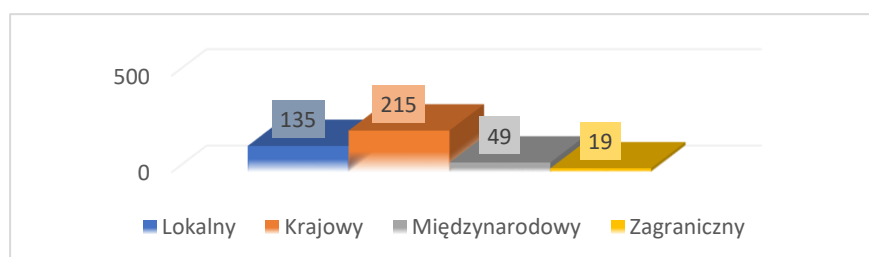
Z badań przeprowadzonych przez autorkę niniejszej dysertacji wynika (Wykres 3.1, Wykres 3.2), że w okresie kampanii wyborczej w 2018 roku w analizowanych programach informacyjnych dominowały właśnie tematy krajowe¹. Zarówno w „Faktach” TVN, jak i w „Wiadomościach” TVP w komunikacji z widzami na pierwszym miejscu stawiana była tematyka ogólnopolska², a dopiero w drugiej kolejności liczyła się lokalność i regionalność. Pośród analizowanych materiałów zdarzały się również takie, które mogły zostać zaliczone do podwójnej kategorii, kiedy wątki poruszane w materiale były w równym stopniu np. lokalne i ogólnopolskie. Wpływ na taki dobór tematów może mieć również fakt, że omawiane programy informacyjne mają charakter ogólnopolski, a nie regionalny czy lokalny.

Wykres 3.1 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.2 Zasięg materiału reporterskiego „Fakty” TVN (liczba materiałów)



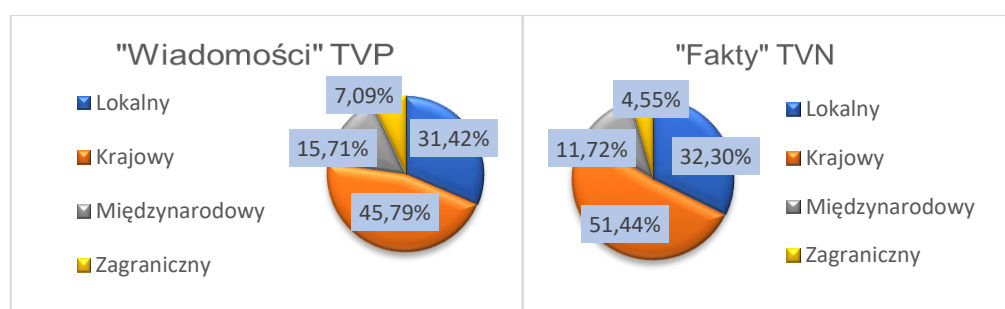
Źródło: opracowanie własne.

¹¹ Za wydarzenia typowo samorządowe autorka rozumie takie, które w całości zostały dedykowane tematyce z danego województwa czy regionu, w całości dedykowane są tematyce z różnych województw lub regionów (np. pokazanie rywalizacji polityków o zwycięstwo w wyborach) lub też tematyka samorządowa jest przeważającą/ kluczową w danym materiale.

² Za wydarzenia krajowe autorka uznaje takie materiały informacyjne, które zawierają w sobie treści nadrzędne do polityki regionalnej, jak np. kwestie związane prawem, które obowiązują także samo w całej Polsce, lub też np. kwestie społeczne, jak np. „500 plus”, które również są kwestiami dotyczącymi całego kraju, etc.

W ujęciu procentowym te same dane prezentują się w jeszcze czytelniejszy sposób (Wykres 3.3). Z wykonanych obliczeń wynika, że w „Wiadomościach” TVP charakter krajowy miało ponad 45% materiałów, lokalny ponad 31%, międzynarodowy ponad 15%, a charakter zagraniczny ponad 7%. W „Faktach” TVN materiałów o charakterze krajowym było ponad 51% (a zatem nieznacznie więcej niż w „Wiadomościach” TVP). Ponad 32% stanowiły materiały o charakterze lokalnym, ponad 11% o charakterze międzynarodowym, a ponad 4% o charakterze zagranicznym³.

Wykres 3.3 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

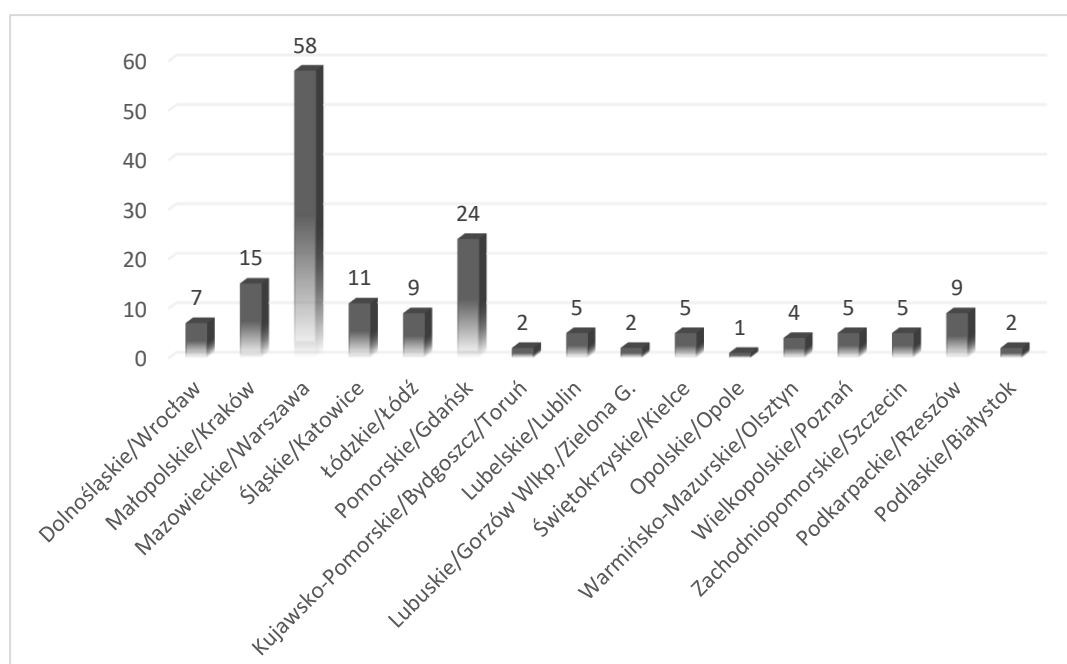
W związku z badaniem kampanii samorządowej, autorka już na etapie tworzenia klucza kodowego przygotowała się na możliwość zbadania tematyki pojawiającej się w newsach pod kątem poszczególnych województw⁴. W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.4) najwięcej informacji dotyczyło Warszawy i województwa mazowieckiego. Na drugim miejscu pojawiły się newsy z Gdańska i województwa pomorskiego, a na trzecim miejscu pojawiały się informacje z Krakowa i województwa małopolskiego. Warszawa z racji bycia stolicą generuje zawsze największą liczbę newsów. Gdańsk z kolei przedstawiany przez polityków w tej kampanii wyborczej jako bastion Platformy Obywatelskiej, powodował zwiększone zainteresowanie dziennikarzy. Dodatkowo istotna w tamtym okresie czasu była sprawa ówczesnego Prezydenta Gdańska P. Adamowicza, któremu

³ Za wydarzenia o charakterze międzynarodowym autorka uznaje takie materiały informacyjne, w których omawiane i prezentowane są wydarzenia polskie, ale ich znaczenie omawiane jest w kontekście innych państw i narodów. Z kolei za wydarzenia zagraniczne uznaje się takie, których wydarzenia odbywały się poza granicami kraju. W kluczu kodowym autorka wskazała na materiały zagraniczne bez wątku polskiego oraz z wątkiem polskim – ale analizie poddała tylko te dotyczące Polski. Chodziło o zbadanie wydarzeń polskich za granicą lub ważnych wydarzeń zagranicznych, w których Polska odgrywała znaczenie.

⁴ Klasyfikacja materiału jako materiału o charakterze wojewódzkim – regionalnym, a nie ogólnopolskim następowała wówczas, gdy w całości był on poświęcony danej tematyce regionalnej, lokalnej czy miejskiej. Np. jeśli temat dotyczył wyboru prezydenta Łodzi albo kiedy mieliśmy materiał poświęcony reprivatyzacji w Warszawie.

ostatecznie Platforma Obywatelska nie udzieliła poparcia w walce o reelekcję⁵. Kraków z kolei był tym miastem, w którym rywalizacja samorządowa odbywała się pomiędzy rządzącym Krakowem od 2002 roku J. Majchrowskim (kandydat popierany przez opozycję), a M. Wassermann z PiS, będącą jednocześnie przewodniczącą Komisji Śledczej w głośnej sprawie Amber Gold (przed komisją składał wyjaśnienia m.in. były premier D. Tusk). Kamery telewizyjne często pojawiały się także w Katowicach i województwie śląskim, a także Rzeszowie, Łodzi i we Wrocławiu.

Wykres 3.4 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP. Podział ze względu na województwa (liczba materiałów)



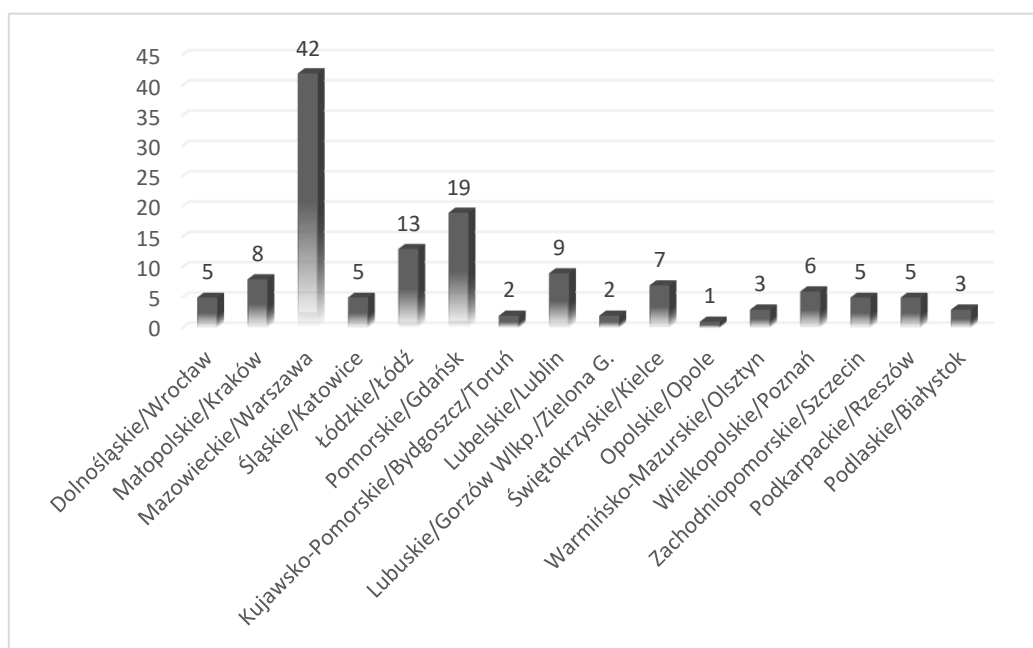
Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN, podobnie jak w „Wiadomościach” TVP, odnotowano najwięcej informacji o charakterze regionalnym lub lokalnym z Warszawy i z województwa mazowieckiego. Z mniejszą częstotliwością widzowie mogli oglądać materiały poświęcone problemom Gdańska (ze uwzględnieniem walki o reelekcję P.Adamowicza)

⁵ Problemy Pawła Adamowicza, które doprowadziły do ostatecznej decyzji Platformy Obywatelskiej o niepopieraniu go w ostatnich wyborach samorządowych zaczęły się od decyzji Prokuratury Krajowej we Wrocławiu, która podejrzewała P. Adamowicza o złożenie nieprawdziwego oświadczenia majątkowego oraz niepoprawnych późniejszych korekt. Dodatkowo CBA podjęło działania w ratuszu, w celu skompletowania dokumentacji dotyczącej zmiany planu zagospodarowania przestrzennego w Gdańsku – Jelitkowie. [za:] <https://www.tvp.info/33959799/zatajenie-majtku-spor-o-dekomunizacje-amber-gold-wszystkie-grzechy-pawla-adamowicza>, dostęp: 28.10.2020].

i województwa pomorskiego. Na trzecim miejscu pojawiły się informacje z Łodzi i z województwa łódzkiego (Wykres 3.5). To w Łodzi właśnie o reelekcję – skutecznie, jak się później okazało – starała się H. Zdanowska z PO skazana prawomocnym wyrokiem przez sąd w sprawie poświadczenia nieprawdy⁶. Temat ten był również chętnie podejmowany przez działaczy PiS.

Wykres 3.5 Charakter materiału reporterskiego „Fakty” TVN. Podział ze względu na województwa (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Charakterystyka materiałów informacyjnych daje nam istotną wiedzę na temat tego, które regiony w kontekście wyborów samorządowych były istotniejsze dla mediów, lub też które media uznały za istotne dla wyborców. Oczywiście sam fakt stwierdzenia pochodzenia materiału nie jest kluczem do odpowiedzi na pytania o polaryzację, ale jest ważną determinantą w poszukiwaniu tej odpowiedzi. Zgodnie z opisanymi powyżej problemami tych regionów czy to reprivatyzacji w Warszawie, czy problemów wokół konkretnych kandydatów możemy stwierdzić, że potencjał polaryzacyjny ma temat, a nie obszar z jakiego on pochodzi. Region czy miasto są tylko pochodną dziennikarskiego wyboru tematyki do newsa.

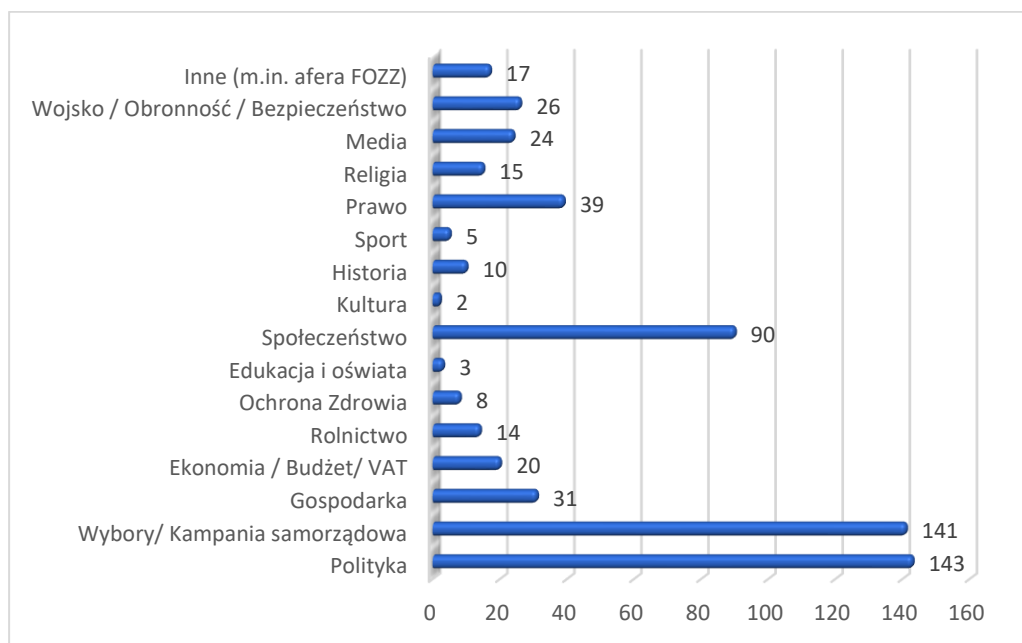
⁶ M. Darda, *Hanna Zdanowska winna! Zapadł wyrok w sprawie prezydent Łodzi i jej partnera*, <https://dzienniklodzki.pl/hanna-zdanowska-winna-zapadl-wyrok-w-sprawie-prezydent-lodzi-i-jej-partnera-zdjecia-film/ar/12999994>, [dostęp: 28.10.2020].

3.3 Dobór tematyki newsa w kampanii samorządowej jako element podziałów społecznych i politycznych

Tematyka materiałów dotyczących kampanii wyborczej w 2018 roku dotykała różnego spektrum zagadnień społecznych, jednakże najczęściej osadzana była bądź to w tematyce politycznej lub też w tematyce kampanii (np. wiece wyborcze). Uznaje się często, że w kampanii nie ma w zasadzie tematów nie-politycznych. Wiąże się to z faktem prowadzenia przez polityków „gry wyborczej”, w której liczy się każdy głos⁷.

W trakcie trwania wyborczej kampanii samorządowej w 2018 roku, najczęściej – co dość naturalne – były poruszane tematy związane z polityką i wyborami. Tendencje te są charakterystyczne i typowe dla obu badanych programów informacyjnych (Wykres 3.6 i Wykres 3.7).

Wykres 3.6 Tematyka materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)

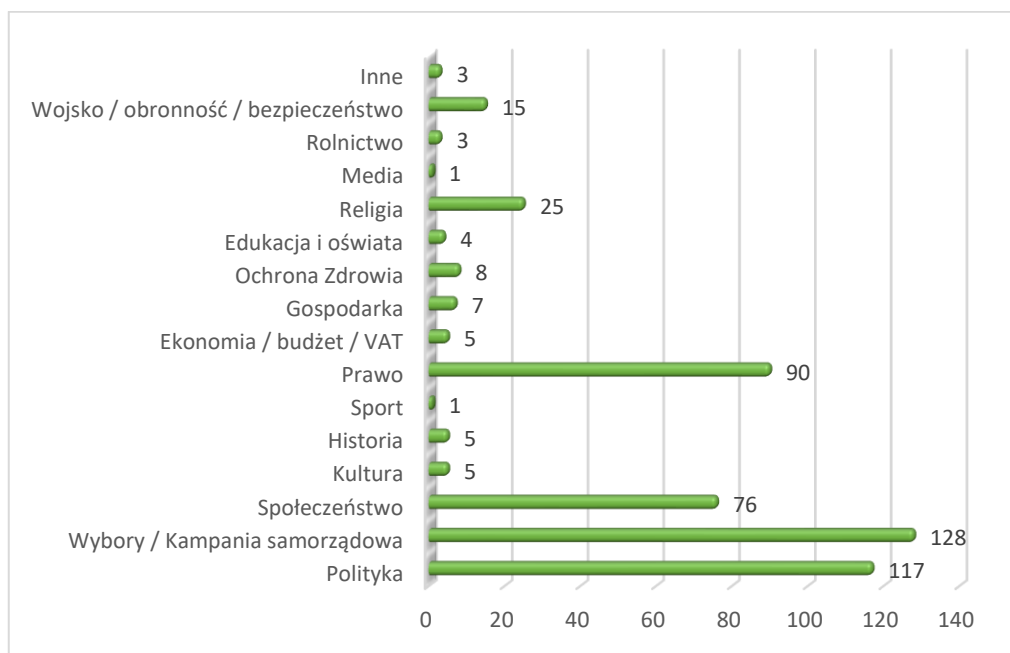


Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP łącznie pojawiło się ponad 280 takich materiałów, w „Faktach” TVN ponad 240.

⁷ Gra wyborcza to termin używany powszechni przez dziennikarzy. Pojawia się w licznych tytułach prasowych. Wystarczy przytoczyć: „O co toczy się ta wyborcza gra?” [za:] Polityka.pl, „Wybory prezydenckie 2020. Gra o wszystko” [za:] Wyborcza.pl Nie stronią od niego także politycy, którzy często posługują się słowem „gra” chcąc oddać zawisłość układów na scenie politycznej.

Wykres 3.7 Tematyka materiału reporterskiego „Fakty” TVN (liczba materiałów)

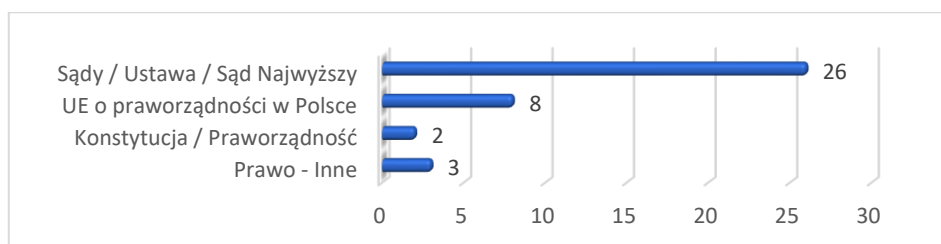


Źródło: opracowanie własne.

Wśród analizowanych materiałów znajdowały się również te z podwójną kategoryzacją, gdzie jeden materiał mógł zostać sklasyfikowany zarówno np. do tematyki religijnej i politycznej. Co tylko jeszcze bardziej wzmacnia znaczącą nadreprezentację polityki w stosunku do tematów społecznych, i co za tym idzie nadreprezentację polityków w mediach.

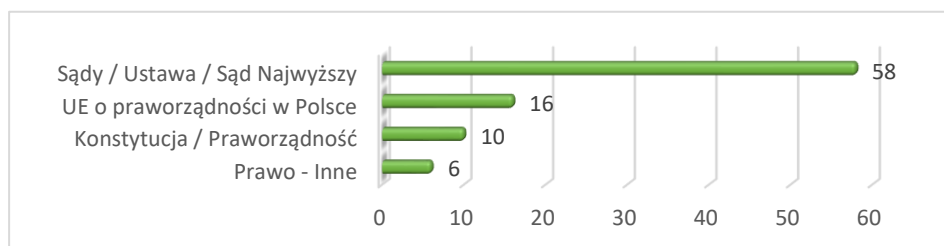
W „Wiadomościach” TVP poza tematyką polityczną i wyborczą były poruszane również tematy związane z praworządnością (Wykres 3.8), ale ich skala była znacznie mniejsza niż w „Faktach” TVN (Wykres 3.9). W programie stacji komercyjnej kwestie związane z polskim prawem i praworządnością w Polsce wybrzmiewały wyraźnie. W tym szerokim zakresie tematycznym mieściły się materiały związane z Sądem Najwyższym, praworządnością, opiniami Unii Europejskiej o Polsce w zakresie prawa i Trybunału Konstytucyjnego oraz inne kwestie konstytucyjne.

Wykres 3.8 Tematyka materiałów prawnych „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

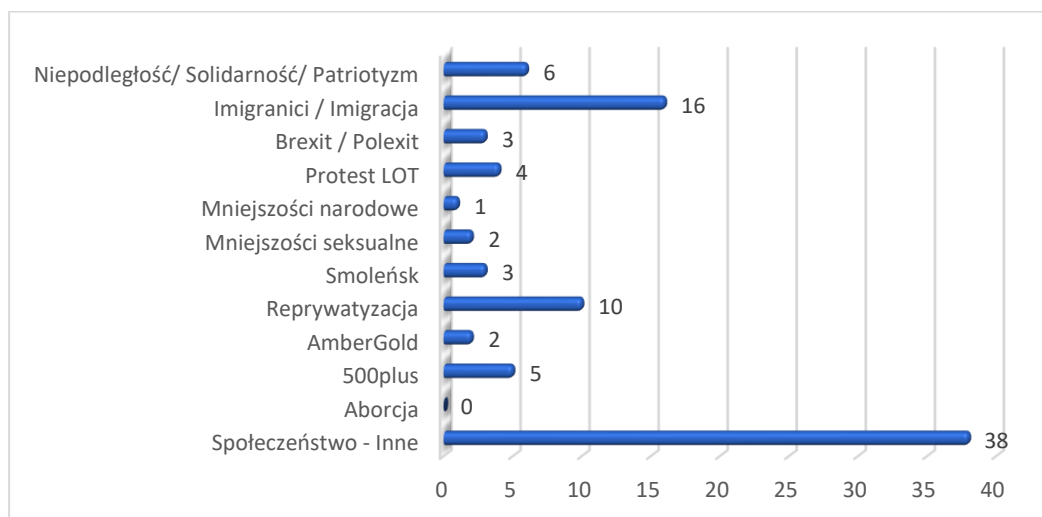
Wykres 3.9 Tematyka materiałów prawnych „Fakty” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

„Wiadomości” TVP zdecydowanie częściej poruszały tematy tzw. społeczne, w tym szczególnie związane z migrantami (Wykres 3.10) Wiele informacji w programie informacyjnym TVP dotyczyło również reprivatyzacji w Warszawie, co było przykładem połączenia tematyki społecznej i politycznej. W „Wiadomościach” TVP wydzielono również podobnie, jak w „Faktach” TVN, kategorię „społeczeństwo – inne”. W ramach tej kategorii przypisano wszystkie materiały o tematyce społecznej różnej niż ta, którą wyszczególniono w kluczu kodowym (a której efekt widać w poniższym wykresie). Wśród tematów społecznych pojawiały się m.in.: Smoleńska, ACTA2, wizyty premiera Morawiecka u Polonii czy temat ustawy o uprowadzeniach dzieci za granicą mającej lepiej chronić polskie dzieci⁸.

Wykres 3.10 Tematyka materiałów społecznych „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)

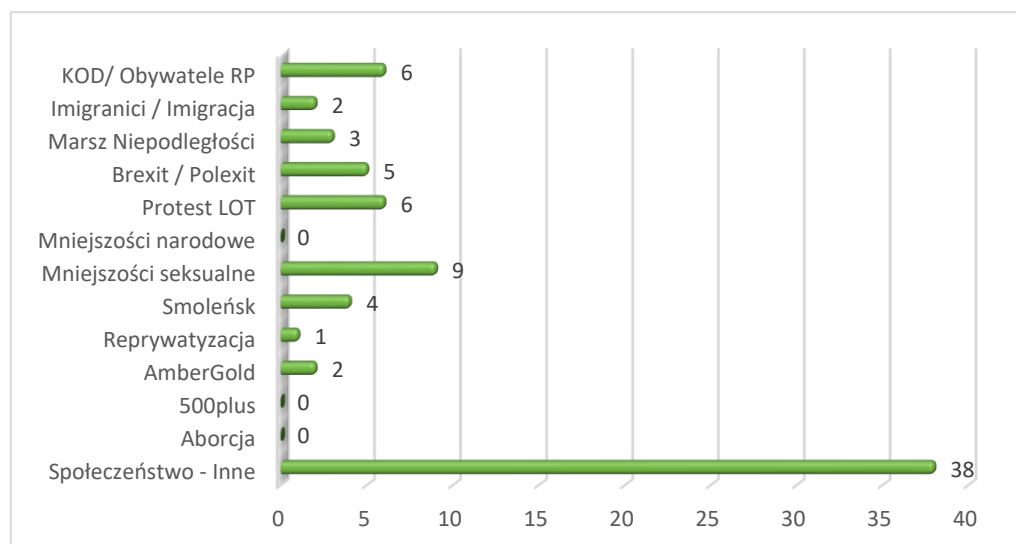


Źródło: opracowanie własne.

⁸ Należy podkreślić, że tematyka materiałów społecznych jest tematyką bardzo szczególną i wielowątkową. Materiały takie na ogół trafiają do kilku kategorii, np.: społecznej i politycznej. Jedno kodowanie pojawia się wtedy, kiedy faktycznie dana tematyka materiału jest dominująca w ramach swojej kategorii, jak np. protest Lot, lub też, kiedy jest dominująca jako kategoria ogólna, np. społeczeństwo, sport czy religia.

Tematy społeczne również w „Faktach” TVN pojawiały się w znaczącej liczbie (Wykres 3.11), jednakże skupiały się dużo mocniej w obrębie tematyki mniejszości seksualnej LGBT a także wokół protestu pracowników PLL LOT, co również łączyło kwestie społeczne, z kwestiami politycznymi. Wśród tematów społecznych określonych mianem inne znalazły się w „Faktach” TVN materiały dotyczące m.in. Smoleńska, o szczepionkach, o księdzu Stryczku ze Szlachetnej Paczki czy o ministrze Błaszczaku używającym określenia sodomici w stosunku do uczestników Parady Równości. Podobnie jak w przypadku „Wiadomości” TVP większość materiałów społecznych w „Faktach” TVN także posiada podwójną kategoryzacją, w równej mierze dotyczy tak kontekstu społecznego, jak i politycznego czy religijnego.

Wykres 3.11 Tematyka materiałów społecznych „Fakty” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie przywołanych wyżej analiz i liczbowych różnic w tematyce społecznej można wskazać na proces decyzyjności wydawców i redakcji w zakresie tego, co uznają oni za istotne do komunikacji – tak dla mediów, jak i odbiorców. Media w kampanii wyborczej kierują się społeczną popularnością danego zagadnienia, ale również działaniami konkurencji. Redakcje obserwują się wzajemnie i podążają w kierunku pozyskania tych samych informacji i prezentowania tych samych newsów, choć oczywiście z własnej perspektywy.

3.4 Polaryzacja polityczna

Zjawisko polaryzacji politycznej nie istnieje w próżni. Jego istnienie definiuje również otoczenie, w tym wspomniane i ujęte wyżej otoczeni społeczne, ale istotne jest także otoczenie medialne. W niniejszej pracy polaryzacja polityczna osadzona została w najbardziej naturalnym dla polityki środowisku, a mianowicie kampanii wyborczej. Wybory to czas intensywnego skupienia uwagi na działalności politycznej. Kampania wyborcza wymusza zmianę stylu komunikacji w tym okresie zarówno w mediach, jak i w polityce. W trakcie samorządowej kampanii w 2018 roku podziały polityczne zarysowały się dość mocno, szczególnie na linii: rząd vs opozycja oraz media vs rząd i media vs opozycja.

3.4.1 Podziały polityczne – tematyka zapowiedzi prezenterkich

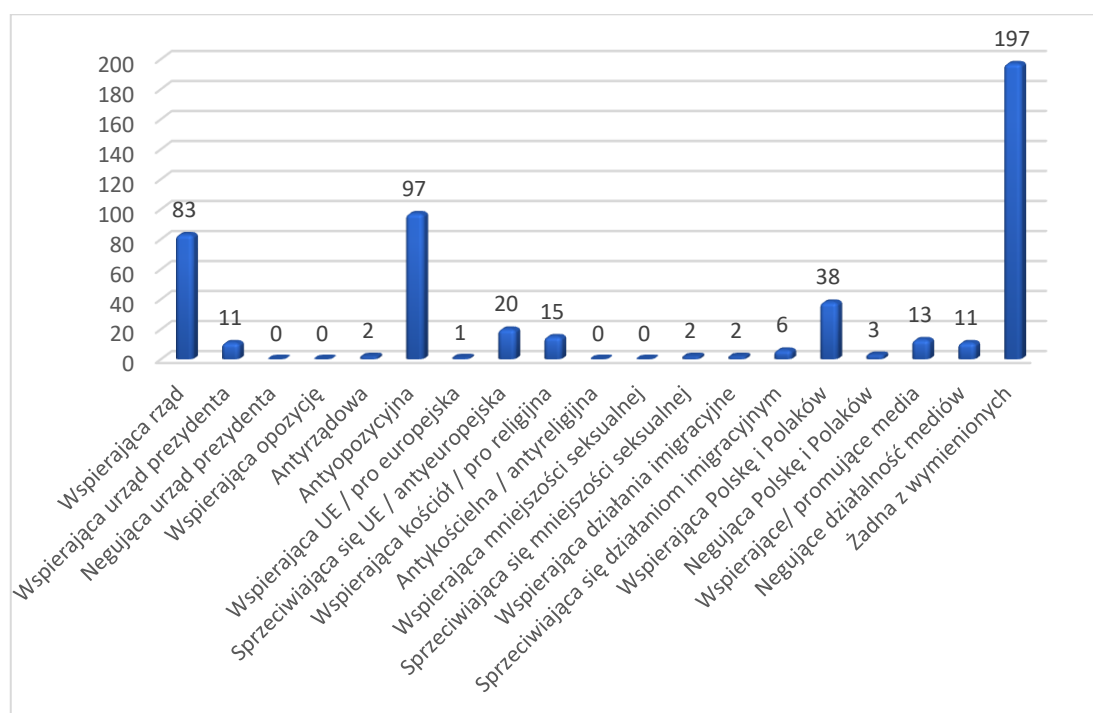
Dokonanie wyboru tematu przez dziennikarza to pierwszy krok. Kolejnym jest osadzenie tematu w określonej perspektywie tematycznej – tak w zapowiedzi prezenterkiej, jak i w materiale. Analiza wybranych zapowiedzi w trakcie kampanii wyborczej „Wiadomościach” TVP wskazała na krytykę opozycji, która pojawiła się w 97 zapowiedziach (Wykres 3.12). Spośród nich wynotowano przykładowe zapowiedzi o charakterze antyopozycyjnym:

- „...w Warszawie Rafał Trzaskowski znowu grozi utratą unijnych funduszy. W Gdańsku kolejne problemy Pawła Adamowicza...” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 27.08.2018].
- „...3 razy więcej pieniędzy dla poszkodowanych przez suszę rolników niż za rządów PO-PSL [...] ale niestety niektóre samorządy opóźniają przesyłanie protokołów niezbędnych do uruchomienia pomocy.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 14.09.2018].
- „Prawo i Sprawiedliwość wzywa Platformę Obywatelską [...] bo wiarygodność w polityce jest ważna.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 02.10.2018].
- „...Platforma Obywatelska jak puste obietnice...” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 06.10.2018].
- „...największym przegranym w gronie liderów Polskie Stronnictwo Ludowe.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 31.10.2018].

W drugiej kolejności w „Wiadomościach” TVP najczęściej pojawiały się zapowiedzi prezenterkie o charakterze wspierającym rząd. Poniżej fragmenty wybrane spośród 83 zapowiedzi:

- „...dowód na to, że rząd dba o szczelność granic...” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 16.08.2018].
- „Dochody z podatków po latach stagnacji rosną i to o kilkadziesiąt procent rocznie. To wynik zmian przepisów i efekt wprowadzenia nowych narzędzi do rozliczania podatku pod okiem Mateusza Morawieckiego.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP, 27.08.2018].
- „Premier zapewnił, że w takich sytuacjach jego rząd jest gotowy na współpracę z każdym samorządem.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości TVP, 06.09.2018].
- „[...] ale jego budowa nie byłaby możliwa, gdyby nie wsparcie rządu [...]” [zapowiedź prezenterka w kontekście kampanii samorządowej, „Wiadomości” TVP, 16.10.2018].

Wykres 3.12 Główna perspektywa tematyczna w zapowiedzi prezenterka „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Dużą liczbę zapowiedzi stanowiła grupa tematów nie wpisująca się w klucz kodowy założony przez autorkę pracy. Tematy te zostały przypisane kategorii: żadna z wymienionych (Wykres 3.12). Do grupy tej trafiły m.in.: zapowiedzi o charakterze antyniemieckim, antysamorządowym, o proteście w PLL LOT, wspierające PiS (co nie zawsze jest równoznaczne z poparciem dla rządu), czy kwestie VAT lub badań oglądalności Nielsena. Poniżej kilka przykładowych zapowiedzi prezenterki z kategorii nie osadzonej w żadnej perspektywie z klucza kodowego:

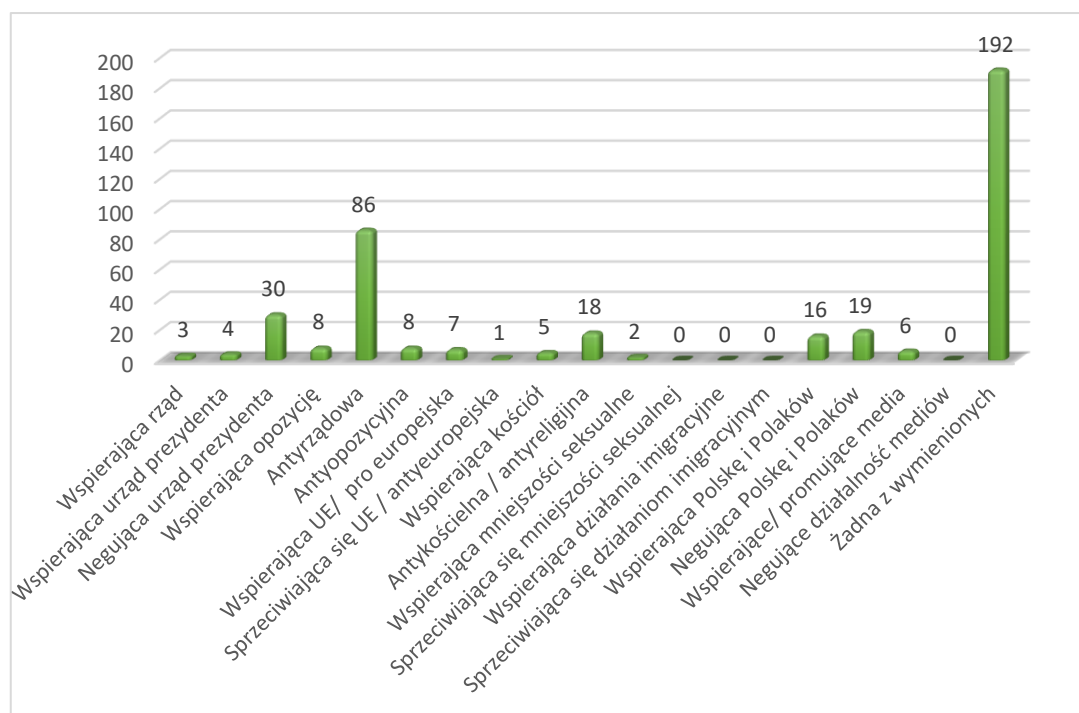
- „...miesiąc temu Telewizja Polska wskazała firmę do przeprowadzenia niezależnego audytu badania wyników oglądalności prowadzonych w tej chwili przez firmę Nielsen. Jednak audytor wciąż nie zaczął pracy. O wątpliwości dotyczące badań telemetrycznych chcieliśmy zapytać w nowojorskiej siedzibie firmy. Niestety tam z reporterem Telewizji Polskiej nikt z Nielsena nie chciał rozmawiać.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 29.09.2018].
- „...ale dziś policjanci stanęli po drugiej stronie [...] chcą większych zarobków ale też innych przywilejów.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 02.10.2018].
- „Podkarpacie może być drugą Bawarią przekonywał [...] Prezes Prawa i Sprawiedliwości Jarosław Kaczyński wskazywał, że patriotyzm i tradycyjne wartości można łączyć z wyjątkowo szybkim wzrostem gospodarczym.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 07.10.2018].
- „...ogromne emocje prywatyzacja budzi także w Gdańsku. Mieszkańcy miasta krytykują decyzje ratusza o sprzedaży Niemcom jednej z miejskich spółek.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 10.10.2018].
- „...Patryk Jaki o szybszej budowie warszawskiego metra [...] Rafał Trzaskowski o zachęcaniu płacenia podatków w stolicy Polski [...] ostatni sondaż potwierdza, że w stolicy dwóch głównych kandydatów dzieli niewielka różnica poparcia.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 15.10.2018].
- „W gminie Daszyna w Łódzkiem do rozstrzygnięcia wyborów na wójta już w pierwszej turze Zbigniewowi W. zabrakło niewiele. Nie podajemy całego nazwiska polityka, bo siedzi on w areszcie ma 92 zarzuty. Kandydatów z problemami, ale wyborczymi sukcesami również w całym kraju jest więcej.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP, 22.10.2020].

W zapowiedziach prezenterkich w „Faktach” TVN (Wykres 3.13) najwięcej, dokładnie 86, pojawiło się zapowiedzi o nastawieniu krytycznym wobec rządu czy Prezydenta:

- „Prezydent, który przemawia i prezydentowa, która próbuje go złapać za rękę. Okrzyki konstytucja wybrzmiały w gdyńskim liceum po tym, jak wybrzmiała tam polityka. Podobnie z resztą, jak wcześniej wybrzmiała w kościele. Wszystko jest polityką słychać z PiS więc Krzysztof Skórzyński pyta, czy są jakieś granice w szkole i na ołtarzu.” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 03.09.2018].
- „...Andrzej Duda mówił, że Ci którzy kiedyś ciemnieli powinni odejść na emeryturę. Można się domyśleć, że chodzi o sędziów sądu najwyższego...” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 07.09.2018].

- „Pańskie słowa są niebezpieczne pisze w liście otwartym do Andrzeja Dudy były prezydent Aleksander Kwaśniewski...” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 13.09.2018].
- „...tego nie wie teraz nikt nawet w sejmie, choć prezydent już wie, że ustawę podpisze [...] PiS chce celebrować w dwa wolne dni i to nic, że do tych dwóch dni zostały dwa tygodnie [...] przechodzi ludzkie pojęcie” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 29.10.2018].
- „...bogaty Kleszczów niech się podzieli, skoro jest tak bogaty - chce Pani poseł z PiS i dodaje, że dobrami powinniśmy się dzielić i że tak samo myśli premier [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 04.09.2018].
- „Wszystko jest w porządku mówi pani minister, kiedy w porządku obrad komisji jest wniosek o jej odwołanie. Anna Zalewska dziś sprawdza, jak ciężkie są tornistry. Ale tornister to akurat nie najcięższy w szkołach problem...” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 01.10.2018].
- „...władza może usuwać sędziów [...] minister zyskał duży wpływ na sądy, ale większość sędziów jest niezawisła” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 08.10.2018].
- „...rządząca partia albo czeka na wyniki wyborów i nie ma czasu, albo nie ma konkretnego pomysłu, co zrobić z zawieszoną przez Trybunał Sprawiedliwości ustawą o Sądzie Najwyższym.” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN, 24.10.2018].

Wykres 3.13 Główna perspektywa tematyczna w zapowiedzi prezenterkiej „Fakty” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

W grupie perspektywy tematycznej zaliczanej do innych niż te wskazane w kluczu kodowym (Wykres 3.13) w „Faktach” TVN zaliczają się m.in. materiały związane z tematyką KRS-u, o wydzwieńku ‘anty-sądowniczym’, ‘anty-PiS’, czy strajku w PLL LOT:

- „...w obronie Hanny Zdanowskiej mieszkańcy Łodzi wychodzili na ulice. Sondaże dają jej największe szanse. [...] Wprowadzenie komisarza będzie jak wyrzucenie głosów mieszkańców do kosza [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN, 09.10.2018].
- „Ojcowska troska i polityczne wsparcie. W roli troskliwego ojca poseł Czarnecki. A w tle bank, staż i syn. 30-latek dość późno wylatuje z gniazda. Tata łagodzi start dodając skrzydeł. W polityce to dziecinnie proste.” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN, 17.10.2018].
- „...na razie wywalczyli sobie dostęp do toalet, miejsca by się ogrzać i zrobić herbatę. Tu kończą się dobre wiadomości dla strajkujących związkowców z LOT-u. Prezes spółki straszy załogi wezwaniem do zapłaty ogromnych odszkodowań Woli realnego kompromisu nie ma.” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN, 24.10.2018].
- „...bo choć Senat mówi ‘tak’ to dodaje ‘ale’ [...] wraca więc pytanie kto 12 listopada pracuje, a kto jednak nie. Jedno jest pewne. W tej niepewności będziemy trwać prawie do końca, bo posłowie zbierają się dopiero 7 listopada.” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN, 27.10.2018].

To na co warto zwrócić uwagę to fakt, że zapowiedzi prezenterskie są nieco bardziej powściągliwe. Jest dużo mniej zapowiedzi jednoznacznie ukierunkowanych np. przeciwko rządowi lub za rządem, przeciwko opozycji lub za opozycją. Nieco inaczej jest w materiałach reporterskich. Tam znacznie łatwiej dostrzec pewne tendencje w budowaniu przekazu. Wynika to z pewnością z faktu, że taki materiał jest dłuższy, zawiera dłuższą dziennikarską narrację, wykorzystuje wypowiedzi innych gości: polityków, społeczeństwa, ekspertów, dziennikarzy. To wszystko wpływa na przekaz i może wzmacniać lub obniżać poziom konfliktu wokół wybranego tematu.

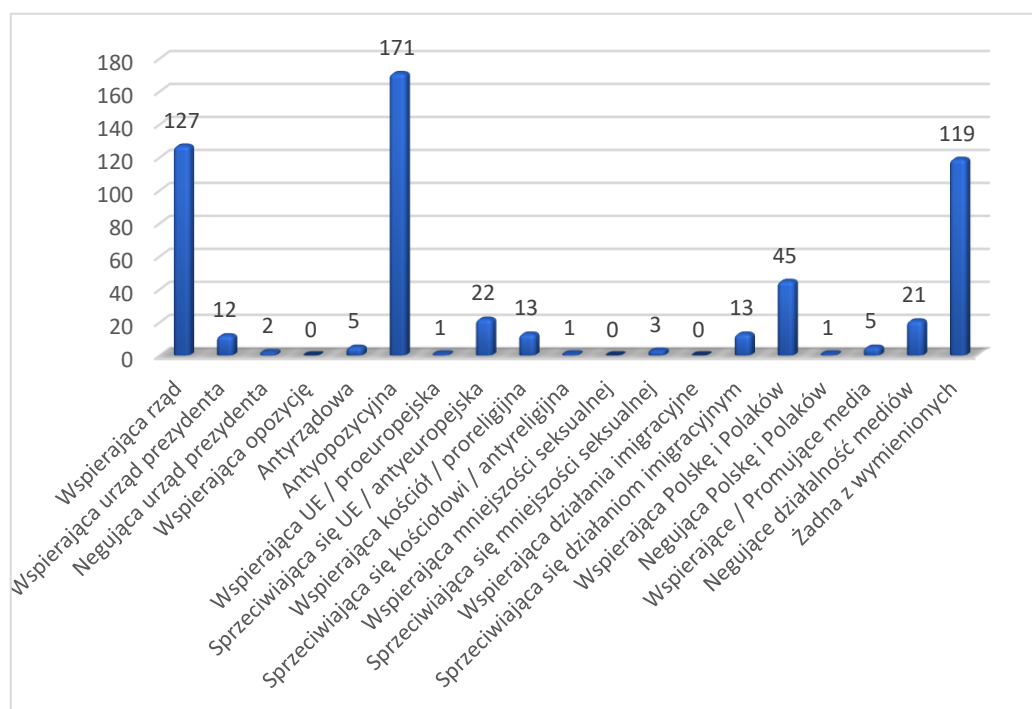
3.4.2 Podziały polityczne – tematyka materiałów reporterskich

Główna perspektywa tematyczna w materiale reporterskim stanowi rozwinięcie tego, z czym widz spotyka się już w zapowiedzi prezenterskiej danego materiału. Dlatego istotną kwestią, oprócz posiadania wiedzy i świadomości, związanej z różnorodnością tematyczną, z jaką spotykamy się w programach informacyjnych – kluczowa wydaje się

również perspektywa prowadzenia narracji dziennikarskiej, jak i budowa całej struktury informacyjnej materiału reporterskiego. Autorka założyła, że podczas kampanii wyborczej polaryzować będą pewne popularne w przestrzeni społeczno-polityczno-medialnej treści i będą one charakteryzowały się perspektywą patrzenia na dany temat oczami autora newsa.

W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.14), znacząca liczba materiałów miała charakter wspierający działania polskiego rządu przy jednoczesnej dużej liczbie, a także krytykujący działania szeroko rozumianej opozycji. Sporo uwagi w programie informacyjnym TVP poświęcano także negatywnemu ukazaniu działań Unii Europejskiej (perspektywa antyeuropejska) oraz procesów migracji/migrantów.

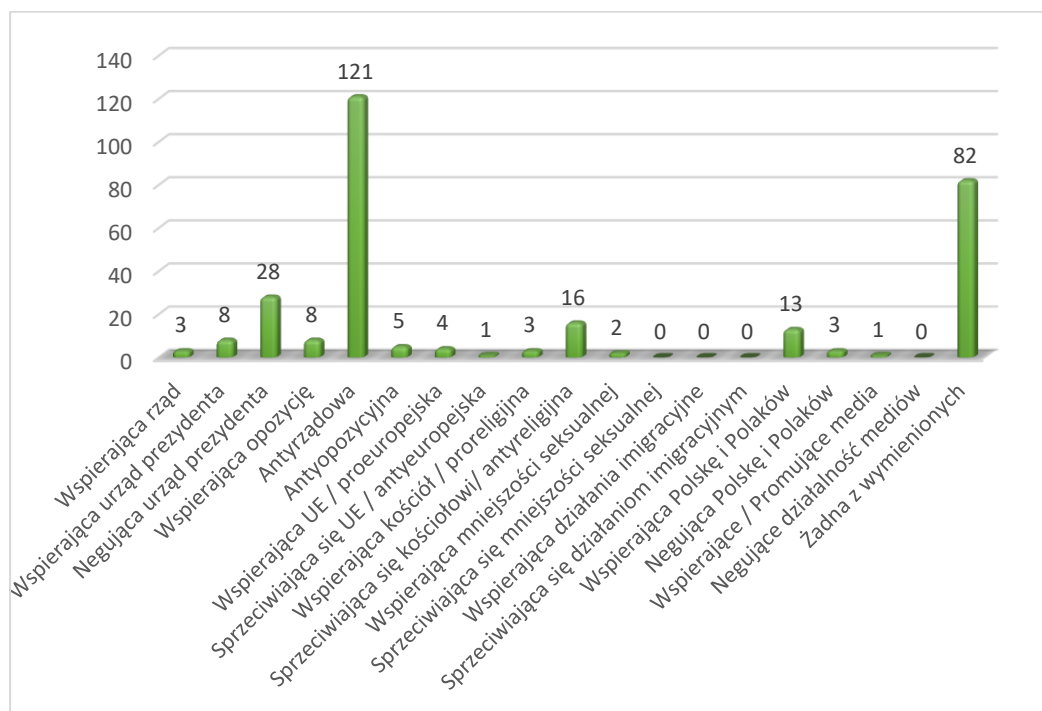
Wykres 3.14 Główna perspektywa w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Inaczej perspektywa tematyczna prezentuje się w „Faktach” TVN. Wśród najbardziej popularnych perspektyw w tematach reporterskich (Wykres 3.15) to perspektywy: antyrządowa oraz negująca działania Prezydenta RP, a także negująca czy sprzeciwiająca się kościołowi katolickiemu (w tym obszarze najczęściej poruszana była tematyka pedofili w kościele).

Wykres 3.15 Główna perspektywa w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Jeśli spojrzymy na dane z wykresów odnoszących się do tematyki materiałów newsowych oraz do wykresów odnoszących się do głównej perspektywy w materiale reporterskim zauważymy zasadnicze różnice w obu programach informacyjnych. Tematyka rządowa w „Wiadomościach” TVP jest raczej pozytywna dla władzy, a w „Faktach” TVN raczej odnosi się do negatywnych działań rządu. Jeśli pojawia się temat kościoła, w „Wiadomościach” TVP raczej będą tworzone przekazy pozytywne, jeśli temat kościoła pojawia się w „Faktach” TVN najczęściej będzie on dotyczył negatywnego zjawiska pedofilii. Gdy „Wiadomości” TVP podejmują temat migrantów, raczej skupiają się na negatywnych zjawiskach z udziałem migrantów niż np. na potrzebie ich wsparcia. Już na tym etapie dostrzec możemy, w jaki sposób tematy społeczne i ich dobór wpływa na polaryzację – nie tylko społeczeństwa, ale i mediów.

3.4.3 Podziały polityczne – analiza gości politycznych w materiałach informacyjnych oraz zapowiedziach prezenterów

Dobór gości, powtarzalność osób w materiałach, powtarzalność ich charakteru wypowiedzi wpływa na odbiór materiału w programach informacyjnych. Drugim równie istotnym czynnikiem jest prowadzenie narracji przez dziennikarza lub prezentera,

stosowane przez niego zabiegi językowe czy – w przypadku telewizji – subiektywny dobór zdjęć video. W pierwszej kolejności przyjrzymy się wypowiedziom pod kątem ilościowym.

3.4.3.1 Analiza ilościowa reprezentantów rządu

Kluczowymi obszarami przeprowadzenia tej analizy są dwie części składowe programu informacyjnego, a mianowicie obok materiału reporterskiego analizowana jest także zapowiedź prezenterka. Zapowiedź z racji swojej formy nie pozwala na zbadanie cytatu poszczególnego polityka, ale pozwala wychwycić wydzwięk zapowiedzi w konkretnym temacie, odnoszący się do konkretnych polityków czy ich działań. Analizę występowania gości w materiale reporterskim rozpocznie przegląd reprezentantów rządu RP⁹.

W zapowiedzi prezenterka w „Wiadomościach” TVP ponad 27% z nich zawierało odniesienie do Rządu RP i jego działań, w tym do ministrów i urzędników reprezentujących rząd. W zapowiedziach „Faktów” TVN takie odniesienia stanowią blisko 30% (Wykres 3.16).

Wykres 3.16 Zapowiedzi prezenterka zawierające odwołanie do przedstawicieli Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



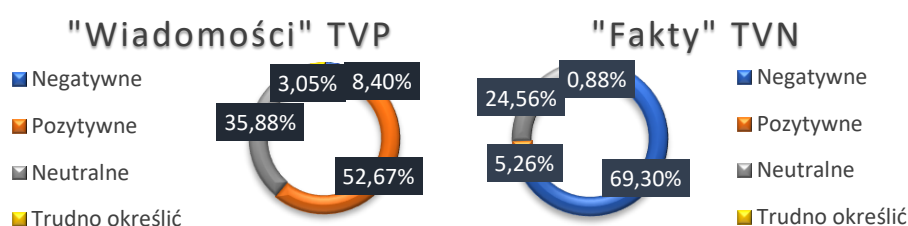
Źródło: opracowanie własne.

Ważne w przypadku badania zapowiedzi prezenterka było uchwycenie zabarwienia emocjonalnego, sposobu zapowiadania i kontekstu, w jakim się to robi. W „Wiadomościach” TVP odwołanie do rządu lub do jego działań miało najczęściej

⁹ Za przedstawicieli rządu autorka uważa rząd w znaczeniu ścisłym: premier, jego zastępcy, ministrowie. Do tej klasyfikacji autorka zalicza ponadto przedstawicieli ministerstw, w tym rzeczników prasowych oraz przedstawicieli KPRM, w tym rzecznika prasowego. Taką klasyfikację argumentuje faktem, że każdy przedstawiciel ministerstwa niezależnie od pełnionej funkcji przedstawia wizję rządu i reprezentuje działania rządu.

zabarwienie emocjonalne pozytywne – ponad 52% wszystkich zapowiedzi. Odwołania neutralne to blisko 36%, a negatywne ponad 8%. Zapowiedzi o trudnym do określeniu charakterze stanowią ponad 3%. W „Faktach” TVN w przeciwieństwie do „Wiadomości” TVP, to zapowiedzi o negatywnym zabarwieniu stanowiły znaczącą większość. Zanotowano ich ponad 69%. Zapowiedzi neutralne to ponad 24%, pozytywne ponad 5%, a trudne do jednoznacznej kwalifikacji stanowiły niecały 1% wszystkich zapowiedzi odnoszących się do rządu i/ lub jego działania (Wykres 3.17).

Wykres 3.17 Zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterkiej w odniesieniu do przedstawicieli Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Liczba materiałów reporterskich zawierająca wypowiedzi polityków władzy była bardzo zbliżona w obu programach informacyjnych. Tak w „Wiadomościach” TVP, jak i w „Faktach” TVN wynik oscyluje w okolicy 50% analizowanych materiałów (Wykres 3.18).

Wykres 3.18 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

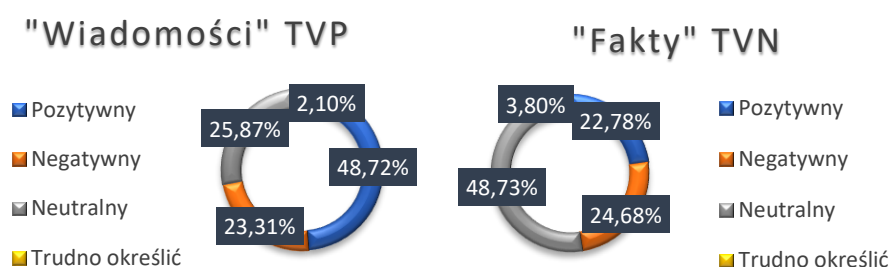


Źródło: opracowanie własne.

O ile w liczbie wypowiedzi reprezentantów rządu nie ma znaczącej dysproporcji w obu programach informacyjnych, to analiza ilościowa wskazuje na istotne różnice w ocenie wydzwięku wypowiedzi przedstawiciela rządu. W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.19)

odnotowano ponad 48% wypowiedzi, których wydźwięk był pozytywny. Ponad 23% stanowiły wypowiedzi negatywne, a 25% miało charakter neutralny. W „Faktach” TVN (Wykres 3.19) odnotowano ponad 22% wypowiedzi o charakterze pozytywnym (to znacząco mniej niż w „Wiadomościach” TVP). Ponad 24% to wypowiedzi negatywne (wynik zbliżony do „Wiadomości” TVP), a ponad 48% (to znacząco więcej niż w „Wiadomościach” TVP) mają charakter neutralny.

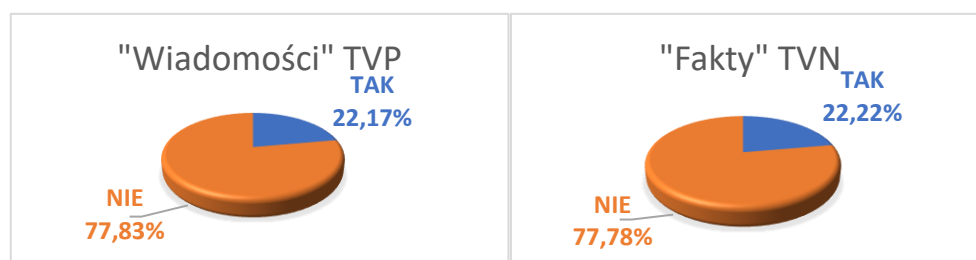
Wykres 3.19 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela rządu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Ocena wydźwięku wypowiedzi, jej charakteru jest istotnym elementem analizy. Ale dopiero uszczegółowienie polegające na sprawdzeniu, czy wśród wypowiedzi o negatywnym wydźwięku istnieją wypowiedzi krytykujące osoby lub wybrane grupy pozwala udzielić pełniejszych wyjaśnień w kontekście polaryzacji politycznej. Analiza pokazała, że w „Wiadomościach” TVP, niemal identycznie jak w „Faktach” TVN, gdzie spośród wypowiedzi przedstawicieli rządu (ministrowie i przedstawiciele ministerstw, Premier i jego gabinet, przedstawiciele KPRM) ponad 22% stanowiły te, które były krytyczne wobec innych osób lub grup (Wykres 3.20).

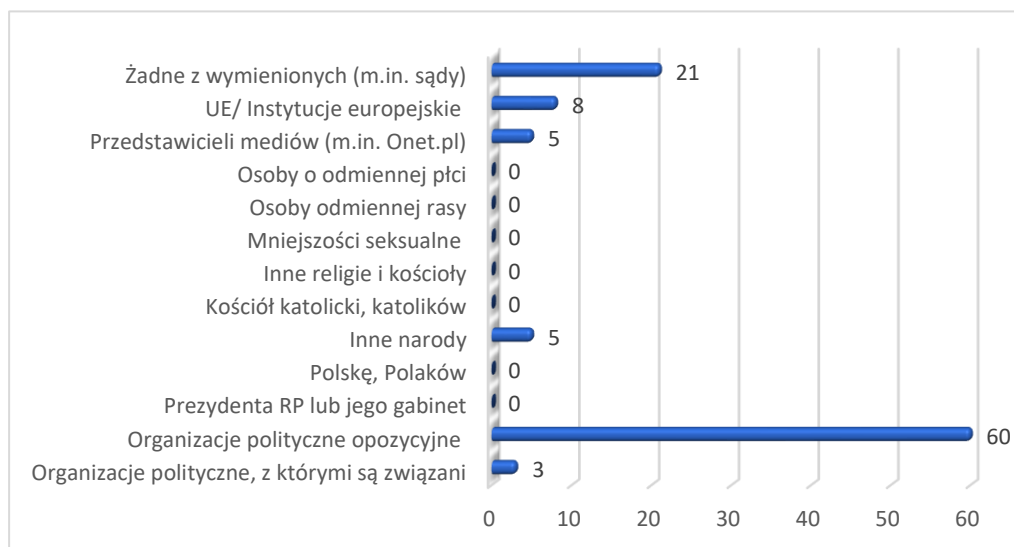
Wykres 3.20 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

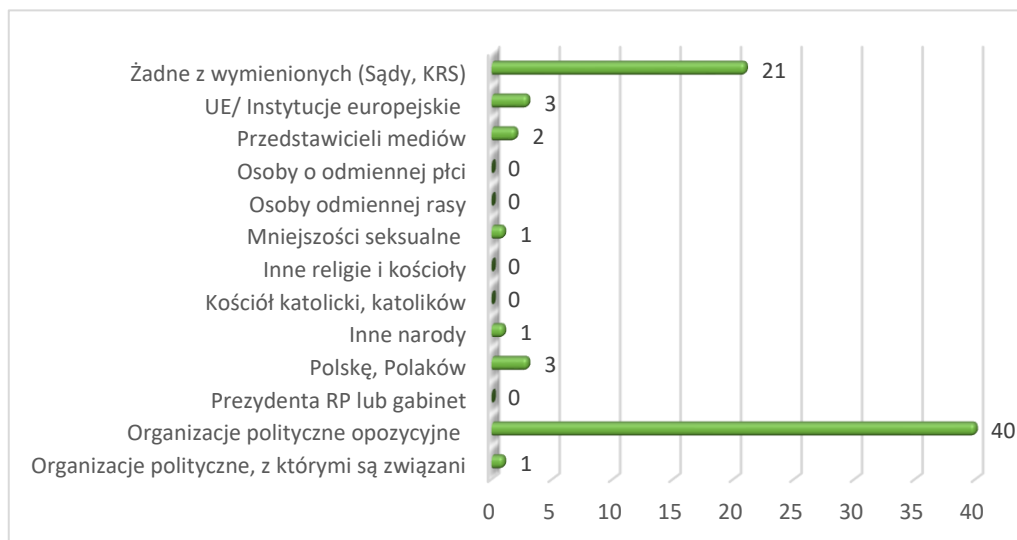
Wypowiedzi krytyczne reprezentantów Rządu RP najczęściej odnosiły się do działalności opozycji i polityków opozycji. W sytuacji trwania kampanii wyborczej ujawnianie się rywalizacji pomiędzy rządem i partią rządzącą a partiami opozycyjnymi jest dość naturalnym zjawiskiem. Nie mniej zbadanie jakości tego politycznego konfliktu oraz jego skali może przynieść dodatkowo odpowiedzi na pytania, w jaki sposób Rząd krytykował opozycję. Temu między innymi poświęcona jest trzecia część tego rozdziału skupiająca się na badaniach jakościowych. W obu programach informacyjnych pojawiały się także głosy krytyki w odniesieniu do stanu prawnego w Polsce, w tym głosy krytyczne wobec KRS, Sądu Najwyższego, Pierwszej Prezes czy działalności sądów w ogóle. Nie brakowało również krytyki wobec przedstawicieli mediów w Polsce, czy też innych narodowości (Rosja, Niemcy). Swoją krytykę przedstawiciele rządu kierowali też w kierunku instytucji europejskich. Szczegółowe dane dotyczące krytyki ze strony rządu są prezentowane na wykresach 3.21 oraz 3.22.

Wykres 3.21 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

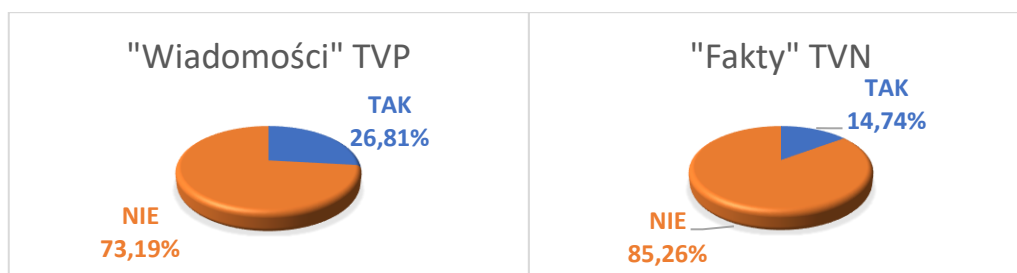
Wykres 3.22 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Po drugiej stronie od wypowiedzi krytycznych są wypowiedzi pochwalne. Ich wartość ma również znaczenie w ocenie polaryzacji polityki i zostaje wyjaśniona w analizie jakościowej narzędzi polaryzacji (Rozdział 3.3). Procentowe ujęcie liczby wypowiedzi pochwalnych wynosiła w Wiadomościach „TVP” blisko 27% ogółu wypowiedzi. W „Faktach” TVN pojawiło się mniej wypowiedzi pochwalnych. Stanowiły one niespełna 15% wszystkich analizowanych wypowiedzi przedstawicieli rządu (Wykres 3.23).

Wykres 3.23 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

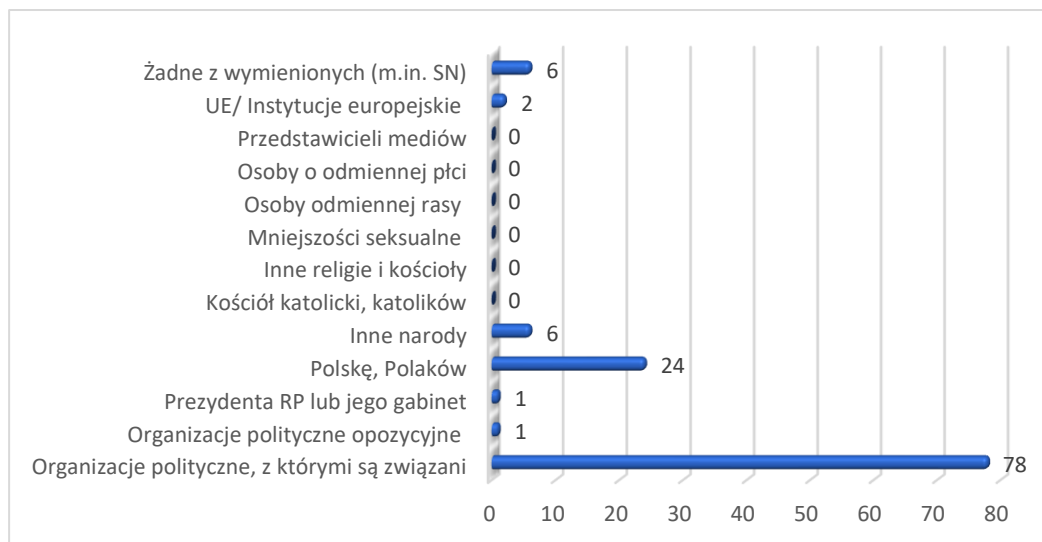


Źródło: opracowanie własne.

W pierwszej kolejności pochwała jest kierowana w stronę organizacji związanych z rządem; wypowiedzi te stanowią zdecydowaną nadreprezentację w stosunku do pozostałych. W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.24) dużo dobrego politycy rządu

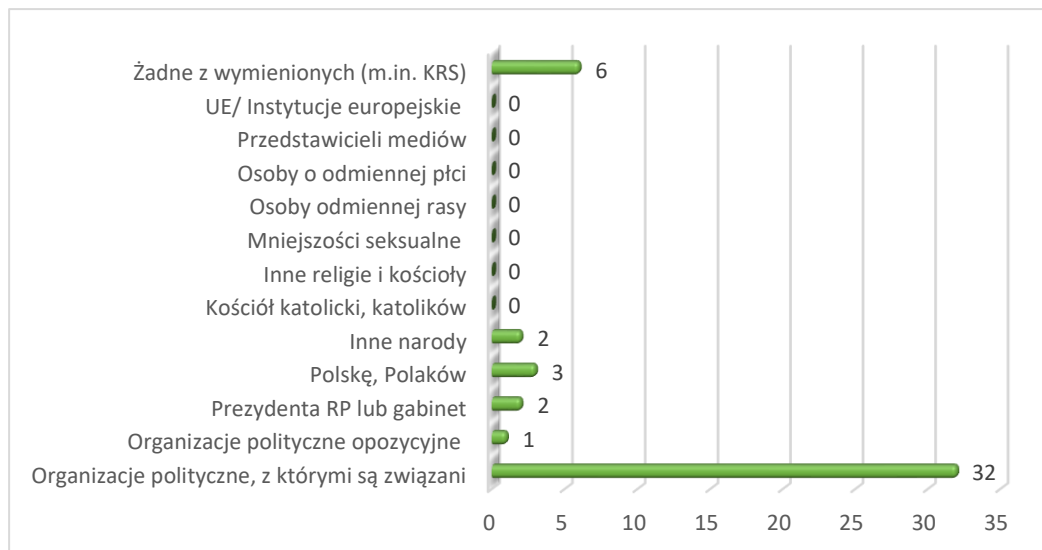
mówili również o Polakach i Polsce, nie zabrakło wypowiedzi pochwalnych w kierunku innych narodowości (tj. USA, Senegal czy jeden raz Niemcy).

Wykres 3.24 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.25 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

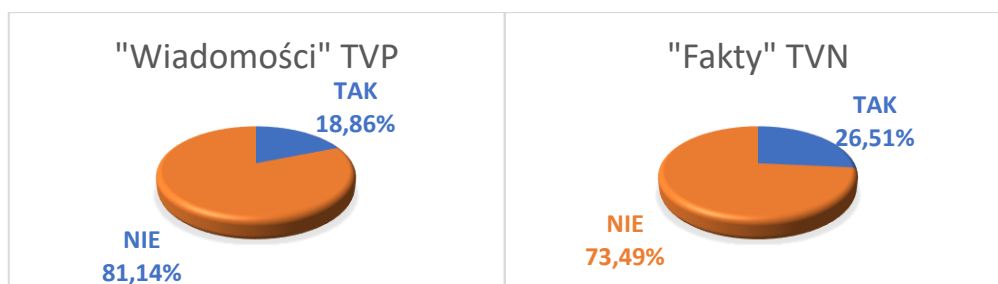
W „Faktach” TVN (Wykres 3.25) obserwujemy podobną tendencję jak w „Wiadomościach” TVP. Liczba wypowiedzi pochwalnych w stosunku do organizacji,

z którymi współpracuje rząd czy w stosunku do tych, które tworzy jest zdecydowanie większa niż w pozostałych przypadkach.

3.4.3.2 Analiza ilościowa reprezentantów koalicji rządowej

W celu stworzenia pełniejszego obrazu struktury materiałów reporterskich autorka badań zdecydowała się również na analizę (poza wypowiedziami przedstawicieli rządu) wypowiedzi przedstawicieli partii rządzącej (PiS) oraz koalicji rządzącej (Solidarna Polska, Porozumienie). Przedstawiciele koalicji w zapowiedziach prenterskich występowali znacznie rzadziej niż przedstawiciele rządu. Wzmianki o nich pojawiły się w ponad 18% zapowiedziach w „Wiadomościach” TVP i w ponad 26% zapowiedzi w „Faktach” TVN (Wykres 3.26).

Wykres 3.26 Zapowiedzi prenterskie zawierające odwołanie do przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



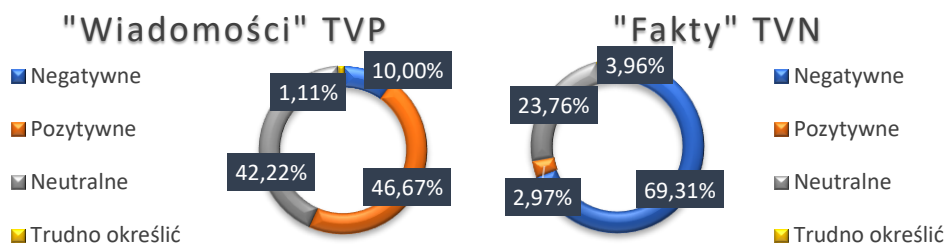
Źródło: opracowanie własne.

Ciekawie prezentują się wyniki dotyczące zabarwienia emocjonalnego w zapowiedziach prenterskich¹⁰. Porównując wyniki dostępne z obu programów zauważymy, że w „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.27) w stosunku do przedstawicieli koalicji rządzącej czy ich działań dominuje pozytywne zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prenterskich i wynosi ono 46%. Ponad 42% to zapowiedzi o zabarwieniu neutralnym. 10% to zapowiedzi o zabarwieniu negatywnym a nieco ponad 1% to zapowiedzi, które trudno było jednoznacznie określić. Inaczej prezentują się wyniki w zapowiedziach prenterskich „Faktów” TVN (Wykres 3.27). Zabarwienie emocjonalne w stosunku do przedstawicieli koalicji rządowej jest w zdecydowanej

¹⁰ Zabarwienie emocjonalne, tak w zapowiedziach prenterskich, jak i w materiałach reporterskim jest wynikiową podejścia krytycznego lub z drugiej strony wspierającego tematykę, o której jest mowa w materiałach reporterskich.

mierze negatywne i wynosi ponad 69% analizowanych zapowiedzi. Blisko 25% zapowiedzi zostało ocenionych jako neutralne, blisko 3% to zapowiedzi o wydźwięku pozytywnym, a niespełna 4% procent to zapowiedzi trudne do określenia pod kątem emocjonalności.

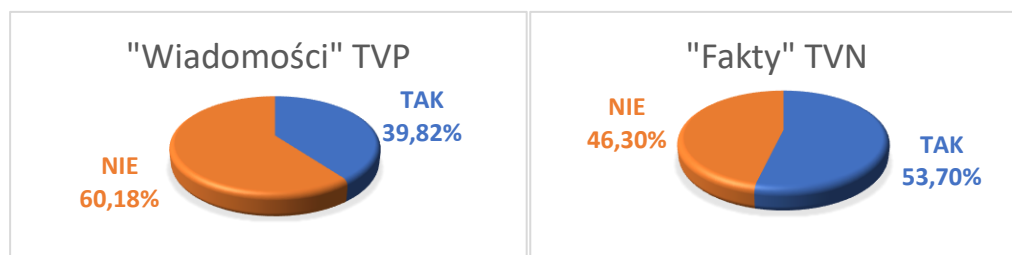
Wykres 3.27 Zabarczenie emocjonalne zapowiedzi prezeterskiej w odniesieniu do przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W obu programach informacyjnych wypowiedzi przedstawicieli partii PiS lub przedstawicieli koalicjantów partii rządzącej znalazły szeroką reprezentację także w analizowanych materiałach reporterskich. W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi te pojawiły się w blisko 40% analizowanych newsów, zaś w „Faktach” TVN takich materiałów było blisko 54% (Wykres 3.28).

Wykres 3.28 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele partii lub koalicji rządzącej, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

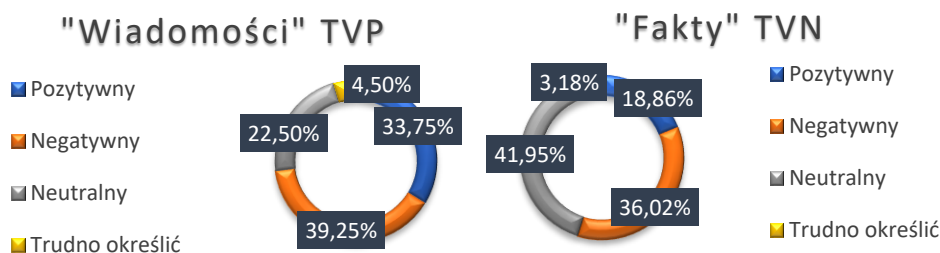


Źródło: opracowanie własne.

Podobnie, jak w przypadku analizy prezentacji przedstawicieli rządu, także i tu został określony wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela partii lub koalicji rządzącej. W „Wiadomościach” TVP blisko 34% to wypowiedzi stanowiły te o charakterze pozytywnym, ponad 39% to wypowiedzi o charakterze negatywnym, 22,5% to wypowiedzi neutralne, a 4,5% to wypowiedzi, które autorka uznała za trudne do

określenia (Wykres 3.29). W „Faktach” TVN wypowiedzi o wydźwięku pozytywnym stanowią niespełna 19% (a więc sporo mniej niż w „Wiadomościach” TVP), wypowiedzi negatywne to 36%, wypowiedzi neutralne to blisko 42%, zaś ponad 3% stanowią takie wypowiedzi, które autorka zakwalifikowała do trudnych do określenia (Wykres 3.29).

Wykres 3.29 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela partii lub koalicji rządzącej w materiałach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Wypowiedzi koalicjantów oraz przedstawicieli partii rządzącej również wyrażały krytyczną opinię wobec pewnych grup lub osób. Z analizy materiałów „Wiadomości” TVP wynika, że wypowiedzi takie stanowiły ponad 34%, a w „Faktach” TVN wypowiedzi krytykujące innych lub ich działania stanowiły ponad 29% (Wykres 3.30).

Wykres 3.30 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP przedstawiciele partii rządzącej (PiS) oraz przedstawiciele koalicji rządzącej Zjednoczonej Prawicy najmocniej, a w zasadzie praktycznie tylko, krytykowali działania opozycji:

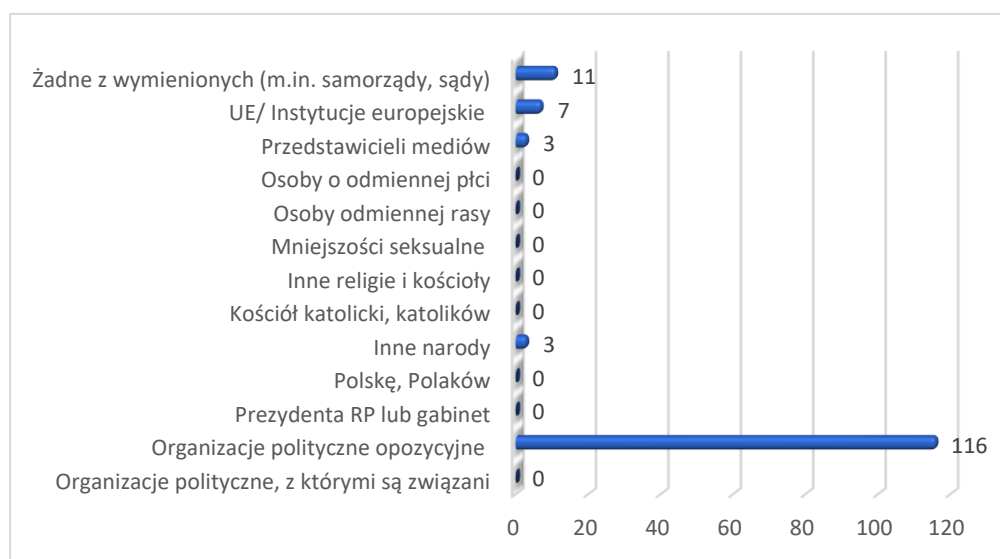
- „...zrozumiał, że przekroczył cienką czerwoną linię. [...] To jest sposób uprawiania przez niego polityki, który polega na antagonizowaniu społeczeństwa.” [Kacper

Płażyński kandydat Prawa i Sprawiedliwości na prezydenta Gdańska w odniesieniu do Pawła Adamowicza, 17.08.2018].

- „...po stronie opozycji nie ma programu nie ma wizji. Jest tylko agresja. Są zaciśnięte zęby...” [Tomasz Poręba szef sztabu wyborczego PiS, 18.08.2018].

Dużo rzadziej ich wypowiedzi krytyczne odnosiły się do sądów, samorządów, mediów czy też instytucji europejskich (Wykres 3.31)

Wykres 3.31 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

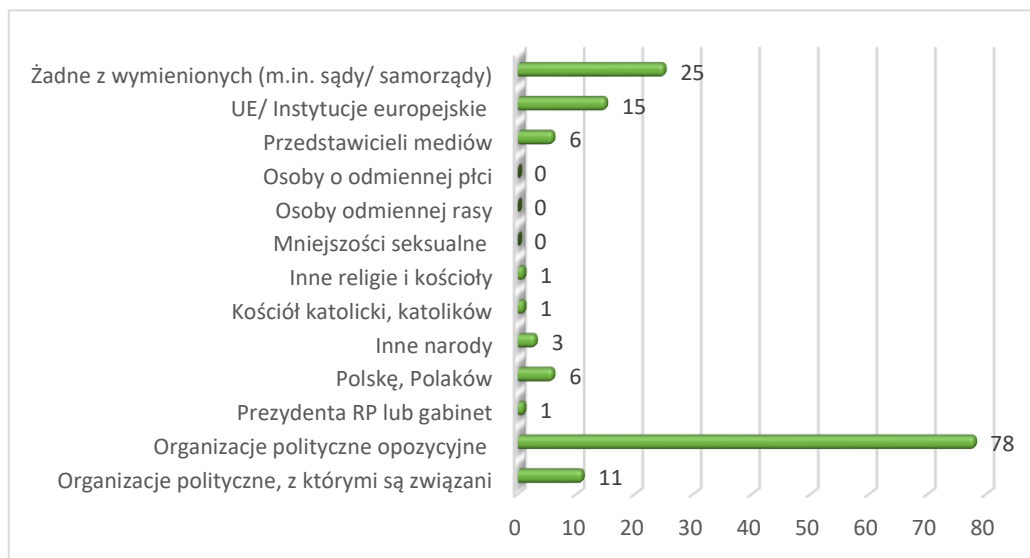


Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN wypowiedzi krytyczne przedstawicieli PiS oraz Zjednoczonej Prawicy (podobnie jak w „Wiadomościach” TVP) głównie odnosiły się do działania opozycji w Polsce. Pojawiały się także wypowiedzi krytykujące sądy, samorzady, instytucje europejskie i media. W „Faktach” TVN ze strony PiS pojawiło się również dosłownie kilka wypowiedzi odnoszących się krytycznie w stosunku do działań polityków związanych z obozem władzy lub rządzących (Wykres 3.32) np.:

- „... pół kroku wstecz odnoście Sądu Najwyższego i niepotrzebnego konfliktu z Komisją Europejską [...] ten konflikt nie służy nam...” [wypowiedź Andrzeja Stanisławka, senatora PiS, 24.10.2018].

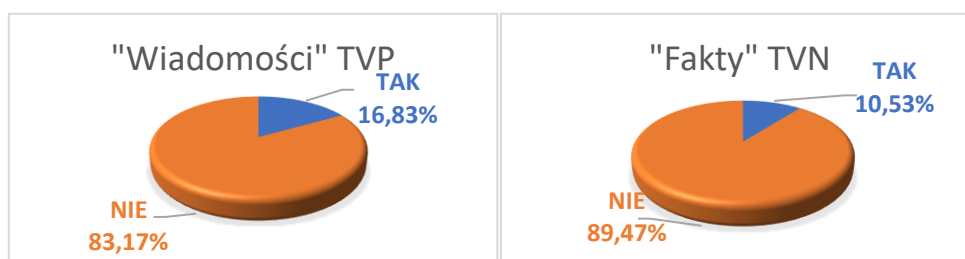
Wykres 3.32 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Na drugim biegunie od wypowiedzi krytykujących są te chwające inne organizacje czy też innych polityków. Ich udział procentowy w „Wiadomościach” TVP został określony na poziomie niespełna 17%. W „Faktach” TVN wypowiedzi pochwalne przedstawiceli partii lub koalicji rządzącej stanowiły 10,5% wszystkich analizowanych wypowiedzi (Wykres 3.33)

Wykres 3.33 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

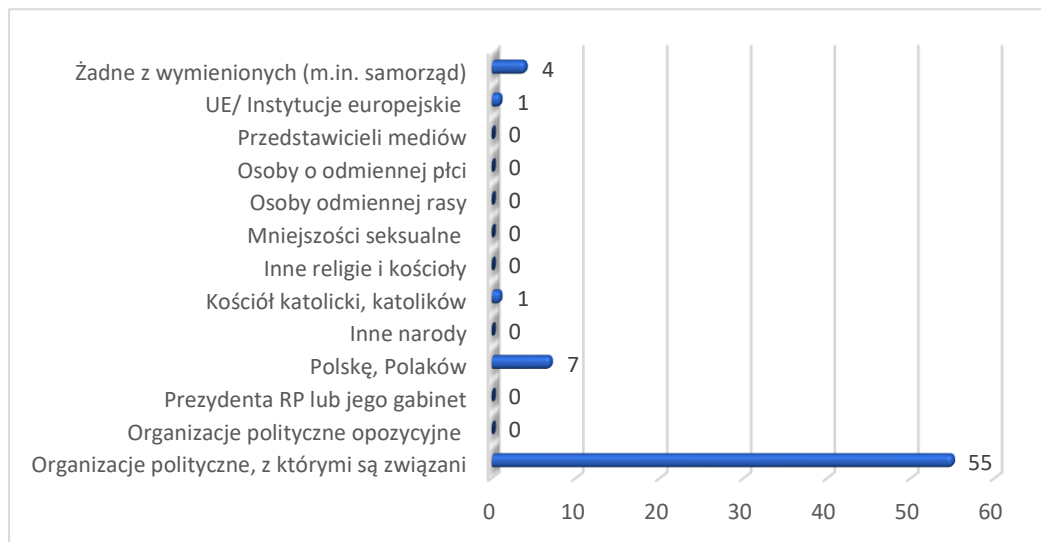


Źródło: opracowanie własne.

Z punktu widzenia polaryzacji nie jest zaskoczeniem, że w „Wiadomościach” TVP wypowiedzi pochwalne przedstawiceli PiS lub innych partii – koalicjantów (Porozumienie J. Gowina czy Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro) odnosiły się głównie do działalności politycznej szeroko rozumianego obozu władzy. Wypowiedzi te miały znaczną nadreprezentację w stosunku do innych pochwalnych wypowiedzi. Wśród

pozostałych wypowiedzi pochwalnych mogliśmy usłyszeć dobre słowo skierowane m.in. wybranych samorządowych i ich mieszkańców, w tym między innymi w kierunku Bielska – Białej, Gdyni czy Sanoka i tamtejszej firmy Autosan (Wykres 3.34).

Wykres 3.34 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

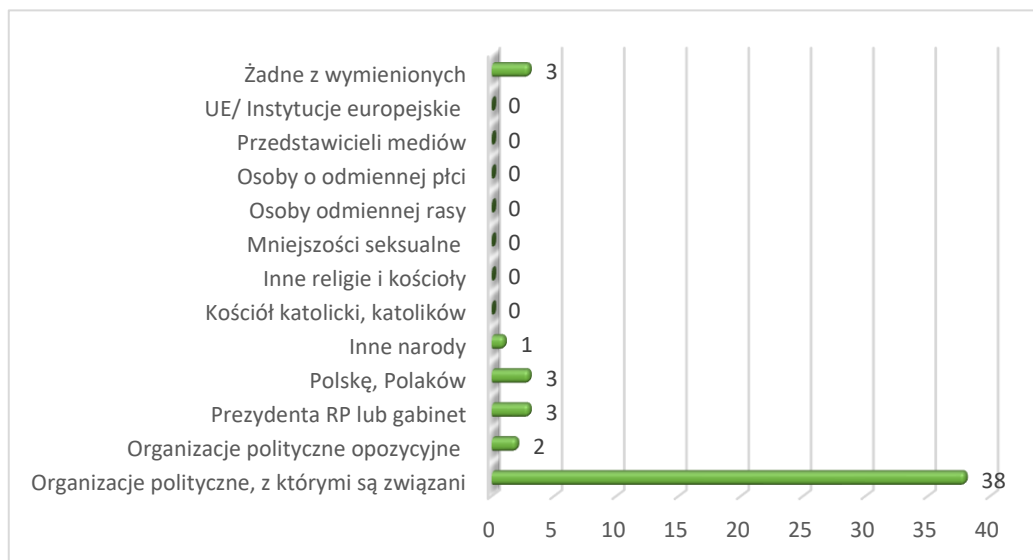


Źródło: opracowanie własne.

Podobne tendencje w analizowanym okresie można było zaobserwować w „Faktach” TVN (Wykres 3.35). Najwięcej wypowiedzi polityków PiS i Zjednoczonej Prawicy chwaliło działania organizacji lub osób związanych z nimi. Pojawiły się pojedyncze wypowiedzi pochwalne w kierunku Prezydenta RP, Polaków i Polski, a nawet opozycji. Na przykład, w kampanii samorządowej w 2018 roku, „Fakty” TVN wyemitowały wypowiedź P. Jakiego, kandydata na Prezydenta Warszawy z ramienia Zjednoczonej Prawicy:

- „mówiłem to od kiedy startuję w wyborach, że faworyt jest jeden, to jest Rafał Trzaskowski”.

Wykres 3.35 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



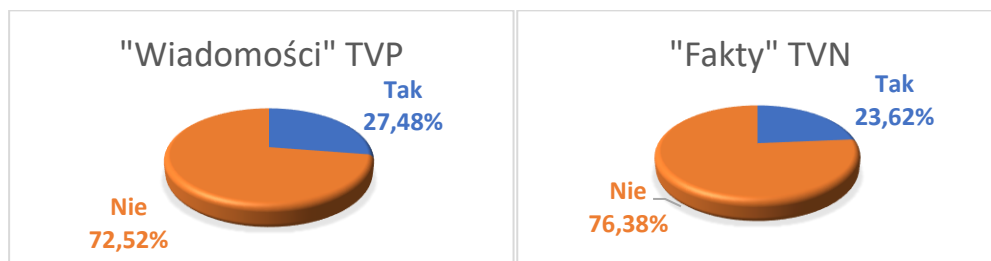
Źródło: opracowanie własne.

3.4.3.3 Analiza ilościowa prezentacji przedstawicieli opozycji

W celu pełnego zweryfikowania procesów polaryzacji politycznej autorka badań wyznaczyła w kluczu kodowym specjalne kategorie odnoszące się do opozycji, zarówno wzmianki o nich w zapowiedziach prezenterkich, jak również ich wypowiedzi w materiałach reporterskich.

W zapowiedziach prezenterkich wzmianki o przedstawicielach lub działaniach przedstawicieli opozycji pojawiły się w „Wiadomościach” TVP i stanowiły ponad 27% ogółu zapowiedzi. W zapowiedziach prezenterkich w „Faktach” TVN odniesienia do działań opozycji pojawiały się rzadziej niż w „Wiadomościach” TVP. W przeanalizowanych materiałach opozycja pojawia się w „Faktach” TVN w blisko 24% zapowiedzi (Wykres 3.36).

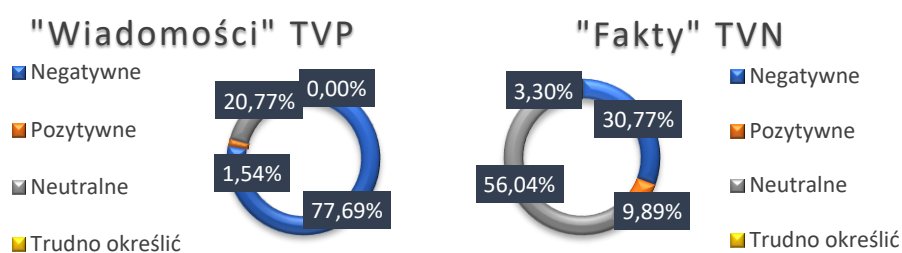
Wykres 3.36 Zapowiedzi prezenterki zawierające odwołanie do przedstawicieli opozycji „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Negatywne zabarwienie emocjonalne wobec opozycji stanowiło znaczącą większość ze zbadanych zapowiedzi w „Wiadomościach” TVP. Wskaźnik negatywnego zabarwienia emocjonalnego kształtował się na poziomie 78%, podczas gdy ok. 21% stanowiły zapowiedzi o charakterze neutralnym, a pozostałe niecałe 2% zapowiedzi pozytywne. W „Faktach” TVN najczęściej zapowiedzi prezenterki odwołujących się do opozycji miało zabarwienie neutralne – 56%. W ok. 30% zapowiedzi autorka dostrzegła przejawy negatywnego zabarwienia emocjonalnego. Z kolei pozytywne zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach „Faktów” TVN stanowiło niespełna 10%. (Wykres 3.37).

Wykres 3.37 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterki w odniesieniu do opozycji (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP wypowiedzi opozycji pojawiły się w ponad 37% analizowanych materiałów. W „Faktach” TVN wypowiedzi przedstawicieli opozycji znalazły się w aż 64% zbadanych materiałów. Ujęcie procentowe obecności opozycji w obu programach informacyjnym jest pierwszym, które w znaczący sposób pokazało różnice w tworzeniu materiału informacyjnego.

W „Faktach” TVN mamy wyraźną przewagę obecności przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskim, w przeciwieństwie do „Wiadomości” TVP (Wykres 3.38).

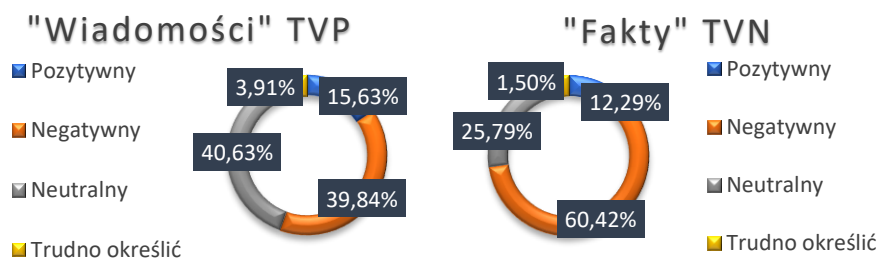
Wykres 3.38 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele opozycji. „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Wypowiedzi przedstawicieli opozycji w obu analizowanych programach informacyjnych są częściej negatywne niż pozytywne. W „Wiadomościach” TVP negatywny wydźwięk wypowiedzi stanowił blisko 40%. Ponad 40% to wypowiedzi neutralne, a 15% wypowiedzi opozycji miało wydźwięk pozytywny. Niespełna 4% wypowiedzi sklasyfikowano jako te, które były trudne do jednoznacznej oceny. W „Faktach TVN” zaobserwowano wyraźną dominację wypowiedzi o wydźwięku negatywnym (ponad 60%). Wypowiedzi neutralne opozycji stanowiły blisko 26%, a jedynie 12% było pozytywnych. 1,5% wypowiedzi to te, które trudno jednoznacznie ocenić pod kątem ich wydźwięku (Wykres 3.39)

Wykres 3.39 Wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Spośród wypowiedzi przedstawicieli opozycji w „Wiadomościach” TVP, ponad 25% zawierało krytykę wobec grup lub osób. Z kolei w „Faktach” TVN takich wypowiedzi pojawiło się blisko 54% (Wykres 3.40).

Wykres 3.40 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

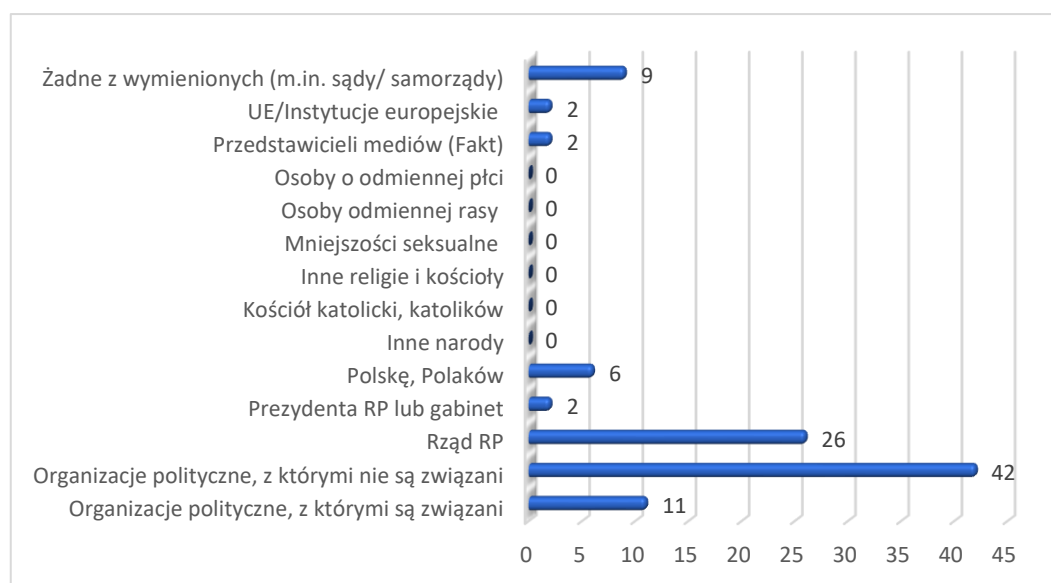
Wyniki analizy ilościowej wypowiedzi przedstawicieli opozycji w kontekście polaryzacji politycznej w sposób znaczący uzupełniają badaną przestrzeń i pozwalają wskazać na różnice występujące w programach informacyjnych. Daje również pewien obraz, w którym można już zaobserwować linię podziału na „my – wy” lub też „my – oni”. Temat ten zostanie zgłębniony w trzeciej części tego rozdziału, która jest poświęcona jakościowej analizie narzędzi polaryzacji.

W „Wiadomościach” TVP, wśród wypowiedzi przedstawicieli opozycji, liczby wskazują na zdecydowaną przewagę wypowiedzi o charakterze krytycznym wobec przedstawicieli politycznych organizacji, z którymi nie są związani (w tym również partii opozycji parlamentarnej i pozaparlamentarnej, a także partii bliskich rządowi, jak PiS). Mówiąc inaczej przedstawiciel KO może krytykować tak samo PiS, jak i PSL czy Kukiz15’. Wśród badanych wypowiedzi wyselekcjonowano również takie, które krytykowały działania polityków partii, z którymi są związani, między innymi chodziło o sprawę prezydenta Legionowa R. Smogorzewskiego, przetasowań wewnątrz Koalicji Obywatelskiej czy przetasowań na listach do wyborów samorządowych w Gliwicach na listach Platformy Obywatelskiej (Wykres 3.41).

W „Faktach” TVN najwięcej wypowiedzi krytycznych skierowanych zostało w stronę rządu oraz partii opozycyjnych. Pojawiła się także krytyka Prezydenta RP i jego działalności. Opozycja krytykowała przede wszystkim A. Dudę za jego decyzje związane

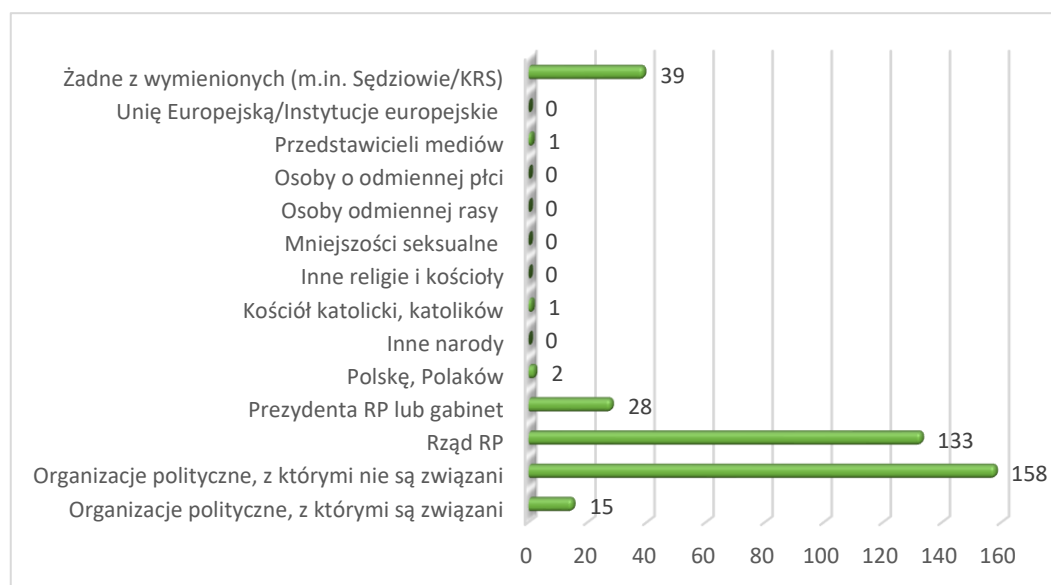
z obchodami Dnia Niepodległości i udziału w marszu 11 listopada, ale też w kontekście podejścia Prezydenta do spraw sądów w Polsce i praworządności. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na różnicę w liczbie wypowiedzi opozycji krytykujących Rząd RP. „Wiadomościami” TVP takich wypowiedzi było 26 (Wykres 3.41), a w „Faktach” TVN 133 (Wykres 3.42). To dość duża i widoczna dysproporcja.

Wykres 3.41 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.42 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi pozytywne przedstawicieli opozycji stanowiły niewiele – bo 11% wszystkich wypowiedzi, zaś w „Faktach” TVN jeszcze mniej, zaledwie ok. 7% (Wykres 3.43).

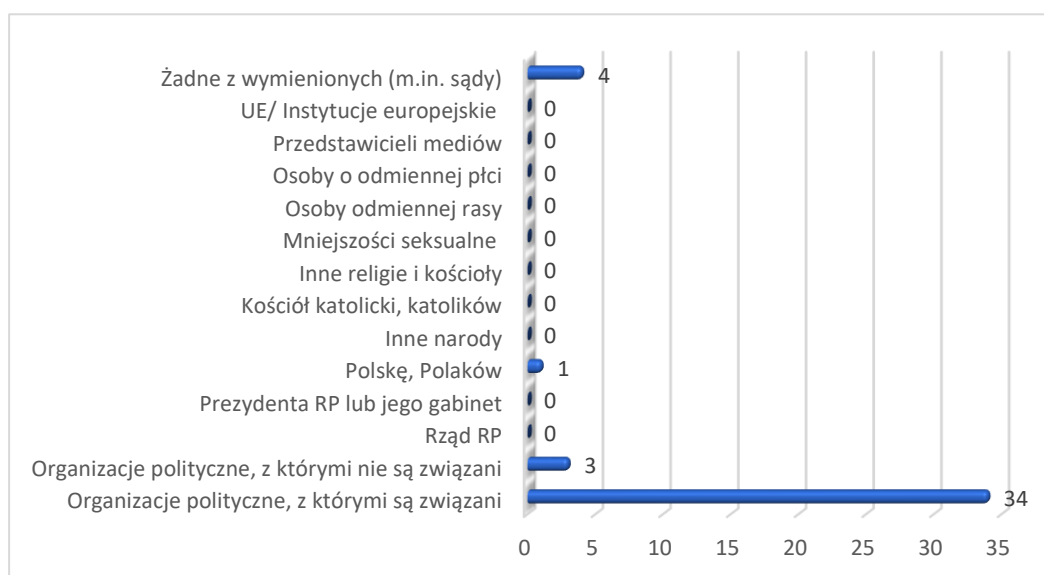
Wykres 3.43 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

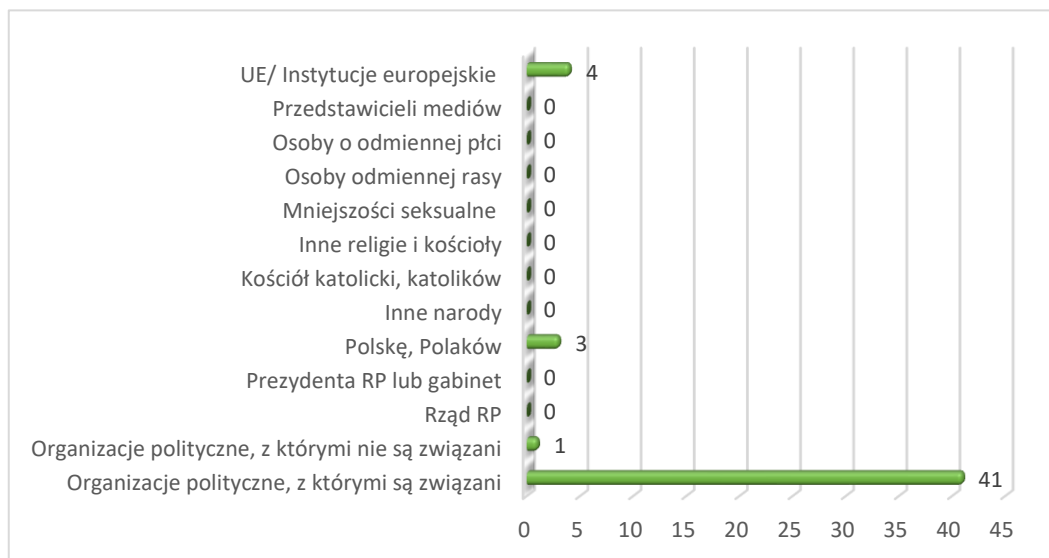
Przedstawiciele opozycji pozytywnie najchętniej wyrażali się o organizacjach i osobach z nimi związanych. W przypadku „Wiadomości” TVP takich wypowiedzi było 34 (Wykres 3.44) podczas gdy w „Faktach” TVN liczba ta była nieco wyższa i wynosiła 41 (Wykres 3.45).

Wykres 3.44 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.45 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)

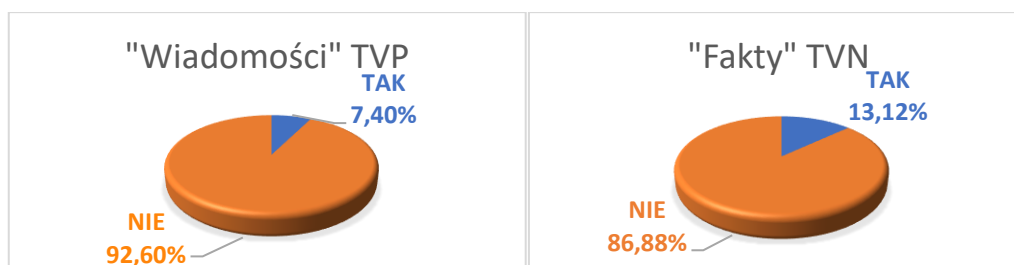


Źródło: opracowanie własne.

3.4.3.4 Analiza ilościowa reprezentantów gabinetu prezydenta RP lub samego Prezydenta RP

Na polaryzację polityczną w mediach z pewnością wpływają politycy partii politycznych, którzy prezentują swoje opinie i wyrażają swoje poglądy. W analizie politycznej polaryzacji nie mogło zabraknąć także analizy wypowiedzi Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu. W „Wiadomościach” TVP informacje na temat działań A. Dudy w kampanii wyborczej 2018 stanowiły ponad 7%, a w „Faktach” TVN ponad 13% (Wykres 3.46).

Wykres 3.46 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do Prezydenta RP lub jego gabinetu „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

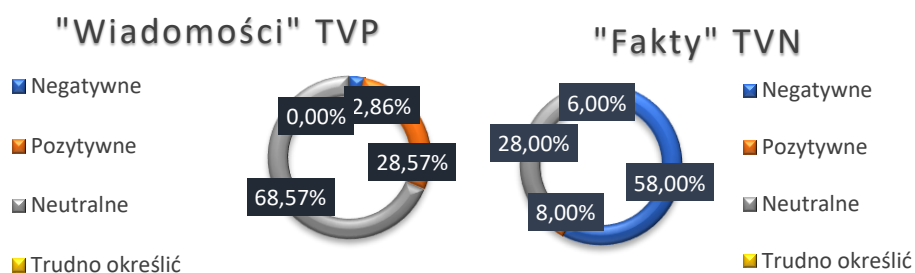


Źródło: opracowanie własne.

Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich „Wiadomości” TVP odnoszących się do Prezydenta RP lub gabinetu, było w ponad 68% neutralne. 28% zapowiedzi stanowiło wzmianki pozytywne, a blisko 3% to zapowiedzi o zabarwieniu negatywnym (Wykres 3.47). W „Faktach” TVN aż 58% zapowiedzi prezenterkich zawierało emocjonalnie negatywne zabarwienie wobec Prezydenta RP lub jego gabinetu. 8% to wzmianki pozytywne, 28% to zapowiedzi neutralne, a kolejne 6% to zapowiedzi, które trudno było jednoznacznie określić (Wykres 3.47). Wśród takich wypowiedzi pojawiły się między innymi te dotyczące działalności Prezydenta A. Dudy za oceanem:

- „...o tym, jak duda kusi Trumpa...” [zapowiedź prezenterka, „Fakty” TVN 19.09.2018].
- „... i partnerstwo, które nigdy nie było tak dobre. Pytanie tylko za jaką jest cenę...” [zapowiedź prezenterka, „Fakty” TVN, 19.09.2018].

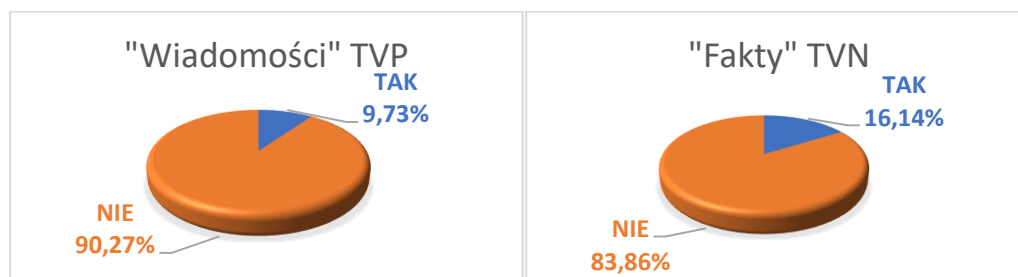
Wykres 3.47 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich odnoszące się do Prezydenta RP lub jego gabinetu (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP wypowiedzi Prezydenta RP lub przedstawicieli gabinetu pojawiły się w blisko 10% analizowanych materiałów reporterskich, a w „Faktach” TVN materiały zawierające wypowiedzi A. Dudy lub pracowników gabinetu stanowiły ponad 16% (Wykres 3.48).

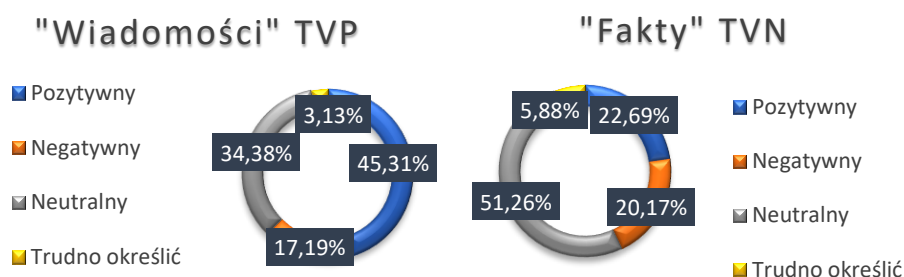
Wykres 3.48 Materiały reporterskie, w których pojawił się Prezydent RP lub przedstawiciel gabinetu „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W trakcie trwania kampanii samorządowej w 2018 roku Andrzej Duda najczęściej zabierał głos odnosząc się między innymi do kwestii sądów i praworządności, ordynacji do Parlamentu czy współpracy ze Stanami Zjednoczonymi, a także kwestii związanych z II Wojną Światową oraz wojskiem i obronnością. Ponad 45% wypowiedzi Prezydenta RP lub przedstawicieli gabinetu w „Wiadomościach” TVP miało wydźwięk pozytywny, ponad 34% wypowiedzi została uznana za neutralne, ponad 17% wypowiedzi cechowało się wydźwiękiem negatywnym. W „Faktach” TVN wypowiedzi Prezydenta RP lub przedstawiciela gabinetu miały przede wszystkim charakter neutralny (ponad 51%). Wypowiedzi o wydźwięku pozytywnym stanowiły ponad 22%, a wypowiedzi negatywnych odnotowano ponad 20% (Wykres 3.49).

Wykres 3.49 Wydźwięk wypowiedzi Prezydenta RP lub gabinetu w materiałach „Wiadomości” TVP i „Faktach” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi krytycznych w materiałach reporterskich ze strony Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu zanotowano ponad 15%. Z kolei w „Faktach” TVN wypowiedzi krytyczne stanowiły ponad 22% badanych wypowiedzi Prezydenta RP lub przedstawicieli gabinetu (Wykres 3.50).

Wykres 3.50 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

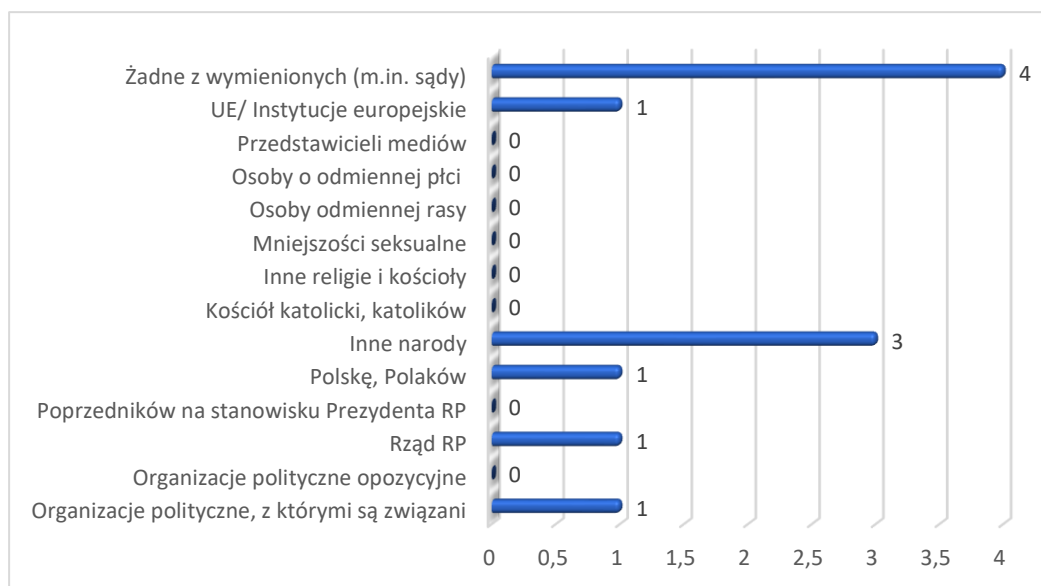


Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.51) wypowiedzi Prezydenta czy przedstawiciela gabinetu nie kumulowały się wobec jednej, konkretnej osoby lub działania. Pojawiały się pojedyncze wypowiedzi krytyczne wobec obozu władzy, innych narodów, instytucji europejskich czy sądów, np.:

- „...Odmawiam, zwracam [...] to by oznaczało, że szansę na poważną reprezentację w Parlamencie Europejskim mają tylko dwa ugrupowania.” [A. Duda Prezydent RP, w kontekście decyzji Rządu RP dot. zmiany ordynacji wyborczej w PE, „Wiadomości” TVP, 16.08.2018].

Wykres 3.51 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



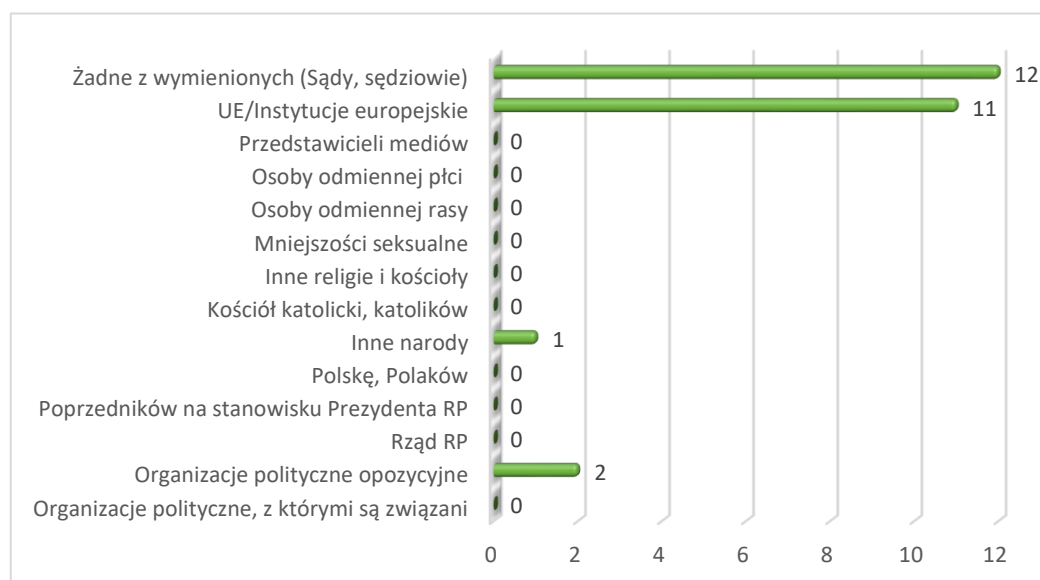
Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN wypowiedzi krytycznych było znacznie więcej. Pojedyncze odpowiedzi odnosiły się do krytyki opozycji czy innych narodów. Autorzy materiałów

tworząc newsy, najczęściej wybierali te dotyczące krytyki sądownictwa, sądów i sędziów oraz instytucji europejskich (Wykres 3.52). Wypowiedzi te dotyczyły problemów bieżących Polski, które wpisały się w tematykę kampanią wyborczą, na przykład:

- „...nie tylko i wyłącznie o jakichś swoich sprawach czy jakiejś wymaginowanej wspólnocie, z której dla nas niewiele wynika...” [A. Duda Prezydent RP, wypowiedź w kontekście Unii Europejskiej, „Fakty” TVN, 12.09.2018].
- „[...] my w ramach Unii Europejskiej mamy niedosyt demokracji i wiele ludzi zadają sobie pytanie, dlaczego Unia Europejska zabrania [...] dlaczego w sklepie w Polsce nie można już kupić w tej chwili zwykłej żarówki [...] nie można kupić, bo Unia Europejska zakazała.” [A. Duda Prezydent RP, wypowiedź w kontekście Unii Europejskiej, „Fakty” TVN, 24.10.2018].

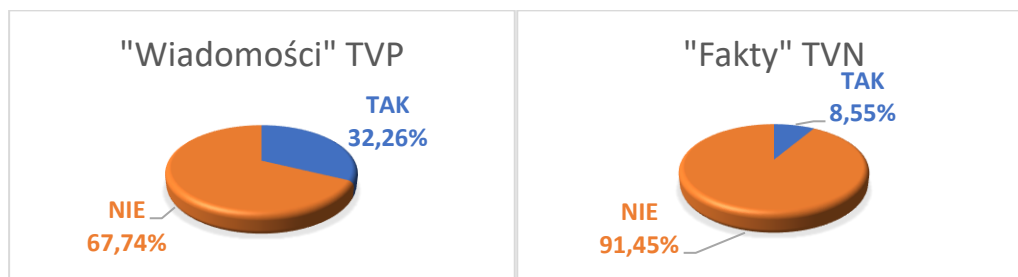
Wykres 3.52 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi pochwalnych wypowiedzianych przez Prezydenta RP było znacznie więcej, z kolei w „Faktach” TVN było ich znacznie mniej w porównaniu do wypowiedzi krytycznych. W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi te stanowiły ponad 32%. W „Faktach” TVN zanotowano ich ponad 8% (Wykres 3.53).

Wykres 3.53 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

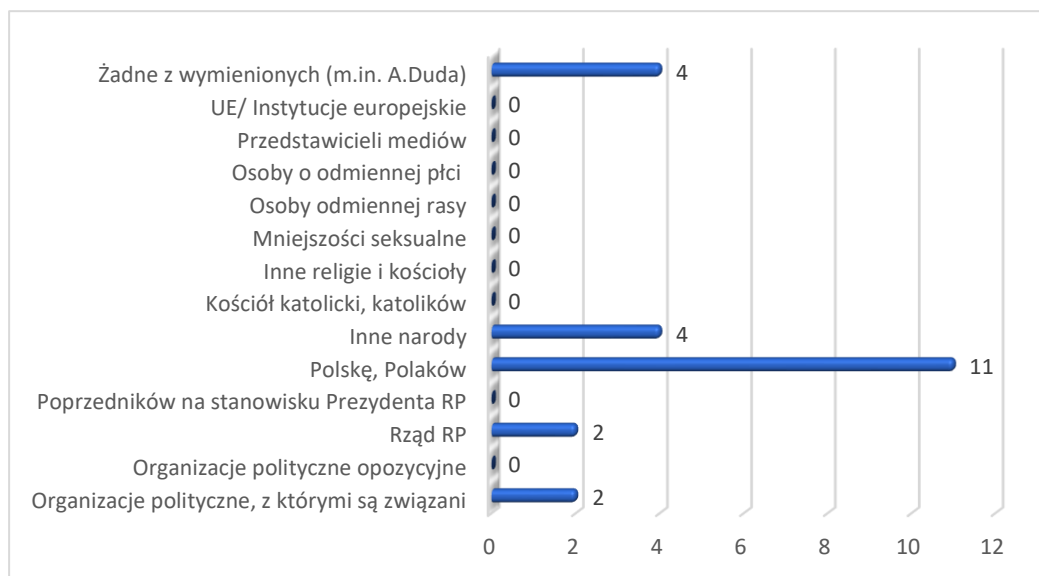


Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej w „Wiadomościach” TVP Prezydent RP lub przedstawiciele gabinetu chwalili Polskę i Polaków, podobne tendencje pojawiły się również w „Faktach” TVN (Wykresy 3.54 i 3.55). W „Wiadomościach” TVP zdarzyły się wypowiedzi przedstawiciela gabinetu pochwalne wobec obecnego Prezydenta RP w kontekście polityki zagranicznej, jak np. w temacie tworzenia stałych baz wojskowych USA w Polsce i współpracy pomiędzy tymi dwoma krajami, ale również zarówno w tematach krajowych związanych z reformą sądownictwa:

- „...reforma jest dokonywana w interesie publicznym i Pan Prezydent kierując się interesem publicznym dokonał tych powołań” [P. Mucha zastępca szefa Kancelarii Prezydenta, „Wiadomości” TVP, 11.09.2018].

Wykres 3.54 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

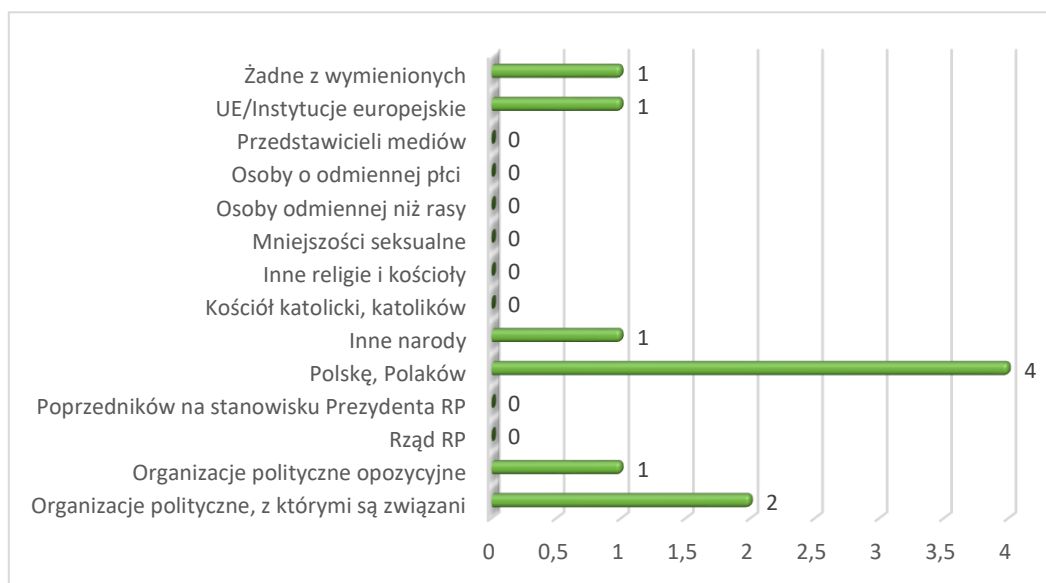


Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN Prezydent lub przedstawiciele gabinetu odnosili się także do kwestii obronności i konieczności wsparcia Wojska Polskiego i kierowali w ich stronę pozytywne słowa:

- „My Polacy jesteśmy z naszych żołnierzy, naszych obrońców niesłychanie dumni [...] to cel bardzo ambitny, modernizacja jest potrzebna...” [A. Duda Prezydent RP „Fakty” TVN 15.08.2018].

Wykres 3.55 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawiciele jego gabinetu w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

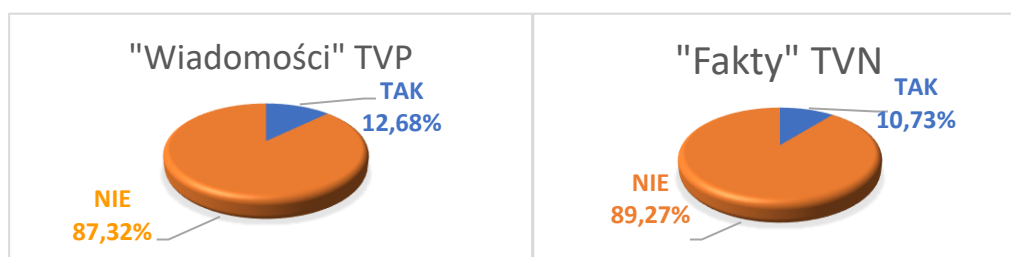
3.4.3.5 Analiza ilościowa przedstawicieli samorządu

Analiza programów informacyjnych w trakcie kampanii wyborczej 2018 roku obliguje również do wykonania pracy badawczej pod kątem samorządowym. Mając na myśli badanie tej samorządności w kampanii autorka szukała odpowiedzi, jak często i w jakim charakterze pojawiają się przedstawiciele samorządowi w informacyjnych programach ogólnopolskich.

Przedstawiciele władz lokalnych i regionalnych, czyli po prostu lokalni i regionalni działacze reprezentujący instytucje samorządowe, w tym: wóldarze miast, wsi, gmin, radni, przedstawiciele urzędów każdego samorządowego szczebla pojawiali się znacznie rzadziej w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN niż przedstawiciele polityki krajowej.

W zapowiedziach prezenterkich odwołań do przedstawicieli samorządu było znacznie mniej niż np. do przedstawicieli rządu czy opozycji. W „Wiadomościach” TVP ponad 12% zapowiedzi zawierały odniesienia do przedstawicieli reprezentujących strukturę samorządową. Natomiast w zapowiedziach prezenterkich „Faktów” TVN takich odniesień było jeszcze mniej i stanowiły one ponad 10% (Wykres 3.56).

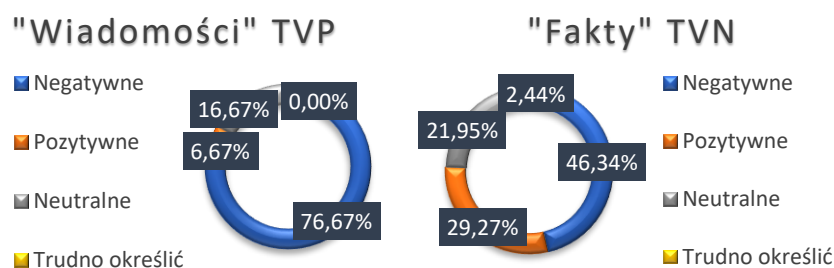
Wykres 3.56 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do przedstawicieli samorządu w zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W obu przypadkach odwołania do przedstawicieli struktur samorządowych są najczęściej negatywne. W „Wiadomościach” TVP wydźwięk negatywny zaobserwowano w ponad 76% zapowiedzi. Odniesienia pozytywne stanowiły zaledwie ponad 6% analizowanych treści. W „Faktach” TVN ponad 46% zapowiedzi prezenterkich na temat samorządów miało zabarwienie negatywne, a ponad 29% zabarwienie pozytywne. Można zatem stwierdzić, że w przypadku „Faktów” TVN istniała pewna równowaga w doborze słów, które wpływają na ocenę emocjonalności (Wykres 3.57).

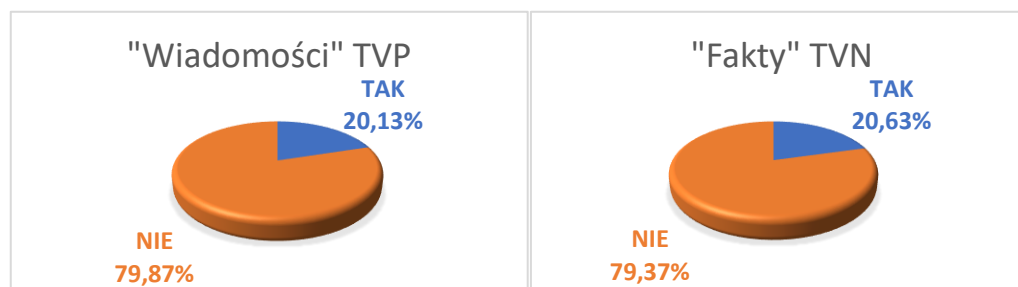
Wykres 3.57 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN wobec przedstawicieli samorządów (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Materiały reporterskie „Wiadomości” TVP, podobnie jak materiały w „Faktach” TVN znacznie rzadziej (w porównaniu do np. prezentacji rządu czy opozycji parlamentarnej) prezentowały wypowiedzi samorządowców. W obu programach ta liczba materiałów, w których wspomniani przedstawiciele samorządów mieli możliwość się wypowiedzieć, jest do siebie zbliżona i oscyluje wokół 20% (Wykres 3.58). W odczuciu autorki taki poziom nie jest zbyt wysokim poziomem zważywszy na fakt, że była to jednak kampania samorządowa i tych materiałów poświęconych bardziej problemom samorządowym chciałoby się widzieć więcej. Nie mniej, argumentem w obronie obu programów może być fakt, że oba są głównymi serwisami ogólnopolskimi, a nie regionalnymi czy lokalnymi.

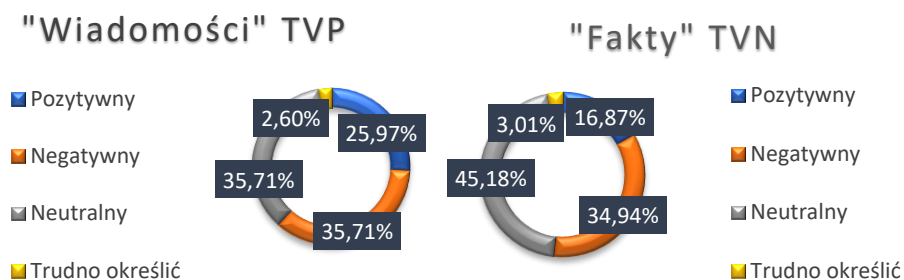
Wykres 3.58 Materiały reporterskie, w których pojawili się przedstawiciele struktur samorządowych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Wydźwięk wypowiedzi samorządowców w „Wiadomościach” TVP przedstawia się następująco: dominowały wypowiedzi negatywne i neutralne, których liczba wyniosła dokładnie tyle samo i stanowiła ponad 35%. Wypowiedzi o wydźwięku pozytywnym względem samorządowców pojawiło się niespełna 26%. W „Faktach” TVN dominowały wypowiedzi o wydźwięku neutralnym – ponad 45%. Wypowiedzi o wydźwięku negatywnym i pozytywnym było odpowiednio 35% i 17% (Wykres 3.59).

Wykres 3.59 Wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Wypowiedzi przedstawicieli struktur samorządowych były badane również pod kątem wygłaszanej przez nich krytyki wobec określonych grup lub konkretnych osób. Wypowiedzi te stanowiły w „Wiadomościach” TVP ponad 24%, natomiast w „Faktach” TVN ponad 26% zbadanych materiałów (Wykres 3.60).

Wykres 3.60 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

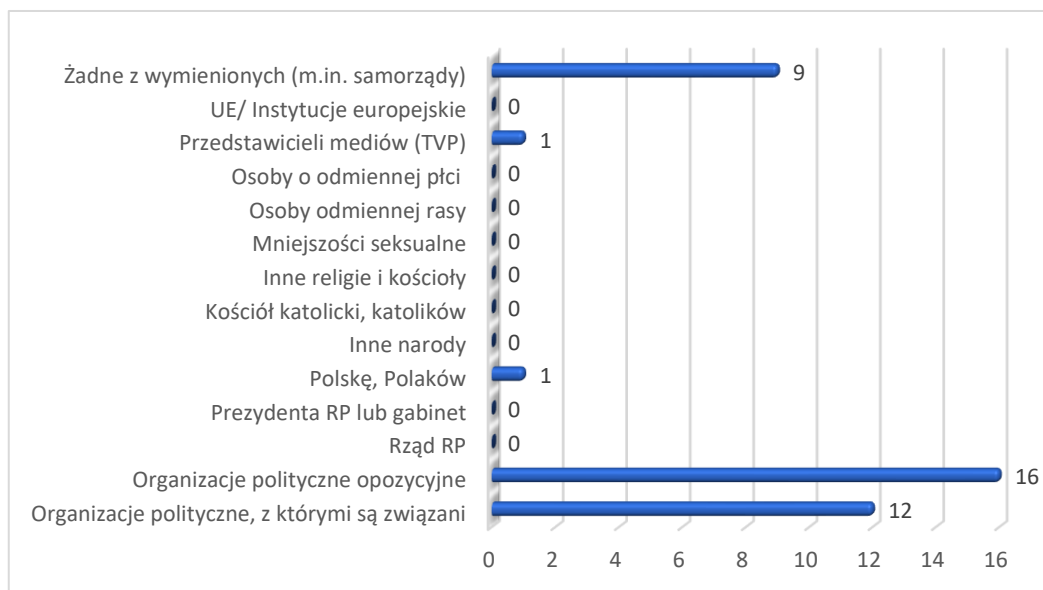


Źródło: opracowanie własne.

Samorządowcy w przeciwieństwie do parlamentarzystów rzadziej negują, a częściej wypowiadają się w sposób neutralny. Z „Wiadomości” TVP wynika, że przedstawiciele struktur lokalnych najczęściej krytykują działania opozycji. Ale ich wypowiedzi są także krytyczne wobec ich własnych partii w kontekście działań krajowych. Odnoszą się także krytycznie wobec innych samorządowców czy lokalnych działaczy (Wykres 3.61). Wśród przykładów z kampanii samorządowej w 2018 roku można wymienić te, w którym działacze lokalnych struktur PO odeszli z ugrupowania, po to by pokazać swoje niezadowolenie i niezgodę na działania podejmowane w partii. Pojawiła się krytyka w kontekście przygotowywania listy wyborczych przez PO, np. w Gliwicach:

- „...potrzebne są radykalne kroki [...] odchodzimy z warszawskiej Platformy.” [Lech Jaworski były radny PO w Warszawie, „Wiadomości” TVP, 02.09.2018].
- „...to było wszystko utrzymane do ostatniej chwili w tajemnicy, byliśmy wodzeni za nos i dopiero w momencie, kiedy zostały złożone te listy zostaliśmy poinformowani.” [Dominik Dragon Radny Gliwic PO, „Wiadomości” TVP 29.09.2018].

Wykres 3.61 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

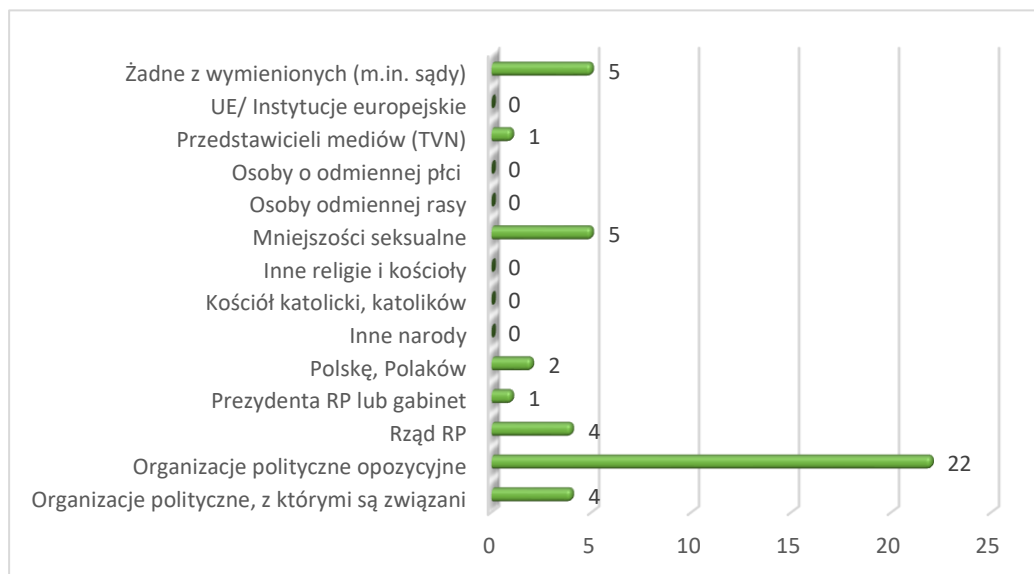


Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN przedstawiciele samorządów w kampanii wyborczej w 2018 roku krytykowali również Rząd RP, mniejszości seksualne czy sądy (Wykres 3.62). Wypowiedzi te wynikały z trwającej w czasie kampanii wyborczej debaty publicznej, w której podejmowane były określone tematy. W analizowanym materiale badawczym pojawiały się także wypowiedzi skierowane bezpośrednio do działań Rządu, ale i partii opozycyjnych, czy też partii, z którymi nie są związani:

- „...będzie tę procedurę nakreślał dopiero w momencie, jeżeli, nie daj Boże, przestępca zostanie znowu prezydentem Łodzi.” [o sprawie Hanny Zdanowskiej z PO kandydatki na prezydenta Łodzi, skazanej prawomocnym za poświadczenie nieprawdy, Zbigniew Rau Wojewoda Łódzki, „Fakty” TVN 17.10.2018].
- „Łodzianie mają swój rozum i wiedzą, że to jest tylko i wyłącznie brudna polityka, którą próbuje się w tej chwili wpłynąć na wynik wyborczy.” [w odpowiedzi do wypowiedzi polityków PiS, Hanna Zdanowska PO, „Fakty” TVN 17.10.2018].

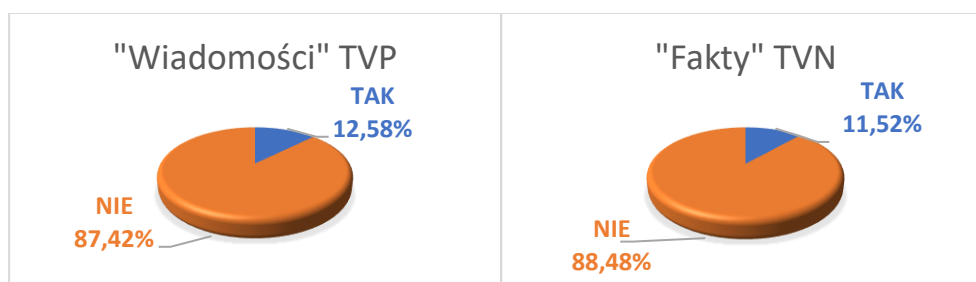
Wykres 3.62 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP oraz w „Faktach” TVN pojawiły się wypowiedzi działaczy samorządowych o charakterze pochwalnym. W „Wiadomościach” udział procentowy takich wypowiedzi wynosił ponad 12%, w „Faktach” ponad 11% (Wykres 3.63).

Wykres 3.63 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

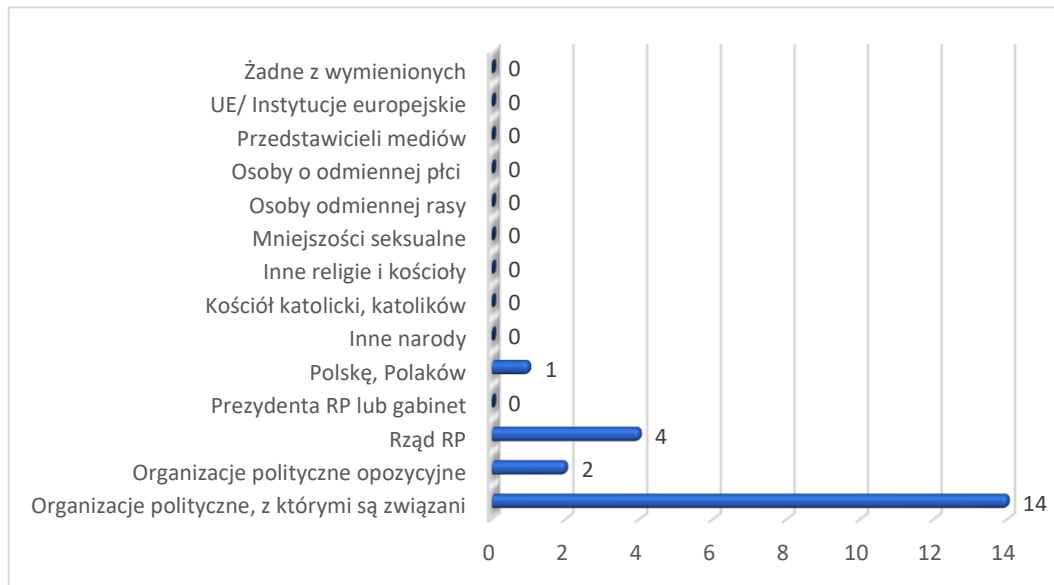


Źródło: opracowanie własne.

Wśród pochwalnych wypowiedzi w „Wiadomościach” TVP najczęściej pojawiały się te skierowane do innych osób lub do działalności organizacji politycznych, z którymi samorządowcy są związani. Wśród pochwalnych wypowiedzi znalazło się również kilka chwalebnych rząd, a nawet opozycję (Wykres 3.64):

- „...dostałem poparcie z ust pana prezesa Kaczyńskiego...” [Wojciech Lubawski Prezydent Kielc, „Wiadomości” TVP, 13.10.2018].
- „...doszliśmy do porozumienia ponad podziałami...” [Andrzej Szejna przewodniczący SLD w woj. Świętokrzyskim, „Wiadomości” TVP, 29.10.2018].

Wykres 3.64 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

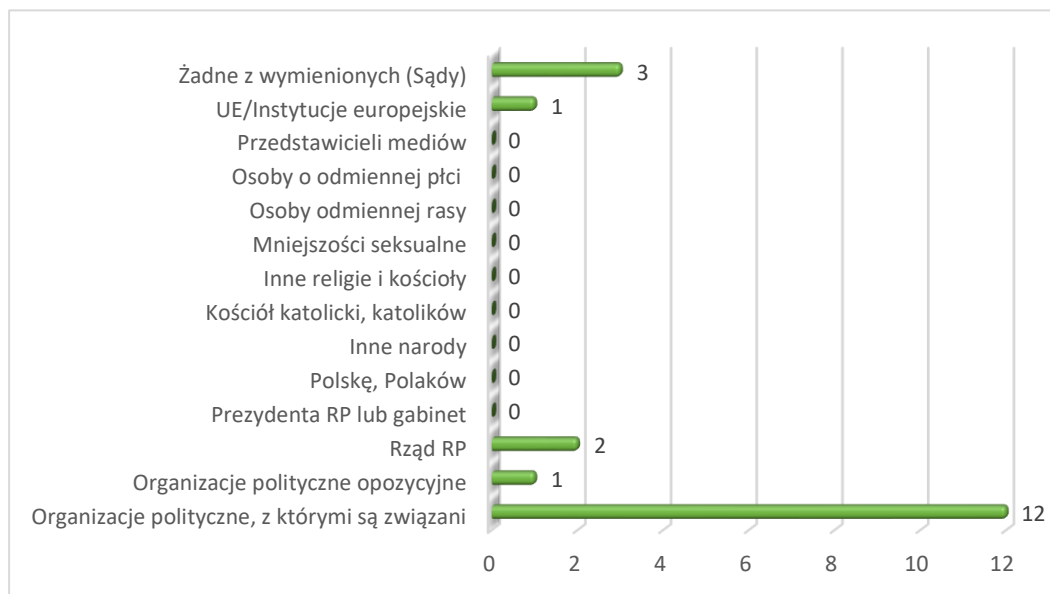


Źródło: opracowanie własne.

Bardzo podobnie statystyki wyglądają w „Faktach” TVN (Wykres 3.65). Najwięcej pojawiło się wypowiedzi pochwalnych skierowanych w stronę organizacji politycznych, z którymi związani są wypowiadający się przedstawiciele samorządowej polityki. Wyodrębnić można pojedyncze opinie pochwalne wobec rządu, czy też chwaliące opozycję na poziomie samorządowym:

- „...stanęliśmy ponad podziałami, nie interesują nas żadne szyldy partyjne.” [Robert Piech radny powiatu koneckiego, „Fakty” TVN 30.10.2018].
- „...ważnie zostawiamy tym na górze, a my chcemy tutaj zgodnie współpracować.” [Piotr Deniszczuk, starosta chełmski z PSL, „Fakty” TVN 30.10.2018].

Wykres 3.65 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)

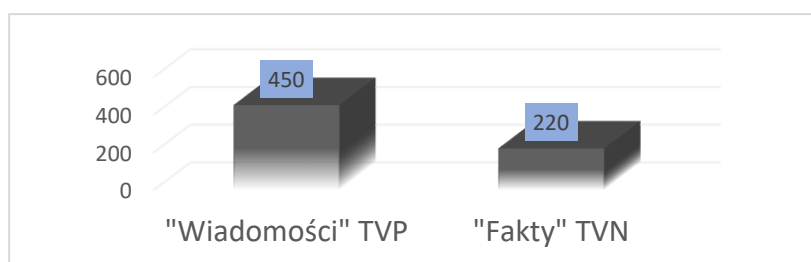


Źródło: opracowanie własne.

3.4.3.6 Analiza ilościowa wzmianek politycznych na belkach / paskach emitowanych podczas zapowiedzi prezenterskich

Belki w „Wiadomościach” TVP pojawiają się znacznie częściej niż w „Faktach” TVN. Wynika to z różnej struktury obu programów. W analizowanym okresie w „Wiadomościach” TVP pojawiło się 450 belek, natomiast w „Faktach” TVN liczba ta wyniosła 220 (Wykres 3.66).

Wykres 3.66 Liczba analizowanych belek w „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

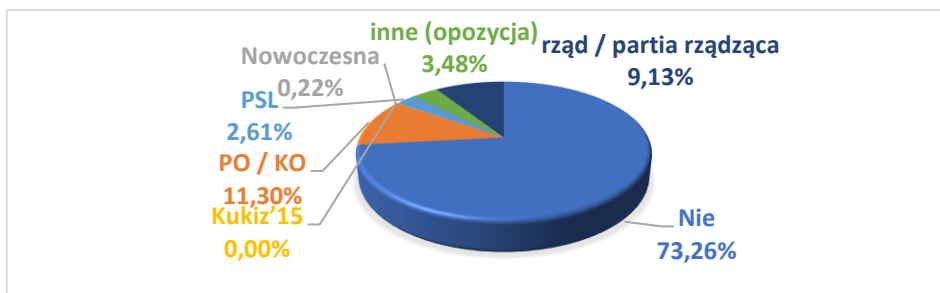


Źródło: opracowanie własne.

W przypadku belek w „Wiadomościach” TVP znacznie częściej niż w przypadku tzw. ‘podpisówek’ w „Faktach” TVN występuje odwołanie do partii politycznych, opozycji lub rządu i partii rządzącej. Częściej pojawiają się również odwołania do konkretnych

nazw partii, ale także słowa „opozycja” lub „rząd”. Ponad 9% analizowanych belek zawierało odniesienie albo do nazwy partii Prawo i Sprawiedliwości, albo do rządu. Ponad 3% to belki zawierające słowo „opozycja” lub inne partie nieuwzględnione w kluczu kodowym. Ponad 11% to odniesienia do Platformy Obywatelskiej lub Koalicji Obywatelskiej, ponad 2% to odwołania do PSL, a poniżej 0,5% to odwołanie do Nowoczesnej. Nazwa Kukiz 15’ w analizowanym okresie nie pojawiła się na belkach „Wiadomości” TVP (Wykres 3.67).

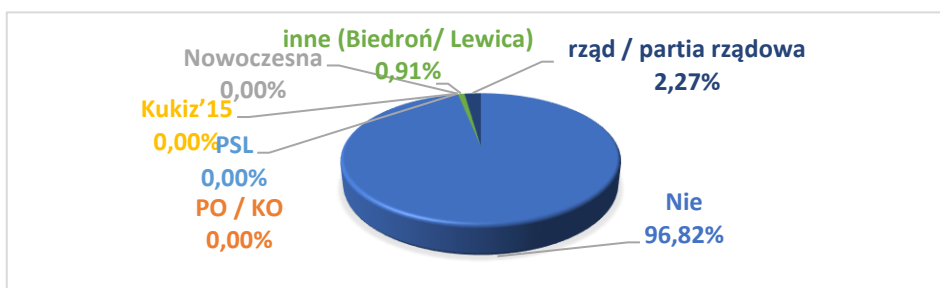
Wykres 3.67 Odwołanie w treści belki „Wiadomości” TVP do opozycji/ partii opozycyjnej lub rządu/partii rządzącej (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN (Wykres 3.68) wydawcy programu są dużo bardziej oszczędni we wskazywaniu nazw konkretnych partii w belkach informacyjnych. W przypadku tego programu informacyjnego najczęściej pojawiały się odniesienie do rządu lub partii rządzącej (2% analizowanych belek). W kilku przypadkach pojawiło się też odniesienie do Lewicy i działań Roberta Biedronia.

Wykres 3.68 Odwołanie w treści belki „Fakty” TVN do opozycji/ partii opozycyjnej lub rządu/partii rządzącej (ujęcie procentowe)



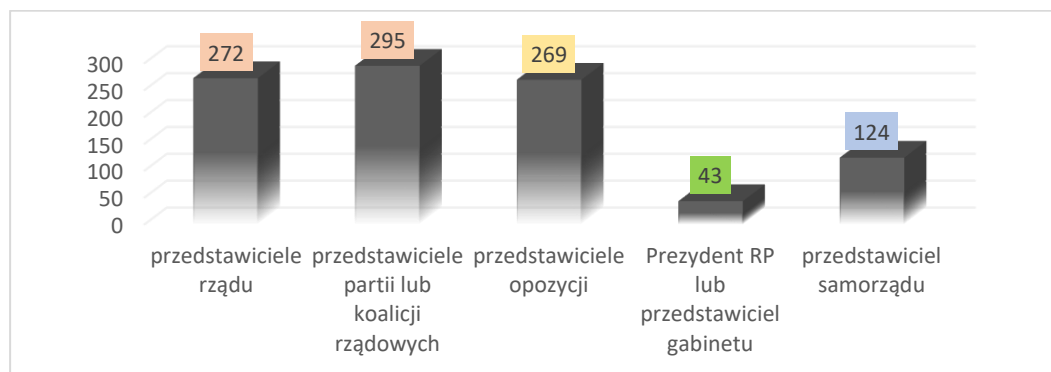
Źródło: opracowanie własne.

3.4.4 Analiza polityczna – porównanie „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

Z przeprowadzonych analiz wynika, że wypowiedzi krytykujące i chwalfące określone struktury lub osoby świadczą o procesach polaryzacji politycznej w mediach. Podkreślanie w wypowiedzi przynależności – nie tylko partyjnej – ale przede wszystkim pogłądowej czy nawet światopoglądowej pozwala osadzić danego polityka po którejś ze stron sceny politycznej. Jest to niezwykle istotne zjawisko w obliczu toczącej się kampanii samorządowej, kiedy wyrażanie opinii, poglądów i stawanie po którejś ze stron politycznej dyskusji może mieć bezpośredni wpływ na wynik wyborów. W podsumowaniu kwestii politycznych pomocne są dane porównawcze, zarówno odnoszące się do liczby wypowiedzi polityków, jak i szeroko rozumianych przedstawicieli społeczeństwa. Dane te dają pewien ogląd na budowę materiałów informacyjnych i pozwalają zrozumieć, na czyj przekaz kładą nacisk poszczególne media.

W „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.69) łącznie można było usłyszeć aż 272 wypowiedzi przedstawicieli rządu i 295 wypowiedzi przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej, co daje łącznie 567 wypowiedzi polityków związanych z szeroko rozumianym obozem władzy, przy zaledwie 269 wypowiedziach opozycji. Przedstawiciele samorządu – bez podziału na przynależność partyjną – otrzymali możliwość wypowiedzenia się 124 razy. Najmniej pokazywany był Prezydent i przedstawiciele gabinetu – 43 wypowiedzi.

Wykres 3.69 Przedstawiciele polityki w „Wiadomościach” TVP (liczba wypowiedzi)

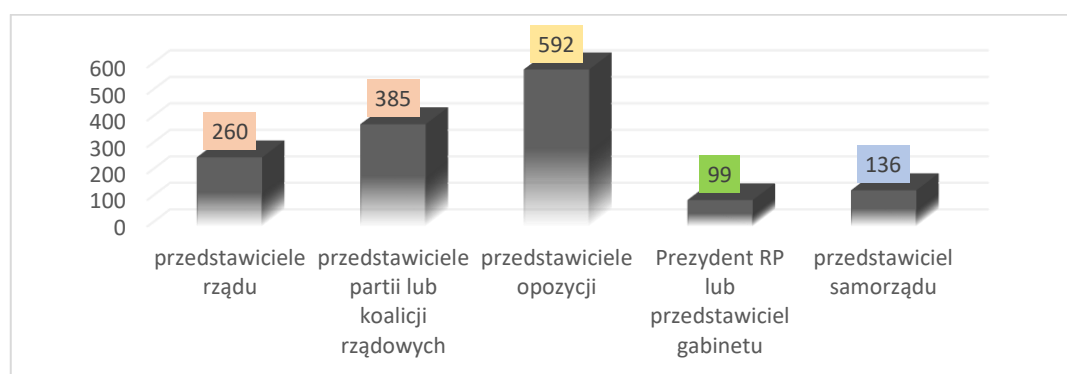


Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN (Wykres 3.70) dokładnie 592 wypowiedzi stanowiły wypowiedzi przedstawicieli opozycji. W tym programie informacyjnym przedstawiciele rządu

pojawił się 260 razy. Ale gdy dodamy do nich – podobnie, jak w przypadku „Wiadomości” TVP przedstawiciele partii lub koalicji rządzącej to mamy do czynienia praktycznie z równowagą i to jeszcze z delikatną przewagą na rzecz szeroko rozumianego obozu władzy. Ich wypowiedzi opublikowano bowiem 645 razy. Dużo mniejszą reprezentację (podobnie, jak w „Wiadomościach” TVP) tworzą samorządowcy – zaledwie 136 wypowiedzi (bez podziału na przynależność partyjną), a Prezydent RP i jego gabinet pojawili się 99 razy (czyli dwukrotnie więcej (!) niż w „Wiadomościach” TVP).

Wykres 3.70 Przedstawiciele polityki w „Faktach” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując kwestie polityczne w materiałach informacyjnych tylko w zakresie ilościowym, należy zwrócić uwagę na częstotliwość ich występowania, ale także na charakter i zabarwienie emocjonalne. Z zaprezentowanych wykresów możemy wysunąć wniosek, że politycy opozycji i obozu rządzącego raczej krytykują się wzajemnie niż kierują wobec siebie pochwalne wypowiedzi. Podobnie jest w przypadku polityków na szczeblu samorządowym, gdzie krytyka najczęściej kierowana jest w obszar działań przedstawicieli opozycji. Dość znamienne jest również to, że jeśli politycy kogoś chwala, to najczęściej słowa uznania kierują wobec samych siebie lub ludzi związanych ze sprzyjającym lub sympatyzującym obozem politycznym. Wyraźna jest także przewaga wypowiedzi negatywnych nad pozytywnymi. Ta sama tendencja pojawia się wśród polityków parlamentarnych, jak i tych samorządowych. Jeśli zatem politycy w mediach nie znajdują pola i nici porozumienia, a ich głównym przesłaniem jest krytyka wobec politycznego przeciwnika, może to rodzić narastające poczucie konfliktu. Istotne jest również to, że wnioski te są identyczne dla obu programów informacyjnych.

Wiedza pozyskiwana na każdym etapie badań pozwoliła na dokonanie prezentacji wyników, w taki sposób, aby oddawały one jak najdokładniej obraz rzeczywistości będący głównym tematem niniejszej pracy. Analiza, którą tak szczegółowo autorka zaprezentowała pozwala uchwycić pewne tendencje w wyborze wypowiedzi i budowania za ich pomocą narracji materiałów informacyjnych. Zaprezentowane w tej części wyniki wiążą się z polaryzacją polityczną, społeczną, ale też medialną. Kolejna część rozdziału poświęcona jest analizie elementów programów informacyjnych, które wpływają na polaryzację mediów i weryfikują hipotezę dotyczącą plemion dziennikarskich.

3.5 Polaryzacja medialna

Media pełnią istotną rolę w kontekście wyborów politycznych. Mówi się nawet o tym, że wygrywa ten kto uściśnie więcej dłoni i jednocześnie przyciągnie uwagę mediów. Media umożliwiają politykom i partiom politycznym dotarcie do potencjalnego wyborcy. Dlatego, ważne jest to w jaki sposób to robią. Warto jednak zapytać, czy zachowują przy tym standardy etyczne? Na jaki dobór treści, obrazów, słów się decydują? Czy prezentowane treści mają charakter chwalcący lub krytykujący poszczególne opcje polityczne?

Tematyka, jaką podejmują media podczas kampanii wyborczej determinuje również prowadzenie narracji dziennikarskiej w danym materiale. Jeśli temat jest negatywy, można z dużym prawdopodobieństwem spodziewać się, że jego wydźwięk będzie podobny. Narracja zostanie poprowadzona w określony sposób. Wydźwięk wynikający z negatywnej tematyki to jedno, drugie to zjawisko emocjonalności w budowaniu przekazu. Współcześnie coraz częściej media stosują przekazy nacechowane, emocjonalne. Językoznawcy badają takie zjawiska za pomocą analizy m.in. wartościowania języka, gdzie wyrażanie oceny odbywa się przy wykorzystaniu środków językowych, a ocena zostaje przypisana przedmiotowi lub człowiekowi¹¹. Coraz częściej można dostrzec także łączenie opinii z informacją. Analizując materiały z „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN autorka wyraźnie dostrzega zjawisko

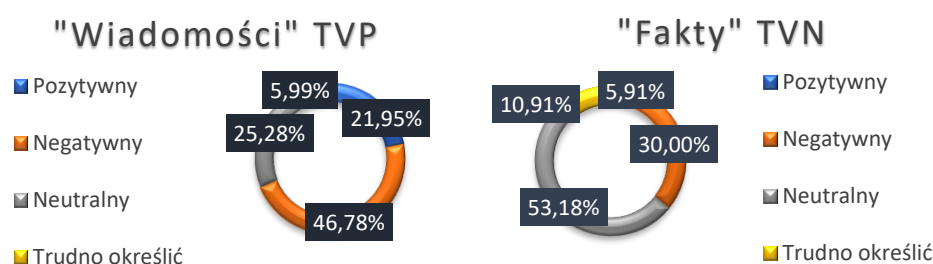
¹¹ K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, Sprawozdanie ze stanu ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej, 2018, s. 19.
https://rjp.pan.pl/images/Sprawozdanie_o_stanie_ochrony_jez._pol._2016-2017.pdf, [dostęp: 24.10.2020].

tabloidyzacji mediów audiowizualnych. Dużo negatywnych emocji, nie rzadko agresji – tak w słowie, jak w obrazie.

3.5.1 Podziały medialne – media w treściach belek

W analizowanym okresie ponad 46% belek w „Wiadomościach” TVP niosło za sobą negatywny wydźwięk, a blisko 22% pozytywny. Ponad 25% analizowanych belek zawierało informacje o charakterze neutralnym, a blisko 6% trudno było jednoznacznie sklasyfikować. W „Faktach” TVN najczęściej treści zamieszczonych na belce miało charakter neutralny. Neutralne belki stanowiły 53% wszystkich pasków informacyjnych, podczas gdy 30% miało wydźwięk negatywny, a ponad 10% trudno było jednoznacznie sklasyfikować (Wykres 3.71).

Wykres 3.71 Wydźwięk tekstu na paskach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Warto przyjrzeć się w tym miejscu kilku przykładom pochodzącym z „Wiadomości” TVP¹² oraz „Faktów” TVN. Belki różnią się od siebie nie tylko w treści, ale także w formie zapisu. W „Wiadomościach” TVP mamy do czynienia z zapisem kapitalikami całej belki, natomiast w „Faktach” TVN tekst został zapisany małymi literami. Kapitaliki z pewnością mocniej przykuwają uwagę odbiorcy, małe litery wydają się wtapiać w cały obraz i być mniej inwazyjne w odbiorze. Tabela 3.1 zawiera kilka przykładów belek dotyczących tej samej tematyki, które pojawiły się w obu programach informacyjnych¹³:

¹² O belkach w „Wiadomościach” TVP, szeroko traktuje cytowany już wyżej dokument: „Sprawozdanie ze stanu ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej” z 2018 roku.

¹³ W „Wiadomościach” TVP i w „Faktach” TVN zdarzało się, że jeden temat omawiany był w trzech oddzielnych materiałach informacyjnych. Zdarzało się tak np. z tematem kampanii wyborczej, gdzie jeszcze dodatkowo zdarzało się, że w jednym programie temat kampanii budowany był wokół innego wydarzenia niż w programie konkurencji.

Tabela 3.1 Przykładowe belki z „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

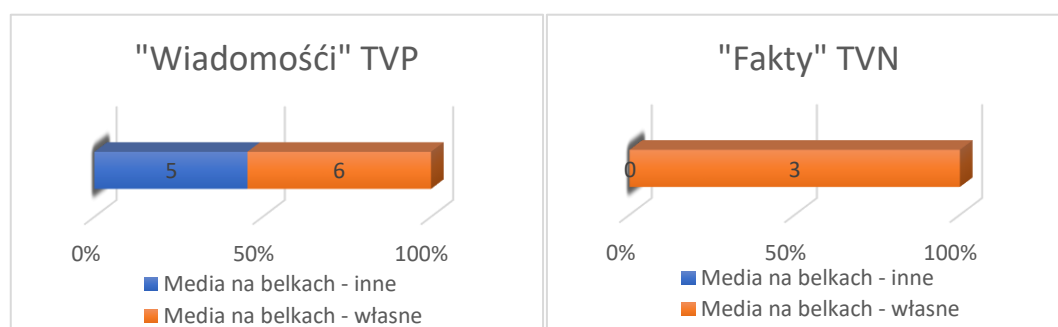
Data	„Wiadomości” TVP	„Fakty” TVN
14.08.2018	BRUKSELA PRÓBUJE ZABLKOWAĆ ZMIANY W SĄDACH	kolejny ruch komisji
25.08.2018	PiS ODPOWIADA NA BILBOARDY PO	wojna billboardowa
07.09.2018 oraz 08.09.2018	KTO OBAWIA SIĘ EKSTRADYCCJI PRZYWIECZERSKIEGO? AFERZYSTA Z FOZZ JUŻ W POLSCE	krok od ekstradycji deportowany
29.09.2018	PROPOZYCJE PiS DLA ŁODZI I REGIONU	ideologia polityczna
29.09.2018	BLASKI I CIENIE LECHA WAŁĘSY	podwójne święto
03.10.2018	PYTANIA O WIARYGODNOŚĆ OPOZYCCJI WALKA Z PATOLOGIAMI I OFERTA DLA POLAKÓW	wyborczy wyścig barwy kampanii
10.10.2018	KANDYDACI MUSZĄ SIĘ TŁUMACZYĆ	oferta czy szantaż?
31.10.2018	OSTATNIA PROSTA PRZED DRUGĄ TURĄ GŁOSOWANIA WYBORCZY FALSTART KOALICJI OBYWATELSKIEJ	bitwa o głosy

Źródło: opracowanie własne.

W analizowanych belkach „Wiadomości” TVP w 11 odniesiono się do mediów. Ponad połowę stanowiły wzmianki na temat programów lub działań TVP, z czego część miała na celu promocje programów Telewizji Polskiej. Zdarzyło się też, że treści miały charakter zarówno informacyjny: „ALARM! GODZ. 20.10 w TVP1 TVP INFO”, promocyjny (np. „TVP1 I TVP2 Z DUŻYM WZROSTEM OGLĄDALNOŚCI”), jak i dyskredytujący (np. „SEKRETY PREZYDENTA SOPOTU O 22.30 W TVP 1”).

Dla porównania, w „Faktach” TVN pojawiły się trzy belki odnoszące się do mediów i dotyczyły programów stacji TVN24. Ich promowanie miało jednak inny wyraz słowny niż w przypadku nadawcy publicznego. W „Wiadomościach” TVP najczęściej mają postać całych zdań, a w „Faktach” TVN belki to najczęściej hasła lub równoważniki zdań. W ‘podpisówkach’ dotyczących mediów „Fakty” TVN umieściły godzinę emisji programu i antenę: 21.00 w TVN24 oraz 20.00 w TVN24, a w jednym przypadku nazwę programu w TVN: „Klasa” (belki umieszczone były przy okienku z obrazem, na którym umieszczano logo poszczególnych programów TVN). (Wykres 3.72)

Wykres 3.72 Media na belkach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba belek)



Źródło: opracowanie własne.

3.5.2 Podziały medialne – zapowiedzi prezenterki

Omawiane wyżej belki stanowią element zapowiedzi prezenterki. Zapowiedzi stanowią wprowadzenie do materiału reporterskiego, nadając ton prezentowanemu problemowi czy tematowi. Autorka badań postanowiła stworzyć w klucz kodowym kategorie odnoszące oddzielnie do wydźwięku¹⁴ zapowiedzi i oddzielnie do zabarwienia emocjonalnego¹⁵. Choć w większości przypadków i wydźwięk i emocjonalność są ze sobą spójne, pojawiają się też takie przypadki, w których przekaz informacji pozytywnej lub negatywnej nie niesie za sobą dodatkowego bagażu emocjonalnego przekazywanego przez prezentera.

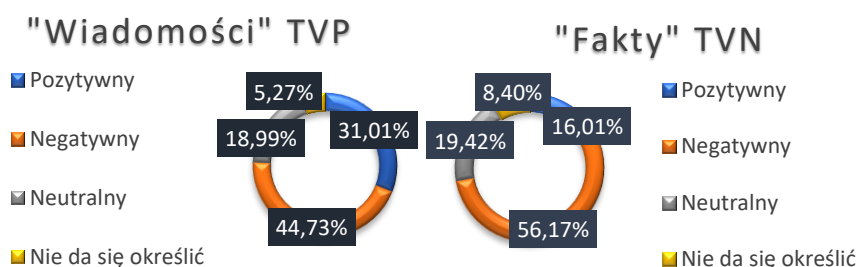
¹⁴ Wydźwięk zapowiedzi prezenterki opiera się w swojej istocie na doborze tematyki, która jest prezentowana, czy jest ona negatywna, pozytywna czy neutralna.

¹⁵ Zabarwienie emocjonalne odnosi się do prezentera, sposobu prezentacji wypowiedzi, doborze słów, sposobie mówienia, etc.

3.5.2.1 Wydźwięk i zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterkich

W „Wiadomościach” TVP, jak w „Faktach” TVN przeważają informacje o wydźwięku negatywnym. W „Wiadomościach” TVP było ich blisko 45%, a w „Faktach” TVN ponad 56% (wykres 3.73). 31% zapowiedzi w programie nadawcy publicznego zostało sklasyfikowanych jako pozytywne, a prawie 19% jako neutralne. W przypadku „Faktów” TVN zapowiedzi o zabarwieniu pozytywnym było 16%, a ponad 19% stanowiły zapowiedzi neutralne.

Wykres 3.73 Wydźwięk zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

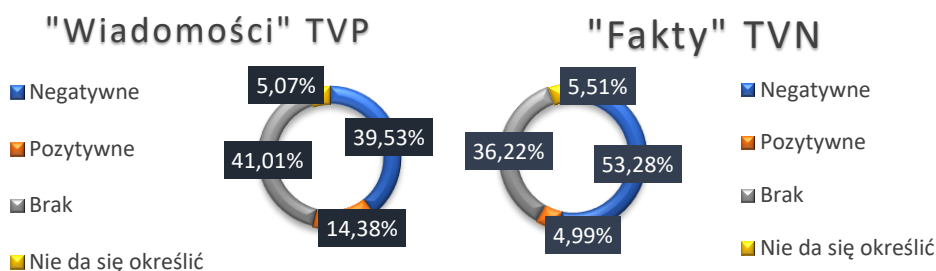


Źródło: opracowanie własne.

Kolejny etapem spojrzenia na zapowiedź prezenterką to uchwycenie emocjonalności. Główną podstawą badania emocjonalności był tutaj dobór języka. Należy zdawać sobie sprawę, że również niezwykle znaczenie w ocenie zapowiedzi prezenterkiej ma także sposób, w jaki zostały te słowa wyrażone; mimika, gest, ton głosu, itd. Znaczenie ma także sam podejmowany temat. Są bowiem tematy, które niosą w sobie dodatkową dozę emocjonalności. Są to w szczególności te, które dzielą społeczeństwo, tak jak jest to w przypadku praw mniejszości seksualnymi czy kwestii praworządności w Polsce.

W „Wiadomościach” TVP zapowiedzi prezenterkie o zabarwieniu negatywnym stanowiły prawie 40%, o zabarwieniu pozytywnym to ponad 14%, a 41% to zapowiedzi bez wyraźnego zabarwienia emocjonalnego. W „Faktach” TVN negatywne zabarwienie emocjonalne pojawiło się w ponad połowie (ponad 53%) wszystkich zapowiedzi, ponad 36% nie miały, w ocenie autorki, emocjonalnego zabarwienia (wykres 3.74).

Wykres 3.74 Zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



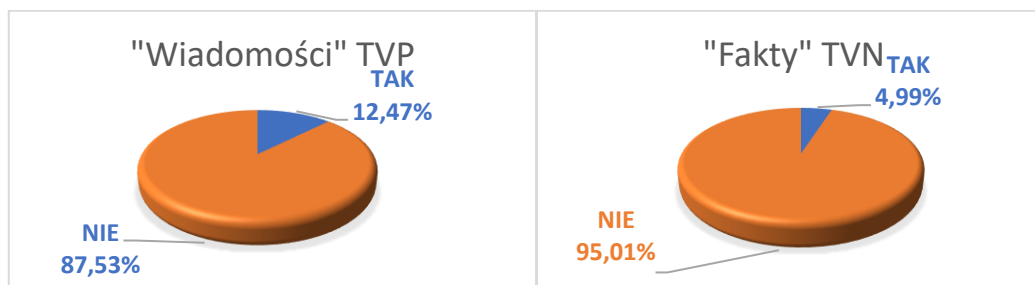
Źródło: opracowanie własne.

3.5.2.2 Wzmianki o mediach w zapowiedziach prezenterkich

Kolejnym etapem analizy polaryzacji mediów, jest badanie ilości odniesień do innych bądź własnych mediów w badanych zapowiedziach informacyjnych. Chodzi w tym przypadku o określenie tego, jak często do widza dociera wiedza z konkretnej zapowiedzi prezenterkiej, że materiał powstał również dzięki działaniom i pracy innych mediów czy innych redakcji. To ważna analiza w kontekście weryfikacji założeń i teorii tzw. plemion dziennikarskich.

W „Wiadomościach” TVP w ponad 12% badanych zapowiedzi prezenter odniósł się do mediów. W zapowiedzi prezenterkiej „Faktów” TVN odwołania do mediów stanowiły niespełna 5% wszystkich analizowanych zapowiedzi prezenterkich (Wykres 3.75).

Wykres 3.75 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do mediów. „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W zapowiedziach prezenterkich cytowane były także media społecznościowe. W „Wiadomościach” TVP pojawiły się wzmianki na temat kanału *YouTube*, natomiast

w „Faktach” TVN pojawiły się wzmianki o *Twitterze*. Należy w tym miejscu również zwrócić uwagę, że w zapowiedziach prezenterkich możemy mieć do czynienia z cytowaniem mediów, lub powoływaniem się na media w jakimś temacie czy aspekcie:

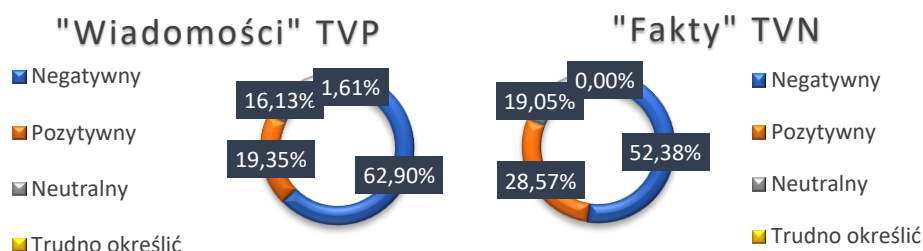
- „...w kolumnie jechała Beata Szydło, która na *Twitterze* napisała: uważajcie na drogach, bo deszcze i ślisko” [zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN z 25.10.2018 roku].
- „...emocje udzielają się *YouTuberom*, ale nie wszystkim dziennikarzom. Część koncernów medialnych działających w Polsce temat o ACTA 2 zupełnie przemilczała...” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP z 13.09.2018 roku].

3.5.2.3 Kontekst plemion dziennikarskich

Samo zaznaczenie występowania w zapowiedziach prezenterkich odwołania do mediów własnych lub innych to za mało by móc zrozumieć fenomen tworzenia się plemion dziennikarskich. W prezentacji wyników bardzo ważne jest ukazanie tego, jakie konkretnie redakcje są cytowane w zapowiedziach prezenterkich, a także w jakim kontekście. Kontekst pozwala zrozumieć, w jakich tematach media pojawiały się najczęściej. Czy były to tematy negatywne, czy pozytywne, a może neutralne?

W „Wiadomościach” TVP najczęściej media pojawiały się w zapowiedziach prezentujących temat o charakterze negatywnym – takich wzmianek było ponad 62%. Wzmianek w kontekście pozytywnym ponad 19%, a w kontekście neutralnym ponad 16%. W zapowiedziach prezenterkich w „Faktach” TVN zapowiedzi o mediach 52% występowały w kontekście negatywnym. W ponad 28% kontekst zapowiedzi był pozytywny, w 19% przypadków kontekst można było uznać za neutralny (Wykres 3.76).

Wykres 3.76 Kontekst, w jakim cytowane były media w zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

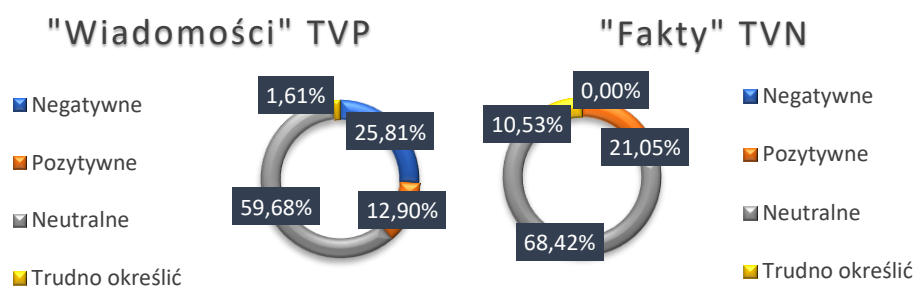


Źródło: opracowanie własne.

W poszukiwaniu odpowiedzi na istnienie podziałów w mediach i wspomnianych plemion, należało przeanalizować sposób mówienia o mediach przez przedstawicieli innych mediów. To niezwykle ważne z punktu widzenia nastawienia względem konkurencji oraz mediów należących do tej samej grupy medialnej (TVP vs. TVN).

W przypadku zapowiedzi prezenterskich w „Wiadomościach” TVP w blisko 60% zapowiedzi występowało zabarwienie emocjonalne neutralne. W blisko 26% analizowanych treści pojawiło się zabarwienie negatywne, a w blisko 13% zabarwienie pozytywne. W „Faktach” TVN zapowiedzi prezenterskie o mediach w znaczącej większości stanowiły przekaz neutralny (68 %). Ponad 21% stanowiły z kolei zapowiedzi o zabarwieniu pozytywnym (wykres 3.77).

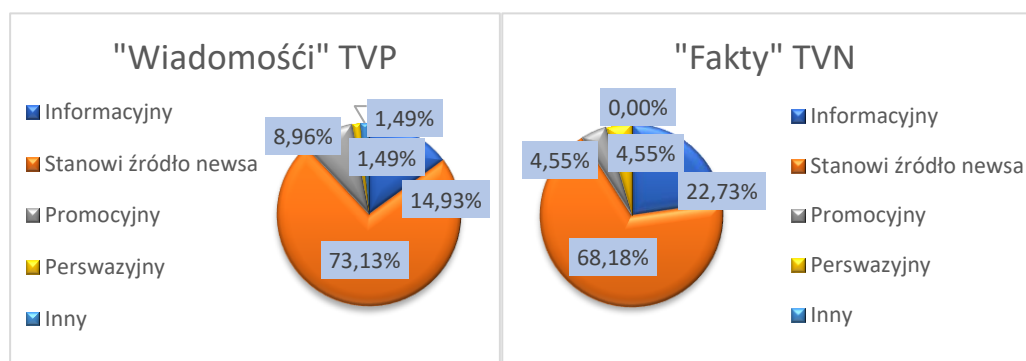
Wykres 3.77 Zabarwienie emocjonalne wobec mediów w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Kolejnym ważnym aspektem badania mediów jest sprawdzenie powodu, dla którego te media były cytowane, czyli: jaki cel temu towarzyszył? Odwołanie do mediów w „Wiadomościach” TVP było źródłem newsa w ponad 73% przypadków. Podobnie w „Faktach” TVN: media pojawiające się w zapowiedzi stanowiły źródło newsa w ponad 68%. Blisko 15% wzmianek w „Wiadomościach” TVP stanowiły te, który miały charakter informacyjny. W „Faktach” TVN cel informacyjny stanowił ponad 22% wzmianek o mediach (wykres 3.78).

Wykres 3.78 Cel, dla którego media były cytowane w zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Prezenter „Wiadomości” TVP odwoływał się w swoich zapowiedziach najczęściej do TVP lub TVP Info (Wykres 3.80), np:

- „...Telewizja Polska przystępuje do kontroli przejrzystości i rzetelności badania oglądalności kanałów telewizyjnych prowadzonego przez firmę Nielsen.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 28.08.2018].
- „...reporterzy Telewizji Polskiej przeprowadzili w tej sprawie śledztwo i ustalili nowe, szokujące fakty [...] Więcej na ten temat już jutro o 14.00 w TVP Info [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP 08.09.2018].
- „...fragment nagrania ujawnił portal TVP info...” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP 01.10.2018].

Odwołania do własnych stacji i programów stanowiły blisko połowę wzmianek dotyczących mediów w „Wiadomościach TVP”. Odwoływano się także do dziennika „Fakt” i „Gazety Polskiej”. Pojedyncze wzmianki dotyczyły „Rzeczpospolitej”, OKO.press i TVN.

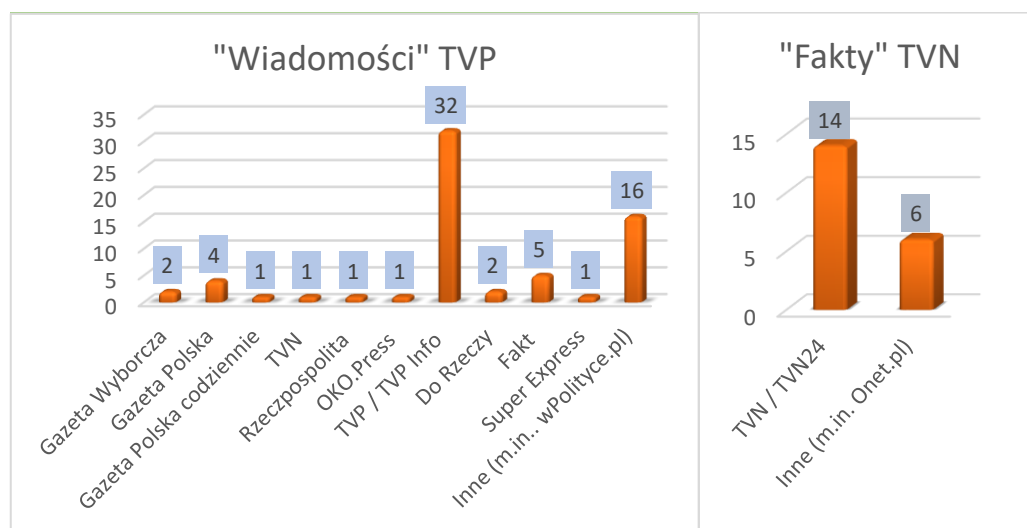
- „...tajni współpracownicy SB i ludzie z prokuratorskimi zarzutami są w układzie [...] tak informuje Gazeta Polska Codziennie.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP 25.09.2018].
- „...to jednocześnie odpowiedź na zarzut telewizji TVN.” [zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP 01.10.2018].

Klucz kodowy zawierał pewne przewidywania co do cytowalności konkretnych redakcji czy mediów. Jednakże i tak pojawiła się spora liczba tytułów spoza listy. Zostały one oznaczone jako „inne”. W przypadku „Wiadomości” TVP w tej kategorii pojawił się portal wpolityce.pl.

W zapowiedziach prezenterskich „Faktów” TVN (Wykres 3.80) odniesień do mediów było mniej niż w „Wiadomościach” TVP i najczęściej były to cytowania odnoszące się do programów stacji TVN oraz TVN24. Liczba tych wzmianek stanowiła dokładnie 70% wszystkich wzmianek o mediach w zapowiedziach prezenterskich. W „Faktach” TVN w kategorii „inne” znalazł się portal onet.pl:

- „...układ prześwietlony przez Superwizjer TVN...” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN 30.09.2018].
- „...dziennikarze Superwizjera TVN dotarli...” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN 01.10.2018].
- „...w sondażu dla Faktów...” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN 19.10.2018].
- „...dziennikarze onet.pl ujawniają zeznania kelnerów...” [zapowiedź prezenterska „Fakty” TVN 02.10.2018].

Wykres 3.79 Media cytowane w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

3.5.3 Plemiona dziennikarskie – analiza ilościowa materiałów reporterskich

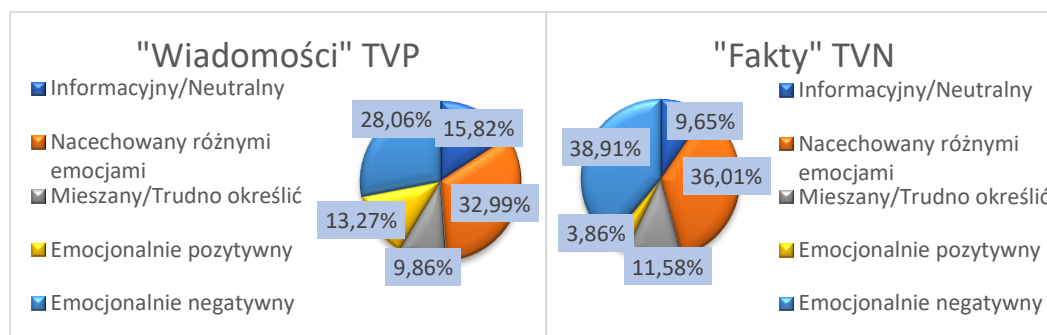
Uchwycenie istnienia plemion dziennikarskich wymagało od autorki niniejszej dysertacji szczegółowego zbadania każdego z elementów występujących w serwisach informacyjnych. Tym najbardziej obszernym materiałem badawczym jest zdecydowanie materiał reporterski. W jego strukturze media pojawiają się w różnych momentach i w różnym zakresie. Istnieją tu zarówno odniesienia do redakcji, jak i wypowiedzi

poszczególnych dziennikarzy. To wszystko sprawia, że analiza tej kwestii przebiega na wielu poziomach.

3.5.3.1 Wydźwięk i zabarwienie emocjonalne materiałów reporterskich

Wydźwięk i zabarwienie emocjonalne towarzyszą materiałom reporterskim tak samo, jak w przypadku zapowiedzi czy pasków/ belek. W „Wiadomościach” TVP najczęściej (blisko 33%) pojawiał się materiał nacechowany różnymi emocjami, innymi słowy emocjonalny w taki sposób, w którym nie przeważała ani emocjonalność pozytywna, ani negatywna – natomiast zdecydowanie nie był on wolny od emocji. Nieznacznie powyżej 28% stanowiły materiały o emocjonalności negatywnej, a blisko 16% materiałów zakwalifikowano do materiałów informacyjnych. Materiały w „Faktach” TVN najczęściej klasyfikowane były do materiałów o wydźwięku negatywnym (39% materiałów). W dalszej kolejności z wynikiem ponad 36% znalazły się materiały o różnym zabarwieniu emocjonalnym (Wykres 3.80).

Wykres 3.80 Wydźwięk materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN (ujęcie procentowe)

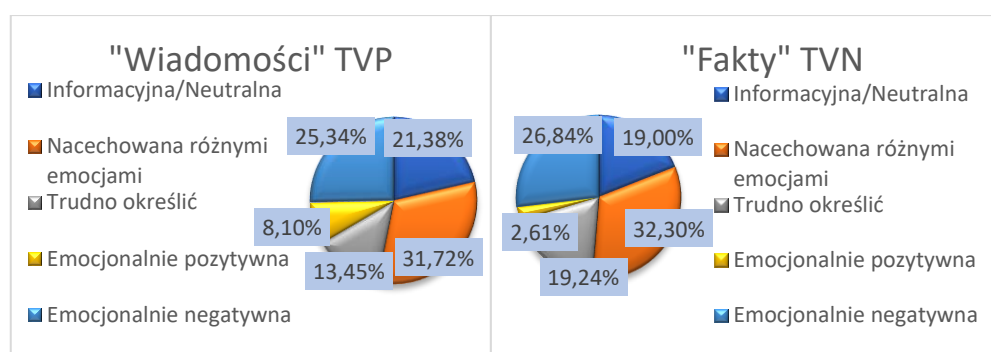


Źródło: opracowanie własne.

Kolejnym istotnym elementem jest narracja dziennikarska w materiale reporterskim. Narracja to sposób, w jaki dziennikarze opowiadają o danym problemie, w jaki sposób prezentują temat, jakich słów używają. To wszystko wpływa na to, jak odbierany jest przez widza dany materiał reporterski. Badanie narracji dziennikarskiej jest również jednym ze sposobów sprawdzenia tego, ile w danym programie informacyjnym jest informacji, ale ile emocji i komentarza, który coraz chętniej stosują dziennikarze (szerzej na ten temat w rozdziale 2).

Narracja w materiałach reporterskich, zarówno w „Wiadomościach” TVP, jak i w „Faktach” TVN najczęściej była klasyfikowana jako: nacechowana różnymi emocjami. W TVP taka narracja stanowiła ponad 31% analizowanych treści, a w TVN ponad 32%. W „Wiadomościach” TVP narracja emocjonalnie negatywna stanowiła ponad 25%, a emocjonalnie pozytywna – 8%. Z kolei w „Faktach” TVN tylko ponad 2% wszystkich materiałów niosło za sobą pozytywną narrację, a negatywną – blisko 27% (Wykres 3.81).

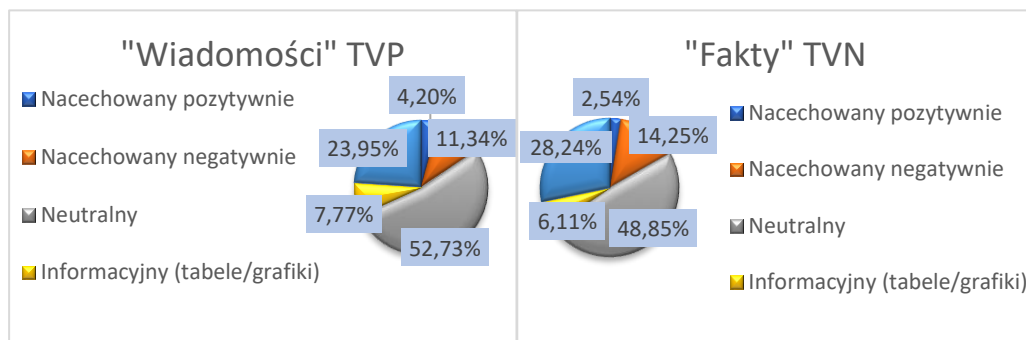
Wykres 3.81 Narracja dziennikarska w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Obraz, tak samo jak słowo, potrafi budować emocje, przekazywać informację i ją objaśniać. Za pomocą obrazu można też stosować rozmaite techniki manipulacji. Obraz ma swój pewien charakter i jego ocena jest jednym z istotnych elementów badania zawartości treści programów informacyjnych. W „Wiadomościach” TVP najwięcej materiałów ze wszystkich analizowanych (ponad 52%) prezentowało obrazy o charakterze neutralnym, czyli opisującym wydarzenia. W drugiej kolejności widz spotykał się z obrazami o charakterze mieszanym, czyli takim który prezentował różnorodne ujęcia o różnorodnych cechach. Treści łączące zabarwienie negatywne z pozytywnym stanowiły blisko 24% analizowanych materiałów pod kątem narracji obrazem. Podobnie w „Faktach” TVN najczęściej pojawiał się obraz zakwalifikowany do kategorii neutralnej (49% treści). Dodatkowo, ponad 28% wszystkich analizowanych materiałów, zawierało obraz o cechach mieszanych (Wykres 3.82).

Wykres 3.82 Dominujący charakter obrazu filmowego pojawiający się w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

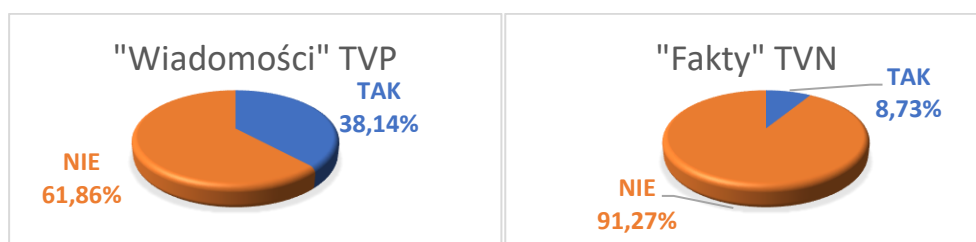


Źródło: opracowanie własne.

3.5.3.2 Przedstawiciele mediów w materiałach reporterskich

Cenne spostrzeżenia odnośnie polaryzacji w mediach przynoszą także dane dotyczące wypowiedzi przedstawicieli mediów w danym materiale reporterskim. Ponad 38% materiałów reporterskich w „Wiadomościach” TVP zawierało wypowiedzi przedstawicieli mediów. Dla porównania w „Faktach” TVN wypowiedzi dziennikarzy czy redaktorów pojawiły się w blisko 9% materiałów reporterskich (Wykres 3.83).

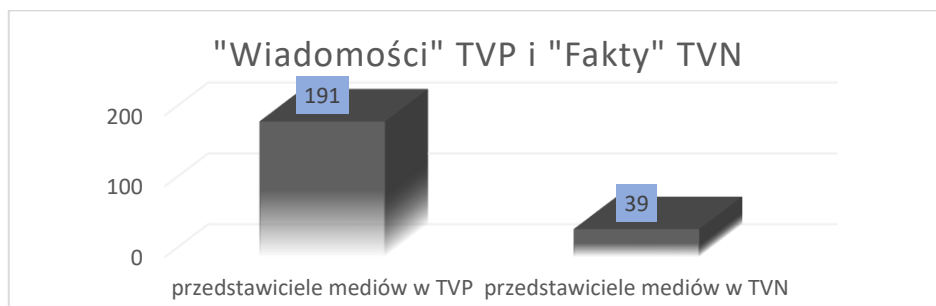
Wykres 3.83 Materiały reporterskie, w których pojawiają się przedstawiciele mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Ciekawe jest także liczbowe zestawienie wypowiedzi przedstawicieli mediów. Dla „Wiadomości” TVP dziennikarze stanowili jedno z ważniejszych źródeł wiedzy i pozyskania komentarza do danej sprawy; ich wypowiedzi pojawiły się aż 191 razy. W przypadku „Faktów” TVN wypowiedzi dziennikarzy było 39 (wykres 3.84).

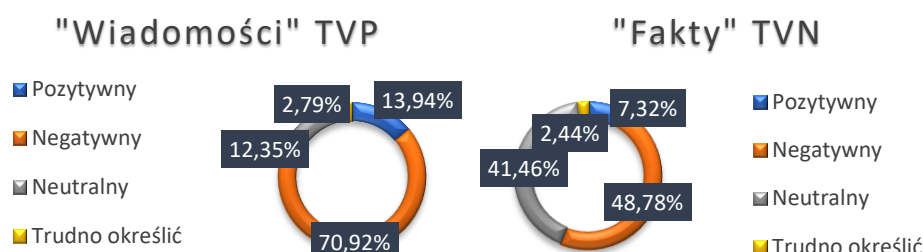
Wykres 3.84 Przedstawiciele mediów w serwisach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Niemniej interesująca jest analiza wypowiedzi przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich pod kątem ich wydźwięku. W „Wiadomościach” TVP ponad 70% wypowiedzi miała wydźwięk negatywny. W ponad 13% przypadków były to wypowiedzi o wydźwięku pozytywnym, a 12% stanowiły wypowiedzi neutralne. W przypadku ponad 48% wypowiedzi przedstawicieli mediów w „Faktach” TVN pojawił się wydźwięk negatywny, a 41% wypowiedzi miało charakter neutralny (Wykres 3.85).

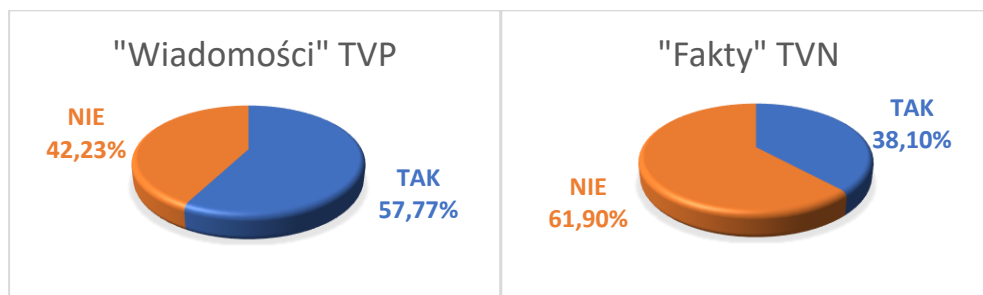
Wykres 3.85 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W analizach przedstawionych do tej pory, grupy wypowiadające się najczęściej krytykowały innych lub ich działania. Podobnie jest w grupie przedstawicieli mediów. W „Wiadomościach” TVP ponad 57% wypowiedzi było wypowiedziami krytycznymi. W „Faktach” TVN (wykres 3.86) takich wypowiedzi było ponad 38%.

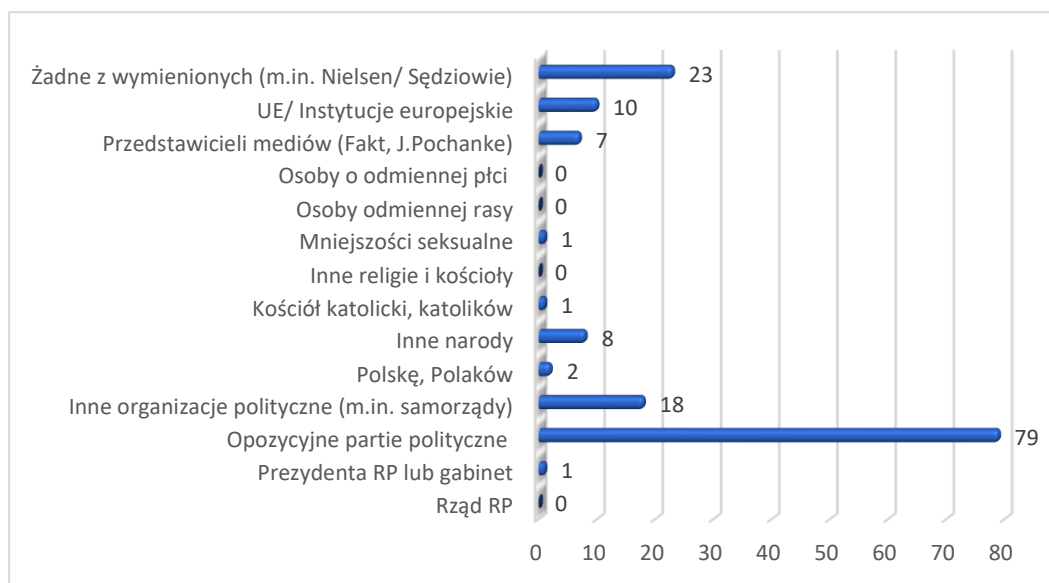
Wykres 3.86 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP wypowiedzi krytyczne przedstawicieli mediów najczęściej dotyczyły opozycyjnych partii politycznej; takich wypowiedzi było 79 (Wykres 3.87).

Wykres 3.87 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wśród nich m.in.:

- „...największy problem wydaje się opozycja ma z programem 500plus, władze Platformy w sprawie tego programu zmieniały zdanie 19 razy.” [„Wiadomości” TVP 22.08.2018 Maciej Chudkiewicz – publicysta „Tygodnik Solidarność”].
- „...Platforma Obywatelska pędzi ku samozagładzie.” [„Wiadomości” TVP 27.08.2018 Wojciech Biedroń publicysta – „Sieci”].

- „...niech Platforma na prawdę da nam spokój ze swoimi pomysłami na edukację.” [„Wiadomości” TVP 30.08.2018 Dorota Łosiewicz – dziennikarka „Sieci”].
- „...należałoby w ogóle rozwiązać Platformę Obywatelską, bo jej politycy notorycznie posługują się mówieniem nieprawdy a mówiąc wprost kłamstwami...” [„Wiadomości” TVP 28.09.2018 Adrian Stankowski – „Gazeta Polska”].
- „...zarzucanie teraz Prawu i Sprawiedliwości czy bardziej premierowi Morawieckiemu, że on zgłaszając pewne pomysły czy obietnice korumpuje wyborców to jest czysty absurd” [„Wiadomości” TVP 05.09. 2018 Paweł Lisicki – redaktor naczelny tygodnika „Do rzeczy”].

Dużo krytyki w „Wiadomościach” TVP kierowano również wobec działalności samorządów, Unii Europejskiej czy sędziów:

- „...w tych zapędach politycznych niektórzy sędziowie mają no zbyt duże zaangażowanie i to widać wyraźnie [...] i do nich miałbym mały apel może trzeba zrzucić tę sędziowską i zapisać się do jednej lub drugiej partii...” [„Wiadomości” TVP 25.09.2018 Marcin Fijołek – dziennikarz portalu wPolityce.pl, tygodnik „Sieci”].

W materiałach znalazły się również komentarze przedstawicieli mediów wobec przedstawicieli kultury czy edukacji:

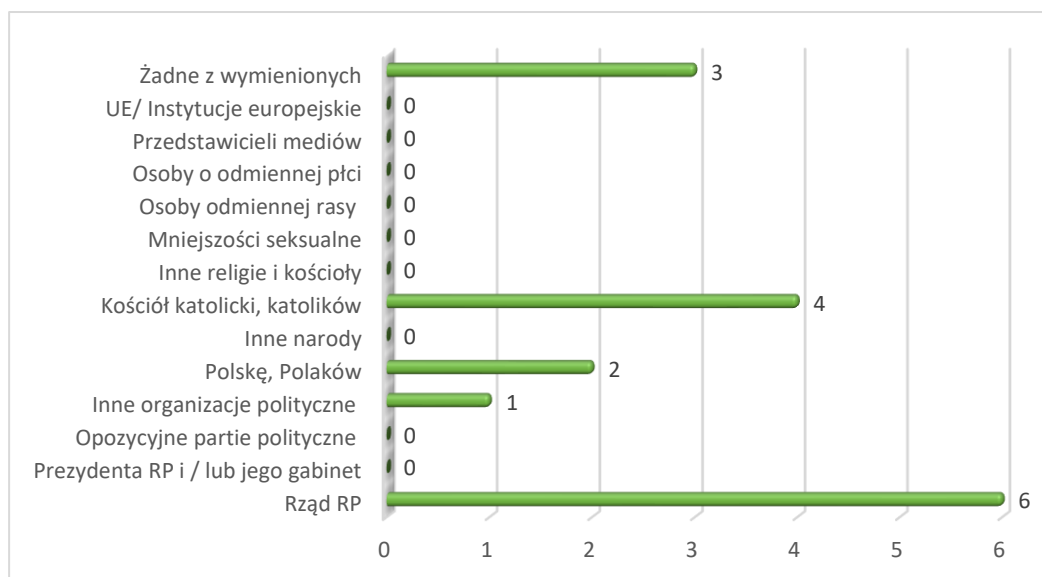
- „...telewizja nigdy nie nagrodi tandetnej prowokacji swoistej Drogówki 2, w której pan Smarzewski poprzebierał policjantów w sutanny, a patologie marginesu rozciągnął i przypisał całej wspólnocie kościoła” [„Wiadomości” TVP 23.09.2018 Jacek Kurski – prezes TVP].
- „...ZNP jest zorientowane bardzo ideologicznie, lewicowo i nie kryje tego w swoich publikacjach” [„Wiadomości” TVP 25.10.2018 Marzena Nykiel – redaktor naczelna wPolityce.pl].
- „...mamy do czynienia z próbą indoktrynacji w szkołach i dla takich akcji miejsca w szkołach być nie powinno...” [„Wiadomości” TVP 25.10.2018 Paweł Lisicki – redaktor „Do Rzeczy”].

Szczególnie, w kontekście polaryzacji mediów, należy zwrócić uwagę na występowanie wypowiedzi bezpośrednio krytykujące inne media:

- „...w niemieckich mediach znowu i to trzykrotnie pojawiło się sformułowanie polskie obozy koncentracyjne” [dot. niemieckich mediów, „Wiadomości” TVP 22.08.2020 Cezary Gmyz – korespondent TVP w Berlinie].
- „...to okładka, którą warto zapamiętać, dlatego że powinna zmienić nasz stosunek do mediów [...] czytelnicy powinni się odwrócić od pism, które nie znają granic” [dot. dziennika „Fakt”, 04.09.2018 Miłosz Manasterski – publicysta Agencja Informacyjna].

- W „Faktach” TVN głosy krytyczne przedstawicieli mediów najczęściej kierowane były wobec rządu i kościoła (Wykres 3.88):
- „...ksiądz to jest można powiedzieć przedstawiciel kościoła i jeśli on w ramach duszpasterstwa dokonuje przestępstwa to to jednak ta odpowiedzialność kościoła jest większa niż świeckiej instytucji...” [„Fakty” TVN 20.10.2018 Artur Sporniak – „Tygodnik Powszechny”].
- „...politycy ponoszą odpowiedzialność za to, co się dzieje w obszarze ich odpowiedzialności [...] to obrzydliwe zdanie, które zacytowałem przed chwilą to jest cytat Zbigniewa Ziobry. To jest zdanie Pańskiego szefa w momencie, kiedy ministrem sprawiedliwości był Zbigniew Cwiągalski i w więzieniu doszło do samobójstwa” [„Fakty” TVN 11.09.2002 Konrad Piasecki – „Rozmowa Piaseckiego” TVN24].

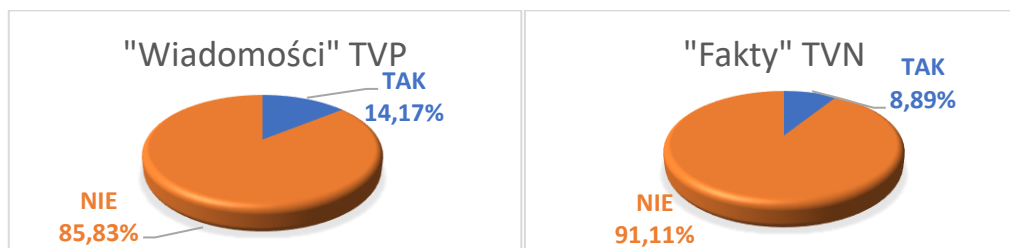
Wykres 3.88 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Z drugiej strony istotne są dane dotyczące wypowiedzi o charakterze pochwalnym. W „Wiadomościach” TVP stanowiły one – w porównaniu do negatywnych – niewielką część ponad 14% materiałów. W „Faktach” TVN 14% wypowiedzi stanowiły te pochwalne (Wykres 3.89).

Wykres 3.89 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

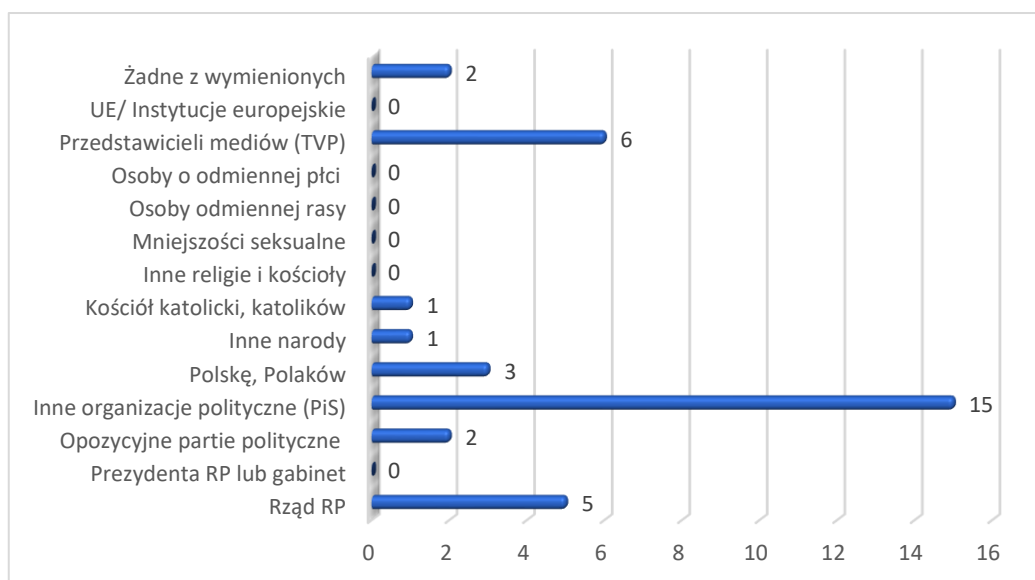


Źródło: opracowanie własne.

Przedstawiciele mediów chwalą w „Wiadomościach” TVP rząd oraz inne organizacje polityczne (głównie Prawo i Sprawiedliwość) (Wykres 3.90). Przedstawiciele mediów chętnie chwalili również inne media, w tym samą TVP:

- „...Prawo i Sprawiedliwość odrobiło lekcję...” [„Wiadomości” TVP 16.09.2018 Adrian Stankowski – publicysta „Gazeta Polska Codziennie”].
- „...to byłby to ogromny sukces partii rządzącej...” [„Wiadomości” TVP 23.10.2018 Karol Gac – dorzeczy.pl].

Wykres 3.90 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)

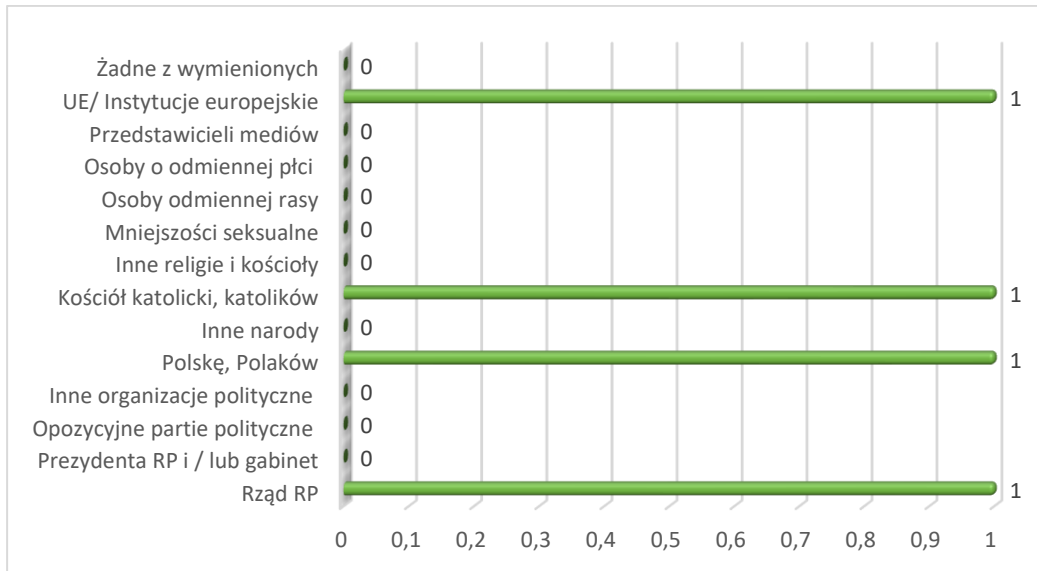


Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN dokładnie pojawiły się cztery takie wypowiedzi, które równo rozłożyły się między kościół, rząd, UE i Polskę (Wykres 3.91). Wśród nich ciekawa, może mniej pochwalna, a bardziej obronna wypowiedź dziennikarki TVP, która była cytowana w „Faktach” TVN:

- „A ja tylko zwrócę uwagę kandydata oraz naszych widzów, że do tych kwestii wszystkie które Pan wymienił w serwisach informacyjnych wszystkich naszych stacji, o ile pamiętam, już ustosunkowywał się kandydat Patryk Jaki [Edyta Lewandowska – dziennikarka TVP podczas debaty kandydatów na prezydenta Warszawy, „Fakty” TVN 13.10.2018].

Wykres 3.91 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

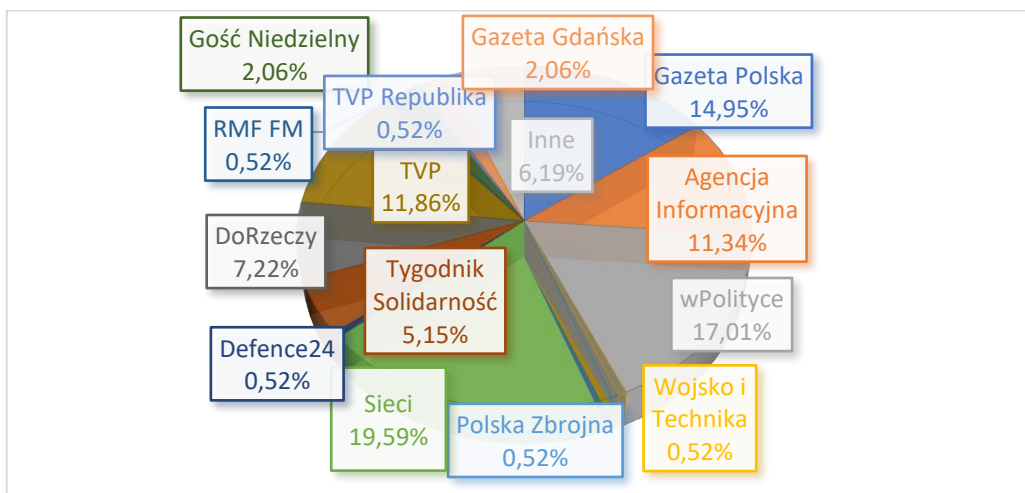
Za jedną z kluczowych przesłanek na istnienie plemion dziennikarskich można uznać określoną przynależność redakcyjną gości w materiałach informacyjnych.

W „Wiadomościach” TVP najczęściej pojawiali się dziennikarze, redaktorzy czy przedstawiciele: „Sieci” oraz wPolityce.pl braci Karnowskich, „Gazety Polskiej” Tomasza Sakiewicza oraz Agencji informacyjnej Miłosza Manasterskiego. Na zamieszczonym poniżej wykresie wyraźnie widać przewagę mediów uznawanych za prawicowe czy też konserwatywne (Wykres 3.92).

Z kolei „Fakty” TVN najczęściej sięgały po opinie dziennikarzy własnej stacji. Wypowiedzi dziennikarzy TVN oraz TVN24 stanowiły blisko połowę wszystkich takich wypowiedzi. W materiałach pojawiali się także dziennikarzy „Krytyki Politycznej” Juliana Kutyły, magazynu reporterów „Gazety Wyborczej” – „Duży Format” oraz portali OKO.press i onet.pl. W tym przypadku obserwujemy zdecydowaną reprezentację portali i mediów lewicowych czy też liberalnych (Wykres 3.93). Różnice są widoczne nawet w takich tytułach, które poświęcone są wąskiej tematyce katolickiej czy religijnej.

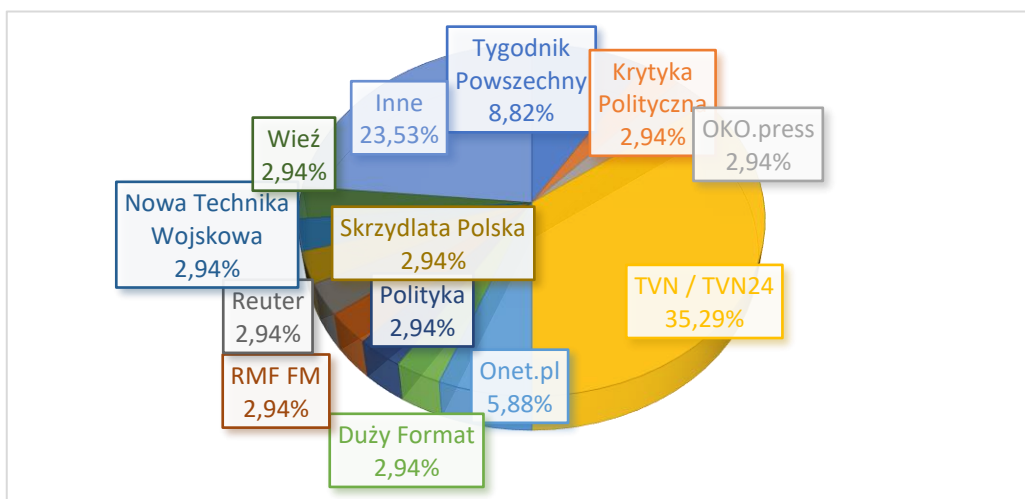
W „Wiadomościach” TVP wypowiadali się eksperci „Gościa Niedzielnego”, a w „Faktach” TVN dziennikarze „Tygodnika Powszechnego” czy „Więzi”. Nawet w tych płaszczyznach dostrzec można pewnego rodzaju podziały eksperckie wpływające na pogłębianie się różnic pomiędzy dziennikarskimi światami.

Wykres 3.92 Przynależność redakcyjna ekspertów w materiale „Wiadomości” TVP (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.93 Przynależność redakcyjna ekspertów w materiale „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

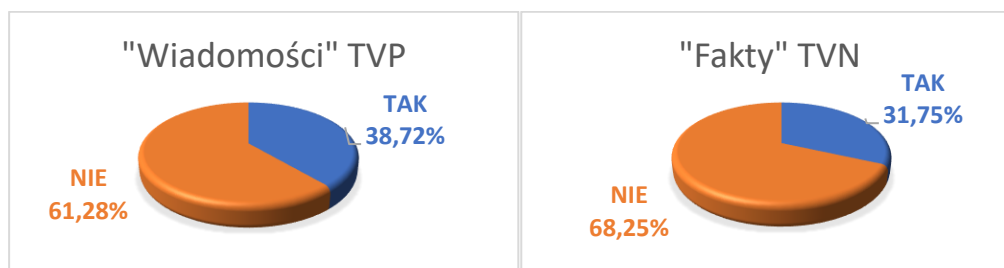
Różnice światopoglądowe, właścicielskie a także różnice w finansowaniu mediów są głównymi czynnikami wpływającymi na pogłębianie się podziałów w mediach. Dobór ekspertów redakcyjnych nie jest dyktowany uzyskaniem faktycznej wiedzy mogącej

realnie wzbogacić materiał newsowy o istotny pogląd czy spostrzeżenie, ale raczej chęcią uzyskania opinii zgodnej z linią programową. Autorka jednocześnie chce podkreślić, że nie kwestionuje wiedzy czy posiadanych umiejętności i doświadczenia przez wypowiadających się. Celem badań w tym zakresie było jedynie wskazanie na przynależność redakcyjną oraz dominującą linię programową – elementy składowe plemion dziennikarskich.

3.5.3.3 Analiza ilościowa mediów w materiałach reporterskich

Czym innym jest badanie wypowiedzi przedstawicieli mediów, a czym innym sprawdzanie czy w danym programie informacyjnym wspomniano o mediach, nawiązywano do nich czy powoływano się na nie. W „Wiadomościach” TVP w ponad 38% materiałów informacyjnych pojawiła się wzmianka o mediach. W „Faktach” TVN odniesienie do mediów znalazło się w ponad 31% wszystkich materiałów reporterskich (Wykres 3.94).

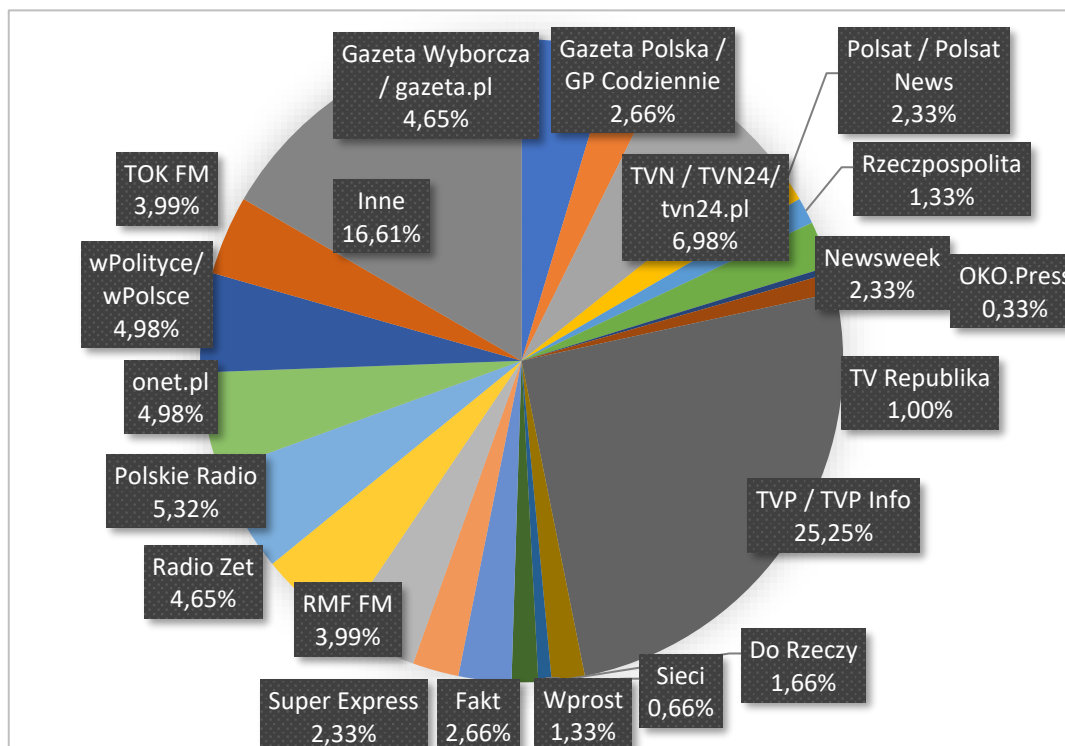
Wykres 3.94 Materiały reporterskie, w których wystąpiło odniesienie lub cytowanie mediów, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W kontekście analizy mediów koniecznym było również sprawdzenie jak procentowo oraz liczbowo przedstawiało się cytowanie mediów tradycyjnych. Do klucza kodowego wpisano media, które zdaniem autorki niniejszej dysertacji mogły być najczęściej cytowanymi w materiałach reporterskich obu programów informacyjnych. W „Wiadomościach” TVP najczęściej cytowano programy z anten rodzimych: TVP oraz TVP Info. W materiale badawczym pojawiły się także cytaty z Polskiego Radia, „Gazety Wyborczej”, Radio Zet czy konkurencyjnych anten: TVN oraz TVN24 (wykres 3.95).

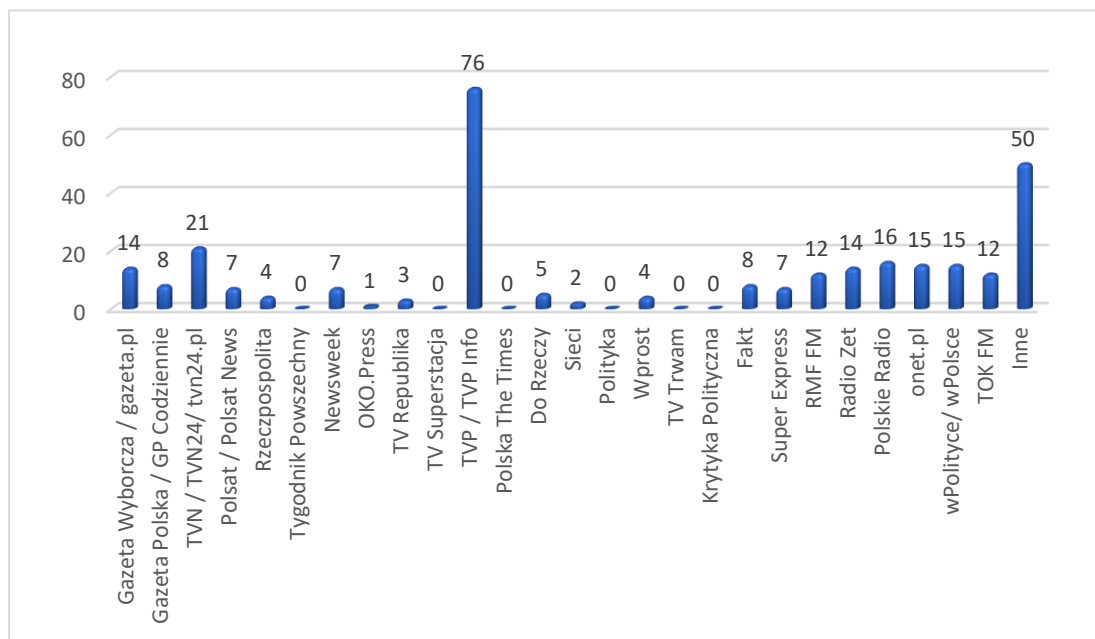
Wykres 3.95 Media cytowane w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (udział procentowy)



Źródło: opracowanie własne.

Uwzględniając liczbę cytowań w materiale reporterskim (Wykres 3.96) uwzględniono także media, które w kluczu kodowym zostały określone jako „inne”. W tej kategorii w „Wiadomościach” TVP dość często cytowano media zagraniczne, w tym m.in.: France24, CNN, „Deutsche Welle”, „Bild”. Dodatkowo, pojawiały się takie stwierdzenia jak: „niemieckie media” i „francuskie media”.

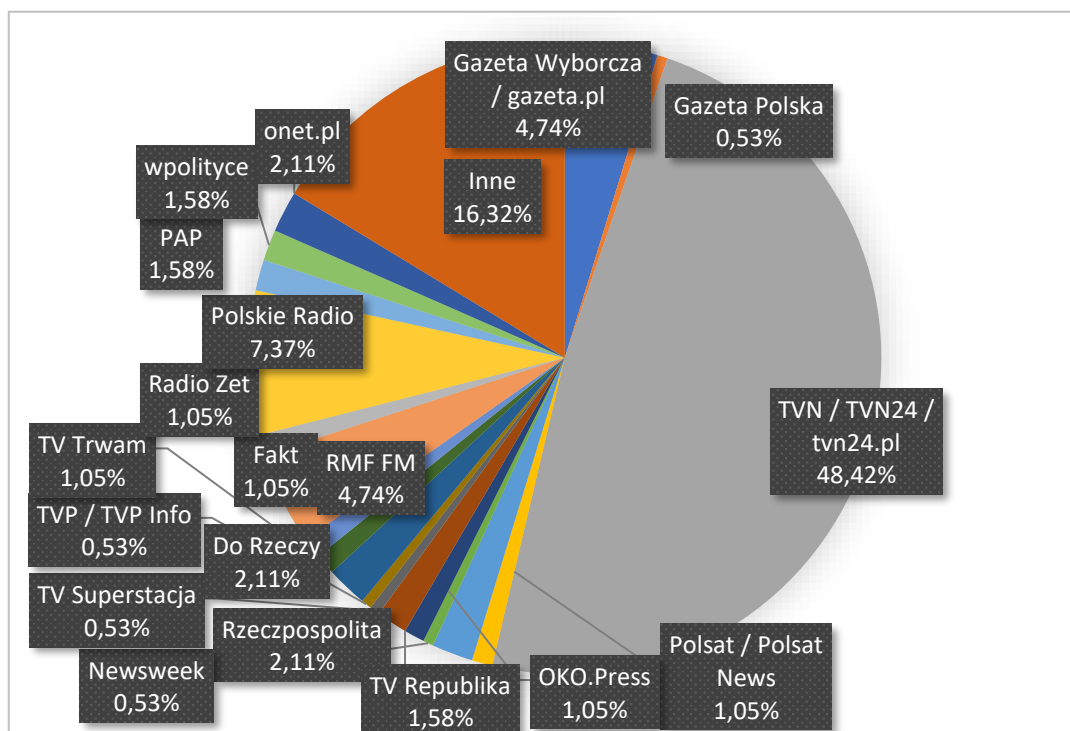
Wykres 3.96 Media cytowane materiałów reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba odwiedzeń)



Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN oprócz cytowania mediów własnych, najczęściej powoływano się m.in. na Polskie Radio oraz „Gazetę Wyborczą”. Wśród cytowanych mediów znalazły się także RMF FM, „Rzeczpospolita” czy także TV Trwam czy „DoRzeczy” (Wykres 3.97).

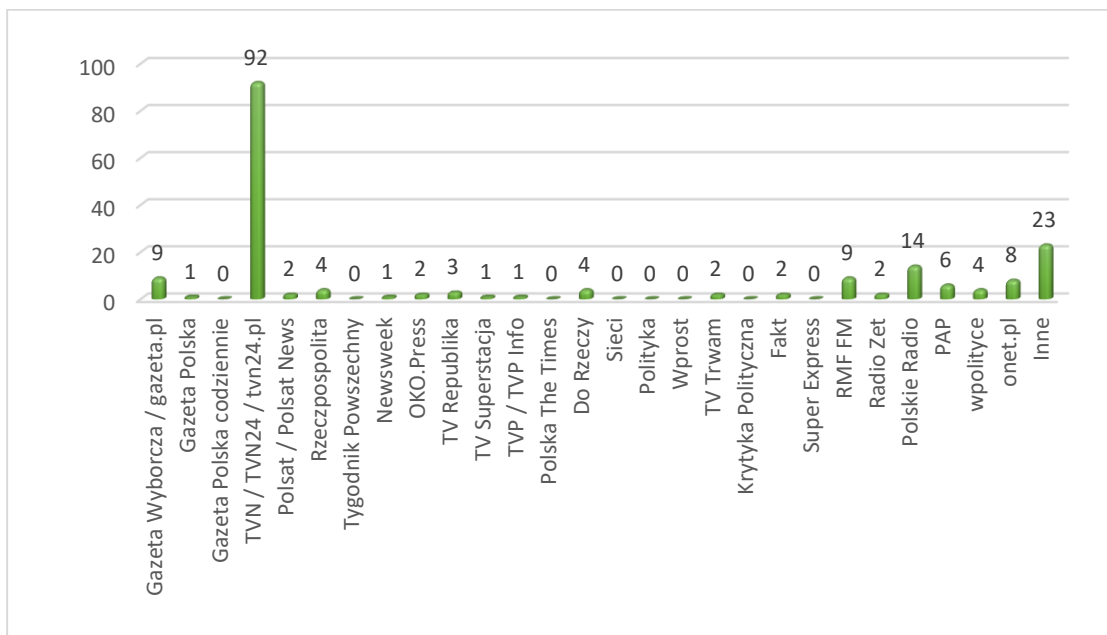
Wykres 3.97 Media cytowane w materiale reporterskim „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” TVN (Wykres 3.98) pojawiały się pojedyncze odniesienia do m.in.: money.pl, wolnemedi.net, ale także zagraniczne: The New York Times, Washington Post czy agencja Reuter (kategoria klucza kodowego: „inne”). Podobnie jak w przypadku „Wiadomości” TVP nie zabrakło również stwierdzeń ogólnych, takich jak: „media rosyjskie” i „media ukraińskie”. Wszystko to, zostało ujęte w kategorii „inne”.

Wykres 3.98 Media cytowane w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba odwołań)

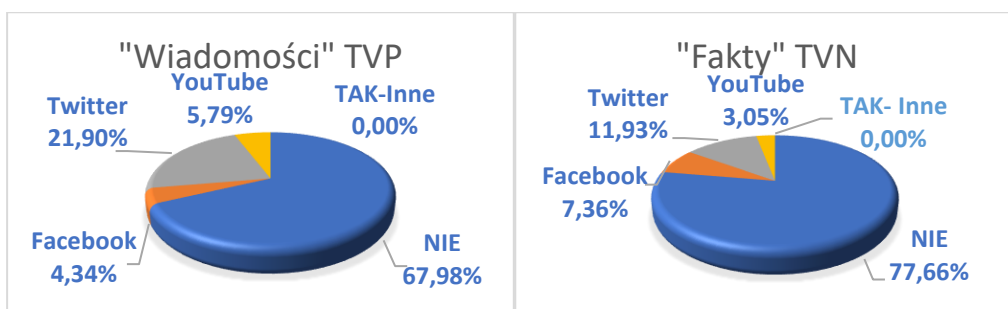


Źródło: opracowanie własne.

Od dłuższego czasu obserwujemy również przenikanie się mediów tradycyjnych z mediami internetowymi. Serwisy informacyjne cytują treści z profili społecznościowych polityków, powołują się na zjawiska zachodzące w mediach społecznościowych (social media).

W badanym okresie kampanii samorządowej w „Wiadomościach” TVP najczęściej cytowany był *Twitter*, który w Polsce jest główną przestrzenią aktywności polityków i dziennikarzy. W ponad 5% materiałów informacyjnych znaleźć można było odwołanie lub cytaty z *YouTube*, a w ponad 4% materiałów wspomniany był *Facebook*. W „Faktach” TVN skala cytowań była mniejsza niż w przypadku „Wiadomości” TVP. Tutaj podobnie, najczęściej odwoływano się do *Twittera* (Wykres 3.99)

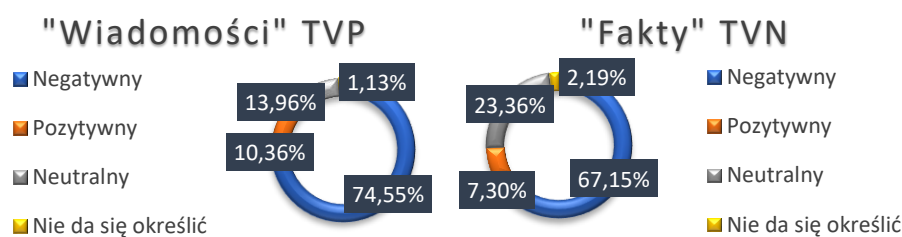
Wykres 3.99 Cytowanie mediów społecznościowych w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

Cytowanie mediów i mediów społecznościowych lub powoływanie się na nie w materiale informacyjnym to jedna ze składowych badania równic w podejściu do budowania przekazu analizowanych programów. Kolejnym istotnym wskaźnikiem był kontekst, w jakim występowały media. Najczęściej social media były cytowane, w obu programach, w materiałach o tematyce określonej jako negatywna. W „Wiadomościach” TVP taki kontekst odnotowano w ponad 70% przypadków, w „Faktach” TVN to blisko 70%. W „Faktach” TVN w ponad 20% kontekst tematyczny był neutralny, a w ponad 7% pozytywny. W „Wiadomościach” TVP neutralny i pozytywny kontekst tematyczny został odnotowany na podobnym poziomie i wnosił on odpowiednio: blisko 14% i ponad 10%. (Wykres 3.100).

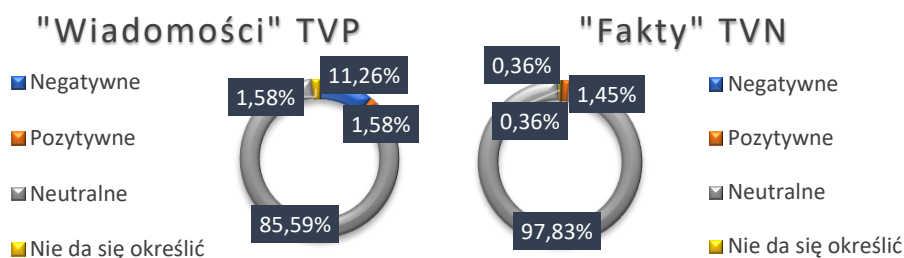
Wykres 3.100 Kontekst, w którym występowały media lub social media w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP w blisko 86% przypadków, a w „Faktach” TVN w ponad 97% odwołanie do mediów przez autora było neutralne. To jednak nie oznacza, że zjawisko podziałów i tworzenia się plemion przestało istnieć lub osłabło. Kategoria ta odnosi się bowiem zarówno do mediów tradycyjnych, jak i mediów społecznościowych i to te drugie w największej mierze wspomniane były w sposób neutralny. O plemienności świadczą pozostałe wyniki tej kategorii, które wskazują na istnienie pewnej emocjonalności podczas cytowania czy powoływania się na media. W „Wiadomościach” TVP odnotowano ponad 11% odwołań do mediów o negatywnym zabarwieniu emocjonalnym – wśród, których znalazły się m.in. onet.pl, niemiecki TAZ i ZDF, „Gazeta Wyborcza”, TVN. W „Faktach” TVN zjawisko to autorka dostrzegła raz, gdy dziennikarz cytował prezydenta, piszącego na *Twitterze* o lewackich mediach (Wykres 3.101).

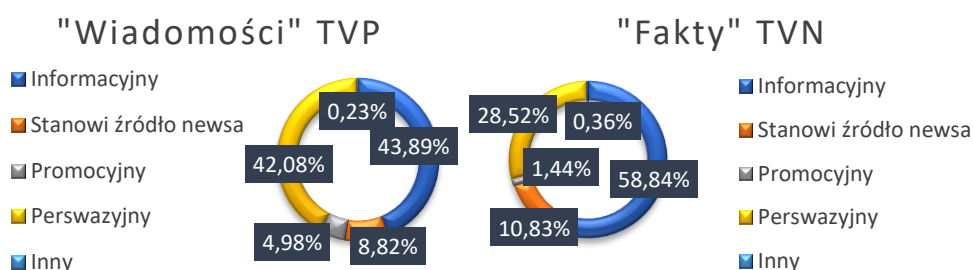
Wykres 3.101 Zabarwienie emocjonalne wobec cytowanych mediów i social mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP, podobnie jak w „Faktach” TVN autor materiału najczęściej odwoływał się do mediów; cytował je lub powoływał się na nie, w celu informacyjnym. Jest to odpowiednio blisko 44% wszystkich odwołań w programie telewizji publicznej i blisko 60% odwołań w telewizji komercyjnej. Uwagę autorki niniejszej dysertacji zwraca występowanie odwołania do mediów w celu perswazyjnym. W „Wiadomościach” TVP cel taki został przypisany aż w 42% przypadków, a w „Faktach” TVN w blisko 29% odwołań. To zjawisko niebezpieczne mogące wskazywać, że autor tak dobiera treści, by pomagały mu one w przedstawieniu jego subiektywnego postrzegania rzeczywistości. (Wykres 3.102).

Wykres 3.102 Cel odwołania do mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

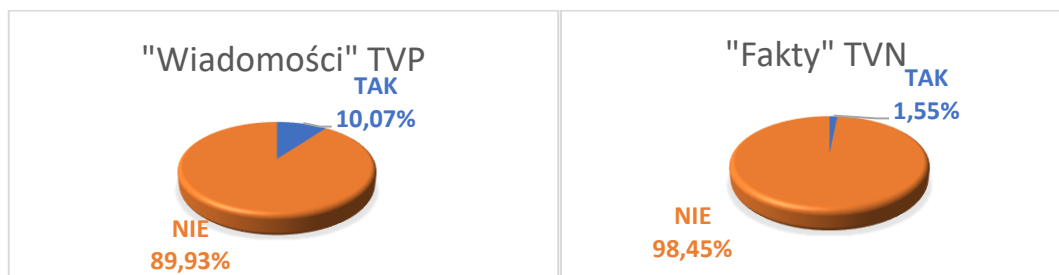
W celu zbadania występowania zjawiska plemion dziennikarskich ważne było również poszukiwanie odpowiedzi na pytania o jakość dziennikarstwa i przykłady odniesień do jakości pracy swojej lub konkurentów. Dlatego w kontekście mediów tradycyjnych autorka badała również kwestie dotyczące etyki oraz stronniczości. Wyniki te odnoszą

się tak do narracji dziennikarza – autora materiału informacyjnego, jak również do wypowiedzi, które autor materiału zdecydował się umieścić w materiał, a które wypowiedzane są z ust polityków, ekspertów czy społeczeństwa.

W „Wiadomościach” TVP pojawiło się 30 odniesień do etyki mediów; materiały na ten temat stanowiły nieco ponad 10% wszystkich odwołań do mediów. Wszystkie miały kontekst negatywny i dotyczyły m.in. dziennika „Fakt” i głośnej sprawy okładki po śmieci syna premiera L. Millera, to także fragment wypowiedzi P. Adamowicza dotyczący TVP jako kłamliwej telewizji, czy też łączenie TVN z aferą FOZZ (szerzej przykłady te zostaną omówione w części badań jakościowych niniejszego rozdziału).

W „Faktach” TVN odnotowano dokładnie 3 odniesienia do etyki dziennikarskiej, które stanowiły 1% spośród wszystkich odniesień do mediów w materiałach reporterskich w programie stacji komercyjnej. Co ciekawe, zdarzyło się powołanie autora materiału na agencję Reutera z podkreśleniem, że jest to wiarygodne źródło, pojawił się fragment dotyczący prowokacji dziennikarskich (w ramach których dochodziło do podszywania się przez dziennikarzy TVN, pod inne osoby), dzięki czemu widz miał poznać dowody na istnienie korupcji i nepotyzmu w polityce, a także wypowiedź B. Mazurek o „niemieckich mediach” w połączeniu z powrotem G. Schetyny z Niemiec (Wykres 3.103).

Wykres 3.103 Odniesienie do działań etycznych mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

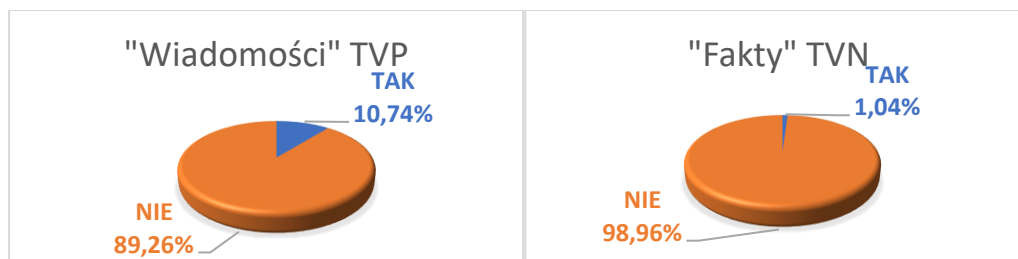


Źródło: opracowanie własne.

Jeśli chodzi o stronniczość wyniki są bardzo zbliżone i dotyczą podobnych zagadnień, jak w przypadku odniesień do etyki. W „Wiadomościach” TVP pojawiły się 32 takie wzmianki i stanowią one blisko 11% wszystkich odniesień do mediów. Wśród nich wiele odwołań do stronniczości działań mediów komercyjnych w Polsce, takich jak: TVN, onet.pl, czy „Newsweek” oraz koncernów właścicielskich tych mediów. W „Faktach” TVN to 1% - i są to dokładnie 2 odniesienia do mediów: jedno w *Twittera* A. Dudy, który

odnosi się do "szyderstw i napadu lewackich mediów", a drugie to wypowiedź B. Mazurek w nawiązaniu do „niemieckich mediów” (Wykres 3.104).

Wykres 3.104 Odniesienie do działań stronniczych mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W ramach rozważań na temat polaryzacji mediów sprawdzono także odniesienie do etyki i stronniczości wobec konkretnych dziennikarzy. Innymi słowy, autorka badań chciała sprawdzić, czy twórca newsa lub inne osoby wypowiadające się w „Wiadomościach” TVP lub w „Faktach” TVN osoby kierowały swoje uwagi wobec konkretnych przedstawicieli mediów w kontekście ich etyki lub stronniczości. W „Wiadomościach” TVP takie odniesienia pojawiły się wobec m.in. ówczesnego redaktora naczelnego „Faktu” R. Felusia, a w kontekście stronniczości m.in. byłej już dziennikarki TVN J. Pochanke. Odniesienia do etyki w kontekście konkretnych dziennikarzy stanowią niespełna 4%, a odniesienia wobec konkretnych dziennikarzy w kontekście stronniczości – 2%. W „Faktach” TVN nie zanotowano takich odniesień.

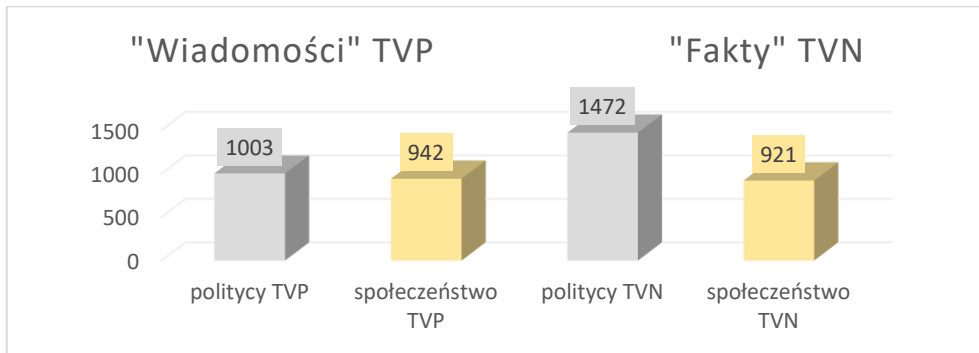
W tym miejscu należy podkreślić, że autorka jest świadoma, że wyniki ilościowe pokazują pewne tendencje i wskazują na obszary, które warto zgłębić także w procesie badań jakościowych. Dlatego kolejnym etapem, już w trzeciej części tego rozdziału, będzie przyjrzenie się narzędziom polaryzacji oraz próba określenia tego: kto? kogo? i dlaczego polaryzuje?

3.5.4 Społeczne aspekty polaryzacji medialnej

Obecność w materiałach przedstawicieli społeczeństwa wnosi wiele do budowy i struktury materiałów informacyjnych. Na reprezentację społeczną składają się wypowiedzi działaczy społecznych, ekspertów/komentatorów (np. środowiska akademickie, medyczne, prawnicze, przedstawiciele służb) oraz przedstawicieli

społeczeństwa, czyli po prostu Polaków. Już pierwsze analizy ilościowe pokazują, że udział przedstawicieli społeczeństwa w stosunku do reprezentacji politycznej był niższy w obu analizowanych programach informacyjnych (Wykres 3.105).

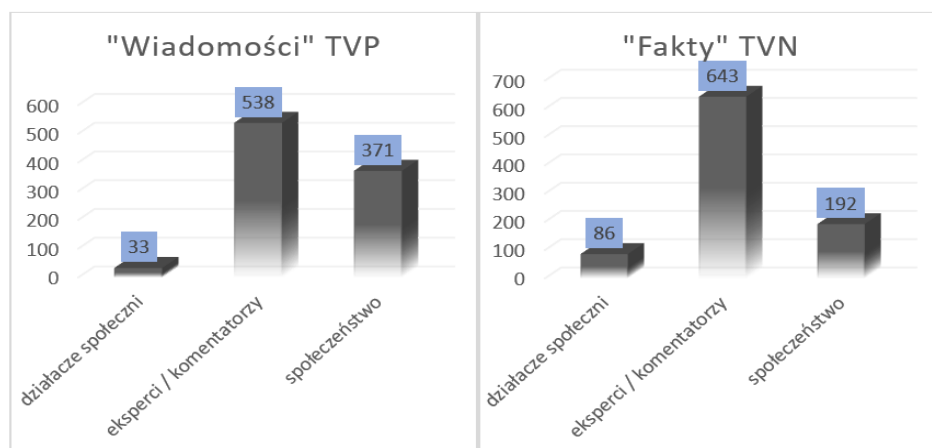
Wykres 3.105 Porównanie wypowiedzi polityków i społeczeństwa w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP najwięcej wypowiedzi (538) przedstawicieli społeczeństwa pochodziło od ekspertów, a więc od profesorów uczelni wyższych czy też przedstawicieli danej branży. Opinie przedstawicieli społeczeństwa cytowano 371 razy, a przedstawicieli działaczy społecznych - 33. W „Faktach” TVN także najczęściej sięgano po opinie ekspertów i komentatorów (takich wypowiedzi pojawiło się 643). Przedstawiciele społeczeństwa byli pytani o zdanie 192 razy, a działacze społeczni wypowiadali się 86 razy (Wykres 3.106).

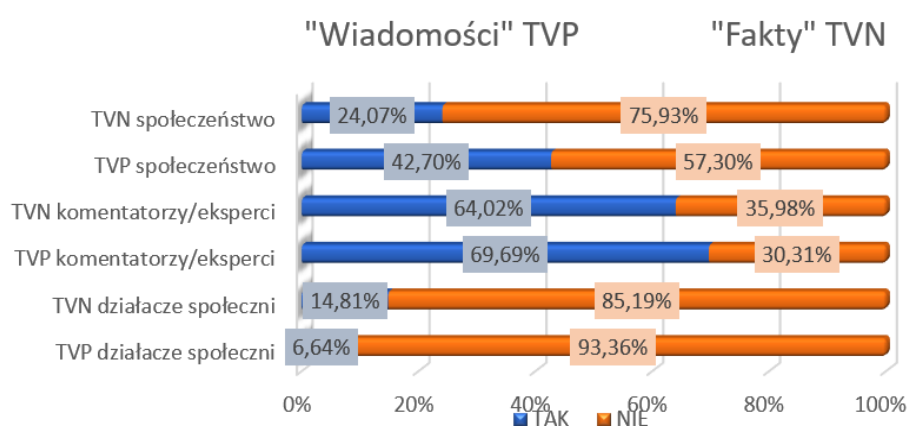
Wykres 3.106 Wypowiedzi przedstawicieli społeczeństwa w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba materiałów)



Źródło: opracowanie własne.

Wypowiedzi ekspertów/komentatorów pojawiły się w blisko 70% materiałów reporterskich w „Wiadomościach” TVP i 64% materiałów reporterskich w „Faktach” TVN. Najmniejszą reprezentację mieli działacze społeczni, pojawiający się w „Wiadomościach” w ponad 6% materiałów, a w „Faktach” w blisko 15% analizowanych materiałów. Znacząca różnica pomiędzy programami dotyczy kategorii społeczeństwa, gdzie w „Wiadomościach” TVP liczba materiałów z ich udziałem stanowiła prawie 43%, a w „Faktach” TVN niewiele ponad 24% (Wykres 3.107).

Wykres 3.107 Materiały reporterskie zawierające wypowiedzi przedstawicieli społeczeństwa „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)



Źródło: opracowanie własne.

W „Wiadomościach” TVP wśród wypowiedzi działaczy społecznych znalazły się wypowiedzi byłych działaczy antykomunistycznych czy przedstawicieli stowarzyszeń walczących przeciwko reprivatyzacji mieszkań w stolicy, ale nie tylko. Działacze społeczni w „Wiadomościach” TVP krytykowali m.in. sądownictwo, które nie spełnia oczekiwań społeczeństwa dlatego zmiany są konieczne, dziennikarkę „Gazety Wyborczej”, dziennikarkę programu „W tyle wizji” czy kandydatów Zjednoczonej Prawicy w wyborach samorządowych, np. Patryka Jakiego. W „Faktach” TVN dominowały z kolei wypowiedzi działaczy KOD, Obywateli RP czy przedstawicieli stowarzyszenia „Wolne Sądy”, którzy krytykowali zachodzące w systemie sądowniczym zmiany uznawane przez za niegodne z przepisami. Słowa krytyki kierowane były również pod adresem przedstawicieli rządu.

W „Wiadomościach” TVP wypowiedzi pochwalne były skierowane tylko i wyłącznie w stronę Rządu RP (w tym tonie były dokładnie 3 wypowiedzi), na przykład:

- „...w osobie Pana Premiera napotykamy polityka, który wykazuje wielką otwartość na potrzeby Polonii...” [„Wiadomości” TVP 21.09.2018].

W „Faktach” TVN pochwała była kierowana w kierunku protestujących w obronie sądów oraz w stronę sędziów (takich wypowiedzi było dokładnie 4):

- „...nie każdy jest Tuleją (przyp. sędzia Igor Tuleya), nie każdy ma taką odwagę cywilną...” [„Fakty” TVN 18.10.2018].

Z kolei wydzwięk wypowiedzi przedstawicieli społeczeństwa był na ogół negatywny. Głos krytyczne płynęły w „Wiadomościach” TVP w kierunku opozycyjnych partii politycznych, samorządów, mediów czy Unii Europejskiej i europejskich instytucji, na przykład:

- „to jest ograniczanie naszej wolności, to co zostaje ustalane w pomieszczeniach Unii Europejskiej, w Parlamencie. To jest wszystko złe” [w kontekście ACTA2, 17.09.2018].
- „...to jest zakładanie kolejnego kagańca ludziom...” [w kontekście ACTA2, „Wiadomości” TVP 17.09.2018].
- „...jak Pan Budka chciał, za przeproszeniem wsadzić na listę swoją żonę to musiał się kogoś pozbyć” [w kontekście wyborów samorządowych w woj. Śląskim, „Wiadomości” TVP 09.10.2018].
- „...zaniedbane przez poprzednie rządy...” [„Wiadomości” TVP 17.10.2018].
- „...nie można żerować na ludzkim nieszczęściu...” [w nawiązaniu do okładki „Faktu” ŚP syna Leszka Millera, „Wiadomości” TVP 04.09.2018].

W „Faktach” TVN głosy negatywne ze strony przedstawicieli społeczeństwa były kierowane pod adresem przedstawicieli sądów oraz instytucji sędziowskich. W programie informacyjnym TVN przez reprezentantów społeczeństwa krytykowany był także kościół katolicki, samorzady, a także rząd czy Prezydent RP:

- „...nieco pomyłono tutaj wiec polityczny z rozpoczęciem roku szkolnego.” [wystąpienie Prezydenta RP w szkole, „Fakty” TVN 01.09.2018].
- „...to są przestępcy w sutannach...” [w kontekście pedofilii w kościele, „Fakty” TVN 20.09.2018].

Z kolei głosy pochwalne ze strony społeczeństwa w „Wiadomościach” TVP najczęściej kierowane były w stronę rządu, samorządów, Polaków i Polski a nawet w kierunku samej TVP (w kontekście m.in. seriali i oglądalności), np.:

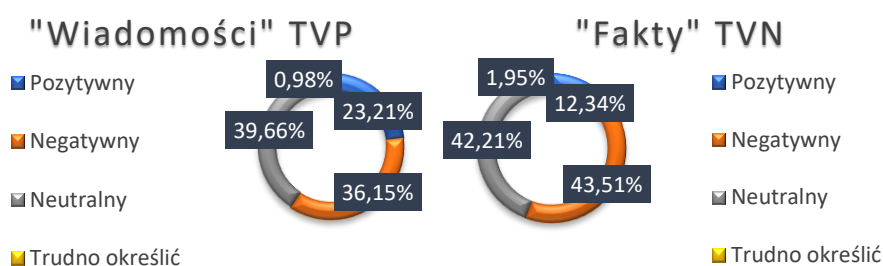
- „Korona Królów” jest bardzo dobrym posunięciem...” [„Wiadomości” TVP 29.08.2018].

W „Faktach” TVN najczęściej przedstawiciele społeczeństwa wyrażali pozytywne słowa w kierunku Polaków, przedstawicieli i działań samorządów, a także sędziów ich zdaniem postępujących zgodnie z literą prawa:

- „... obojętnie, jaki byłby wyrok jest to prawo, którego mnie uczono. Także jestem pod ogromnym wrażeniem” [żona Prezydenta Poznania Joanna Jaśkowiak w kontekście sprzyjającego wyroku w swojej sprawie, „Fakty” TVN 25.09.2018].

Zarówno w „Faktach” TVN, jak i w „Wiadomościach” TVP dość licznie pojawiały się wypowiedzi ekspertów wyższych uczelni, naukowców, profesorów. Nigdy jednak nie zdarzyło się, by ich nazwiska powielały się i pojawiały w obu programach. Można wręcz odnieść wrażenie, że „Fakty” TVN sięgają po swoich ekspertów, a „Wiadomości” TVP po swoich. Analizując wyniki w przypadku „Faktów” TVN można dostrzec również większą tendencję do sięgania po opinię u byłych polityków (w tym byłych polityków Prawa i Sprawiedliwości, jak choćby Paweł Kowal), a także byłych premierów i byłych prezydentów. W obu programach pojawili się także – w roli eksperta – przedstawiciele świata prawniczego, sędziowskiego, kościelnego czy służb mundurowych. Nie brakowało także rzeczników instytucji takich, jak policja. Analiza pozwoliła również na ocenę ich wypowiedzi pod kątem wydzwiku, ich emocjonalnego nastawienia. Ich opinie również najczęściej miały wydzwięk negatywny (Wykres 3.108).

Wykres 3.108 Wydzwięk wypowiedzi komentatora/eksperta w materiale „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)

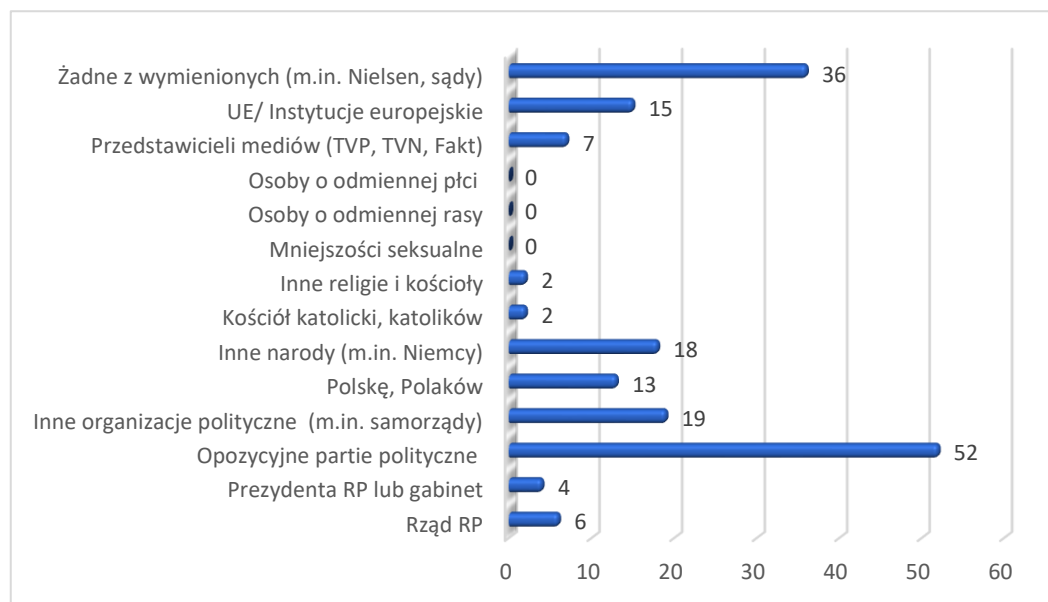


Źródło: opracowanie własne.

Wyniki dotyczące wydzwiku wypowiedzi można uznać za zbliżone do siebie w obu programach informacyjnych. Niemniej różnice pojawiają się na etapie analizy: kogo lub co krytykują eksperci. W „Wiadomościach” TVP najczęściej komentatorzy i eksperci krytykowali przedstawiciele ugrupowań opozycyjnych. W mniejszej skali krytyka kierowana była m.in. do innych narodów, w tym do Niemców, do samorządów, do

przedstawicieli mediów, sądów, Unii Europejskiej czy instytucji europejskich. Zaledwie kilkakrotnie wypowiedziano też swoją krytykę w kierunku do rządu czy Prezydenta RP – np. wtedy, gdy powołał nowego rzecznika B. Spychalskiego (Wykres 3.109).

Wykres 3.109 Krytyka komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

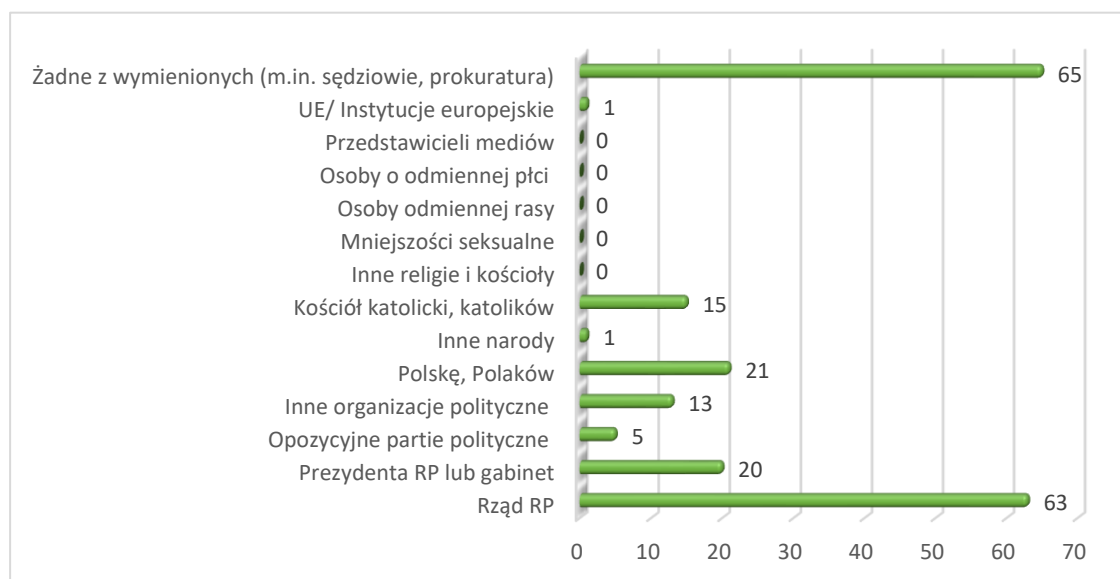
Oto niektóre, przykładowe wypowiedzi krytyczne wypowiedziane przez ekspertów w „Wiadomościach” TVP:

- „...Platforma Obywatelska utraciła wiarygodność polityczną w 2015 roku, czyli w gruzach legła misternie tkana fasada programowa, a przez trzy lata Platforma nowej koncepcji nie wypracowała.” [prof. Kazimierz Kik – politolog Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, „Wiadomości” TVP 18.08.2020].
- „... Jesteśmy bardzo zmartwieni kwestią niezależności sądów w Polsce...” [Kees Sterk – Prezydent Europejskiej Sieci Rad Sądownictwa, „Wiadomości” TVP 18.08.2018].
- „... chodziło o łączenie tego z TVNem i ITI. Było mnóstwo ludzi ze służb rzeczywiście...” [Grzegorz Żemek – były dyrektor generalny FOZZ, wyp.arch., „Wiadomości” TVP 09.09.2018].
- „...podziela losy Nowoczesnej, czyli ich podmiotowość będzie ograniczona...” [prof. Norbert Maliszewski – Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, „Wiadomości” TVP 16.09.2018].
- „...ludzie nie widzą potrzeby spotkania się z politykami Platformy Obywatelskiej czy szerzej Koalicji Obywatelskiej, bo nie mają wrażenia, że te spotkania coś realnie

dadzą...” [dr hab. Arkadiusz Jabłoński – socjolog KUL, „Wiadomości” TVP 11.10.2018].

W „Faktach” TVN eksperci najczęściej z kolei kierują swoją krytykę pod adresem rządu i partii związanych z obozem rządzącym. Pojawiła się także krytyka w kierunku sędziów, czy prokuratury, która związana jest ze zmianami wprowadzanymi w Sądzie Najwyższym oraz Krajowej Radzie Sądownictwa. W materiałach pojawiała się m.in. krytyka nowych sędziów powoływanych w skład m.in. Izby Dyscyplinarnej Sądu Najwyższego, a także krytyka sędziów powiązanych czy łączonych z partią rządzącą (Wykres 3.110).

Wykres 3.110 Krytyka komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

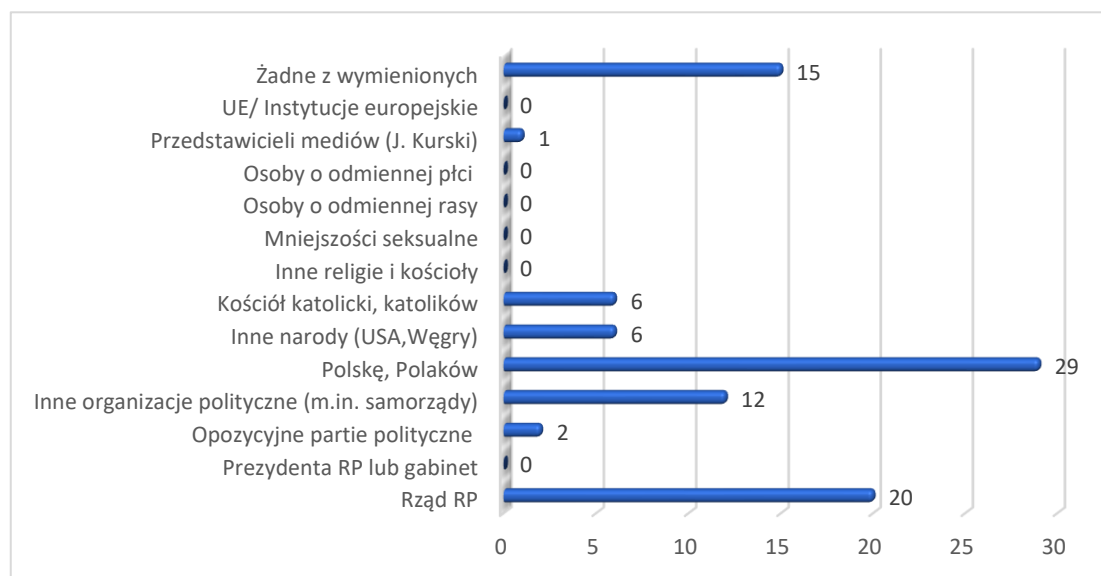
Przykłady cytatów wypowiedzi ekspertów pojawiające się w „Faktach” TVN w trakcie kampanii samorządowej były następujące:

- „... nie mamy dla Was dobrych wiadomości [...] obawy komisji wzrosły. Sytuacja w Polsce się nie poprawiła.” [Frans Timmermans – wiceprzewodniczący KE, w kontekście działań Brukseli dot. art. 7-ego, „Fakty” TVN 18.09.2018].
- „...te słowa wulgarne były słyszane również przez dzieci, co jest oczywistym złem, ale znacznie większym złem jest to, co dzieje się teraz w Polsce.” [Sławomir Jęksa – Sąd Okręgowy w Poznaniu, w kontekście wydawania wyroku w sprawie żony prezydenta Poznania Joanny Jaśkowiak, „Fakty” TVN 25.09.2018].

- „...jak wybijecie PiS dostaniecie pieniądze – to jest szantaż niedopuszczalny” [Aleksander Kwaśniewski – były Prezydent RP, w kontekście wyborów samorządów, „Fakty” TVN 14.10.2018].
- „...coś jednak zostało przekroczone [...] został jednak naruszony wizerunek PiSu, nadszarpięty...” [Andrzej Rychard socjolog PAN – w kontekście kampanii samorządowej, „Fakty” TVN 22.10.2018].
- „...to jest kolejny dowód na odklejenie się klasy politycznej od rzeczywistości gospodarczej...” [dr Adam Ubertowski – psycholog biznesu, w kontekście kampanii samorządowej, „Fakty” TVN 27.10.2018].

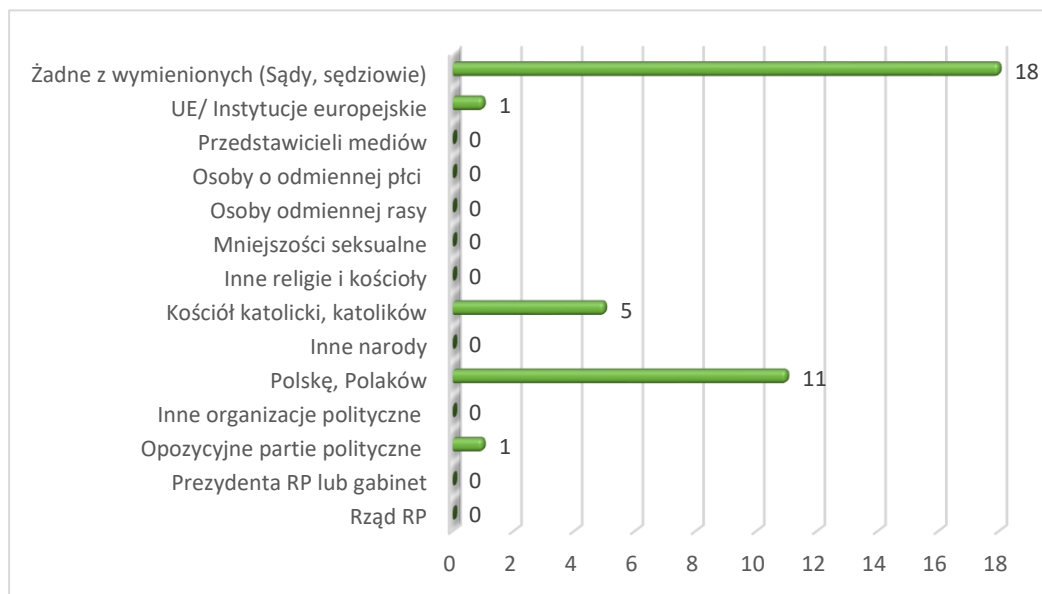
Wypowiedzi pochwalne ekspertów i komentatorów zarówno w „Wiadomościach” TVP (Wykres 3.111), jak i w „Faktach” TVN (Wykres 3.112) najczęściej kierowane były pod adresem Polaków i Polski. W „Faktach” TVN pojawiają się głosy pochwalne m.in. wobec osób broniących polskiego systemu sądownictwa, tymczasem w „Wiadomościach” TVP słowa pozytywne kierowano wobec polskich rolników. W trwającej kampanii wyborczej odwoływanie się do konkretnych grup społecznych może być uznane za pewnego rodzaju wskazanie na grupy społeczne, które są istotne pod kątem kampanii i wyborów.

Wykres 3.111 Pochwała komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3.112 Pochwała komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wiedza pozyskiwana na każdym etapie badań pozwoliła na dokonanie selekcji wyników, w taki sposób, aby oddawały one jak najdokładniej obraz rzeczywistości będący głównym tematem niniejszej pracy. Kolejna część tego rozdziału skupia się na elementach polaryzacyjnych w kontekście mediów, tworzenia dziennikarskich plemion, a także struktury materiałów z punktu widzenia jakości.

3.6 Narzędzia polaryzacji politycznej – analiza jakościowa

Dla autorki niniejszej dysertacji narzędziami do opisu polaryzacji stały się wyrażane w wypowiedziach, w obrazie i w narracji materiałów informacyjnych formy pochwały i krytyki ze szczególnym uwzględnieniem agresji. Sprawdzanie narzędzi: krytyki i pochwały odbyło się na trzech poziomach komunikacyjnych: politycznym, społecznym i medialnym, i w każdym z trzech obszarów struktury programów informacyjnych, tj.: zapowiedzi prezenterkich, belek oraz materiałów reporterskich. W materiałach reporterskich dodatkowym elementem analizy stały się kwestie strukturalne, a mianowicie wypowiedzi: polityków, społeczeństwa i dziennikarzy oraz oczywiście obraz filmowy.

3.6.1 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w zapowiedziach prezenterów w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN

W zapowiedziach krytycznych najczęściej mieliśmy do czynienia z zapowiedziami odnoszącymi się do kampanii wyborczej, co jest zupełnie naturalne zważywszy na badany czas emisji analizowanego materiału. W „Faktach” TVN częściej mieliśmy do czynienia z postawą „wytykania błędów” partii rządzącej. W „Wiadomościach” TVP częściej dochodziło do sytuacji odwrotnej, w której prezenter „wytykał błędy” partiom opozycyjnym, ze szczególnym uwzględnieniem Platformy Obywatelskiej. W zapowiedziach zarzuty w stronę polityków niejednokrotnie formułowane były w sposób wyrazisty, mocny z użyciem słów takich, jak: kłamca, kłamać, wojna, oskarżenia, korupcja, hipokryzja, warczenie, nienawiść czy sekta.

Dodatkowo zaobserwowano zjawisko wręcz nadużywania przez dziennikarzy cytatów z polityków, które miały charakter krytyczny lub nawet obraźliwy. Najbardziej charakterystycznymi przykładami zapowiedzi negatywnych, skrajnie wrogich były te powtarzane w „Wiadomościach” TVP słowa G. Schetyny z konwencji samorządowej w 2018 roku (dwukrotnie, dzień po dniu) o „pisowskiej szarańczy, którą trzeba strząsnąć ze zdrowego drzewa naszego państwa”, a z drugiej strony przypomnieniem w „Faktach” TVN słów J. Kaczyńskiego z 2017 roku o „kanałach, zdradzieckich mordach i drugim sorcie”. Taki język wpływa na niską jakość debaty publicznej, a programy informacyjne prowadzą do poziomu tabloidu. W tym przypadku to zdecydowanie język polityków sprawił, że takie zapowiedzi w ogóle miały szansę zaistnieć w przestrzeni telewizyjnej. Używanie tych wypowiedzi w mediach sprawiało, że dyskredytacja odbywała się na dwóch poziomach. Pierwsza zachodziła w samej wypowiedzi, a druga w cytowaniu ich przez dziennikarzy, których celem było pokazać, w jaki sposób komunikują się politycy. Wyrażając opinię o innych wystawili ocenę tak naprawdę samym sobie.

W zapowiedziach emitowanych w kampanii samorządowej dziennikarze chętnie sięgali do słów polityków, budując też samemu narrację zbliżoną do poziomu debaty politycznej. Do odbiorcy docierały takie oto komunikaty: „... kłamca nie może być premierem grzmi po raz kolejny Grzegorz Schetyna”, „Politycy Prawa i Sprawiedliwości wskazują na hipokryzję Platformy...”, „...puste obietnice i kłamstwa – kwituje Platforma”, „...zastanawiają się jakiego kłamstwa użyć, by wytłumaczyć Polakom zabranie przez rząd Donalda Tuska pieniędzy z OFE.” (Tabela 3.2). Do tego dochodziła jeszcze narracja dziennikarska, w której często słychać było o wojnie, o ostrej rywalizacji

i o podziałach. Słuchając tych zapowiedzi można było odnieść wrażenie, że istnieją w Polsce w zasadzie tylko dwie partie, których liderzy zrobią wszystko, aby wzajemnie siebie pograć. Scena polityczna stała się miejscem niezdrowej rywalizacji, w której zasady moralności i etyki przestały mieć jakiegokolwiek znaczenie. Jest to bardzo szkodliwe dla mediów, ponieważ brak moralności i etyki zbyt łatwo przenika dziennikarski świat.

Tabela 3.2 Wybrane krytyczne zapowiedzi prezenterki w kontekście politycznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Premier na froncie kampanijnej bitwy o samorządy, obietnice posypały się jak z rękawa, oskarżenia pod adresem opozycji także, spot za spot, cios za cios stawka jest wysoka, zapowiada się więc ostra walka o głosy i z przeciwnikami.”	„Prawdziwą bombę zdetonował trzeci z kandydatów. Piotr Guział ujawnił, że osoby związane z Platformą Obywatelską opłacały trolli, które krytykowały go w internecie... ”
„ Od wojny billboardowej zaczęła się kampania w samorządach. Koalicja Obywatelska napisała, że PiS wziął miliony dla siebie. PiS, że odebrał miliony złodziejom i dał je dzieciom. A Koalicja na to, że PiS dał, ale swoim.”	„Polacy nie wiedzą, co się zmieni w ich życiu jeśli wygra opozycja. Liderzy PO i Nowoczesnej próbują straszyć Prawem i Sprawiedliwością, krytykują PiS za politykę społeczną.”
„Komisja Europejska skarży Polskę [...] polska ustawa narusza unijne prawo i gwałci sędziowską niezawisłość twierdzi komisja...”	„Jacek Wojciechowicz jest merytorycznie lepszy od Rafała Trzaskowskiego [...] a Robert Biedroń mówi wprost Koalicja Obywatelska to wielkie oszustwo. ”
„Lech Wałęsa z KOD-em, Mateusz Morawiecki z ‘Solidarnością’. Obchody dotyczące strajków na wybrzeżu znów w atmosferze podziałów. Były protesty, okrzyki, akcje pod hasłem: nie wygumkujecie ich. Premier za to kreślił wielkie plany odbudowy stoczni.”	„Politycy Platformy Obywatelskiej i Nowoczesnej zarzucają Prawu i Sprawiedliwości korupcję polityczną w kampanii samorządowej [...] Politycy Prawa i Sprawiedliwości wskazują na hipokryzję Platformy i przypominają jej niezrealizowane obietnice.”
„...Jarosław Kaczyński zagrzewa do walki o samorządy dzieląc je na te, które na rząd warczą i na te które współpracują. O współpracujących gospodarzach mówi też premier i rusza PiS-busem i rusza w Polskę by promować całą listę obietnic.”	„Prezydent, który złamał ustawę antykorupcyjną , szef ciepłowni z prokuratorskimi zarzutami , a w miejskich spółkach działacze Platformy Obywatelskiej i ich rodziny. Tak w największym skrócie można opisać obraz Radomia, w którym o nepotyzm i

	niezrozumiałe decyzje władze miasta próbował zapytać...”
„...A opozycja na to, że jak zawsze przed wyborami prezes zmienia twarz na łagodniejszą i gotów jest się jednać z tymi, których wcześniej określał jako kanalie, zdradzieckie mordy i drugi sort. ”	„Stoimy przed wyborem między Polską silną a słabą, Polska rozwoju a zastoju, pomiędzy Polską marzeń a Polską marzeń niektórych naszych sąsiadów - tak mówił premier M. Morawiecki.”
„Kampanijna retoryka, a rzeczywistość. Premier w objeździe po kraju kreśli obraz polski podnoszonej z infrastrukturalnej ruiny. Wytyka poprzednikom kompletny zastój [...] puste obietnice i kłamstwa kwituje Platforma. ”	„Platforma Obywatelska zapowiada wniosek o odwołanie Mateusza Morawieckiego z funkcji Premiera, a jej lider mówi, o tu dosłownie cytat: pisowskiej szarańczy ”. Politycy Prawa i Sprawiedliwości komentując te słowa mówią z kolei o szaleństwie opozycji. ”
„Ojkofofia w kampanii. Trudne słowo i poważne oskarżenie . Jarosław Kaczyński tylko na chwilę wychodzi na pierwszy plan, ale to wyjście na ostro. Nienawiść do własnej ojczyzny i własnego narodu to jedna z chorób która dotknęła część sędziów mówi prezes PiS i w politycznym jadłospisie to najbardziej pikantne ostatnio danie.”	[...] po tym jak przewodniczący Platformy Obywatelskiej nazwał Prawo i Sprawiedliwość, tu cytat: szarańczą, którą trzeba strząsnąć ze zdrowego drzewa naszego państwa. Komentatorzy alarmują, że takie porównywania mogą być tragiczne w skutkach.”
„[...] Poseł PiSu Dominik Tarczyński ma przeprosić europośła Platformy Obywatelskiej Bogdana Wentę [...] Tarczyński pisał m.in., że Wenta był w ZOMO i trenował palowanie na głowach Polaków. To nieprawomocny wyrok w trybie wyborczym.”	„A teraz w Wiadomościach nowy wątek afery podsłuchowej. Politycy Platformy Obywatelskiej gotowi na wiele, by utrzymać się przy władzy. [...] Ówczesny minister transportu razem z kolegą zastanawiają się jakiego kłamstwa użyć , by wytłumaczyć Polakom zabranie przez rząd Donalda Tuska pieniędzy z OFE.”
„To zdemaskowanie gotowego na korupcyjne propozycje hipokryty - pisze o taśmach Morawieckiego Grzegorz Schetyna. I chce dymisji premiera. Na taśmach słyszymy, jak ówczesny prezes banku chciał wspierać kwotą nawet 100 tys. zł polityka Platformy Aleksandra Grada i zalatwiał pracę synowi posła PiS. ”	„Donald Tusk krytykuje podziały jakie obserwuje w Polsce i stawia Polakom stawia za przykład rzekomo jednolitą Europę. Zapomina, że to Europę dawno podzielił kryzys uchodźczy i to w Europie jest niespokojnie i niebezpiecznie.”
„... kłamca nie może być premierem grzmi po raz kolejny Grzegorz Schetyna. Ale tym razem zapowiada wniosek o odwołanie Mateusza Morawieckiego z funkcji Prezesa Rady Ministrów. PiS o wniosku mówi absurd.	„Opozycja murem za Hanną Zdanowską. Mimo, że ubiegająca się o reelekcję prezydent Łodzi została pod koniec września skazana prawomocnym wyrokiem... ”

Opozycja ma do niego prawo, ale nie ma większości.”	
„...dyscyplinowanie kolejnych sędziów. Wzywany jest nie tylko Igor Tuleya ale nawet Ci, którzy stali obok niego na publicznym spotkaniu . Skoro minister mówi o sędziach już nie kasta ale sekta . Spotkanie sędziów w ECS mogło się wydać władzy podejrzane.”	„...dokładnie 8 lat temu w biurze poselskim w Łodzi z zimną krwią zamordowany został działacz Prawa i Sprawiedliwości Marek Rosiak. Motywem, co przyznał jego zabójca, była nienawiść polityczna, nienawiść , którą niektórzy politycy podsycają do dziś.”
„[...] ale Polska podzieliła się partyjnie, tak jak zawsze, na wschód i na zachód, na miasta i prowincje... ”	„Nie widzimy Polski w innym miejscu, niż UE - tymi słowami prezes Prawa i Sprawiedliwości uciął spekulacje polityków opozycji, którzy tuż przed wyborami samorządowymi straszą Polaków wyjściem naszego kraju z unii. Narracja o rzekomym polexicie wpisuje się, zdaniem ekspertów, w strategię straszenia PiS-em i ma odwrócić uwagę wyborców od problemów opozycji.”

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

Zapowiedzi prezenterkie w aspekcie politycznym badane były również pod kątem pochwały. W pierwszym odczuciu może się wydawać, że jeśli coś lub ktoś jest chwalone, komunikaty są pozytywne, to trudno będzie rozmawiać o podziałach. Otóż dość ciekawym doświadczeniem była analiza zapowiedzi o charakterze pochwalnym, które z tych samych powodów, co negatywne – czyli różnic ideologicznych – mogą dzielić. Wspieranie tylko jednej strony sceny politycznej, albo tylko jednego rodzaju rozwiązań problemów wpływa na podziały – ale zdaniem autorki, w mniejszym stopniu. Zapowiedzi prezenterkie pochwalne są oszczędniejsze w ozdobniki, nie mają takiej wyrazistości językowej, jak te negatywne. Częściej stanowią po prostu pozytywną opinię, aniżeli wprost pochwałę kogoś lub czegoś. Brak jest także uwielbienia, które mogłoby być taką równoważnią do pojawiającej się w innych zapowiedziach agresji. W „Faktach” TVN chwalony był L. Wałęsa, chwalona była H. Zdanowska, chwaleni byli także konkurenci polityczni w Gdańsku: P. Adamowicz i K. Płażyński, którzy „różnią się ze sobą przepysznie” (Tabela 3.3). W „Wiadomościach” TVP dobrych słów nie brakowało o D. Tarczyńskim czy o J. Kaczyńskim. W „Faktach” TVN mniej jest takich pochwał wyrażonych wprost, w „Wiadomościach” TVP zdarzały się one częściej, jak choćby te o „stawianiu polskiego rządu za wzór”, czy o wręczeniu „wyjątkowej nagrody” prezesowi

J. Kaczyńskiemu. W „Faktach” TVN mieliśmy „podwójne święto L. Wałęsy” czy mieszkańców Łodzi, którzy „stoją murem” za H. Zdanowską (Tabela 3.3).

Tabela 3.3 Wybrane pochwalne zapowiedzi prezenterkie w kontekście politycznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Donald Tusk prezentuje plany swoje i kierowanej przez siebie Rady Europejskiej na nowy polityczny sezon i zaprasza na swoje profile w Internecie. Zrobił to w spocie, który zwrócił na siebie uwagę swoją hollywoodzką formą... ”	„Do spotkania prezydentów dojdzie dokładnie za 3 tygodnie. Polsko-amerykańskie relacje są dziś najlepsze od lat. Donald Trump wielokrotnie chwalił Polskę, a nawet stawiał polski rząd za wzór w kwestii prowadzenia polityki energetycznej. A nasza wzajemna współpraca rozwija się przede wszystkim na płaszczyźnie militarnej.”
„A ja zapraszam do Łodzi bo sytuacja wyborcza jest tam wyjątkowa. Łodzianie stają murem za prezydent Hanną Zdanowską chcą jej dać trzecią kadencję i to w pierwszej turze a według sondażu dla Faktów im więcej politycznych ataków tym więcej zwolenników urzędującej prezydent. Ruszyła to miasto z miejsca mówią mieszkańcy.”	„Nie byłoby nas tutaj, gdyby nie Lech Kaczyński - takimi słowami prezes Prawa i Sprawiedliwości otworzył konwencję inauguracyjną bój o samorządy. Z jednej strony była to okazja by pochwalić się spełnionymi obietnicami wyborczymi , z drugiej zaprezentować program dla samorządów.”
„ Ściskane ręce, rozdawane kawy , do kawy serwowane obietnice. Personalne pojedynki, symboliczne obrazki. Prezes wbijający słupek i rosące słupki Hanny Zdanowskiej. Ale najsympatyczniejsze zdjęcia to proszę państwa to dzisiejszy poranek w Gdańsku i pączki, na dowód że różnic można się przepysznie. ”	„Poseł Prawa i Sprawiedliwości Dominik Tarczyński odebrał w Saint Luis nagrodę im konserwatywnej działaczki Phyllis Schlafly. To pierwsza osoba spoza Stanów Zjednoczonych, która otrzymała takie wyróżnienie. Polski parlamentarzysta dostał nagrodę za jak czytamy służbę Bogu, rodzinie i ojczyźnie . W Gali uczestniczyło kilkuset liderów polityki i biznesu.”
„ Podwójne święto Lecha Wałęsy . 75 urodziny i 35 rocznica przyznania Pokojowej Nagrody Nobla. Trwa jubileuszowy koncert w Operze Bałtyckiej. Wcześniej przy Plebanii Bazyliki Św. Brygidy odsłonięta pierwszą z serii tablic, które wyznaczą szlak wolności Lecha Wałęsy”.	„...wręczona została wyjątkowa nagroda . Statuetka Biało-Czerwonych róż trafiła do prezesa Prawa i Sprawiedliwości Jarosława Kaczyńskiego. ”
„ Podwójny Jubileusz i tłumy gości w Gdańsku. Politycy, ambasadorowie, artyści uczyli 75 urodziny Lecha Wałęsy i 53 rocznicę przyznania	„Podkarpacie może być drugą Bawarią przekonywał [...] Prezes Prawa i Sprawiedliwości. Jarosław Kaczyński wskazywał,

mu Pokojowej Nagrody Nobla. Specjalne życzenia o unijnych przywódców przekazał SzeF Rady Europejskiej Donald Tusk.”	że patriotyzm i tradycyjne wartości można łączyć z wyjątkowo szybkim wzrostem gospodarczym.”
---	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

3.6.2 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w belkach zapowiedzi „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

Analizowanie belek w obu programach informacyjnych było jednym z najciekawszych zadań badawczych niniejszej pracy. Belka to bardzo interesujący z punktu widza element programu informacyjnego. Z jednej strony stanowi on przekaz słowny, ale poprzez to, że został on zapisany na elemencie graficznym – stał się jednocześnie elementem obrazu – szerszej całości. Belki jako tytuły materiałów informacyjnych uzupełniają przekaz prezentera podczas zapowiedzi. Mogą wzmocnić przekaz lub go osłabić. Pokazują także bardzo dokładnie język, jaki jest stosowany w mediach.

W „Wiadomościach” TVP pod kątem jakościowym było analizowanych 450 belek, w „Faktach” TVN 220. Spośród nich w pierwszym etapie wybrane zostały te o charakterze politycznym i kampanijnym. Zwłaszcza one stanowiły jeden z najmocniejszych zarówno w języku jak i obrazie elementów badania krytyki. Kiedy patrzymy na belki w kontekście zapowiedzi prezentera – bo wtedy pojawia się ona u odbiorcy – zauważamy jedną podstawową różnicę. W „Faktach” TVN belka stanowi spójny element z kadrem materiału reporterskiego i najczęściej teksty są krótkie (jedno lub dwa słowa). W „Wiadomościach” TVP struktura zapowiedzi jest inna. Odbiorca widzi tylko prezentera i na dole ekranu belkę z tytułem materiału reporterskiego. Najczęściej w „Wiadomościach” TVP są to rozbudowane zdania, które raczej nie pozwalają widzowi domyślać się o co dokładnie chodzi. Raczej tutaj przekaz jest tworzony w taki sposób, aby był jasny i czytelny dla odbiorcy.

Autorka pracy chciała zwrócić uwagę na zjawisko występujące w sporej liczbie zapowiedzi w „Faktach” TVN, w których nie ma belki. Wynika to z założeń twórców programu, którzy zdecydowali o umieszczaniu belek w zapowiedziach dopiero po tzw. śródszpanie. Co powodowało oczywiście inny odbiór, kiedy widać belkę, a kiedy duże zdjęcia umieszczone na telebimie za prezenterem. Takie duże ujęcie zdecydowanie silniej przykuwało uwagę. Warto w tym miejscu nadmienić, że w trakcie wyboru materiału do analizy belek, w „Faktach” TVN zauważyła sporo zapowiedzi – tych bez tytułów, gdzie

tłem dla prezentera były ujęcia z wzajemnego bicia, przepychania czy szarpania się protestujących, a także ujęcia wynoszenia przez służby protestujących obywateli protestów należałoby zaklasyfikować za wizualny przejaw agresji. Podobnie w przypadku, kiedy obok belki widzimy stop-klatki o charakterze przemocy.

Fotografia 3.1 Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady)



Źródło: „Fakty” TVN 17.08.2018 i „Fakty” TVN 25.08.2018. „Fakty” TVN 29.10.2018 i „Fakty” TVN 02.11.2018 oraz „Fakty” TVN 14.10.2018 i 27.09.2018, „Fakty” TVN.

Wracając do analizy belek autorka zwróciła uwagę na występowanie takich słów, jak: wojna, ring, czy ideologia (Fotografia 3.1). Wśród tytułów sporo porównań, jak choćby do wojskowych manewrów (belki: polityczne manewry; na prawo patrz) a nawet takich w trybie rozkazującym: marsz do sądu (Fotografia 3.2) czy rysy na szkle (belka: rysa na wizerunku?).

Fotografia 3.2 Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady)



Źródło: „Fakty” TVN 10.09.2018 i „Fakty” TVN 1.10.2018 oraz „Fakty” TVN 03.10.2018.

Pojawiły się także belki mniej wyszukane, a czytelniejsze dla odbiorcy, takie jak: „rząd gra na zwłokę” a we współlistnieniu ujęcia z Małgorzatą Gersdorf widzowi łatwiej zrozumieć, że może chodzić o decyzje rządu w kontekście praworządności w Polsce (Fotografia 3.3).

Fotografia 3.3 Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady)



Źródło: „Fakty” TVN 15.08.2018 i „Fakty” TVN 19.08.2018 oraz „Fakty” TVN 27.08.2018 i „Fakty” 29.09.2018.

Wśród innych przykładów także zabawa słowem, jak w przypadku belki: język ministra czy kurs kolizyjny? W pierwszej belka nawiązuje do słowa, którego użył minister w TV

Trwam: sodomita – wyrażając się w ten sposób o osobach LGBT, zaś w kursie kolizyjnym zdecydowanie chodzi o współpracę Polski z UE i oraz z ówczesnym Przewodniczącym Rady Europejskiej D. Tuskiem (Fotografia 3.4).

Fotografia 3.4 Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady)



Źródło: „Fakty” TVN 03.09.2018 i 20.09.2018, „Fakty” TVN oraz „Fakty” 14.08.2018 i „Fakty” 18.10.2018.

Nie brakowało także belek z ujęciami sugerującymi podział Polski. Na jednej z belek pojawiła się informacja o trudnym wyborze wraz z rozerwaną na pół biało-czerwoną flagą i umieszczoną w środku urną wyborczą (Fotografia 3.5).

Fotografia 3.5 Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady)



Źródło: „Fakty” 24.10.2018.

Analizowanie belek w „Wiadomościach” TVP było innym zadaniem, gdyż tutaj należało przede wszystkim zwrócić uwagę na słowa i na konstrukcję zdania. Brak podczas zapowiedzi prezenterkiej ujęć filmowych w postaci stop-klatek sprawia, że przekaz

pisany skupia na sobie jeszcze większą koncentrację. Wśród belek, które autorka uznała za zdecydowanie agresywne i nieprzystające w dziennikarskim świecie są słowa: „HITLEROWSKIE CHWYTY PLATFORMY OBYWATELSKIEJ” – takie porównanie działań opozycji do działalności A. Hitlera nie powinno się ukazać. Dziennikarze wytłumaczyli, że chodziło o wykorzystanie przez polityka PO plakatu nawiązującego do bardzo negatywnych haseł z czasów II wojny, co nie zmienia faktu, że taka belka znajduje się poza standardami. Media mają wolność w krytyce postaw politycznych, ale tutaj granica krytyki została przekroczona. Autorka uważa pojawienie się tej belki za niedopuszczalne, niezgodne z etyką i zasadami profesjonalizmu dziennikarskiego. Inne belki miały charakter dyskredytujący i negatywny – dotyczyły one informacji o „zdeprawowanej władzy”, „nieudolnych samorządowcach”, i o kimś „kogo drażni polski patriotyzm?” (Fotografia 3.6).

Fotografia 3.6 Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)



Źródło: „Wiadomości” TVP 15.10.2018 i „Wiadomości” TVP 18.10.2018 oraz „Wiadomości” TVP 07.09.2018 i „Wiadomości” TVP 16.08.2018.

W tytułach czytamy również opinię R. Biedronia, że Koalicja Obywatelska „to oszustwo”, Bruksela skarży Polskę, a ta się broni i w kolejnej belce, że nie zgadza się na jej dyktat. Trwa „histeria opozycji” i „walka z patologiami”. Patologia, oszustwo, histeria to wszystko są słowa o bardzo negatywnym ładunku emocjonalnym. Przykłady te ukazują, jak różne w swojej skali potrafią być tytuły materiałów informacyjnych. W porównaniu z „Faktami” TVN, belki w „Wiadomościach” TVP są dużo bardziej pejoratywne, a nawet wrogie (Fotografia 3.7).

Fotografia 3.7 Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)



Źródło: „Wiadomości” TVP 14.09.2018 oraz „Wiadomości” TVP 03.10.2018, „Wiadomości” TVP 05.10.2018 oraz „Wiadomości” TVP 09.09.2018 oraz „Wiadomości” 17.10.2018.

Szczególnie w kontekście wykazania przez autorkę tak silnego zabarwienia negatywnego w belkach należało sprawdzić, w jaki sposób programy informacyjne obu stacji wykorzystują konstrukcję zdań i dobór słów w kontekście pozytywnym. W tym zakresie dostrzeżono, że autorzy „Faktów” TVN używają pozytywnych określeń, takich jak: moc, „da radę”, elita, „łatwiej o ziemię”, „niewinny” (Fotografia 3.8).

Fotografia 3.8 Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)



Źródło: „Fakty” TVN 29.09.2018 i „Fakty” TVN 30.09.2018, oraz „Fakty” 24.10.2018 i „Fakty” TVN 24.09.2018 oraz 30.08.2018.

Belki pozytywne, pochwalne u nadawcy publicznego w porównaniu do belek w stacji komercyjnej, były bardziej wyraziste i częściej odnosiły się do działań konkretnych grup lub osób. Pojawiły się tutaj rozmaite określenia, w tym m.in. skuteczność, sukces, wzór oraz elita w odniesieniu do działań rządu (Fotografia 3.9). Emocjonalność belek pochwalnych w TVP miało wysoką skalę, ale podobnie jak w przypadku „Faktów” TVN, skala emocjonalności była niższa niż w przypadku belek o wydźwięku negatywnym.

Fotografia 3.9 Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)



Źródło: „Wiadomości” 11.10.2018 i „Wiadomości” 30.10.2018 oraz „Wiadomości” TVP 10.10.2018 „Wiadomości” 22.10.2018 oraz „Wiadomości” TVP 25.09.2018 i „Wiadomości” TVP 20.08.2018.

3.6.3 Analiza narzędzi polaryzacji politycznej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

Prezentację wyników badań zawartości materiałów reporterskich pod kątem polaryzacji politycznej autorka podzieliła na dwie części. Pierwsza z nich uzupełnia obraz struktury dziennikarskiego przekazu o wybrane fragmenty narracji w materiale. Druga część odnosi się do wypowiedzi polityków. W obu programach narracja tworzona przez reportera była istotnym czynnikiem wpływającym na odbiór materiału.

Narracja dziennikarska

Przeglądając treści dziennikarskie autorka skupiała swoją uwagę na takich, które zgodnie z założeniami metodologicznymi mogłyby wpływać na podziały. W narracji autorów obu

programów informacyjnych sporo było zdań, które same w sobie traktowały o politycznym podziale (Tabela 3.4).

Tabela 3.4 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Premier mówił o jednej Polsce, ale w przemówieniu dzielił „ my i oni ”. A „oni” to jak się zdaje wszyscy oprócz PiS-u i jego zwolenników.”	„Politycy Platformy do straszenia PiSem zdążyli już przyzwyczaić”
„Spór jest zazarty ” „Pojedynek bratobójczy ”	„ Totalna opozycja” „ Radykalna część opozycji”
„...i tradycyjne już oddzielne świętowanie rocznicy zwycięskiego strajku . Jego lider Lech Wałęsa razem z politykami Platformy Obywatelskiej i Nowoczesnej. „Solidarność” po południu z Premierem i Prezydentem”	„ Radykalna część opozycji w myśl zasady: ulica i zagranica, [...] zdyskredytować polski rząd.”
„Jan Śpiewak ostro krytykuje polityków PiS”	„Rządzący są na tak , opozycja mówi temu pomysłowi nie ”
„PiS zaprzeczało, że jest eurosceptyczne, gdy na demonstracjach PiS-u Unia była porównywana do obozu koncentracyjnego [...] brytyjskie rządy nie były aż tak skonflikorwane z Unią jak rządy PiS-u.” „Jarosław Kaczyński nie chce otwartego konfliktu a Andrzejem Dudą”	„Zjednoczona Prawica odpowiada spotem " oni gardzą my pomagamy " [...] i pokazujące ideową pustkę totalnej opozycji.” „...to nie będą łatwe wybory dla Platformy, dlatego jej lider nie marnuje okazji by atakować rząd Mateusza Morawieckiego.”

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

W materiałach reporterskich wykorzystywano także wiele zdań o charakterze krytycznym, w których używano wyrazistych porównań. Krytyczne podejście do działań polityków opozycji częściej dostrzeżono w „Wiadomościach” TVP, a krytykę rządu w „Faktach” TVN, zgodnie z wynikami analizy ilościowej (Tabela 3.5).

Tabela 3.5 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Dla PiS to nie szantaż ale sposób na skuteczne rządzenie [...] Szef PKW nazywa to formą korupcji politycznej”	„Jarosław Kaczyński wypunktował Platformę Obywatelską”
„Opozycja ma prawo mówić, że to chwyt poniżej pasa . Bo trudno mówić o grze fair gdy np. premier mówiący o inwestycjach w Zachodniopomorskiem [...] w tym samym zdaniu sugeruje współpraca z kim to ułatwi. [...] To wyraźna sugestia, że samorządowcy niepokorni wobec rządu mogą mieć utrudniony dostęp do publicznych pieniędzy albo bardzo utrudniony”	„ Prominentni politycy [...] nadużycie władzy” „Opozycja atakuje billboardami.” „ Zaklinać rzeczywistość.”
„ Sprzeciw wobec poczynań PiSu najmocniej cementuje nową koalicję”	„ Szaleństwo szefa PO sięga zenitu – to komentarz wicemarszałek sejmu Beaty Mazurek”
„Tusk robił wyraźne aluzje do konfliktu PiS-u z Unią Europejską także w kwestii kryzysu migracyjnego.”	„Kolejny problem Platformy to utrata wiarygodności...”
„Wymiana medialnych ciosów trwa.”	„Jednocześnie samorządowcy Platformy Obywatelskiej podobnie jak Rosjanie starają się zablokować przekop mierzei wiślanej...”
„Wymiana medialnych ciosów trwa.”	„PO nie ma programu i straszy PiS-em [...] w ramach maratonu wyborczego, opozycja postawiła na kampanię negatywną”
„ Wina Tuska - to pojęcie, które do polskiej polityki i słownika w ogóle wprowadził Jarosław Kaczyński [...] o szefie Rady Europejskiej mówił źle lub bardzo źle w każdym razie dużo gorzej niż Andrzej Duda.”	„...a wspierający Koalicję Obywatelską Lech Wałęsa marzy by znęcać się nad politykami Zjednoczonej Prawicy jako dowódca aresztu wojskowego...” „Lech Wałęsa program nazwał ochłapami . Internauci przypomnieli Wałęsie [...] jest wiele pokwitowań przyjęcia pieniędzy od Służby Bezpieczeństwa.”
„Gdy Jarosław Kaczyński i PiS tak chłostali polityków Platformy...”	„3 lata temu przed wyborami parlamentarnymi Platforma straszyła , że PiS zrujnuje gospodarkę i przemysł, ale ta czarna wizja się nie sprawdziła.”

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

W kontekście polaryzacji politycznej autorka zwróciła uwagę na fragmenty tekstów dziennikarskich o wydźwięku pozytywnym, które są dopełnieniem narracji negatywnej czy krytycznej. Jednakże analiza treści pozytywnych świadczy słabszym wydźwięku informacji i charakterze pozytywnym. Komunikacja pozytywna jawi się w obu przypadkach jako drugorzędna i mogąca wzmacniać podziały wywołane przez język krytyki (Tabela 3.6).

Tabela 3.6 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Premier bardzo chwali nowy KRS, wtórują mu inni politycy PiS-u”	„...widę wyraźnie, że właśnie na wiarygodności , Prawo i Sprawiedliwość oprze swoją kampanię.”
„... Trump [...] powiedział, że na bezpieczeństwie naszego państwa zależy mu prawie tak mocno jak Andrzejowi Dudzie.”	„Przejęcie spraw przez Mateusza Morawieckiego ... rozpoczęło długotrwały proces odbudowy siły polskiej gospodarki.”
„Od 16 lat wygrywa tu w cułach , Jacka Majchrowskiego który zwyciężał w czterech kolejnych wyborach popiera najszerza z szerokich koalicji opozycyjnych od Platformy po SLD a także utworzony przez niego komitet lokalny z lokalnymi działaczami.”	„Walka z mafiami watońskimi to jeden z priorytetów i sukcesów obecnego rządu .”

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

Wszystko, o czym mówią dziennikarze i sposób, w jaki to robią zawiera się właściwie w słowach redaktorki K. Kolendy – Zaleskiej, pochodzące z materiału reporterskiego „Faktów” z 24.10.2018 roku. Słowa odnoszące się do wyników wyborów ilustrują w pełni podziały społeczne, polityczne i dziennikarskie:

- „Ta mapa politycznych preferencji pokazuje, że Polska nadal podzielona jest niemal dokładnie na pół, ale ten podział ma jedną wyniszczającą cechę [...] Plemiona mówią innymi językami, i co gorsza pogardzają sobą wzajemnie...” [K. Kolenda-Zaleska, fragm. „Fakty” TVN 24.10.2018].

Obraz w materiale reporterskim

Zbudowanie przekazu informacyjnego w telewizji nie może istnieć bez obrazu. A ten może być fragmentem ujęcia filmowego, może być także grafiką czy tabelą lub stworzonym komputerowo obrazem. Najczęściej w newsach, dzięki pracy operatorów kamery, widz obserwuje rzeczywistość za pomocą ujęć filmowych. Te z kolei, podobnie jak fragmenty słowne, są elementem większej całości. Pierwsza taka analiza dotyczy obrazu z kontekstem politycznym. To dla autorki oznaczało, że w obrazie, w ujęciu musi pojawić się jasne nawiązanie do wydarzeń politycznych, lub do polityków. Ujęcie filmowe, czy grafika – nie poparta narracją reporterską nie niesie za sobą wydźwięku kontekstowego. To powoduje, że odcinając narracje od obrazu – zarówno w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN możemy mieć te same ujęcia, które poprzez pryzmat tylko tej pracy mogą być odbierane dokładnie tak samo dobrze (lub dokładniej: tak samo negatywnie).

Obraz, jakim media posługiwały się podczas kampanii wyborczej w 2018 roku, był głównie tabloidowy i bazował na sensacji. W dużej mierze determinowało to w badanym okresie ujawnianie przez media taśm z nagranyimi politykami, które były cytowane i prezentowane na wszystkie możliwe sposoby. Na poniższych ujęciach, które nawiązują tematycznie do kwestii nielegalnych nagrań rozmów polityków z materiałów reporterskich „Fakty” TVN widoczne są wulgaryzmy w języku polskim (wygwiazdkowane) a także w języku angielskim w całości widnieje słowo „bullshit”, a cała forma tych ujęć przypomina okładki codziennej prasy tabloidowej (Fotografia 3.10).

Fotografia 3.10 Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 25.10.2018.

Poniżej są prezentowane inne przykłady nawiązujące do taśm, ale tym razem ze słowami Mateusza Morawieckiego. Tutaj wykorzystano mniej tabloidową formę graficzną niż ta powyżej. Ale wśród słów także sporo wulgaryzmów (Fotografia 3.11):

- „notoryczny kłamca z Pana”,
- „możesz ich tam w dupę pocałować”,
- „jak ludzie ci zapier*** za miskę ryżu”,
- „Ale nie może być taki dysparytet ku***”

Fotografia 3.11 Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 03.10.2018 oraz „Fakty” TVN 11.10.2018 i „Fakty” TVN 12.10.2018.

W „Wiadomościach” TVP w kontekście taśm pojawiło się również przykłady cytowania wulgaryzmów (Fotografia 3.12):

- „Są frajerami”
- „ch..j tam z tą Polską...”
- „To chu**, d**a i kamieni kupa (...)”
- „w du**e miało całe górnictwo”.

Fotografia 3.12 Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 09.09.2018, „Wiadomości” 19.08.2018 oraz „Wiadomości” TVP 26.08.2018 i „Wiadomości” 06.09.2018.

Należy pamiętać, że pokazane w ten sposób cytaty równocześnie cytujące polityków w sposób bezpośredni lub przeczytane przez lektora, silnie oddziałują na odbiorcę. Widz ma bowiem do czynienia z przekazem docierającym do niego zarówno poprzez zmysł słuchu, ale również wzroku. W podobny sposób pojawiały się cytaty z mediów społecznościowych (Fotografia 3.13):

- „trenował pałowanie na głowach Polaków”
- „To zdemaskowanie gotowego na korupcyjne propozycje hipokryty...”
- „forma niezgody na prostactwo”
- „znaną z awantur i burd”

Fotografia 3.13 Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 26.09.2018 i „Fakty” TVN 05.10.2018 oraz „Fakty” TVN 03.09.2018.

Silnie polaryzujące treści dostrzeżono także w „Wiadomościach” TVP i w cytatach z mediów społecznościowych, (Fotografia 3.14):

- „Część obywateli Polski to głupcy”
- My: ciężka praca [...] Oni: zero pomysłu, ciągła awantura...”
- A chamstwo i seksizm trwałyby dalej bez konsekwencji...”
- „I zobaczymy, komu pierwszemu rura zmięknie”

Fotografia 3.14 Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 02.11.2018 i „Wiadomości” TVP 06.10.2018 oraz „Wiadomości” TVP 24.09.2018 i „Wiadomości” 16.08.2018.

W analizowanym materiale znalazło się wiele ujęć filmowych dokumentujących przebieg kampanii wyborczej. Wśród ujęć w „Faktach” TVN Prezydent RP pokazany był jako marionetka, pojawiły się zdjęcia D. Tuska z W. Putinem z napisem „Udało się” w kontakście katastrofy Smoleńskiej (a zatem problematyka smoleńska i kwestia „religii smoleńskiej”, o której mówił prof. Z. Mikołajko), była też płonąca kukła R. Petru, czy hasła o „fałszywych obrońcach wsi” podczas wieców wyborczych PSL (Fotografia 3.15).

Fotografia 3.15 Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 25.09.2018 i „Fakty” TVN 26.09.2018 oraz „Fakty” 19.08.20 i „Fakty” TVN 20.09.2018.

Także w „Wiadomościach” TVP ujęcia z kampanii wyborczej były dość wyraziste. Kłótnie polityków PSL z wyborcami, obrażanie polityków tej partii i nazywanie ich „zdrajcami polskiej wsi”, niszczenie billboardów PiS, czy w końcu przypomnienie w materiale o ataku przez przeciwnika politycznego na biuro poselskie PiS w Łodzi w 2010 roku, i śmierci polityka PiS Marka Rosiaka (Fotografia 3.16).

Fotografia 3.16 Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 21.09.2018 i „Wiadomości” TVP 23.09.2018 oraz „Wiadomości” TVP 19.10.2018.

Dodatkowo, „Wiadomości” TVP wyemitowały fragmenty spotów wyborczych Prawa i Sprawiedliwości, które dyskredytowały rywali politycznych. Słowa krytyki politycy PiS kierowali najczęściej w stronę Platformy Obywatelskiej. Prezentacja spotów uzupełniała komunikację wokół akcji billboardowej zorganizowanej przez PO, na którą odpowiedzieli działacze PiS. Podobnie ujęcia ze spotów Platformy Obywatelskiej niosły za sobą elementy dyskredytacji czy agresji względem partii rządzącej. Dodatkowo pojawiały się nawiązania do tzw. „krzyżujących billboardów”, na przykład tych które dotyczyły migracji i uchodźców. Belkę informacyjną pt. „Kryzys z uchodźcami” można analizować jako przykład wprowadzenia widza w błąd. Widz mógł bowiem odczytać taki obraz, jako prawdziwy fragment relacji telewizyjnej, kiedy w rzeczywistości był to tylko fragment politycznego spotu (Fotografia 3.17).

Fotografia 3.17 Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 25.08.2018 i „Wiadomości” TVP 26.08.2018 oraz „Wiadomości” TVP 02.10.2018 i 09.10.2018 „Wiadomości” TVP 17.10.2018.

W „Faktach” TVN pojawiła się także duża liczba ujęć poświęconych kampanii billboardowej zorganizowanej przez Platformę Obywatelską i Koalicję Obywatelską. Także w tym przypadku nie zabrakło mocnych słów, które pojawiały się na ulicach polskich miast i na telewizyjnych ekranach (Fotografia 3.18).

Wypowiedzi polityków

Do tej pory zaprezentowano polaryzację polityczną wynikającą z działań mediów, czyli ich sposobu przedstawiania faktów, tworzenia struktury materiału oraz realnego wpływu na zawartość programu. Media decydują o jakości przekazu, a także o tym który wątek uznają za najistotniejszy. Dodatkowo od mediów zależy czy działają emocjonalnie, czy poddają się czyjejś presji. W tym kontekście istotne jest także to jak zachowuje się klasa polityczna: co mówi i w jaki sposób wyraża swoje poglądy. Ich wypowiedzi publikowane w mediach stają się częścią polaryzacji politycznej, ale również medialnej. Poniżej wybrane wypowiedzi polityków partii rządzącej i przedstawicieli opozycji (Tabela 3.7):

Tabela 3.7 Wybrane wypowiedzi polityków „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Jest lepszy i gorszy sort.” [A. Szłapka].	„Z każdej [...] gówna wylazi. Polskie gówno wylazi. ” [cyt. wyborcza.pl A. Celiński].
„Hipokryta i obłudnik [...] jest w stanie w chwili szczerości wyzwać Polaków od gorszego sortu, kanalii, zdradzieckich mord. Pracownicy, przedstawiciele rządu są w stanie spoliczkować ludzi, którzy mają inne zdanie [...] a potem wychodzi i mówi, że on by chciał miłości, mówić o pokoju.” [S. Neumann].	„...mamy odwagę, odebrać pieniądze złodziejom i przekazać je na transfery społeczne.” [T. Poręba].
„Nie wycierajcie swoich mord zdradzieckich nazwiskiem mojego śp. brata. Niszczyliscie go, zamordowaliście, jesteście kanaliami. ” [J. Kaczyński wyp. arch.]	„... pogonimy PiS. ” [G. Schetyna].
„...to jest maska wyborcza [...] idą wilki i ubierają się w owczą skórę [W. Kosiniak-Kamysz].	„...dlatego, że łupi nas PiS na każdym kroku...” [cyt. za TVN24 „Rozmowa Piaseckiego”, R.Trzaskowski].
„To niech se piszą nowe wybory, aż ich w końcu ludzie wzmą na widły ” [P. Kukiz].	„Mam w dupie prawo” [W. Frasyński do policji].
„Taśmy prawdy odsoniły bezmiar zgnilizny i degrengolady rządów Platformy Obywatelskiej” [J. Kurski, wyp. arch. przed objęciem funkcji prezesa TVP].	„Ta władza będzie perfidnie oszukiwać poznałem się na nich. Znam ich od dawna [...] oni zamach stanu robili za moich czasów, a teraz im się udało demokratycznie.” [L. Wałęsa o PiS].

„... To jest ta wścieklizna , która ogarnia naszych przeciwników” [M. Morawiecki].	„ Wrogowie samorządów nie śpią. PiS zbliża się do naszych domów.” [K. Lubnauer].
„Pan premier jest nieustająco w kampanii. Mam wrażenie, że nie otwiera ust bez takiego słowotoku propagandy pisowskiej. ” [S. Neumann].	„Pan Poseł Kropiwnicki obrzydliwie kłamie. ” [J. Wiśniewska wyp. dla TVP Info].
„Nie promujemy nie promujemy zbroceń , dewiacji, wynaturzeń bo to jest po prostu działanie przeciwko naszemu społeczeństwu.” [P. Czarnek, ówczesny wojewoda lubelski o mniejszościach seksualnych].	„Platforma Obywatelska jest partią wybitnie obludną. ” [A. Andruszkiewicz].
„Żeby Polacy kopali rowy, zapier... za miskę ryżu i obniżyli swoje oczekiwania.” [K. Lubnauer, w odniesieniu do taśm].	„Bo ja nie wierzę w to oszustwo ... to jest wielkie oszustwo.” R. Biedroń o Koalicji Obywatelskiej].
„Wprowadzono pojęcie oszołoma . To było pojęcie, przy pomocy którego atakowanego każdego kto twierdził, że w Polsce jest inaczej niż to twierdzą Ci z głównego nurtu” [J. Kaczyński].	„Proszę Cię zrozum, że w tej chwili jesteś tym mechanizmem niszczącym. ” [J. Wałęsa do P. Adamowicza].
„Zapominają, że konwój wstydu to mogliby zadedykować samym sobie” [Ł. Schreiber, w odniesieniu do kampanii billboardowej PO].	„Musimy wygrać te wybory, zmobilizować wszystkie pozytywne siły i strząsnąć ze zdrowego drzewa naszego państwa PiS-owską szarańczę. ” [G. Schetyna].
„My pracujemy, a oni awantura i straszenie PiS-em” [T. Poręba].	„...jeszcze jedna bitwa, jeszcze dorżniemy watahy. ” [R. Sikorski wyp. arch.].
„Kolejna maska PiS-u, kolejne oszustwo. ” [M. Kierwiński].	„ Wyginiecie , jak dinozaury.” [D. Tusk do ówczesnej opozycji, wyp. arch.].
„Unijna flaga jest szmatą. ” [K. Pawłowicz].	„Zastrzelimy Jarosława Kaczyńskiego, wypatroszymy i wystawimy skórę na sprzedaż ” [J. Palikot wyp. arch.].
„Ja uważam, że jeśli sąsiad non stop pije gorzałę bije i gwałci dzieci , kradnie, drze konstytucje codziennie, łamie prawo, oszukuje sądy to ja nie chcę z takim sąsiadem gadać i tyle [...] ja wyznaję taką zasadę, że z terrorystami się nie negocjuje.” [W. Czarzasty o PiS].	
„ Strząsnąć ze zdrowego drzewa naszego państwa PiS-owską szarańczę. ” [G. Schetyna].	

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

Wszystkie powyżej przytoczone wypowiedzi polityków nie pozostawiają złudzeń, że agresja wyrażana publicznie przez przedstawicieli polityków jest wzmocniana przez media. Taka chęć wyrażania się o drugim polityku w sposób dyskredytujący nie przybliżyła do zmniejszania podziałów występujących w polityce. Prowokuje także dziennikarzy do publikowania tych wypowiedzi, co równocześnie sprawia, że media stają się częścią politycznego sporu. Media są zaangażowane nie tylko w spory polityczne i społeczne. Występowanie „plemion dziennikarskich” stało się faktem.

3.7 Narzędzia polaryzacji medialnej – analiza jakościowa

Badanie mediów pod kątem podziałów jest istotne nie tylko dla nich samych, ale również dla społeczeństwa, w którym te media funkcjonują. Dwie potężne redakcje informacyjne, z dwóch różnych światów finansowych, o różnych politykach funkcjonowania i różnych kodeksach standaryzujących ich pracę (różnorodność na rynku mediów jest potrzebna – co do tego nikt nie ma wątpliwości) oddalają się od siebie coraz bardziej, a ta różnorodność, która była ich siłą stała się jednym z istotniejszych czynników wzajemnego odgroźenia. Do tej pory wiele środowisk podnosiło to pojęcie w wywiadach, pojawiało się w tytułach prasowych, ale w gruncie rzeczy było to pojęcie mgliste. Analiza mediów pod kątem polaryzacji może pomóc uświadomić faktyczne istnienie polaryzacji medialnej.

3.7.1 Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w zapowiedziach prezenterkich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

Media w mediach pojawiają się w różnych kontekstach. Analiza ilościowa wskazała, że w analizowanym okresie odwołanie do mediów było źródłem newsa lub inspiracją do podjęcia jakiegoś tematu. Powoływanie się na inne media może służyć perswazji, przekonywaniu do określonego poglądu. Będą też wśród zapowiedzi takie, które w sposób bezpośredni odnoszą się do działań mediów własnych lub innych w sposób pochwalny lub krytyczny. Zupełnie nieintencjonalnie może to prowadzić do tworzenia się plemion dziennikarskich, baniek informacyjnych i w konsekwencji także do polaryzacji.

Zapowiedzi prezenterkie, w których pojawiały się media z jednej strony krytkowały ich działania, z drugiej chwaliły. Już w badaniach ilościowych dostrzeżono,

że obie redakcje zapraszają do swoich programów dziennikarzy wybranych mediów. Analiza jakościowa pozwoliła zrozumieć zarówno strukturę obecnych podziałów, jak i formę.

W zapowiedziach prezenterkich o charakterze krytycznym w „Faktach” TVN pojawiały się fragmenty dotyczące stacji TVN lub TVN24, ale zawsze w kontekście politycznym i zawsze w odniesieniu do działań rządu lub działań Zjednoczonej Prawicy. Również w kontekście politycznym przywołano publikację taśm opublikowanych w 2018 roku przez onet.pl. Wśród analizowanych zapowiedzi nie dostrzeżono takich, które krytykowałyby działania mediów własnych.

Zupełnie inaczej sytuacja przedstawiała się w „Wiadomościach” TVP. Wśród analizowanych materiałów autorka wskazała na informacje krytyczne wobec działań innych mediów, np. w przypadku telewizji TVN czy dziennika „Fakt” (Tabela 3.8).

Tabela 3.8 Wybrane krytyczne zapowiedzi prezenterkie w kontekście mediów „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„ Polityczno- biznesowa sieć powiązań w Radomiu. Układ prześwietlony przez Superwizjer TVN [...], a na pierwszym planie nazwiska z pierwszych stron gazet”.	„Rozmowa z Leszkiem Millerem na temat haniebnej publikacji założonego przez Niemców dla Polaków tabloidu „Fakt”. „ Po szokującej publikacji , w której tabloid zakupił ze śmierci syna byłego premiera...” „Robert Feluś nie jest już redaktorem naczelnym gazety „Fakt” Odejście ma związek z okładką weekendowego wydania gazety obrażającej zarówno Leszka Millera, jego rodzinę jak i wielu czytelników tabloidu...”
„ Układ ma się świetnie i przynosi ogromne zyski politykom PiS grzmi opozycja i żąda wyjaśnień. Dziennikarze Superwizjera TVN dotarli do planów budowy trasy S12, a to prosta droga do pytania o polityczne wpływy i wielkie pieniądze . Pytań nie tylko w Radomiu. Także w kancelarii premiera”.	„Reporterzy Telewizji Polskiej przeprowadzili w tej sprawie śledztwo i ustalili nowe, szokujące fakty. Czy na bezkarność morderców miały wpływ rodzinne związki z byłą premier Ewą Kopacz? Więcej na ten temat już jutro o 14.00 w TVP Info ”.
„Nielegalnie [...] wtedy był szefem banku, dziś jest szefem rządu i z tym, co mówił	„Telewizja Polska przystępuje do kontroli przejrzystości i rzetelności badania oglądalności kanałów

może mieć dziś problem. Dziennikarze onet.pl ujawniają zeznania kelnerów...	telewizyjnych prowadzonego przez firmę Nielsen. Telewizja Polska od dawna zgłasza zastrzeżenia do wyników oglądalności anten TVP uzyskiwanych w tym badaniu”.
„Dziś bez zeznań Beaty Szydło. Była premier nie pojawiła się dziś w sądzie, za to w TVN24 pojawił się komendant Służby Ochrony Państwa [...] A byli oficerowie BOR słuchają i nie wierzą w to, co słyszą”.	<p>„Kłamstwem są oskarżenia, że chronimy księży mówi Zbigniew Ziobro i zapowiada pozew. Szef resortu sprawiedliwości odpowiada w ten sposób na zarzut „Gazety Wyborczej”.</p> <p>„...To jednocześnie odpowiedź na zarzut telewizji TVN, że wybrano już wariant na którym mieliby skorzystać radomscy działacze Prawa i Sprawiedliwości. Okazuje się jednak, że za projektem, który krytykują mieszkańcy stoją politycy Platformy”.</p> <p>„Niecałe trzy tygodnie przed wyborami portal Onet ujawnia nagraną pięć lat temu rozmowę Mateusza Morawieckiego [...] Premier odpowiada: afera taśmowa to afera Platformy Obywatelskiej”.</p> <p>„Z informacji, do których dotarli dziennikarze Gazety Polskiej wynika, że były wiceminister skarbu państwa miał wpływa na spółki energetyczne działające w Radomiu”.</p> <p>[...] dziennikarze portalu TVP Info i redakcji TVP3 Szczecin ujawniają nowe taśmy...”</p>
	„ Wyrok dla Piotra Najstuba unieważniony. [...] Do tych informacji jako pierwsi dotarli reporterzy programu „Alarm”. A więcej szczegółów dziś o 20.10”.

Zródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

W „Faktach” TVN w pozytywnym kontekście pojawiły się nazwy programów i anten należących do grupy medialnej Discovery. W „Wiadomościach” TVP natomiast obok zapowiedzi wskazujących na sukces stacji, znalazła się także zapowiedź dotycząca portalu wPolityce.pl w kontekście politycznym – nagrody dla J. Kaczyńskiego (Tabela 3.9).

Tabela 3.9 Wybrane pochwalne zapowiedzi prezenterkie w kontekście mediów „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Wielu z państwa mam nadzieję pamięta, a wszystkim innym przypominamy, że o naszych 21. urodzinach to właśnie dziś. Ważna rocznica i okazja, by państwu podziękować za zaufanie za wsparcie i za to, że jesteście z nami, a my jesteśmy dzięki temu jesteśmy liderem wśród programów informacyjnych. Raz jeszcze dziękujemy i zapraszam państwa na Fakty po Faktach ”.	„A teraz podziękowania dla Państwa za to, że byliście Państwo z nami, także w tym kulminacyjnym momencie przy ogłaszaniu pierwszych sondażowych wyników wyborów. Wieczór wyborczy na antenach Telewizji Polskiej deklasował konkurencję.
„Jaki i Trzaskowski na egzaminie u dzieci. Faworyci warszawskich wyborów stanęli przed klasą by pokazać swoją klasę. W nowym programie TVN24 uczniowie pytali o wszystko. Politycy musieli się nieźle napocić gęsto się tłumacząc a nawet śpiewając i tańcząc”.	„ W studiu TVP swoje pomysły przedstawili wszyscy stołeczni pretendenci”.
„Niepodległość, wolność, przyszłość. Debata na stulecie odzyskania niepodległości dziś o 20.00 w TVN24. Gościem specjalnym będzie profesor Timoty Snajder amerykański historyk i analityk. Dyskusje z ekspertami poprowadzą Katarzyna Kolenda- Zaleska i Jacek Stawicki”.	„Prezes Jarosław Kaczyński uhonorowany nagrodą Biało-Czerwonych Róż portalu wPolityce.pl. Nagroda przyznawana jest wybitnym postaciom mającym wpływ na zmiany w Polsce”.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

Zapowiedzi które zostały w tym miejscu przywołane zwróciły uwagę na występowanie różnych możliwości odnoszenia się do mediów i w związku z tym występowania polaryzacji w różnych obszarach. Jest tu kontekst mediów w mediach, ale także polityki w mediach i społeczeństwa w mediach, co doskonale widać było również we wcześniejszych analizach. Przy badaniu polaryzacji mediów nie da się jednoznacznie postawić grubej granicy między tym co tylko polaryzacją medialną jest, a co już nią nie jest. Stąd taki dobór materiału do analizy zawartości – wynikający wprost z zastosowanego klucza kodowego.

3.7.2. Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w belkach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

W „Faktach” TVN belki najczęściej informowały o godzinie emisji programu i o stacji, w której emitowany będzie dany program. W jednym przypadku wydawcy postanowili użyć nazwy własnej programu „Klasa” (nazwa pojawiła się także na stop-klatce) (Fotografia. 3.20).

Fotografia 3.20 Wybrane belki dotyczące mediów w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 06.10.2018 i „Fakty” TVN 28.10.2018 Źródło: „Fakty” TVN 28.10.2018.

W „Wiadomościach” TVP znalazły się również belki promujące działalność własną nadawcy (jak podanie nazwy programu i godziny emisji) lub nawiązujące do konkretnych wydarzeń. Przykłady dotyczą unieważnienia wyroku wobec dziennikarza P. Najsztuba oraz materiałów na temat prezydenta Sopotu. Do belek promocyjnych zaliczyć należy również belkę dziękującą widzom za oglądanie wieczoru wyborczego w TVP (Fotografia 3.21).

Fotografia 3.21 Wybrane belki dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 14.08.2018, „Wiadomości” TVP 13.09.2018, „Wiadomości” TVP 16.09.2018, „Wiadomości” TVP 22.10.2018.

W kontekście pracy dziennikarskiej w „Wiadomościach” TVP skrytykowano dziennik „Fakt” i „Gazetę Wyborczą”. Wśród innych przykładów belek zawierających odniesienie do mediów uwagę autorki zwróciła także ta dotycząca nagrody portalu wpolityce.pl dla J. Kaczyńskiego (Fotografia 3.22).

Fotografia 3.22 Wybrane belki dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości TVP 19.09.2018, „Wiadomości” TVP 02.09.2018, „Wiadomości” 20.09.2018, : „Wiadomości” TVP 07.09.2018.

3.7.3 Analiza narzędzi polaryzacji medialnej w materiałach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

Współpraca w środowisku dziennikarskim w przestrzeni powoływania się na działania innych redakcji istnieje od zawsze. Jest to uznana przez środowisko praktyka, która zakładała powoływanie się na inne redakcje, w sytuacjach, gdy te zdobywały informację lub wiedzę jako pierwsze. Takie powoływanie się musiało być oczywiście w zgodzie ze wszystkimi zasadami i normami prawnymi, w tym prawa do cytatu. Jednakże w samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku mieliśmy byliśmy obserwatorami nie tylko klasycznego cytowania, ale także opowiadania o mediach w konkretny i zamierzony sposób. Oto kilka zdań wynotowanych z obu programów (Tabela 3.10):

Tabela 3.10 Wybrane odwołania do mediów w narracji reporterskiej „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„...Mariusz Muszyński to były oficer Urzędu Ochrony Państwa, obecnie agencji wywiadu, jak donosiła „Gazeta Wyborcza”.	„Fakt” zakupił ze śmierci syna byłego premiera Leszka Millera. „Fakt” to tabloid, który Niemcy założyli dla Polaków w 2003 roku. Już w 2004 i 2005 roku Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich przyznał redakcji tytuł HIENY ROKU za szczególną nierzetelność i lekceważenie zasad etyki dziennikarskiej. W ostatnim tygodniu sfinansowana przez niemiecki kapitał redakcja uderzyła ciosem poniżej pasa.”
„Gdy mówi nie, albo nic nie mówi pojawiają się oskarżenia, jak dziś w rozmowie Konrada Piaseckiego w TVN24 , że rozbija konsolidacje opozycji, że dzieli zamiast łączyć; [...] Bo jak mówią wróg jest jeden i wspólny.”	„Brytyjscy dziennikarze określili go mianem brudnego unijnego szczura.” [o D. Tusku]
„Decyzja o zawieszeniu i wszczęciu postępowania zapadła trzy tygodnie temu, ale dopiero wczoraj jako pierwszy informację podał „Fakt”	„Dodzwoniliśmy się za to do Janusza Piechocińskiego, który na ujawnionej wczoraj taśmie, przez Jana Kulczyka został nazwany osłem. Janusz Piechociński nie chciał komentować nagrań, za to straszyl dziennikarkę. ”
„...Tak szef regionu ocenił ujawnioną w Superwizjerze TVN sieć polityczno-biznesowych powiązań [...] między tym biznesmenem i jego synem, a lokalnymi politykami PiS-u”.	

<p>„Sam Mateusz Morawiecki mówiąc o nielegalnie nagranej rozmowie w wywiadzie dla Do Rzeczy zasugerował, że jej upublicznienie to zemsta mafii VAT-owskiej [...]”</p>	
<p>„Mogła zapanować dziś lekka rezygnacja, bo taki wynik w sondażu dla Gazety Wyborczej: 42 do 31 w pierwszej turze nie jest powodem by strzelały korki od szampana. Gdyby tak wyglądały wyniki w niedzielę można by mówić o przepaści.”</p>	
<p>„Wahający się wyborcy będą mieli dziś okazję skonfrontować programy wszystkich kandydatów. O 20.30 w TVN24. Transmisja debaty zorganizowanej na prośbę kandydatów przez trzy telewizje.”</p>	

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

3.7.4 Agresywne zachowania i wulgarny język jako narzędzia pogłębiania polaryzacji politycznej i medialnej

Wśród tych fragmentów narracji dziennikarskiej poszczególnych materiałów newsowych doszreżono – szczególnie w „Wiadomościach” TVP – tendencję do wykorzystywania innych mediów w celu dyskredytacji polityków. Oprócz cytowanych fragmentów autorów materiałów, cytowani byli również inni dziennikarze, którzy wypowiadali niepochlebne opinie na temat polityków. W wypowiedziach tych chodzi o styl, ale też o poziom i formę wypowiedzi. Z przeprowadzonych analiz wynika, że wypowiedzi dziennikarzy z innych mediów niejednokrotnie przekraczały granicę kulturalnej krytyki:

- „**Człowiek katastrofa**, który wpięprzył nas (przepraszam nie powiedziałem tego) wpakował nas w całą tę aferę reprzywatyzacyjną.” [Jacek Żakowski w Radiu TOK FM, „Wiadomości” TVP 17.08.2018].
- „Jeżeli politycy tej partii uciekają z niej przed samymi wyborami **jak szczury z okrętu...**” [o politykach opozycji, Maciej Chudkiewicz, publicysta „Tygodnik Solidarność” w rozmowie z „Wiadomościami” TVP 02.09.2018].
- „Jest to **typowy prostak**, człowiek o dosyć obcesowym obejściu będący wręcz zaprzeczeniem tego etosu inteligenckiego” [Andrzej Potocki, publicysta „Sieci” o R. Smogorzewskim z PO w rozmowie z „Wiadomościami” TVP 07.10.2018].

- „Rządy Platformy i PSL-u wyłaniające się z taśm to **obraz degrengolady i upadku** tego układu rządzącego przez osiem lat Polską” [Cezary Gmyz TVP o rządach PO-PSL w rozmowie z „Wiadomościami” TVP 19.10.2018].

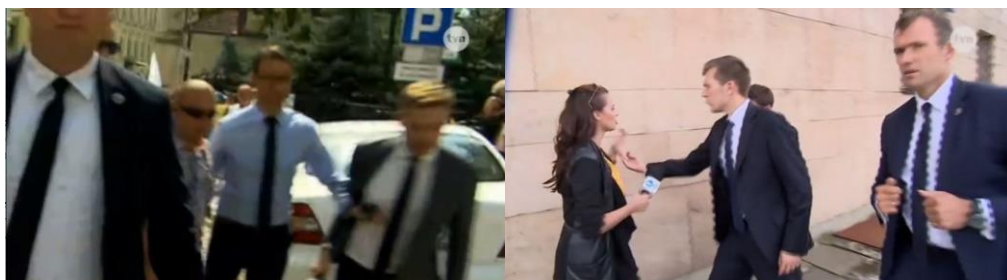
W „Faktach” TVN często eksponowano zachowania polityków wobec mediów; niechęć do udzielania wywiadów, odpychanie dziennikarzy czy wypraszenie ich biur poselskich stało się częścią przekazu w kampanii wyborczej w 2018 roku. Pokazywanie tego typu zjawisk podkreśla stosunek obecnej władzy do mediów, ale także wizerunek mediów, które „za wszelką cenę” chcą uzyskać komentarz do sprawy. W tym miejscu uwypukla się wzajemną niechęć, która może stanowić kolejny dowód na istnienie plemion dziennikarskich, plemion nie akceptowanych przez konkretną grupę polityków. W przykładach na ten temat mieliśmy do czynienia z sytuacjami odpychania, wyprowadzania z biura, niechęci do udzielenia odpowiedzi na pytania ze strony mediów. Na przykład w programie informacyjnym TVN pojawił się fragment nagrania, w którym kandydatka Zjednoczonej Prawicy na prezydenta Nowego Sącza I. Mularczyk wypraszała za drzwi gabinetu reporterkę TVN24 (Fotografia 3.22). Inny fragment pojawił się w materiale o wiecu z udziałem premiera M. Morawieckiego. „Fakty” TVN pokazały jak T. Poręba szef sztabu wyborczego PiS odepchnął reportera TVN24, obrażając go słowami: „odejdz stąd szczyłu Ty”. W innej sytuacji młody mężczyzna towarzyszący premier B. Szydło w sposób stanowczy mówił do dziennikarki: „dziękujemy, dziękujemy” sugerując odmowę wypowiedzi, odpychając dziennikarkę TVN24 od byłej premier B. Szydło (Fotografia 3.23).

Fotografia 3.23 Wyproszenie dziennikarki TVN24 przez Iwonę Mularczyk



Źródło: „Fakty” TVN 14.10.2018.

Fotografia 3.24 Odepchnięcia dziennikarzy TVN24 przez Tomasza Porębę oraz współpracownika B. Szydło



Źródło: „Fakty” TVN 19.08.2018 / „Fakty” TVN 27.08.2018.

Agresywne zachowanie wobec dziennikarzy spotkało się także z realnymi konsekwencjami. Minister Rolnictwa J.K. Ardanowski zwolnił dyrektora stadniny w Michałowie M. Grzechnika po tym, jak ten poturbował operatora TVN. Minister przyznał to na antenie „Faktów po Faktach”, co z kolei „Fakty” TVN zacytowały i pokazały ujęcia, w których M. Grzechnik zachowuje się agresywnie wobec operatora stacji (Fotografia 3.25). Zapowiedź prezenterka z tego dnia była następująca:

- „Kompletnie nieporadna a **momentami agresywna rozmowa z naszą ekipą była powodem dymisji prezesa stadniny koni w Michałowie**. Minister Środowiska zwolnił M. Grzechnika po obejrzeniu tego nagrania” [Zapowiedź prezenterka „Fakty” TVN 30.08.2018].

Fotografia 3.25 Agresywne zachowanie Macieja Grzechnika wobec operatora TVN



Źródło: „Fakty” TVN 30.08.2018.

Aktów agresji nie brakowało względem dziennikarzy Telewizji Polskiej. W kampanii wyborczej przypomniano sytuację, w której ochronianijący protest Obywateli RP mężczyzna użył wobec dziennikarki stacji publicznej słów obraźliwych i wulgarnych: „Więcej mam szacunku dla k***y spod latarni, niż dla ciebie [...] Tamta przynajmniej wie o co chodzi, a ty jesteś sprzedajna za nic...”. To tragiczny obraz tego, w jaki sposób społeczeństwo traktuje media publiczne i w jaki sposób reaguje na osoby tam pracujące (Fotografia 2.26).

Fotografia 2.26 Agresywne i wulgane zachowanie ochroniarza „Obywateli RP” wobec dziennikarki TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 04.09.2018.

W „Faktach” TVN, podobnie jak i „Wiadomościach” TVP pojawiały się cytaty z mediów społecznościowych. Istoną rolę odgrywa tu *Twitter*, który służy politykom do kreowania własnej komunikacji. W analizowanych materiałach pojawił się na przykład cytat Prezydenta RP A. Dudy: „Szyderstwa i napad lewackich mediów oraz niektórych polityków i komentatorów, o znanych poglądach, pokazują sukces wizyty w Waszyngtonie. Gdyby tak nie było to by ją przemilczeli jako nieważną. Dziękuję za te wyrazy uznania.” Dodatkowo, B. Mazurek ówczesna wicemarszałek Sejmu RP i rzecznik PiS oskarżała na *Twitterze* konkretne media o atakowanie rządu: „Bardzo skoordynowany atak – Newsweek, onet, fakt. Dobrze wiadomo jaki wydawca stoi za tymi mediami...” (Fotografia 3.27).

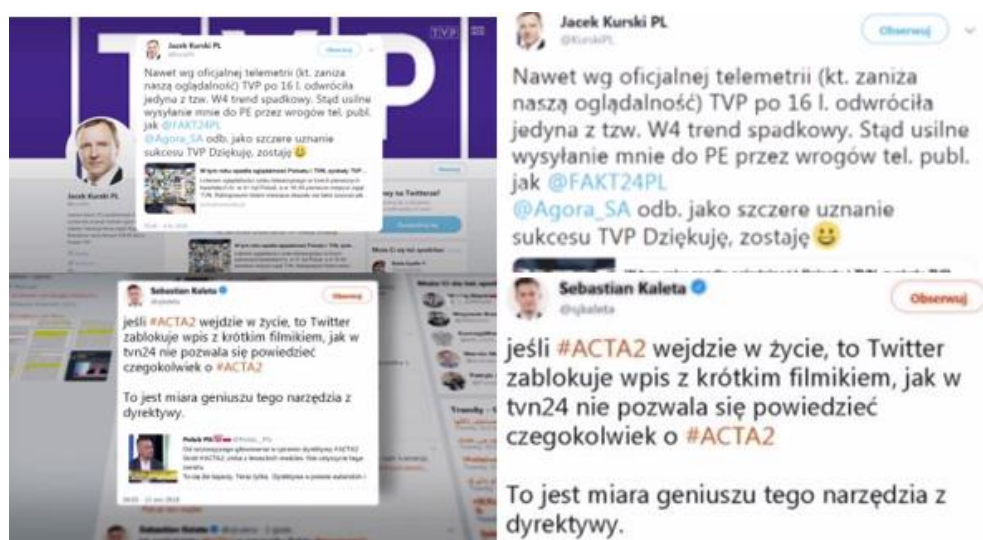
Fotografia 3.27 Cytaty z kont na *Twitterze* Andrzeja Dudy i Beaty Mazurek dotyczące mediów



Źródło: „Fakty” TVN 20.09.2018 i „Wiadomości” TVP 01.10.2018.

W rozmowy z innymi mediami, za pośrednictwem mediów społecznościowych, często włączał się także prezes Telewizji Polskiej J. Kurski, który wprost nazywał media z grupy Agora (czyli między innymi Radio TOK FM oraz „Gazetę Wyborczą”) czy dziennik „Fakt” – wrogami Telewizji Publicznej. W negatywny sposób w stronę TVN24 odnosi się także S. Kaleta, który sugerował we wpisie, że w konkurencyjnej stacji może obowiązywać cenzura (Fotografia 3.28).

Fotografia 3.28 Cytaty z kont na *Twitterze* Jacka Kurskiego i Sebastiana Kalety dotyczące mediów



Źródło: „Wiadomości” TVP 04.11.2018 i „Wiadomości” TVP 13.09.2018

Wiele o relacjach i nastawieniu polityków do mediów mówią także konkretne wymiany zdań między obiema stronami sporu politycznego i medialnego. W pierwszym przypadku na korytarzu sejmowym dziennikarka TVN24 dopytuje o taśmy z Matuszem Morawieckim (Fotografia 3.29):

R. Terlecki PiS: – **Dziadoska** telewizja zajmuje się sprawami, które nie istnieją.

Dziennikarka TVN24: – Panie marszałku ja pytam, a **Pan mnie obraża**.

R. Terlecki PiS: – **Czy to jest poważne dziennikarstwo?** [Fakty TVN 02.10.2018].

Fotografia 3.29 Wymiana zdań pomiędzy dziennikarką TVN a R. Terleckim



Źródło: „Fakty” TVN 02.10.2018.

W kolejnym materiale widzowie byli świadkami wymiany zdań pomiędzy przechodniem a ówczesnym kandydatem na prezydenta Gdańska P. Adamowiczem, który nie wziął udziału w debacie politycznej organizowanej przez TVP Gdańsk (Fotografia 3.30):

Przechodzień: – **Stchórzyl** Pan?

P. Adamowicz: – To jest **kłamliwa** telewizja propagandowa.

Przechodzień: – **Nie jest** kłamliwa.

P. Adamowicz: – Kłamliwa.

Przechodzień: – Proszę Pana **ma Pan wiele rzeczy do ukrycia. Kłamię Pan.**

P. Adamowicz: Sitek (Łukasz Sitek, redaktor TVP Gdańsk, przyp. red.), **klamca, propaganda bolszewicko- komunistyczna.**

Przechodzień: – Jest Pan tchórzem [„Wiadomości” TVP 31.10.2018].

Fotografia 3.30 Wymiana zdań pomiędzy przechodniem a P. Adamowiczem



Źródło: „Wiadomości” TVP 31.10.2018.

Wśród wypowiedzi świadczących nie tylko o krytycznym podejściu do działań mediów, ale nawet o niechęci do współpracy z nimi świadczą także inne wypowiedzi polityków. J. Piechociński w rozmowie telefonicznej z dziennikarką reprezentującą TVP próbował uniknąć odpowiedzi na pytanie poprzez zastraszenie reporterki:

- **„Kiedyś spotkamy się w miejscu, gdzie nie będzie Pani chroniona w tej formule, w której dziś Wam się wydaje, że jesteście chronieni i będziecie musieli odpowiedzieć na pytanie. Dysponowaliście taśmami i lansowaliście pewne postulaty polityczne, dysponując taśmami, które nie były we władaniu polskiego sądu i polskiej prokuratury”** [J. Piechociński, „Wiadomości” TVP 17.10.2018].

Zaś B. Mazurek na briefingu prasowym w kontekście afery taśmowej z udziałem M. Morawieckiego, tak określiła media komercyjne (szczególnie onet.pl, który opublikował taśmy z premierem):

- **„Dziwnym trafem te informacje pojawiają się w niemieckich mediach zaraz po tym, jak Schetyna wrócił z Niemiec [...] polskojęzycznych niemieckich mediach będąc precyzyjna”** [B. Mazurek „Fakty” TVN 02.10.2018].

3.7.5 Case study materiałów informacyjnych w „Wiadomościach” TVP poświęconych innym mediom

Autorka zdecydowała się w pracy zastosować metodę *case study* w przypadku wybranych materiałów reporterskich i zapowiedzi prezenterkich w „Wiadomościach” TVP, gdyż zobrazowanie podziałów medialnych było jednym z kluczowych założeń niniejszej pracy. Do analizy wybrano materiały tylko pochodzące z programu nadawcy publicznego z prozaincznego powodu: w materiałach stacji komercyjnej nie odnotowano podobnych materiałów, które w całości lub w większości byłyby poświęcone innym mediom. I to jeszcze w sposób, który narracyjnie wyraża negatywne opinie na temat medialnego rynku, i dodatkowo jest to krytyka powielana, kierowana w konkretne redakcje. Materiały te w sposób szczególny wskazały na dalsze pogłębianie się podziałów między mediami.

Publikacja dziennika „Fakt” o śmierci syna Leszka Millera w „Wiadomościach” TVP z 02.09.2018

Materiał, który ukazał się w dzienniku „Fakt” w dodatku weekendowym (sobota – niedziela 1-2 września 2018 roku) oburzył środowisko dziennikarskie, w tym także reporterów „Wiadomości” TVP. Okładka zdecydowanie przekroczyła granice etyki i dziennikarskiego profesjonalizmu (Fotografia 3.30).

„Środowisko dziennikarskie jest zgodne. W tym przypadku przeprosiny to za mało. Chodzi o publikację w weekendowym dodatku dziennika „Fakt” i bulwersujący tytuł

o śmierci syna byłego premiera Leszka Millera.” [Zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 02.09.2018]

Dziennikarze „Wiadomości” TVP do tego stopnia chcieli wyrazić swoją niezgodę nazywając okładkę „odrażającą” – to bardzo pejoratywny sposób na określenie dziennikarskiej nieprzyzwoitości (Fotografia 3.31).

Fotografia 3.31 Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 02.09.2018

„Wiadomości” TVP wychodząc początkowo od słusznego założenia krytyki „Faktu” ukierunkowały jednak swój przekaz w stronę kontekstu właścicielskiego – grupy medialnej Ringier Axel Springer Polska:

„[...] wydawany w Polsce przez szwajcarsko – niemiecki koncern dziennik „Fakt” ze śmierci syna byłego premiera - **zakupił**. Na pierwszej stronie dodatku weekendowego fotografia Leszka Millera z synem oraz tytuł: Ojciec wybrał politykę a syn sznur.” [narracja reporterka, „Wiadomości” TVP 02.09.2018].

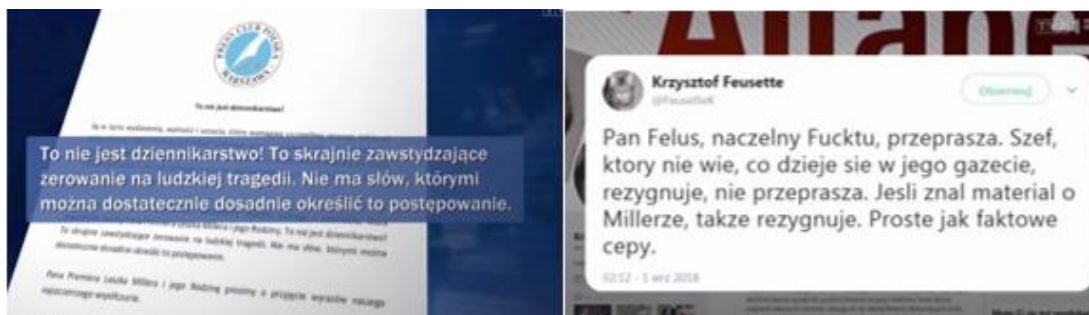
Do oceny postępowania dziennikarzy „Faktu”, „Wiadomości” TVP zaprosiły innych przedstawicili mediów, którzy wyrazili swoje krytyczne oceny, a nawet więcej:

„Można też zadać pytanie, **czy w dniu 1 września**, w dniu no w którym cały świat przypomina sobie o niemieckich zbrodniach, **nie chodziło o to, aby odciągnąć uwagę – w niemieckiej gazecie** – od tych strasznych czynów sprzed wielu lat.” [Andrzej Stankowski publicysta, „Wiadomości” TVP 02.09.2018].

„Szczególnie bulwersujące jest to, że w ten sposób potraktowano byłego premiera polskiego rządu **i robi to wydawnictwo, którego właścicielem jest koncern szwajcarsko – niemiecki.**” [Jolanta Hajdasz, Centrum Monitoringu Wolności Prasy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, „Wiadomości” TVP 02.09.2018].

Powyższe wypowiedzi i próba łączenia „koncernu szwajcarsko-niemieckiego” w kontekście „niemieckich zbrodni” i „niemieckiej gazety” wydaje się być równie tabloidowe, co sam dziennik. Co więcej „Wiadomości” TVP krytykując działanie gazety same wpadły w poważną pułapkę braku profesjonalizmu. W materiale zacytowano wpis z *Twittera*, który zawiera określenie „naczelnny **Fucktu**”. To wulgarne określenie, choć obcojęzyczne jest bardzo w Polsce dobrze znane (Fotografia 3.32).

Fotografia 3.32 Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 02.09.2018.

Publikacja dziennika „Fakt” o śmierci psa Śp Kory w „Wiadomościach” TVP z 07.09.2018

W trakcie kampanii wyborczej w 2018 roku na temat dziennika „Fakt” ukazał się kolejny temat, który tym razem był sprowokowany tekstem o śmierci psa piosenkarki Kory. Dziennikarze „Wiadomości” TVP w obu tematach odnosili się do kwestii religii, chrześcijaństwa i kontekstu kulturowego. Próbowali wykazać brak zgody na pisanie o śmierci psa, w taki sam sposób, jak o śmierci człowieka. Ale znowu sami ulegli niezrozumiałym procesom tworzenia tak emocjonalnych treści w odniesieniu do pracy innej redakcji. Belka z tytułem brzmiała: „NIEMIECKI TABLOID BAWI SIĘ ŚMIERCIĄ” (Fotografia 3.33).

Fotografia 3.33 Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 07.09.2018.

W sposób negatywny odnoszono się także do działalności dziennika „Fakt” w zapowiedziach prezenterkich. W tch fragmentach użyto określeń, takich jak: ‘szokująca publikacja’, ‘zakpił ze śmierci’ czy ‘kontrowersyjny artykuł’.

„Były podwójne przeprosiny i dymisja redaktora naczelnego, ale dziennik „Fakt” znów zaskakuje czytelników. Po **szokującej** publikacji, w której tabloid **zakpił** ze śmierci syna byłego premiera pojawił się kolejny **kontrowersyjny** artykuł.” [zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 07.09.2018]

Dla nieprzekonanych, co do winy „Faktu” widzów, autorzy „Wiadomości” TVP przypomnieli również materiał o śmierci syna Leszka Millera:

„Najpierw zakpili ze śmierci człowieka, teraz uhonorowali śmierć psa. Dziennika Fakt poświęcił cały artykuł Ramonie suczce należącej do zmarłej niedawno piosenkarki Kory” [naracja reporterska, „Wiadomości” TVP 07.09.2018].

Dodatkowo postanowili także nawiązać do historii dziennika „Fakt” w Polsce, by wyraźnie podkreślić, że gazeta nie jest polska, tylko niemiecka:

„Fakt” to tabloid, który **Niemcy założyli dla Polaków** w 2003 roku. Już w 2004 i w 2005 roku Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich przyznało redakcji tytuł „**Hieny Roku**” za szczególną nierzetelność i lekceważenie zasad etyki dziennikarskiej. [...] m.in. 3 lata temu, kiedy gazeta opublikowała zdjęcie umierającej dziewczynki uderzonej siekierą przez szaleńca. [...] W ostatnim tygodniu, sfinansowana przez niemiecki kapitał, redakcja uderzyła ciosem poniżej pasa nie tylko w uczucia byłego premiera polskiego

rządu, ale także wszystkich Polaków.” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 07.09.2018].

Skądinąd słuszne dostrzeżenie negatywnego wpływu taboidów i pogoń za sensacją zostało zmarnotrawione na ukazanie wojny tego co polskie z tym co niemieckie. Ostatecznie zatem oprócz krytyki działalności dziennikarskiej materiał był nacechowany silną konserwatywną ideologią.

Materiały dotyczące telewizji ZDF i użycia przez nią sformułowania „polskie obozy śmierci” w „Wiadomościach” TVP 22.08.2018 i 23.08.2018

W „Wiadomościach” TVP pojawiły się dodatkowo materiały na temat niemieckiego medium publicznego ZDF. Zwrócono uwagę, że zagraniczni dziennikarze użyli mylnego sformułowania „polskie obozy śmierci” (Fotografia 3.34). Za ten oczywisty błąd ZDF – zgodnie z wyrokiem Federalnego Trybunału Sprawiedliwości, nie musiało przeprosić, o czym poinformowała prezenterka „Wiadomości” TVP:

Niemiecka publiczna telewizja ZDF nie musi przeproszać za sformułowanie ‘polskie obozy śmierci’” [Zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 22.08.2018].

Fotografia 3.34 Belki dotyczące niemieckich mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 22.08.2018 i „Wiadomości” 23.08.2018.

O przeprosiny wystąpił jeden z polskich obywateli. Media publicznie słusznie podjęły ten temat jednak podobnie, jak w przypadku materiałów dotyczących „Faktu” temat posłużył również pogłębianiu podziałów między polskimi i niemieckimi mediami, a także między polskimi i niemieckimi społeczeństwami:

„Nigdy nie pozwolimy na to aby z Polaków, narodu ofiar zrobić naród sprawców zbrodni. W Europejskim Dniu Pamięci Ofiar Reżimów Totalitarnych mówił prezes IPN Mateusz Szpytma, po tym jak w niemieckich mediach – **wczoraj po raz kolejny – pojawiły się**

określenia ‘polskie obozy śmierci’ Z resztą w przededniu rocznicy podpisania niemiecko – radzieckiego Paktu Ribbentrop-Mołotow” [Zapowiedź prezenterka „Wiadomości” TVP 23.08.2018].

Sprawa niemieckich mediów, które mówią o „polskich” obozach bardzo szybko doczekała się negatywnych opinii wśród dziennikarzy i ekspertów. Cezary Gmyz z TVP zwrócił uwagę w swojej wypowiedzi nie tylko na używanie przez niemieckie media sformułowania „polskie obozy koncentracyjne”, ale także na polityczny charakter jednej z gazet „TAZ skrajnie lewacka gazeta”:

„Zaraz po ogłoszeniu Federalnego Trybunału Sprawiedliwości w Karlsruhe, w niemieckich mediach znowu i to trzykrotnie pojawiło się sformułowanie ‘polskie obozy koncentracyjne’. Użyły go między innymi WDR, SWR, oraz TAZ **skrajnie lewacka gazeta** wychodząca w Berlinie” [Cezary Gmyz, korespondent TVP w Berlinie, „Wiadomości” TVP 22.08.2018].

W mocnych słowach do sprawy odniósł się dodatkowo jeden z ekspertów, który zwrócił uwagę na kwestię wolności słowa:

„Rodzaj przyzwolenia, oczywiście **pod płaszczykiem obrony wolności słowa**, obrony wolności prasy na używanie określeń, które są prostym historycznym fałszerstwem” [dr hab. Przemysław Weingertner historyk Uniwersytet Łódzki „Wiadomości” TVP 23.08.2018].

Material o „niemieckich mediach” w „Wiadomościach” TVP z 17.10.2018 roku

„Niemieckie media” stały się w okresie samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku wyjątkowo często używanym sformułowaniem tak w kontekście niemieckich mediów, jak i polskich mediów. W materiale z 17.10.2018 roku dziennikarze TVP pokazali fragmenty ujawnionych taśm, w których W. Pawlak mówi o TVN oraz tytułach „Newsweek” i „Fakt” oraz o Onet.pl jako o mediach, które miały realny wpływ na byłego premiera D. Tuska. Tytuł na belce został sformułowany wprost: „WPLYW NIEMIECKICH MEDIÓW NA POLITYKĘ PO-PSL”. Podobnie jak wcześniej podniesiono kwestię upolitycznienia mediów w Niemczech, tak to zdanie zasugerowało coś zupełnie odwrotnego, a mianowicie mediatyzację polityki (Fotografia 3.35).

Fotografia 3.35 Belka dotyczące mediów i polityki w „Wiadomościach” TVP



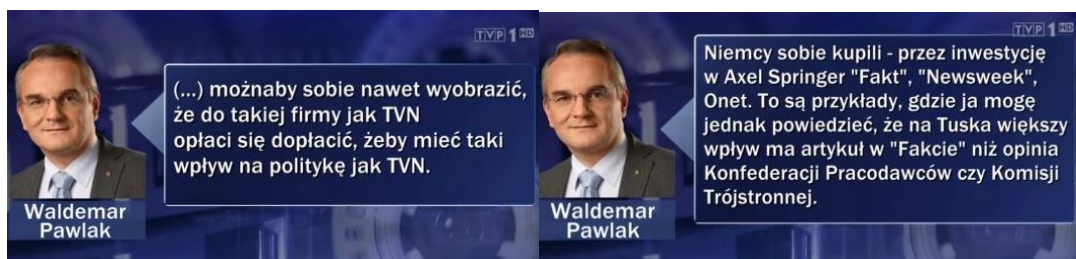
Źródło: „Wiadomości” 17.10.2018

Mediatyzacja polityki miała następować przez zagraniczne media, albo raczej media z zagranicznym kapitałem i bezpośrednio wpływać na polskich polityków:

„Rozmowa byłego premiera Waldemara Pawlaka z biznesmenem Michałem Sołowowem. Dziennikarze portalu TVP Info ujawniają kolejną taśmę. Tym razem to **rozmowy o mediach**, z której wynika między innymi, że **niemiecki kapitał inwestował w tytuły w Polsce, by mieć większy wpływ na Premiera Donalda Tuska.**” [Zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 17.10.2018].

„Pawlak wielokrotnie podkreślał, jak ważne dla Tuska są media. I namawiał biznesmena do inwestycji. [...] Nie brak opinii, że najbardziej przerażający wniosek płynący z ujawnionego dziś nagrania to **wpływ mediów na Donalda Tuska tych z zagranicznym kapitałem. Waldemar Pawlak wymienił konkretne tytuły i konkretny kapitał.**” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 17.10.2018] (Fotografia 3.36).

Fotografia 3.36 Fragmenty taśm dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 17.10.2018.

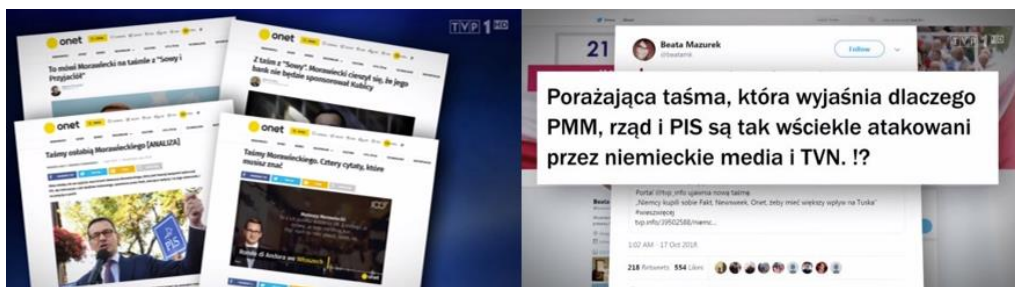
W materiale jeden z ekspertów wyciąga dodatkowy wniosek z opisanych sytuacji i wskazuje na manipulowanie przekazem medialnym:

„To, co widzimy w różnych mediach przed okresem teraz wyborów jest, być może, sponsorowane czy inspirowane poza granicami” [Artur Wróblewski politolog, Uczelnia Łazarskiego, „Wiadomości” TVP 17.10.2018].

Autor materiału jakby na dowód słów eksperta wymienia „ataki” mediów wydawanych przez Ringier Axel Springer na premiera, sugerując w ten sposób, że artykuły te mogą powstawać „na zamówienie” (Fotografia 3. 37):

„Ostatnie dni to ciąży atak, w tym wymienionego przez Pawlaka Onetu, na premiera Mateusza Morawieckiego” [...] „Ówczesny rzecznik rządu Paweł Graś w podsłuchanej rozmowie z Janem Kulczykiem zabiegał o ograniczenie krytyki w dzienniku „Fakt” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 17.10.2018].

Fotografia 3.37 Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 17.10.2018.

W materiale pojawiła się również wypowiedź byłego redaktora naczelnego „Super Expressu” S. Jastrzębowski:

„Media to nie jest zwykły biznes. To jest biznes, który w Polsce powinien należeć do polskiego kapitału. Ten kapitał może reprezentować różne opinie, różne interesy, ale powinien być w zdecydowanej większości polski.” [Sławomir Jastrzębowski, ekspert PR „Wiadomości” TVP 17.10.2018].

Zdanie S. Jastrzębowski mogło zostać odebrane jako głos poparcia dla pomysłów repolonizacji mediów, które rząd PiS podnosił kilkakrotnie po wyborach w 2015 roku. Ale trudno się nie zgodzić z S. Jastrzębowski co do jednego. Zdecydowanie „media to nie jest zwykły biznes”, to biznes, w którym odpowiedzialność za słowa jest większa niż w innych branżach.

Publikacja „Gazety Wyborczej” dotycząca rejestru przestępców na tle seksualnym w „Wiadomościach” TVP z 07.09.2018 roku

„Gazeta Wyborcza” opublikowała w materiał, w którym zasugerowała w tytule, że księża zostali wyjęci z rejestru pedofilów. W odpowiedzi na publikację reporterzy TVP w sposób jasny i czytelny zarzucili „Gazecie Wyborczej” kłamstwo (Fotografia 3.38). Swoje oskarżenia poparli wypowiedziami ministra Zbigniewa Ziobry, tłumacząc stanowisko resortu:

„**Kłamstwem** są oskarżenia, że chronimy księży mówi Zbigniew Ziobro i zapowiada pozew. Szef resortu sprawiedliwości **odpowiada w ten sposób na zarzut** „Gazety Wyborczej”, która podała, że w części jawnej rejestru sprawców przestępstw na tle seksualnym nie ma danych duchownych. Rejestr został uruchomiony w październiku ubiegłego roku, a jego części jawnej znajdują się tylko nazwiska najgroźniejszych sprawców takich właśnie przestępstw” [Zapowiedź prezenterka, „Wiadomości” TVP 07.09.2018].

Fotografia 3.38 Wybrane ujęcia dotyczące materiału „Gazety Wyborczej” w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 07.09.2018.

W materiale wielokrotnie używano słowa kłamstwo. Minister użył także sformułowania, że poziom gazet jest „poniżej poziomu brukowca”:

„**Kłamstwem i insynuacją** jest twierdzenie, które przebija z tytułu tego artykułu. [...] „Jest to zaangażowanie „Gazety Wyborczej” **poniżej poziomu brukowca**, w kampanię ataku i obrzydzenia osoby wiceministra Jakiego który w pracach nad tą ustawą odegrał bardzo istotną rolę.” [Zbigniew Ziobro, minister sprawiedliwości „Wiadomości” TVP 07.09.2018].

Do oskarżeń koleżanek i kolegów pracujących dla „Gazety Wyborczej” dołączyła Edyta Hołdyńska publicystka wPolityce.pl, która zwróciła uwagę na upolitycznienie tytułu:

„Gazeta Wyborcza” zagrała po prostu wykorzystując ten wątek. **Próbowała te sprawę upolitycznić** [Edyta Hołdyńska wPolityce.pl, „Wiadomości” TVP 07.09.2018].

Materiał dotyczący serialu „Korona Królów w „Wiadomościach” TVP z 26.08.2018

Wśród analizy materiałów „Wiadomości” TVP wpływających na podziały w środowisku medialnym pojawił się także news o serialu „Korona Królów”. Pozornie mogłoby się wydawać, że materiał o serialu nie może nieść za sobą negatywnych przekazów lub takich, które można uznać za dzielące czy to media, społeczeństwo czy polityków. Ale już w belce tytułowej można zauważyć zwrot nakierowany na konkretną część polskiego społeczeństwa, któremu przeszkadza duma z polskiej historii. Nie wiadomo, co kogo chodzi, bo prezenter w ogóle się do tego nie odniósł (Fotografia 3.39). Jego zapowiedź jest typowo promocyjna:

„Mimo niesprzyjającej pogody tłumy chętnych. Wielkim sukcesem zakończył się wczorajszy pinkink „Korony Królów”. Zamek w Lidzbarku Warmińskim odwiedziły tysiące widzów serialu no i miłośników średniowiecznej historii.” [Zapowiedź materiału, „Wiadomości” TVP 26.08.2018].

Fotografia 3.39 Belka dotycząca „Korony Królów” w materiale „Wiadomości” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 26.08.2018.

Wyjaśnienie tytułowej belki pojawiło się w zdaniach wypowiedzianych przez autora materiału:

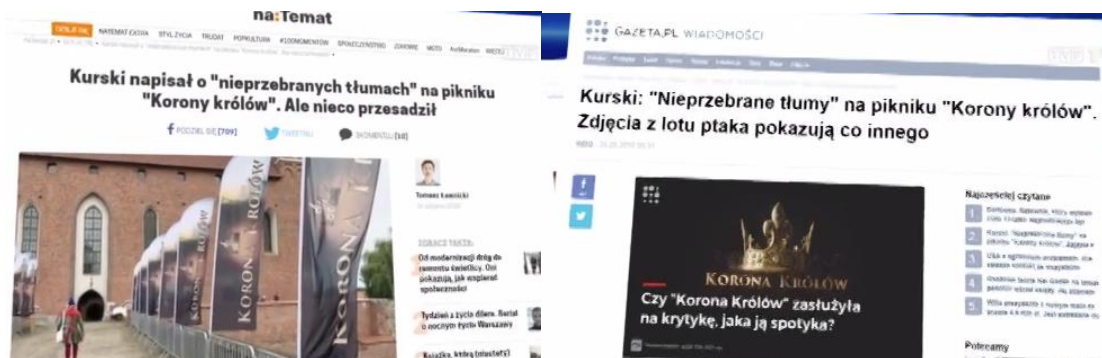
„Ale **nie wszystkim podoba się** popularyzowanie polskiej historii. „Korona Królów” po raz kolejny **stała się celem ataków internetowych troli oraz hejterów.** [...] Krytycy manipulując i **wybierając kadry pod założoną tezę** próbują udowodnić frekwencyjną klępkę wczorajszego spotkania w twórcami popularnego serialu. Choć, jak widać na tych

ujęciach, Zamek w Lidzbarku z trudem pomieścił wszystkich fanów serialu” [narracja reporterska, „Wiadomość” TVP 26.08.2018].

Fakt zajmowania się przez media publiczne własnym serialem telewizyjnym i robienie to w sposób dyskredytujący inne media, zdaniem autorki niniejszej dystertacji znacząco obniża poziom medialnych i dziennikarskich standardów (Fotografia 3.40). Świadczy o tym narracja reporterska mająca podkreślić wrogość innych mediów wobec nadawcy publicznego:

„Jednak internetowy hejt szybko i bezrefleksyjnie podchwyciły **media znane z niechęci do wszystkiego, co kojarzone jest z polskością**” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 26.08.2018].

Fotografia 3.40 Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 26.08.2018.

Na ten, jak nazwał go autor materiału hejt, odpowiedział na *Twitterze* prezes TVP, J. Kurski, który w ten sposób określił media informujące o pikniku „Korony Królów” (Fotografia 3.41):

„Ile żółci i jadu do historii Polski, wszystkiego, co buduje dumę narodową w kulturze masowej, jak Korona Królów – **wylewają z siebie media totalnej nienawiści**. Obfotografowali piknik Korony w Lidzbarku Warmińskim... PO pikniku. Tłumy były wszędzie, również na konferencji z aktorami” [*Twitter* Jacka Kurskiego, cytaw w „Wiadomościach” TVP 26.08.2018].

Fotografia 3.41 Cytat z konta na Twitterze Jacka Kurskiego dotyczące mediów

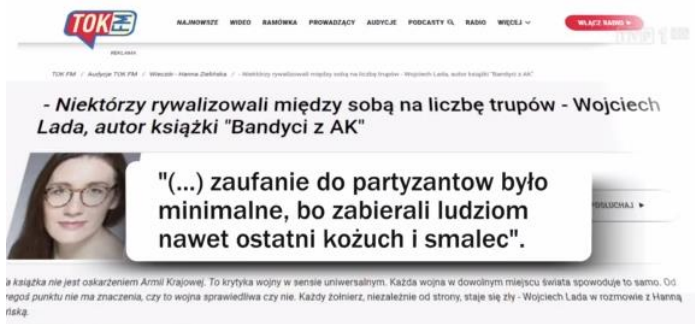


Źródło: „Wiadomości” TVP 26.08.2018.

Autor materiału w „Wiadomościach” TVP wykorzystał także tę przestrzeń do skrytykowania działań Radia TOK FM. Taka wymiana wzajemnych oskarżeń zamiast materiału newsowego przypominała raczej zwykłą kłótnię na łamach telewizyjnego programu informacyjnego (Fotografia 3.41):

„Atak „Gazety Wyborczej” na „Koronę Królów” **zbiegł się w czasie z akcją oczerniania** żołnierzy Armii Krajowej, którą od kilku tygodni prowadzi radio TOK FM, należące do tego samego koncernu, co „Gazeta Wyborcza” [narracja reporterska „Wiadomości” TVP 26.08.2018].

Fotografia 3.42 Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP



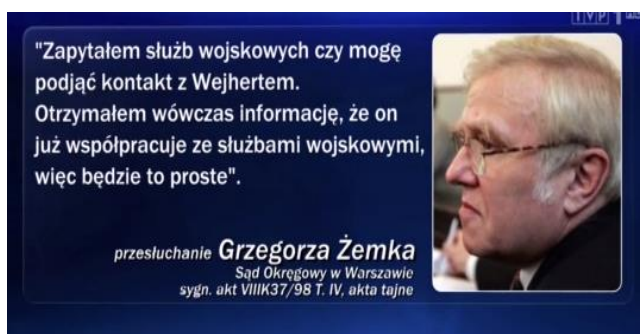
Źródło: „Wiadomości” TVP 26.08.2018.

Materiały informacyjne dot. Afery FOZZ w „Wiadomościach” TVP z 09.09.2018 i 10.09.2018

Niezwykle ciekawymi materiałami pod kątem analizy jakościowej były materiały poświęcone aferze FOZZ w „Wiadomościach”. Wątek główny, jakim było zatrzymanie D. Przywieczerskiego zasługiwał, bez wątpienia, na poświęcenie mu tych kilku materiałów w głównym wydaniu „Wiadomości” TVP (przy bardzo ograniczonym z kolei informowaniu o tym w „Faktach” TVN). To, co wybijało się na plan pierwszy w tych

materiałach to powiązania służb specjalnych z komercyjnymi mediami w Polsce – grupą TVN i Justyną Pochanke. W materiałach o D. Przywieczerskim bardzo często powtarzano archiwalną wypowiedź Grzegorza Żemka, byłego dyrektora generalnego FOZZ, który wspominał wprost o powiązaniu służb specjalnych z mediami i konkretnie z J. Wejchertem, ITI i TVN (Fotografia 3.43). W materiale „Wiadomości” nie zabrakło także wątków osobistych dziennikarki stacji komercyjnej:

Fotografia 3.43 Wybrane ujęcia dotyczące afery FOZZ w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” 09.09.2018.

„Matka Justyny Pochanke -Renata- była bliską współpracownicą Janiny Chim skazanej w procesie FOZZ, obok Przywieczerskiego i Żemka. **Ale nie tylko TVN** znajdował się wśród zainteresowań funkconariuszy dawnych PRL-owskich służb. W 1994 roku **20 proc. akcji Polsatu** znalazło się w rękach BIG Banku powiązanego z Przywieczerskim” [narracja reporterska „Wiadomości” TVP 09.09.2018].

W kolejnym materiale z 10.09.2018 roku autorzy pokazali jeszcze więcej koneksji działań D. Przywieczerskiego, jego biznesów i ówczesnej polityki. Dziennikarze wspomnieli o przekazywaniu środków finansowych do pierwszej partii D. Tuska:

„W czasie procesu księgowa Funduszu zeznała, że środki trafiały m.in. do Kongresu Liberalno – Demokratycznego...” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 10.09.2018].

Wśród ujęć mających zobrazować temat powiązań TVN i matki J. Pochanke z FOZZ były fragmenty „Faktów” TVN. Takiego zabiegu stacja komercyjna nie zastosowała wobec TVP – w żadnym materiale. „Wiadomości” TVP dowodziły natomiast, że:

„Z FOZZ związana była matka Justyny Pochanke. Ludzie służb specjalnych pojawiający się w aferze angażowali się w tworzenie polskich mediów. [...] 20 proc. Polsatu znalazło się w rękach BiG Banku powiązanego z Przywieczerskim” [narracja reporterska, „Wiadomości” TVP 10.09.2018].

Fot. 3.44 Fragmenty materiału „Wiadomości” TVP o aferze FOZZ



Źródło: „Wiadomości” TVP 10.09.2018

W materiale ukazał się także fragment programu TVP Info „W tyle wizji”, w którym to R. Ziemkiewicz, publicysta „DoRzeczy” wypowiedział się na temat Justyny Pochanke, wpływając na pogłębianie podziałów pomiędzy obiema stacjami:

„...i chyba taka symboliczna sprawa, że córka księgowej FOZZ-u jest dzisiaj dziennikarką, **twarzą jednej z telewizji prywatnych, tych bardziej zjadliwych powiedziałbym**, a córka ŚP Michała Falzmana, który aferę wykrył i w tajemniczych okolicznościach zginął, pracuje w Telewizji Publicznej”. [R. Ziemkiewicz, fragm. „W tyle wizji” w „Wiadomościach” TVP 10.09.2018].

Materiały dotyczące wprowadzenia przepisów ACTA 2 i nawiązanie do działań za czasów rządu PO-PSL w „Wiadomościach” TVP z 12.09.2018 i 16.09.2018

W badanym okresie „Wiadomości” TVP przygotowały materiał, który był kontynuacją tematu związanego z protestami społecznymi w kontekście decyzji unijnych dotyczących ACTA 2. W materiale tym powrócono do wydarzeń z redakcji „Wprost” z 2014 roku (Fotografia 3.45). Informację o wtargnięciu ABW do redakcji powtórzono także dwa dni później (16.09.2018) w tym samym programie informacyjnym:

„...3 lata później służby wtargnęły do redakcji tygodnika „Wprost”. ABW próbowało odebrać niewygodne dla ówczesnego rządu materiały. **Akcję krytykowali nawet sympatyzujący z władzą dziennikarze**” [narracja reporterska „Wiadomości” TVP 12.09.2018].

Fotografia 3.45 Wejście ABW do tygodnika „Wprost” w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” 12.09.2018 i „Wiadomości” 16.09.2018.

„Można powiedzieć, że w III RP wolność słowa była mocno ograniczona również w czasach Platformy.” [Bronisław Wildstein publicysta: „Wiadomości” TVP, 12.09.2018].

„Nie znam państwa demokratycznego, gdzie siłowo by wchodziło ABW i prokuratura. To się pierwszy raz zdażyło od 89 roku i całe środowisko dziennikarskie jest przeciwko Panu Panie premierze - przykro mi” [Katarzyna Kolenda – Zaleska TVN wyp. arch. „Wiadomości” 12.09.2018].

Słowa K. Kolendy – Zaleskiej zostały wypowiedziane w 2014 roku i były krytyką rządów D. Tuska. To interesujące zjawisko, że dziennikarze TVP sięgnęli po wypowiedź dziennikarki mediów prywatnych, konkretnie stacji TVN. To pokazuje, że dobór wypowiedzi podyktowany jest budową materiału, kontekstem i celami, jakie autor chce osiągnąć prowadząc narrację. Nie mniej jednak wypowiedź dziennikarki dokładnie obrazuje to, czego dziś brakuje środowisku dziennikarskiemu. Brakuje mu jedności. Media to dziennikarski dom, o który dbać powinni wszyscy, niezależnie od tego dla jakiej redakcji pracują. Dom pod nazwą media zasługuje na większy szacunek.

3.8 Narzędzia polaryzacji społecznej – analiza jakościowa

Polaryzacja polityczna i jej możliwość wpływania na media, a także tworzenia przekazów medialnych, które z kolei mogą wpływać na odbiorcę, pokazuje jak silnym mechanizmem jest komunikacja za pośrednictwem mediów i uświadamia jak olbrzymią przewagę wobec społeczeństwa mają politycy i media. Dlatego biorąc powyższe pod uwagę należało sprawdzić za pomocą stworzonych narzędzi i założeń metodologicznych na jakich

płaszczyznach pojawiło się zjawisko polaryzacji społecznej w mediach w badanym okresie kampanii wyborczej w 2018 roku. Były to głównie tematy, które dotyczyły konfliktów na płaszczyźnie ideologicznej. Do tych tematów zaliczono informacje na temat mniejszości seksualnych i narodowych, stosunków Polski z Unią Europejską, a także religii, kultury oraz wartości konserwatywnych i liberalnych.

3.8.1 Analiza narzędzi polaryzacji społecznej w zapowiedziach oraz belkach „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

W kampanii samorządowej w 2018 roku głównymi tematami społecznymi mającymi potencjał do dzielenia ludzi były protesty w obronie polskich sądów oraz marsze: Niepodległości oraz Równości. Dużo uwagi dziennikarze poświęcali także akcjom społecznym związanym z „Tęczowym Piątkiem”, a także premierze filmu „Kler”. Tematy te wybrzmiewały w zapowiedziach prezenterkich, na belkach, a także w materiałach reporterskich. W zapowiedziach prezenterkich pojawiały się ujęcia osób wynoszonych z protestów przez policjantów, sporo materiałów w zapowiedziach nawiązywało do kwestii kościoła i pedofilii, co widać w poniższych ujęciach. Dodatkowo autorzy „Faktów” TVN uwagę, aż w dwóch materiałach poświęcili urzędnicze państwowej, które uderzyła w twarz przedstawicielkę tzw. „Obywateli RP”. Kobieta zakłócała uroczystości państwowe z udziałem Prezydenta RP z okazji Dnia Weterana na Placu Piłsudskiego w Warszawie. Wspomniana sytuacja pomiędzy kobietami opisana została w tytule materiału m.in. jako „przekroczona granica” (Fotografia 3.46).

Fotografia 3.46 Wybrane ujęcia zapowiedzi prezenterki dot. tematyki społecznej w „Faktach” TVN



Źródło: 27.08.2018, „Fakty” TVN 28.08.2018, „Fakty” TVN oraz „Fakty” TVN 20.09.2018 i „Fakty” TVN 05.10.2018 oraz „Fakty” TVN 02.09.2018 i „Fakty” TVN 03.09.2018.

W „Wiadomościach” TVP ujęcie urzędniczki nie znalazło się na zapowiedzi prezenterki, ale media publiczne także odniosły się do tego tematu. Zrobiły to w materiale reporterskim. W programie informacyjnym stacji komercyjnym narracja skupiona była wokół zachowania urzędniczki, w programie informacyjnym stacji publicznej bardziej w kontekście zachowania obywatelki. W szerszym ujęciu w zapowiedziach prezenterki oraz w belkach tytułowych w „Wiadomościach” TVP pojawiły się materiały dotyczące wydarzeń II Wojny Światowej, migracji, a także kwestie polskości. Nie brakowało także materiałów dotyczących praworządności. W tytułach takie słowa, jak „bestialstwo”, „kpiny” oraz pytania o to „kto chce w Polsce islamskich imigrantów?” oraz „sprawiedliwość czy sądzenie do skutku?” (Fotografia 3.47).

Fotografia 3.47 Wybrane ujęcia belki w zapowiedziach prezenterkich dot. tematyki społecznej w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP, 01.09.2018 i „Wiadomości” TVP, 23.09.2018 oraz „Wiadomości” TVP 17.08.2018 i „Wiadomości” TVP 27.09.2018.

W treściach zapowiedzi prezenterkich, w których poruszane były kwestie społeczne pojawiło się wiele określeń wpływających bardziej na pogłębianie podziałów niż próbę scalania społeczeństwa. W zapowiedziach użyto między innymi takich określeń, jak: „złodzieje” w kontekście sędziów, „kłamstwo: zostało zarzucone ekonomistom, „dewiacje i wynaturzenia” w kontekście osób homoseksualnych, a także „okradani chłopcy” (Tabela 3.11).

Tabela 3.11 Wybrane zapowiedzi prezenterkie o charakterze krytykującym w kontekście społecznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„... Poseł Piotrowicz nie chce aby orzekali zwykli złodzieje . Profesor Gersdorf nie chce, aby w taki sposób naruszał jej dobre imię”.	„Nie będzie dyscyplinarek dla podejrzanych notariuszy. To bulwersujące [...] Współpracowali z mafią lichwiarską. Mimo poważnych zarzutów mogą dalej wykonywać swój zawód ”.
„ W sprawie bicia kobiet blokujących marsz narodowców [...] prokurator Małgorzata Kołodziej uznała, że agresorzy tylko okazywali niezadowolenie choć nawet ich nie przesłuchała to jej kolejna kontrowersyjna decyzja .”	„[...] nękał i nachodził potem wyrzucił ciężarną kobietę na bruk [...] mężczyzna za terroryzowanie lokatorki”.
„Szef pomorskiego KOD u ma przeprosić Młodzież Wszechpolską i zapłacić tysiąc	„Część ekonomistów zarzuca premierowi kłamstwo w sprawie projektu przyszłorocznego

<p>złoty grzywny bo stwierdził, że został napadnięty podczas uroczystości pogrzebowej Inki i Zagóńczyka. Członkowie KOD-u byli wtedy atakowani i wyzywani”.</p>	<p>budżetu. Inni zwracają uwagę, że Ci którzy tak dziś alarmują powinni raczej sami tłumaczyć się ze swoich nietrafionych prognoz dla Polski, które tak brutalnie weryfikuje ostatnio rzeczywistość”.</p>
<p>„Blokowali manifestacje smoleńskie, marsze narodowców i protestowali w obronie sądów. Byli legitymowani, zatrzymywani, czasem wynoszeni siłą i przesłuchiwani. W raporcie opozycji czytamy o 543 Obywatelach RP, którzy trafiali na komendę lub do sądu”.</p>	<p>To kneblowanie Internetu mówią politycy Prawa i Sprawiedliwości o dyrektywie zwanej ACTA 2 [...] poparli politycy Platformy Obywatelskiej. Ci sami, którzy jeszcze niedawno ostro się jej sprzeciwiali”.</p>
<p>„... Ludzie są tacy głupi - mówił wtedy o reklamie banku, którym kierował. Więc pytania mogą być niewygodne. Czy policja zamierza uciszać wszystkie?”</p>	<p>„Brak procedur przy wypuszczaniu bandytów na wolność [...] a może brutalne morderstwo w Warszawie to przykład niedomagania wymiaru sprawiedliwości, którego tak zaciekle broni opozycja”.</p>
<p>„Wojewoda Lubelski będzie tłumaczył się w sądzie za zbroczenia dewiacje i wynaturzenia. Znieważeni czują się organizatorzy Marszu Równości. Marsz Równości ma przejść ulicami miasta w przyszły weekendu”.</p>	<p>„Gdzie są Ci wszyscy którzy przez lata okradali polskich chłopów prowadząc nieuczciwą prywatyzację, pozbawiając rolników wpływu na dalsze etapy przetwórstwa i handlu - pyta minister rolnictwa Jan Krzysztof Ardanowski i zapewnia, że rząd to naprawi”.</p>
<p>„80 proc Polaków uważa, że polski kościół powinien także finansowo odpowiadać za pedofilię ze strony duchownych - wynika tak z sondażu dla Faktów po precedensowym wyroku. Biskupi mówią już pedofilii i deklarują walkę z nim, ale o odszkodowaniach milczą a sprawa stała się głośna”.</p>	<p>„Kolejna kontrowersyjna decyzja sędziego Igora Tuleyi, a w konsekwencji zawieszony proces niebezpiecznych gangsterów tzw. gangu mokotowskiego [...] ile w tym troski o prawo a ile chęci zmian zablokowania zmian w polskim wymiarze sprawiedliwości”.</p>
<p>„Śpiewał szanty i wyleciał z pracy. Nie za śpiewanie. Za utratę zaufania. A to, że śpiewał w koszulce z „Konstytucją”. Najpierw zareagował poseł PiS, później państwowy koncert energetyczny. Na festiwalu szant konsternacja”.</p>	<p>„Polacy nie wiedzą, co się zmieni w ich życiu, jeśli wygra opozycja. Liderzy PO i Nowoczesnej próbują straszyć Prawem i Sprawiedliwością, krytykują PiS za politykę prospołeczną”.</p>
<p>„Na razie wywalczyli sobie dostęp do toalet, miejsca by się ogrzać i zrobić herbatę. Tu kończą się dobre wiadomości dla strajkujących związkowców z LOT-u . Prezes spółki straszy załogi wezwaniem do zapłaty ogromnych</p>	<p>„Nie 250 miliardów, a 400 miliardów złotych - to szokujący bilans kradzieży pieniędzy Polaków przez mafie podatkowe w czasach rządów PO PSL. Najnowsze dane przedstawił instytut studiów podatkowych”.</p>

odszkodowań Woli realnego kompromisu nie ma.”	
---	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

3.8.2 Analiza narzędzi polaryzacji społecznej w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN

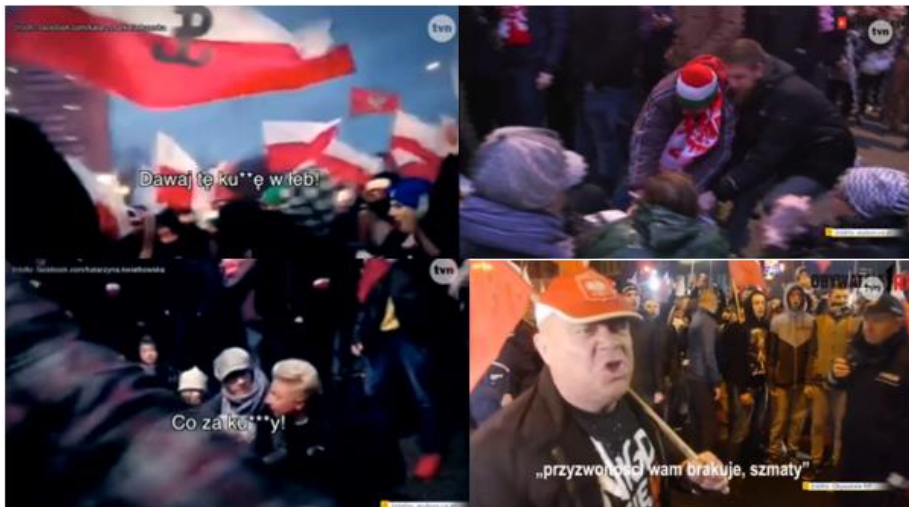
Materiały reporterskie, które mówiły o problemach społecznych były nacechowane zachowaniami i określeniami agresywnymi, często też wulgarnymi. W materiałach „Faktów” TVN pokazywano na przykład wynoszenie osób protestujących z budynku sądu, przepychanki z policjantami (Fotografia 3.48). Dodatkowo, w materiałach reporterskich prezentowano utarczki i starcia pomiędzy Polakami o różnych poglądach – jak w przypadku starć czy przepychanek pomiędzy osobami z Marszu Niepodległości, a osobami reprezentującymi między innymi takie organizacje jak „Obywatele RP” (Fotografia 3.49).

Fotografia 3.48 Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 27.08.2018 i „Fakty” TVN 30.08.2018

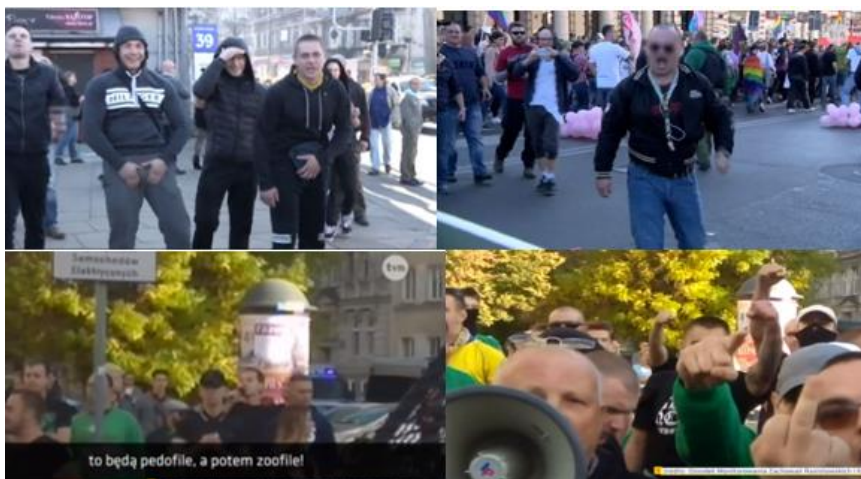
Fotografia 3.49 Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 11.09.2018 i „Fakty” TVN 14.09.2018 oraz „Fakty” TVN 30.10.2018

W zasadzie gdy spojrzymy na te wszystkie zdjęcia trudno odróżnić ujęcia pochodzące czy to z „Wiadomości” TVP czy to z „Faktów” TVN. Różnice w przekazach oprócz obrazów tworzą także inne komponenty newsa: narracja reporterska i wypowiedzi. Dlatego patrząc na ujęcia z „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP widać niewielką różnicę. Nasilenie negatywnych emocji jest tak samo mocne (Fotografie 3.50 i 3.51).

Fotografia 3.50 Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN



Źródło: „Fakty” TVN 13.10.2018 i „Fakty” TVN 14.10.2018 oraz „Fakty” TVN 08.10.2018.

Fotografia 3.51 Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 27.08.2018 i „Wiadomości” 30.08.2018.

Spółeczeństwo podzielone zostało również mocno zobrazowane w „Wiadomościach” TVP. Konfiguracje tych podziałów bywały różne: policja – protestujący jak w powyższych ujęciach (Fotografia 3.51) lub też urzędnik – obywatel, obywatel – obywatel, jak w ujęciach poniżej (Fotografia 3.52), które odnoszą się m.in. do wspomnianych już zdarzeń podczas uroczystości prezydenckich na Placu Piłsudskiego w Warszawie, ale także jest tu zwroć uwagi na zachowanie Obywatelki RP wobec policj i wobec innych przedstawicieli społeczeństwa.

Fotografia 3.52 Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Wiadomościach” TVP



Źródło: „Wiadomości” TVP 03.09.2018

Poza wulgaryzmami, które pojawiały się podczas demonstracji, i które zostały jeszcze dodatkowo zacytowane przez dzienniakrzy i umieszczone na ujęciach pojawiło się także wulgarne wypowiedzi. W języku wypowiedzi polskiego społeczeństwo było dużo żalu, wrogości i wzajemnego niezrozumienia (Tabela 3.12).

Tabela 3.12 Wybrane wypowiedzi społeczeństwa „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP

„Fakty” TVN	„Wiadomości” TVP
„Bo nas niszczycie ” [rolnicy do polityków]	„Patryk Jaki kłamca , a jego wybory są robaczywe.” [Obywatelka RP o P. Jakim]
„Zamknij się głupia babo.” [D. Arendt- Wittchen (urzędniczka państwowa) do przedstawicielki „Obywateli” RP]	„Chcesz dostać? Pan teraz wali na kolana! ” [Obywatelka RP do innego obywatela].
„Konstytucja jest ostatnim bastionem przed tyranią państwa” [przedstawiciele społeczeństwa]	„Żeby frajer na frajera nie głosował [...] To jest hańba , co wyprawiają rządzący z naszym rolnictwem [...] to jest po prostu skandal PSL to jest jedna wielka banda i nic więcej [rolnicy o politykach]
„...to są przestępcy w sutannach...” [przedstawiciel społeczeństwa].	„Zamknij się głupia babo” [urzędniczka państwowa do przedstawicielki „Obywateli RP]
„Najstraszniejsze nie były nawet słowa, tylko była forma tego, ponieważ to była pełna agresja, [...] jakieś okrucieństwo , ludzie czują się po prostu oszukani... [dot. księdza Stryczka z akcji „Szlachetna Paczka”].	„To jest zamach na wolność internetu [...] Próba zakładania kolejnego kagańca ludziom [społeczeństwo w kontekście ACTA 2].
„Zestawianie homoseksualizmu z pedofilią jest niedopuszczalne [...] nasze dzieci nie są dewiantami .” [rodzice w kontekście mniejszości seksualnych].	„Jakby miasto mogło to by nas w kałuży wody utopiło . My się czujemy jak śmieci .” [społeczeństwo w kontekście reprivatyzacji].
„Dziś ulicami polskich miast będą kroczyć geje i lesbijki. Jestem przekonany, że następny krok to będą pedofile , a potem zoofile [okrzyk z tłumu podczas Marszu Równości].	

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Faktów” TVN i „Wiadomości” TVP w okresie 14.08.2018 – 04.11.2018.

Podsumowanie

W trzecim rozdziale autorka podjęła się analizy zawartości mediów zgodnie z założeniami metodologicznymi i stworzonymi do tego celu narzędziami. W pierwszej części dokonano ilościowej oceny zgromadzonego materiału w kontekście polaryzacji politycznej, w drugiej części w kontekście polaryzacji medialnej z uwzględnieniem wybranych aspektów społecznych. W trzeciej części rozdziału wyniki zostały zestawione z analizą jakościową w odniesieniu do trójwymiarowego modelu polaryzacji. Analiza ilościowa oraz jakościowa zostały przeprowadzone na materiale źródłowym pochodzących z dwóch głównych serwisów informacyjnych w Polsce: „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN i zaklasyfikowanych do analizy zgodnie z kluczem kodowym.

W wynikach analizy ilościowej programów emitowanych, w trakcie trwania samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku, uwagę zwrócił fakt występowania częściej materiałów krajowych o problematyce ogólnopolskiej, a nie regionalnej i samorządowej. W tematyce materiału reporterskiego w „Wiadomościach” TVP lokalny charakter miało ponad 31% materiałów informacyjnych, a w „Faktach” TVN ponad 32%. Co ciekawe, w zapowiedziach prezenterkich w „Wiadomościach” TVP częściej pojawiały się tematy lokalne i odnoszące się do przedstawicieli struktur samorządowych. Stanowiły one ponad 12% wszystkich zapowiedzi. Wyższy wskaźnik przewagi tematyki samorządowej w „Wiadomościach” TVP może wskazywać na próbę wypełniania w tym obszarze misji nadawcy publicznego.

W kontekście polaryzacji politycznej jedną z wyraźniejszych różnic w obu programach informacyjnych były wypowiedzi przedstawicieli opozycji. W 37% spośród analizowanych materiałów reporterskich w „Wiadomościach” TVP, zaś w „Faktach” TVN pojawili się oni w aż 64% wszystkich analizowanych newsów. W „Wiadomościach” TVP 567 razy wypowiedzieli się przedstawiciele rządu oraz partii reprezentujących Zjednoczoną Prawicę, a reprezentanci opozycji zaledwie 269 razy. W „Faktach” TVN opozycja wypowiedzieli się aż 592 razy, przy 645 wypowiedziach rządu, partii rządzącej i jej koalicjantów. W „Wiadomościach” TVP rzadziej niż w materiałach w „Faktach” TVN pojawiali się także przedstawiciele struktur samorządowych, odpowiednio: 124 razy i 136 razy. Najmniej w „Wiadomościach” TVP było Prezydenta Rzeczypospolitej i/lub przedstawicieli jego gabinetu – 43 wypowiedzi. W newsach stacji komercyjnej takich wypowiedzi było 99 (czyli dwukrotnie więcej (!) niż w „Wiadomościach” TVP). Co oznacza, że to telewizja komercyjna, w tym

kontekście, lepiej wywiązała się z wypełniania misji niż stacja publiczna. Podsumowując wyniki ilościowe pod kątem społeczeństwa autorka zwróciła na uwagę na fakt, że w największej mierze reprezentację społeczeństwach w newsach budują eksperci akademicy i pozaakademiccy: lekarze, psychologowie, policjanci, żołnierze, byli politycy, rzecznicy prasowi i inni. To, co świadczy o podziałach pomiędzy mediami i społeczeństwem w tej kategorii to fakt, że nazwiska ekspertów nie powtarzają się w obu stacjach, są raczej „przypisane” do odpowiedniej stacji.

W analizie jakościowej autorka każdy z trzech wymiarów polaryzacji rozpatrzyła we ramach wszystkich poszczególnych elementów programu informacyjnego, który został zgodnie z kluczem kodowym zakwalifikowany do analizy. Zjawisko polaryzacji zostało zbadane za każdym razem w zapowiedzi dziennikarskiej, na belce oraz w strukturze materiału reporterskiego – gdzie autorka analizowała obraz, wypowiedzi (polityków, społeczeństwa lub dziennikarzy) oraz narrację dziennikarską. W każdym ze wskazanych elementów struktury programu autorka dostrzegła mocne przekazy o zabarwieniu negatywnym, wśród których nie brakowało agresji fizycznej i wulgarnego języka. W narracji dziennikarskiej także pojawiało się zjawisko dyskredytacji, drwiny, kpiny co było wynikiem częstego cytowania wulgarnych fragmentów wypowiedzi polityków i ekspertów. Uwidoczniony został również podział mediów na przekaz bardziej liberalny i zgodny z założeniami partii opozycyjnych oraz ten bardziej konserwatywny wpisujący się w światopogląd przedstawicieli partii rządzącej. Pomiędzy mediami występowały także pewne zależności w realizacji swojej komunikacji; media komercyjne wytykały błędy rządzącym, podczas gdy media publiczne chwaliły działanie władz. Podobnie, budowanie kontekstu skutecznych działań opozycji w mediach prywatnych nie przełożyło się na wydźwięk w mediach publicznych. W tworzeniu takich przekazów pomagał odpowiedni dobór polityków, ekspertów, przedstawicieli społeczeństwa czy mediów.

W kontekście polaryzacji mediów istotne były także liczby dotyczące przedstawicieli mediów w materiałach informacyjnych. W „Wiadomościach” TVP dziennikarze stanowili jedno z ważniejszych źródeł wiedzy i pozyskania komentarza do danej sprawy. Ich wypowiedzi pojawiły się aż 191 razy. W przypadku „Faktów” TVN wypowiedzi dziennikarzy było zaledwie 39. Świadczy to o dość dużej dysproporcji w doborze komentujących wydarzenie lub newsa. Wielokrotnie odnotowano zjawisko krytyki dziennikarzy wobec innych mediów, a nawet bezpardonowe ataki personalne. O tym, jak media są spychane na drugi plan debaty publicznej pokazał także relacje

polityków w stosunku do mediów. Mieliśmy przykłady nazywania telewizji „kłamliwą” (o TVP) albo też „dziadowską” (o TVN), nie zabrakło również określenia „polskojęzyczne niemieckie media” wobec onet.pl, tygodnika „Newsweek”, czy dziennika „Fakt”. Było również na antenie TVN określanie dziennikarza mianem „szczyła” (o dziennikarzu TVN), a kolei na antenie TVP dziennikarka tej stacji została przyrównana do k****.

Ukazanie zjawiska agresji, wulgaryzmów, nienawiści, ataków fizycznych w prezentowanych programach autorka uznała za swój obowiązek – nie tylko jako badacza, ale również byłego dziennikarza. Materiał ten ma bowiem służyć edukacji przyszłych pokoleń dziennikarzy i polityków. Autorka daleka jest od pouczania obu środowisk, niemniej jednak z nadzieją oczekuje, że zawarte w tej części pracy analizy skutecznie zwrócą uwagę na dramatycznie niski poziom debaty publicznej i profesjonalizmu dziennikarskiego, za co odpowiadają zarówno media, jak i politycy w Polsce. Idealnym stanem rzeczy jest, kiedy media znaczą jakość, a polityka znaczy mądrość.

ZAKOŃCZENIE

Głównym celem pracy była analiza zjawiska polaryzacji we współczesnych mediach na przykładzie analizy zawartości dwóch programów informacyjnych w kampanii wyborczej w 2018 roku. We wstępie założono, że polaryzacja to przede wszystkim zjawisko negatywne, którego efektem jest poróżnienie i wzmocnienie wrogich relacji w społeczeństwie. Na podstawie przeprowadzonych analiz autorka uważa, że to wulgarny język oraz zachowania agresywne w mediach są bezpośrednim czynnikiem pogłębiania podziałów w polskim społeczeństwie po 2015 roku. Dokonując oceny relacji między polaryzacją społeczną i polityczną oraz polaryzacją w mediach autorka znalazła silne połączenie obu przestrzeni oraz ich wzajemne przenikanie się. Autorka dostrzegła również, że polaryzacja medialna znajduje swoje oparcie w systemie medialnym. Zgodnie z najnowszą interpretacją B. Dobek-Ostrowskiej polskie media stają się coraz silniej spolityzowane, co jest efektem spadającego poziomu wolności słowa. Wpływ na polaryzację ma również finansowanie polskich mediów. Obecnie media publiczne finansowane są w dużej części przez polski parlament. To powoduje, że politycy partii rządzącej stają się w istocie właścicielami mediów publicznych, z których tworzą tubę propagandową rządu. W ocenie poziomu polaryzacji mediów w Polsce na przykładzie kampanii wyborczej z 2018 roku przydatne było także skierowanie uwagi w stronę etyki i profesjonalizmu dziennikarskiego. Dziennikarze tworzą plemiona, które porozumiewają się językiem wzajemnej krytyki bez zachowania szacunku, wpływając na obniżenie wiarygodności zawodu. Jedynie zrozumienie, że istnienie bezstronnych dziennikarzy jest podstawą demokracji pozwoli na nowo w sposób obiektywny odzyskać tę wiarygodność.

Weryfikacja hipotez badawczych

Wyniki analizy zawartości zaprezentowane w rozdziale trzecim pozwalają na weryfikację stawianych w pracy hipotez.

H1: Sposób relacjonowania kampanii samorządowej w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP oraz „Faktach” TVN uwypuklił podziały polityczne między rządem a opozycją.

Pierwsza hipoteza, która odnosiła się do polaryzacji politycznej, została zweryfikowana pozytywnie. Samorządowa kampania wyborcza w 2018 roku była kampanią opartą z jednej strony o lidera Zjednoczonej Prawicy i partii PiS – J. Kaczyńskiego oraz lidera rządu, czyli premiera M. Morawieckiego, a z drugiej o osobę G. Schetyny – lidera Koalicji Obywatelskiej. Język, jakim posługiwali się liderzy był językiem wrogim i często agresywnym. Z obu stron widzowie odbierali komunikaty negatywne o działaniach politycznego konkurenta. Media wtórowały tym narracjom i chętnie cytowały wulgarne wypowiedzi polityków. Dodatkowo biegu kampanii nadały taśmy z podsłuchanymi rozmowami polityków. Tak z jednej, jak i drugiej strony stały się one orężem w walce wyborczej. W przekazach politycznych dotyczących rywalizacji głównych ugrupowań został zarysowany silny dyskurs na linii podziałów socjopolitycznych „my” vs. „oni”.

H2: Sposób relacjonowania kampanii samorządowej w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP oraz „Faktach” TVN świadczy o podziałach w środowiskach dziennikarskich i występowaniu plemion dziennikarskich.

Druga z hipotez miała na celu zweryfikowanie istnienia polaryzacji środowisk dziennikarskich i plemion dziennikarskich. Założenia te zostały potwierdzone poprzez wyniki badań przeprowadzonych przez autorkę w obszarze polaryzacji mediów. Pierwsza część hipotezy drugiej łączy się z hipotezą pierwszą w obszarze prowadzenia narracji dziennikarskiej, będącej m.in. wyrazem wsparcia konkretnych przedstawicieli politycznych. Nie chodzi tutaj o wsparcie dosłowne, kiedy dziennikarze mieliby w sposób otwarty mówić kogo popierają czy na kogo głosują, chodzi tu raczej o taki przekaz, który pozwalał przedstawić się określonym politykom w zamierzony przez nich sposób. Druga część drugiej hipotezy odnosząca się do plemion dziennikarskich również znalazła swoje uzasadnienie w przeprowadzonych badaniach. Kampania wyborcza jako specyficzny czas polityczny i medialny mogła przyczynić się do ujawnienia podziałów medialnych. Plemiennosc dziennikarska zarysowała się w odniesieniu do tematyki mediów m.in. w tematach ideologicznych, społecznych, politycznych, ale także w tej plemiennosci *stricto* medialnej, tzn. bezpośredniej wzajemnej krytyce mediów, jakości pracy, profesjonalizmu i etyki. Analiza dowiodła, że krytyka innych mediów stawała się elementem prowadzonej polityki. Z przykrością należy stwierdzić, że dużo częściej w tworzeniu podziałów dziennikarskich przeważały materiały emitowane

w „Wiadomościach” TVP. Z przykrością, ponieważ media publiczne mają jeszcze w sposób szczególny tworzyć wspólnotę, a nie podział.

H3: Dominującymi narzędziami polaryzacji w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN są krytyka i agresja, zarówno w kontekście adwersarzy politycznych, jak i medialnych.

W przekazach dotyczących kampanii wyborczej w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN dominowała krytyka i agresja, zarówno w kontekście adwersarzy politycznych, jak i medialnych. Grafiki, cytaty, ujęcia filmowe, które stanowią dla telewizji swoistego rodzaju wyróżnik sprawiały, że oba serwisy momentami zamieniały się w tabloidy. Taka jakość przekazu medialnego powoduje, że granica dobrego smaku i etyki niebezpiecznie się uwydatnia. Media wzajemnie napędzają się w pogoni za sensacją. Coraz mocniejszym językiem i szokującym obrazem pokazywanym w trakcie kampanii wyborczej okazują niebezpośrednie wsparcie dla określonego języka adwersarzy politycznych. Olbrzymią rolę odgrywa tu społeczeństwo, w szczególności eksperci akademicki oraz inni dziennikarze, którzy stają się uczestnikami współczesnej „wojny mediów”. Badania wskazują, że jakość debaty publicznej, jak i plemiennosc medialna powinny być współcześnie postrzegane znacznie szerzej. Każdy z nas jest odpowiedzialny za jakość debaty publicznej i każdy z nas w przestrzeni medialnej staje się częścią zjawiska plemiennosci.

O kampanii politycznej w mediach

Wśród istotnych tematów dzielących obywateli w kampanii samorządowej w 2018 roku nie zabrakło kwestii związanych z mniejszościami seksualnymi („Tęczowy Piątek”, Parady Równości) i narodowymi (migranci i „otwarte drzwi” Angeli Merkel) oraz religią i pedofilią w kościele (film „Kler”). Tematem kampanii była też sprawa reprivatyzacji w Warszawie. Tematami spornymi były również te dotyczące praworządności w Polsce i przestrzegania konstytucji. Kampania wyborcza w 2018 roku była kampanią wyrazistą i zdecydowanie negatywną. Realizowano w czasie jej trwania wiele akcji, np. billboardowa czy spotów wyborczych pełnych wulgaryzmów oraz agresywnych zachowań i obrazów. Wśród wypowiedzi zarówno szeregowych polityków, jak i samych kandydatów pojawiało się wiele negatywnych komentarzy i krytyki wobec konkurentów politycznych. W badaniu polaryzacji medialnej nie chodzi jednak wyłącznie o czas

antenowy, ale o jakość wypowiedzi i przekazu. W materiałach informacyjnych „Faktów” TVN częściej można było spotkać się z krytyką Patryka Jakiego (reprezentującego Zjednoczoną Prawicę w wyborach na prezydenta Warszawy), z kolei w materiałach „Wiadomości” TVP krytyka w dużo większym wymiarze dotyczyła Rafała Trzaskowskiego (reprezentującego Koalicję Obywatelską w wyborach na prezydenta Warszawy).

Przekazy medialne w samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku niosły za sobą negatywne emocje. W obu analizowanych programach informacyjnych odnotowano dużą liczbę agresywnych zachowań, wypowiedzi oraz grafik o charakterze tabloidowym. Krytyka w obu programach była równie mocna, choć w wielu przypadkach bardziej widoczna w „Wiadomościach” TVP. Z kolei w „Faktach” TVN wyróżnione zostały zjawiska ataku fizycznego lub słownego ze strony polityków Zjednoczonej Prawicy i rządu wobec reporterów TVN. W obu programach dominowała tematyka ogólnopolska, w drugiej kolejności regionalna. Tej „regionalności” było nieco więcej w „Wiadomościach” TVP. Głównymi tematami materiałów w obu programach informacyjnych była polityka oraz wybory samorządowe.

Negatywnie w obu programach autorka ocenia również kwestie etyczne. Choć nie były one głównym przedmiotem pracy, to autorka dostrzegła, że pod kątem etycznym dziennikarze potrafią krytykować się wzajemnie, jednocześnie nie zauważając własnych etycznych niedociągnięć. Przestrzeganie standardów, szczególnie w trakcie trwającej kampanii wyborczej, powinno stanowić dla dziennikarzy najwyższy priorytet. Tymczasem w 2018 roku zaobserwowano silną tendencję mediów do dzielenia się. Telewizja publiczna w zgodzie ze swoją misją powinna scalać i tworzyć wspólnotę, a robiła coś zupełnie odwrotnego. Mogą pojawić się głosy, że od nadawcy prywatnego nie trzeba wymagać tego samego, co od publicznego, ale jako była dziennikarka pozwolę sobie zaznaczyć, że zawód dziennikarza stanowi wyższe dobro. W zawód ten wpisana jest misja, a nade wszystko odpowiedzialność za słowo i dobrze byłoby, gdyby każdy dziennikarz – tak jak lekarz „przede wszystkim nie szkodził”.

Autorka zastanawiała się, czy któryś z konkretnych elementów programu informacyjnego: belka tytułowa, materiał reporterski lub też zapowiedź prezenterka dzieli bardziej, ale na to pytanie nie znalazła jednoznacznej odpowiedzi. Autorka uznaje, że odpowiedź na to pytanie najlepiej przyniosłoby badanie publiczności. Skłaniałaby się jednak ku teorii, że to belka tytułowa staje się kluczowa dla umacniania podziałów.

Niniejsza praca, z przykładami krytyki i agresji występującej w mediach, z pewnością wnosi w świat nauki nowe spojrzenie na wymiar stronniczości mediów, ale także paralelizm polityczny. Działania te stanowią przedłużenie badań i proponowanych teorii, w tym m.in. koncepcji przez B. Dobek-Ostrowskiej oraz D.C. Hallina i P. Manciniego. W niniejszej pracy zweryfikowano dwuwymiarowy model polaryzacji, który zgodnie z teorią M. Głowackiego i M. Kusia odnosił się do wymiarów: strukturalnego (struktura rynku medialnego, polityka medialna i samoregulacja, zarządzanie mediami oraz finansowanie mediów) oraz behawioralnego (stronniczość mediów, plemiona dziennikarskie, tworzenie wrogów, akty agresji – fizyczne i słowne). W badaniach autorki dość wyraźnie zaznaczyła się polaryzacja w kontekście plemion dziennikarskich, kiedy mogliśmy zaobserwować nastawione do siebie niechętne i zwalczające się wzajemnie media. Obserwacja ta była możliwa dzięki wdrożeniu do analizy narzędzia badawczego, uwzględniającego rozmaite formy krytyki. Dodatkowo analiza wykazała, że również za pomocą pochwał media oddalają się od siebie i tworzą podziały – chwając wyłącznie siebie, nigdy przeciwnika. W podziale mediów polskich najwyraźniej zaznaczyły się dwie osie. Pierwsza z nich na linii „nasze” vs „wasze”, a drugie to „polskie” vs „niemieckie” media. W materiałach tworzonych przez dziennikarzy i ukazywanym przez nich kontekście wydarzeń można było również dostrzec promowanie lub negowanie konkretnych światopoglądów związanych m.in. z LGBT, kościołem katolickim czy aborcją.

Wyniki badań wskazały również na siłę trzeciego wymiaru – rolę społeczeństwa w procesie polaryzacji mediów. Zgodnie z wynikami przeprowadzonych analiz przedstawiciele społeczeństwa wielokrotnie opowiadali się po stronie poszczególnych plemion dziennikarskich. O ile do tej pory pojęcie plemion dziennikarskich dotyczyło wyłącznie do mediów, to współczesne plemiona tworzą już nie tylko dziennikarze i media, ale również politycy i społeczeństwo – szczególnie osoby występujące w newsach w roli ekspertów (mowa tu m.in. o reprezentantach środowiska akademickiego). Innymi słowy przedstawiciele społeczeństwa i polityki również dzielą i wpływają na podziały między poszczególnymi plemionami.

W szerszym kontekście badania przeprowadzone w niniejszej pracy dowodzą istnienia „baniak” myślowych, ideologicznych, poglądowych zarówno w polskich mediach, jak i polskim społeczeństwie. Z materiałów newsowych poświęconych kampanii

w 2018 roku w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN wyłaniają się dwie Polski. Jedna to Polska „tradycyjna”, „konserwatywna”, „katolicka” i w znacznym stopniu „rolnicza”. Z drugiej strony pojawia się Polska „wielkowiejska”, „liberalna”, „prawnicza”, itd. I nie chodzi tutaj wyłącznie o to, że w „Wiadomościach” TVP częściej pojawiały się problemy polskiej wsi, a „Faktach” TVN więcej czasu poświęcano problemom praworządności, reformie sądownictwa, Sądowi Najwyższemu, itd. Chodzi też prawdopodobnie o istnienie dwóch specyficznych grup odbiorców, których badania nad publicznością pozwoliłyby na bardziej dokładne określenie cech Polski „rolniczej” i „prawniczej”.

Quo Vadis polskie dziennikarstwo?

21 listopada 2020 roku – jak co roku – miał miejsce Światowy Dzień Telewizji. Hasło święta ustanowione przez ONZ w 1996 roku tym razem głosiło: „Telewizja robi różnicę”. Miało być ono wyrazem docenienia wkładu telewizji w poruszaniu ważnych społecznie tematów. Wciąż na rynku jest wielu bardzo dobrych dziennikarzy z olbrzymim doświadczeniem. Problemem jest jednak system polityczny i otoczenie zewnętrzne, w którym współcześni dziennikarze pracują. Zbyt mało jest dobrej woli albo za małe są możliwości, albo podziały są tak głębokie, że odbudowa jakościowych mediów o wysokim stopniu profesjonalizmu jest trudna. Do takiej zmiany potrzebne są wszystkie media, bez względu na światopogląd i poglądy polityczne. W odbudowie standardów etycznych nie ma miejsca na podziały.

Zaproponowany w tej pracy trójwymiarowy model polaryzacji może stanowić narzędzie przydatne do stosowania w dalszych badaniach nad polaryzacją mediów. Należy podkreślić, że analiza zawartości programu telewizyjnego jest zdecydowanie jedną z najtrudniejszych. Wiedza i doświadczenie dziennikarskie, jakie autorka niniejszej dysertacji zdobyła przez 10 lat pracy w telewizji, pozwoliło zwrócić uwagę na aspekty, które nie zawsze są oczywiste dla widza i mogą nie zawsze być widoczne dla badacza. Skrzyżowanie wiedzy pochodzącej „ze środka organizmu”, jakim jest telewizja z wiedzą naukową dotyczącą badań nad systemem medialnym i polaryzacją, przyczyniło się do stworzenia pracy przełomowej w dziedzinie mediów. Nie jest to praca doskonała, ale jest zdecydowanie krokiem milowym w badaniu zjawiska polaryzacji mediów w Polsce. Autorka realizując założenia badawcze z każdym dniem dostrzegała jak bardzo złożona i jak bardzo interdyscyplinarna jest to praca.

Autorka jako samodzielny badacz nie była w stanie – dostrzegając kolejne możliwości – rozszerzać pola badawczego. To, co z pewnością uznaje za ważne, to zaangażowanie w przyszłości językoznawców – szczególnie pod kątem badania sentymentu, którzy mogliby z całym swym merytorycznym wkładem i badawczym doświadczeniem podjąć się analizy słów używanych tak w narracji dziennikarskiej, jak i w wypowiedziach gości w materiałach reporterskich. Idealnie, gdyby można było zasięgnąć także wiedzy i możliwości ekspertów od mowy ciała. Telewizja to nie tylko słowo; to także ludzie, którzy wyrażają słowa całym ciałem. Ich emocjonalność zależy od gestów, tonu głosu, spojrzenia. Wiele jest czynników mogących zmienić postrzeganie konkretnej wypowiedzi. Do tego niezwykle interesujące oraz inspirujące byłoby zbadanie odbiorców, widzów telewizyjnych programów informacyjnych – ich reakcje i komentarze. Analiza dokonana przy pomocy okulografu mogłaby poszerzyć rozumienie roli mediów w polaryzacji społecznej. Z pewnością to, jak obecnie prezentują się media w Polsce wymaga również odważnych kroków w aspekcie badania ich etyki, moralności, a także profesjonalizmu. W przyszłych badaniach istotna będzie także weryfikacja procesów polaryzacji w kontekście ewolucji systemu medialnego i konieczności poszerzenia wymiarów stronnictwa i paralelizmu politycznego. Autorka proponuje, by zebrany w tej pracy materiał badawczy, stał się punktem wyjścia dla świata nauki do powołania interdyscyplinarnego zespołu, który miałby możliwości zgłębić problematykę polaryzacji mediów w Polsce. Kolejnym krokiem powinno być powołanie „okrągłego stołu”, do którego należałoby zaprosić reprezentantów wszystkich mediów z nadzieją, że zaczną ze sobą rozmawiać.

BIBLIOGRAFIA

Literatura

1. Adamik-Szysiak M., *Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych*, Lublin 2018.
2. Adamowski J. W., *O głównych bolączkach zawodu dziennikarza, czyli lekarzu lecz się sam*, [w:] K. Wolny- Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław, 2016.
3. Bajka Z., *Dziennikarze na przełomie wieków* [w:] *Polski system medialny 1989-2011*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013.
4. Berelson B., *Content Analysis in Communication Research*, New York 1952, s. 18.
5. Berelson B., *Analiza treści*, [w:] *Teoria i metodologia badań nad prasą za granicą (przekłady)*, 3. *Analiza zawartości*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1970.
6. Barczyszyn-Magdziarz P., *Dziennikarze polscy, rosyjscy, i szwedzcy oraz ich wizja rozwoju*, Wrocław 2019.
7. Batorowska H., Wasziuta O., Klepka R., *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, Kraków 2019.
8. Blumler J. G., Gurevitch M., *The Crisis of Public Communication*, London and New York, 1995.
9. Bobbio N., *Prawica i lewica*, Kraków – Warszawa 1996.
10. Chodubski A., *Media a kształtowanie świadomości wyborczej*, [w:] *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, red. T. Sasińska-Klas, Toruń 2007.
11. Curry J. L., *Poland's Journalists: Professionalism and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge 1990.
12. *Demokracje Europy Środkowo-Wschodniej w perspektywie porównawczej*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wrocław 1998.
13. Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*, [w:] *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*, [red.] B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2007.
14. Dobek-Ostrowska B., *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011.

15. Dobek – Ostrowska B., *Italianization (or Mediterraneanization) of the Polish Media System? Reality and Perspective* [w:] *Comparing Media Systems Beyond the Western World* red. D. C. Hallin, P. Mancini, Nowy Jork 2012.
16. Dobek – Ostrowska B., *Journalism and politics* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Studies in Communication and Politics vol. 3, (eds.) G. Nygren, B. Dobek – Ostrowska, Frankfurt am Main 2015.
17. Dobek- Ostrowska B., *25 Years After Communism: Four Models of Media and Politics in Central and Eastern Europe* [w:] *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On*, (eds.) B. Dobek – Ostrowska, M. Głowacki, Studies in Communication and Politics Vol 6, Frankfurt am Main 2017.
18. Drożdż M., *Etyczność jako wyznacznik profesjonalizmu* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław 2016.
19. Dzierżyńska – Mielczarek J., *Rynek mediów w Polsce. Zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych*, Warszawa 2018.
20. Dzieciółowski K., *Is There a Chance For Non-Partisan Media in Poland*, Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, 2016-2017, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Is%20there%20a%20chance%20for%20non-partisan%20media%20in%20Poland%20-%20Krzysztof%20Dzieciolowski%20Paper.pdf>.
21. *Eksplozja nierówności?* Red. M. Jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015.
22. Gilovich T., Ross L., *Najmądrzejszy w pokoju. Jakie korzyści możemy czerpać z najważniejszych odkryć psychologii społecznej*, Sopot 2017.
23. Głowacki M., *Political Pressure on Public Television in Poland. The Case of the National Broadcasting Council* [w:] *Comparing Media Systems in Central Europe. Between Commercialization and Politicization*, Wrocław 2008.
24. Głowacki M., *Who is journalist today? Mapping selected dimensions for comparative study on journalism* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Frankfurt am Main 2015.
25. Głowacki M., Kuś M., *Media Accountability meets Media Polarisation: A Case Study from Poland*, [w:] T. Eberwein, S. Fengler, M. Karmasin (red.), *Media Accountability at the Crossroads*. Routledge: ECREA Book Series, 2019.

26. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2005.
27. Goban- Klas T., *Dziennikarz- chory człowiek mediów?* [w:] K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska (red.), *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wrocław 2016.
28. Godzic W., *Telewizja dla dziennikarzy – telewizja dla widzów* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2012.
29. Golka B., *Wstęp*, [w:] J. Adamowski, B. Golka, E. Stasiak- Jazukiewicz, *Wybrane systemy informacji masowej*, Warszawa 1996.
30. Golka B., *Zagraniczne systemy informacji masowej – zagadnienia teoretyczne*, [w:] J. Adamowski, B. Golka, E. Stasiak-Jazukiewicz, *Wybrane systemy informacji masowej, część II*, Warszawa 1996.
31. Grzeszczak J., *Bieguny wzrostu a formy przestrzeni spolaryzowanej.*, *Prace geograficzne* nr 173, Wrocław 1999.
32. Hallin D.C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.
33. Hrvatin S.B., Pektovic B., *Własność medialna i jej oddziaływanie na niezależność oraz pluralizm mediów w Europie południowo-wschodniej i nowych krajach członkowskich Unii Europejskiej* [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005.
34. Jakubowicz K., *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 101.
35. Jarosz M., *Jedna Polska? Zarys przywilejów*, [w:] *Polskie bieguny*, red. M. Jarosz, Warszawa 2013.
36. Jaskiernia A., *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006.
37. Jaskiernia A., *Media masowe w demokratycznych procesach wyborczych. Standardy europejskie i uwarunkowania ich realizacji*, Warszawa 2008.
38. Jastrzębski J., *Misja, „czwarta władza” czy biznes? O potrójnej naturze mediów*, [w:] *Media a demokracja*, red. L. Pokrzycka, W. Micha, Lublin 2007.
39. Jenkins H., *Kultura Konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.
40. Klepka R., *Medialna walka o dobrą zmianę. Obraz wyborów parlamentarnych w 2015 roku w wybranych mediach*, Kraków, 2018, s. 36.
http://libron.pl/katalog/czytaj/id/293?fbclid=IwAR3sAG7ubSvxdjTw_K1NFsCkILA0DRRpc25MX-QP6aWyUQkf_Ye0FGUa_Wg, [dostęp: 01.10.2018].

41. Klimkiewicz B., *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów* [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005.
42. Kolczyński M., Mazur M., *Wojna na wrażenia*, Warszawa 2007.
43. Komornicki T. (et al.), *Powiązania funkcjonalne pomiędzy polskimi metropoliami*, Warszawa 2013.
44. Kot S. M., *Polaryzacja ekonomiczna. Teoria i zastosowanie*, Warszawa 2008.
45. Kowalski T., *Media i pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego*, Warszawa 1998.
46. Kowalski T., Jung B., *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006.
47. Kozak M.W., *Dysproporcje regionalne. Postawy i reakcje społeczeństwa.*, [w:] *Polskie bieguny*, red. M. Jarosz, Warszawa 2018.
48. *Leksykon politologii wraz z aneksem: partie, parlament, wybory*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, wyd. II popr., Wrocław 1996.
49. Łagowski B., *Upartyjnione państwo, upartyjniony Kościół*, „Przeгляд”, 2 stycznia 2011, s. 11. [w:] *Eksplozja nierówności?* red. M. Jarosz, M.W. Kozak, Warszawa 2015.
50. McQuil D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.
51. Michalczyk S., *Spółeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008.
52. Mucha J., *Socjoterapeutyczne aspekty zarządzania sytuacją konfliktową w wymiarze jednostkowym i społecznym. Kilka uwag wprowadzających* [w:] *Rozwiązywanie sytuacji konfliktowych w wymiarze jednostkowym i społecznym*, red. M. Plucińska, Poznań 2014.
53. Nygren G., *Media development and Professional autonomy* [w:] *Journalism in Change. Journalistic Culture in Poland Russia and Sweden*, Studies in Communication and Politics vol. 3, (eds.) G. Nygren, B. Dobek – Ostrowska, Frankfurt am Main 2015.
54. Olczyk T., *Politrozrywka i popperswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*, Warszawa 2009.
55. Panek T., *Polaryzacja ekonomiczna w Polsce*, *Wiadomości Statystyczne*, Rok LXII 1 (668) 2017, 41-61, s. 42.

56. Pawlik G., *Stronniczość polityczna mediów w demokracji* [w:] M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Katowice 2009.
57. Pisarek W., *Kodeksy etyki dziennikarskiej* [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2008.
58. Pleszczyński J., *Dziennikarstwo a regulatory życia społecznego*, [w:] M. Drożdż, I. S. Fiut i inni, *Człowiek w świecie mediów*, Kraków Kielce 2012.
59. Pokorna- Ignatowicz K., red., *Wybory parlamentarne 2007. Media w kampanii wyborczej*, Kraków 2008.
60. *Polaryzacja – definicja*, Słownik Współczesnego Języka Polskiego, Tom 2, Warszawa 1998.
61. *Polskie bieguny, Społeczeństwo w czasach kryzysu*, red. Marta Jarosz, Warszawa 2013.
62. Poskrobko T., *Nowe koncepcje i teorie rozwoju w ekonomii* [w:] S. Czaja, T. Poskrobko (red.), *Wyzwania współczesnej ekonomii*, Warszawa 2012.
63. Rafałowski W., *Fragmentacja i polaryzacja systemów partyjnych w krajach postkomunistycznych*, Warszawa 2014.
64. Sartori G., *Parties and party systems: a framework for analysis* vol. 1, Cambridge London New York Melbourne: Cambridge University Press, 1976.
65. Sasińska-Klas T., *Wprowadzenie* [w:] *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, Toruń 2007.
66. Seklecka A., *Polityka- media – manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku*, Toruń 2011.
67. Seymour-Ure C., *The Political Impact of Mass Media*, London, s. 53 [w:] *Mało znane systemy medialne*, red. Z. Oniszczyk, M. Gierula, Sosnowiec 2007.
68. Siezieniewska K., *Zawód dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, Warszawa 2014.
69. Sokół W., Żmigrodzki M., *Współczesne partie i systemy partyjne. Zagadnienia teorii i praktyki politycznej*, Lublin 2005.
70. Szawiel T., *Podział lewica – prawica w polityce w szerszym kontekście kulturowym* [w:] M. Grabowska, T. Szawiel, *Budowanie demokracji. Podziały społeczne, partie polityczne i społeczeństwo obywatelskie w postkomunistycznej Polsce*, Warszawa 2001.

71. Tarkowski M., *Centra i peryferie rozwoju społeczno – gospodarczego w Polsce w okresie transformacji ustrojowej*, Gdynia – Pelpin 2008.
72. Urbán Á., Polyák G., Szász Z., *Hungary. Media Transformation Derailed* [w:] *Media in Third-Wave Democracies Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, (ed.) P. Bajomi-Lazar, L' Harmattan, Budapeszt 2017.
73. Wierzbica T., *Rola mediów masowych w komunikowaniu politycznym ze szczególnym uwzględnieniem telewizji i Internetu*, [w:] *Współczesne kampanie wyborcze w Polsce: koncepcje, dylematy i praktyka komunikowania politycznego*, red. M. Kolczyński, Katowice 2013.
74. Wnuk-Lipiński E., *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2005.
75. *Wprowadzenie* [w:] *Współczesne kampanie wyborcze w Polsce i na świecie*, (red.) P. Jakubowski, E. Kancik, Lublin 2013.
76. Yin R.K., *Case Study Research: Design and Methods*, 4th ed., Thousands Oaks California, 2009.
77. Zielonka J. (ed.), *Media and Politics in New Democracies: Europe in a Comparative Perspective*. New York: Oxford University Press 2015.

Raporty i Analizy

1. Borkowska M., *Pluralizm kulturowy w polskich mediach elektronicznych*, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 2013, s. 24-25
http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/pluralizm_kulturowy_012013.pdf, [dostęp: 15.05.2020].
2. *Journalism In The Age of Populism and Polarisation: Insights from the Migration Debate in Italy*, The London School of Economics and Political Science, 2019
<http://www.lse.ac.uk/iga/assets/documents/research-and-publications/Italy-migration-report.pdf>, [dostęp: 15.05.2020].
3. Feliksiak M. (oprac.), *Odbiór kampanii wyborczej i aktywność polityczna w internecie przed wyborami do Parlamentu Europejskiego*, Komunikat z badań nr 86/2019, s. 1. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_086_19.PDF, [dostęp: 26.06.2020].
4. Głowacki M., *Pluralizm własności i kontroli mediów*, [w:] *Pluralizm w polskich mediach elektronicznych*, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przygotował zespół Centrum Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego, Warszawa, 17.12.2012r., s. 7-8.

- http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/1_1-prezentacja_pluralizm-w--polskich-mediach-elektronicznyc.pdf,
[dostęp: 01.09.2018].
5. Klimkiewicz B., *Pluralism in a Hybrid Media Environment from the User Perspective*, Research Project Report December 2019, 2019/02, s. 15. https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65604/CMPF_2019_02.pdf?sequence=4&isAllowed=y [dostęp: 29.01.2020].
 6. Kłosińska K., Zimny R., Żukiewicz P., Sprawozdanie ze stanu ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej, 2018, https://rjp.pan.pl/images/Sprawozdanie_o_stanie_ochrony_jez._pol._2016-2017.pdf, [dostęp: 24.10.2020].
 7. Luty P., *Zawód: dziennikarz – znamy wyniki ankiety SDP*, marzec 2011, <http://old.sdp.pl/aktualnosci/5710,zawod-dziennikarz-znamy-wyniki-ankiety-sdp,1299689232>, [dostęp:22.09.2018].
 8. Newman N., Fletchel R., et.al., *Digital News Report 2019*, Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf [dostęp: 29.01.2020], s. 44.
 9. *Media Polarization „à la française”?* Comparing the French and American Ecosystems, Institut Montaigne, 2019 <https://www.institutmontaigne.org/ressources/pdfs/publications/media-polarization-a-la-francaise-rapport.pdf>, [dostęp: 15.05.2020].
 10. Omyła- Rudzka M., (oprac.), *Wiarygodność mediów*, Komunikat z badań CBOS nr 70 /2019, s.5. https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_070_19.PDF, [dostęp: 25.06.2020].
 11. Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory samorządowe 2018, Frekwencja*, 21.10.2018 <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/2110#f1000000>, [dostęp: 25.12.2019].
 12. *Pluralism Under Attack. The Assault on Press Freedom in Poland*, Freedom House, 2017, https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FH_Poland_Media_Report_Final_2017.pdf [dostęp 5.02.2019].
 13. *Polacy o wiarygodności informacji TVP , TVN i Polsat. Najbardziej krytycznie oceniona telewizja publiczna. BADANIE. 27.05.2019*, <https://wiadomosci.dziennik.pl/media/artykuly/598820,txp-tvn-polsat-wiarygdnoc-informacje-media-cbos-bezstronnosc.html>, [dostęp: 25.06.2020].

14. *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, European Parliamentary Research Service, 2019, s. 11-12.
15. *Polarisation and the news media in Europe. A literature review of the effect of news use on polarisation across Europe*, European Parliamentary Research Service, 2019, s. 39-40.
16. *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*, European Parliamentary Research Service, Scientific Foresight Unit (STOA) PE 634.414 – March 2019,
17. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU\(2019\)634414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU(2019)634414_EN.pdf), [dostęp: 10.05.2019].
18. *Spoleczne oceny uczciwości i rzetelności zawodowej*, Komunikat z Badań nr 34/2016, Warszawa 2016,
https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_034_16.PDF [dostęp: 22.08.2018].
19. Wprowadzenie, *Pluralizm w polskich mediach elektronicznych*, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przygotował zespół Centrum Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego, Warszawa,
http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/1_1-prezentacja_pluralizm-w--polskich-mediach-elektronicznych.pdf [dostęp: 01.09.2018].
20. *Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020r.*,
<https://prezydent20200628.pkw.gov.pl/prezydent20200628/>
[dostęp: 12.11.2020].
21. *Wybory samorządowe 2018. Frekwencja końcowa*.
<https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/frekwencja/0411#f1000001>
[dostęp: 13.07.2020].
22. Raport Freedom House, *Freedom in the World 2018: Democracy in crisis*, Waszyngton 16.01.2018,
https://freedomhouse.org/sites/default/files/01042018_FINAL_PressRelease_FIW2018.pdf, [dostęp: 08.11.2018].
23. *Freedom in the World 2018, Poland*, Freedom House, 2018,
<https://freedomhouse.org/country/poland/freedom-world/2018>,
[dostęp: 08.11.2018].

24. *Freedom of the Press 2017. Press Freedom's Dark Horizon*, Freedom House, 2017, s.28. https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28_1.pdf, [dostęp: 08.11.2018].
25. *2020 World Press Freedom Index*, Reporterzy bez Granic, 2020, <https://rsf.org/en/ranking/2020>, [dostęp: 03.07.2020].
26. *2018 Edelman Trust Barometer, Global Report*, 21.01.2018, https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf, [dostęp: 17.08.2018].
27. *2017 World Press Freedom Index – tipping point*, Freedom House, 2017, <https://rsf.org/en/2017-world-press-freedom-index-tipping-point> [dostęp: 08.11.2018].

Artykuły Naukowe

1. Antoniucci V., Marella G., *Is social polarization related to urban density? Evidence from the Italian housing market*, *Landscape and Urban Planning*, Volume 177 (2018), s. 340-349.
2. *Arnold Mindell i psychologia procesu*, <https://nowewzorce.pl/arnold-mindell-psychologia-procesu/> [dostęp:29.06.2018].
3. Bessi A., Zollo F., Del Vicario M., et al., *Users Polarization on Facebook and Youtube*, https://www.researchgate.net/publication/301926189_Users_Polarization_on_Facebook_and_Youtube#pf17, [dostęp: 29.01.2020].
4. Brüggemann M., et al, *Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems*, *International Journal of Communication* 64(2014), s. 1037-1065.
5. Brzeziński M., *Income polarization and economic growth*, National Bank of Poland Working Paper no. 147, Warszawa 2013.
6. Brzoska P., Nowak B., *Falsz w erze mediów społecznościowych, czyli różnice indywidualne, banki informacyjne i podatność na fake newsy*, s. 21-27., https://www.researchgate.net/profile/Pawel_Brzoska/publication/335525696_Falsz_w_erze_mediow_spoecznościowych_czyli_roznice_indywidualne_banki_informacyjne_i_podatnosc_na_fake_newsy/links/5d6aa8baa6fdcc547d7002b5/Fal

- sz-w-erze-mediow-spolesnosciovych-czyli-roznice-indywidualne-banki-informacyjne-i-podatnosc-na-fake-newsy.pdf, [dostęp: 23.01.2020].
7. *Ciekawe badania CBOS. Kto i jaką telewizję ogląda? Jak ją ocenia i czy traktuje jako wiarygodną? Sprawdź wyniki!*, wPolityce.pl, 9 maja 2017, <https://wpolityce.pl/media/339036-ciekawe-badanie-cbos-kto-i-jaka-telewizje-oglada-jak-ja-ocenia-i-czy-traktuje-jako-wiarygodna-sprawdz-wyniki> [dostęp: 27.01.2020].
 8. De-Wit L., Brick C., Van Der Linden S., *Are Social Media Driving Political Polarization?*https://greatergood.berkeley.edu/article/item/is_social_media_driving_political_polarization [dostęp: 29.01.2020].
 9. Dąbrowski A., *Wpływ emocji na poznawanie*, Przegląd Filozoficzny – Nowa Seria R. 21: 2012, Nr 3 (83), Filozofia umysłu i kognitywistyka, s. 315-335.
 10. Dobek- Ostrowska B., *System partyjny a media w Polsce - zależności i relacje*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 2(41) 2010, s. 13-25.
 11. Ceglińska A., Kopeć-Ziemczyk K., *Wpływ kampanii politycznej w mediach społecznościowych na zachowania wyborcze młodych Polaków*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 1(64), Warszawa 2016, s. 57-70.
 12. Francuz P., *Dziennikarz wobec wyborów. Wpływ mediów na przebieg i wyniki politycznych kampanii wyborczych*, s. 167 – 179., https://www.researchgate.net/publication/259564038_Wplyw_mediow_na_przebieg_i_wyniki_politycznych_kampanii_wyborczych, [dostęp: 26.06.2020].
 13. Garstka T., *Teoria i praktyka terapii Gestalt. Część I. elementarne wprowadzenie*, <http://www.psychologia.edu.pl/czytelnia/50-artykuly/1036-teoria-i-praktyka-terapii-gestalt-czesc-i-elementarne-wprowadzenie.html> [dostęp: 29.06.2018].
 14. Goban-Klas T., *Współczesnych mediów obraz przemocy i jego konsekwencje*, s.1-9., http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/wspczesnych_mediow_obraz_przemocy.pdf, [dostęp: 26.06.2020].
 15. Golka B., *Etyka dziennikarska – utopia czy ratunek? Zeszyty Prasoznawcze NR 1-2 (141-142) R. XXXVIII*, Kraków 1995, s. 22- 33.
 16. Herrero L.C., et al, *Rethinking Hallin and Macini Beyond the West: An Analysis of Media System in Cental and Eaastern Europe*, *International Journal of Communication* 11(2017), s. 4797–4823., <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/6035/2196> [dostęp: 01.11.2020].

17. Klepka R., *Ewolucja Wiadomości TVP 1: od medialnej stroniczości do propagandy politycznej*, s. 244- 253.,
http://rep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/1880/Klepka_-_Ewolucja_Wiadomosci_TVP1_od_medialnej_st.pdf?sequence=1&isAllowed=y, [dostęp: 07.11.2018].
18. Klimkiewicz B., *Zderzenie standardów racjonalności? Pluralizm mediów w europejskiej polityce medialnej*, *Global Media Journal – Polish Edition*, No. 1, Spring 2006, s.221- 235.
19. Kowalczyk K., *Partie polityczne i ich elektoraty wobec kwestii nowelizacji ustawy antyaborcyjnej w Polsce (2007-2011)*, *Opuscula Sociologica*, nr 2, 2014, 19-29.,
<http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-aff6ad62-9d11-4e54-98d7-e7c75c640b0b>, [dostęp: 19.07.2018].
20. Kuźmicka K., *Multitasking medialny*, *Refleksje. Pismo naukowe studentów i doktorantów WNPiD UAM*, Nr 2, jesień – zima 2010, s.35- 44.
21. Markowski R., *Współzawodnictwo w polskim systemie partyjnym w wyborach 2001 roku*, *Studia Polityczne*, nr 13, Warszawa 2002, s. 35-66.
22. Markowski R., *Rozłamy socjopolityczne: o zamyśle klasyków o tym, jak ich rozumiano, poprawiano i testowano*, *Studia Polityczne* nr 10, Warszawa 2000, s. 7-40.
23. Olechowska P., *Ideologiczne podziały mediów na gruncie teorii kultury dziennikarskiej Thomasa Hanitzscha (rozważania na podstawie analizy treści czasopism „Press” i „Forum Dziennikarzy” z lat 2012-2016)*, *Polityka i Społeczeństwo* 4(15)/ 2017, s. 56-70.
24. Oniszczyk Z., *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, [w:] *Studia Medioznawcze*, nr 4 (47) 2011, s. 11-21.
25. Oniszczyk Z., *Relacje między mediami a systemem politycznym w niemieckiej nauce o komunikowaniu*, *Zeszyty Prasoznawcze*, 2000, nr 3-4, s. 99-184.
26. Peruško Z., Vozab D., Čuvalo A., *Audiences as a Source of Agency in Media Systems: Post-socialist Europe in Comparative Perspective*, *Medialni Studia* nr 2/2013, s. 137-154.
27. Pokorna – Ignatowicz K., *Problemy zawodowe dziennikarzy w Polsce u progu nowego wieku na podstawie analizy branżowego miesięcznika „Press”*, *Studia Medioznawcze*, nr. 3 (4) 2001, s. 23-34.

28. Sobczak B., *Kształcenie dziennikarzy. Wyzwania, koncepcje, metody*, Polonistyka. Innowacje nr 4, 2016, s.31-44.
29. Sokół W., *Kryterium ideologiczne i programowe w klasyfikacji partii politycznych*, Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K, Politologia 4, 1997, s. 89-98.
30. Stępińska A., Ossowski S., *Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe* [w:] Studia Medioznawcze nr 1 (44) 2011, s. 17-28. https://studiamedioznawcze.pl/Numery/2011_1_44/stepinska-en.pdf [dostęp:15.09.2018].
31. Śleszyński P., *Obszar Metropolitalny Warszawy a rozwój Mazowsza. Wybrane wyniki badań prowadzonych w projekcie „Trendy Rozwojowe Mazowsza”*, Studia Regionalne i Lokalne, nr 3(61)/2015, s. 43 – 66.
32. Trębacz P., *Kurczenie się miasta na przykładzie Detroit*, Teza Komisji Architektury, Urbanistyki i Studiów Krajobrazowych – OL PAN, IX_3/ 2013, 84-96. <http://journals.pan.pl/Content/94637/mainfile.pdf?handler=pdf>, [dostęp: 19.01.2020].
33. Urbaniak P., *Innowacyjne instrumenty odpowiedzialności mediów w wybranych europejskich systemach medialnych*, Dziennikarstwo i media 3 (2012), s. 179-189.
34. Wietoszko R., *Ideologiczne narracje tożsamościowe w mediach – wymiar informacyjny i konsekwencje ekonomiczne*, Media Biznes Kultura, numer 1(4) 2018, s.53 -69. <http://www.ejournals.eu/MBK/2018/4-2018/art/12157/>, [dostęp: 25.06.2020].
35. Wnuk M., *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe? Najnowszy dyskurs parlamentarny o mediach w kontekście zmian w ustawie o radiofonii i telewizji*, [w:] Studia Medioznawcze, nr 3(66) 2016, s. 77 – 91.
36. Zaborowski R., *“Tickers of terror” – the crisis of Polish media as told by news crawls*, 8 listopada 2018, <https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/tickers-of-terror-crisis-of-polish-media-as-told-by-news-crawls>, [dostęp: 13.02.2019].

Materiały konferencyjne

1. Dobek – Ostrowska B., *Democracy and media in Central Europe: Poland in a comparative perspective*, The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media

Self – regulation in Poland, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.

2. Nożewski J., *From media to political participation. The media role in social polarization of Polish Twitter users during the 2020 presidential elections*, The 4th Pillar of Democracy: Free Media and Media Self – regulation in Poland, Konferencja naukowa, Warszawa 25.09.2020r., organizatorami konferencji był Międzynarodowy Instytut Dziennikarstwa Ericha Brosta oraz Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie.
3. *O roli mediów w relacjonowaniu kampanii wyborczych*, Konferencja „Media i wybory”, 27.06.2011, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/archiwum-wiadomosci/news,381,o-roli-mediow-w-relacjonowaniu-kampanii-wyborczych.html>
4. *O własności mediów w Polsce. Konferencja CMWP SDP*, marzec 2018, <https://politykapolska.eu/2018/03/22/o-wlasnosci-mediow-w-polsce-konferencja-cmwp-sdp/>, [dostęp: 11.11.2018]
5. *Polaryzacja polityczna i społeczna w Europie*, <https://www.euractiv.pl/wydarzenie/polaryzacja-polityczna-i-spoeczna-w-europie/> [dostęp: 12.05.2010].

Artykuły Prasowe

1. #20latFaktówTVN. *Dziękujemy, że jesteście z nami!*, 03.10.2017, <https://fakty.tvn24.pl/20-lat-faktow-tvn,103/20latfaktowtvn-dziekujemy-ze-jestescie-z-nami,778004.html>, [dostęp: 06.11.2018].
2. Abramowitz M. J., *Freedom of the Press 2017. Press Freedom's Dark Horizon*, <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/press-freedoms-dark-horizon>, [dostęp: 08.11.2018].
3. *Apel Dziennikarzy Roku o szacunek dla nagrodzenia Rymanowskiego*, 22.12.2008, <https://www.press.pl/tresc/15711,apel-dziennikarzy-roku-o-szacunek-dla-nagrodzenia-rymanowskiego>, [dostęp: 17.09.2018].
4. Balinowski P., *Szef PKW o działaniu kandydatów na prezydenta Warszawy: To niedopuszczalne* 30.04.2018, <https://www.rmfm24.pl/fakty/polska/news-szef-pkw-o-dzialaniach-kandydatow-na-prezydenta-warszawy-to,-nId,2575789>, [dostęp: 25.12.2019].

- 16/demonstracja-przed-siedziba-tvp-stop-propagandzie-nienawisci-telewizja-publiczna-odpiera-zarzuty/, [dostęp: 15.02.2019].
15. Długowski Ł., wywiad, *Bez etyki nie ma gazety*, Gazeta Wyborcza 6.12.2014, http://wyborcza.pl/magazyn/1,142463,17086199,Bez_etyki_nie_ma_gazety.html [dostęp: 26.06.2018].
 16. Drogosz M., *My kontra oni*, Charaktery, <https://charaktery.eu/psychowiesci/4516> [dostęp: 23.02.2020].
 17. *Duże miasta, duża porażka. PiS traci swoich prezydentów*, 05.11.2018, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Wybory-samorzadowe-2018/Informacje/Duze-miasto-duza-porazka.-Gdzie-wygrywa-PiS-W-jakich-miastach>, [dostęp: 25.12.2019].
 18. *Dziennikarstwo – umierający zawód*, E. Wanat w wywiadzie dla wirtualne media.pl <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/dziennikarstwo-umierajacy-zawod>, dostęp [17.09.2018].
 19. *Dziennikarze protestowali przeciwko utrudnianiu im pracy przez Kancelarię Sejmu*, <https://www.press.pl/tresc/53235,dziennikarze-protestowali-przeciwko-utrudnianiu-im-pracy-przez-kancelarie-sejmu>, [dostęp:08.11.2018].
 20. *Ekonomiczna Nagroda Nobla za walkę z ubóstwem. Laureaci to Banarjee, Duflo i Kremer*, 14.10.2019, <https://forsal.pl/artykuly/1434866,banerjee-duflo-i-kremer-laureatami-nagrody-nobla-w-dziedzinie-ekonomii.html>, [dostęp: 22.01.2020].
 21. „Fakty” odpowiadają na krytykę w „Wiadomościach”: w przeciwieństwie do tv państwowej jesteśmy niezależni, 18.04.2020, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/fakty-odpowiadaja-na-krytyke-w-wiadomosciach-w-przeciwienstwie-do-tv-panstwowej-jestesmy-niezalezni>, [dostęp: 25.06.2020].
 22. Ferfecki W., *Ludzie prezydenta przejmują stery w TVP*, 15.03.2019, <https://www.rp.pl/Media/303149879-Ludzie-prezydenta-przejmuja-stery-w-TVP.html>, [dostęp: 16.06.2020].
 23. *Freedom of the Press 2017. Press Freedom’s Dark Horizon*, Freedom House, za: *Polska z największym na świecie spadkiem wolności mediów. Przyczyną działania rządu. Kaczyński obok Trumpa, Putina i Erdogana*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/wolnosc-mediow-w-polsce-2017-r-z->

- największym-spadkiem-wskutek-dzialan-rzadu-kaczynski-obok-trumpa-putina-i-erdogana, [dostęp: 08.11.2018].
24. *Freedom in the World 2018. Democracy in crisis*, za: *Freedom House: zmalala wolność w Polsce, publiczne media tak jak na Węgrzech oczerniają opozycję*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/freedom-house-zmalala-wolnosc-w-polsce-publiczne-media-oczerniaja-opozycje>, [dostęp: 08.11.2018].
 25. Goluch B., *TVP szykuje pozwy. „Nie mieliśmy żadnego związku ze śmiercią Adamowicza”*, 21.01.2019, <https://wiadomosci.wp.pl/tvp-szykuje-pozwy-nie-mielismy-zadnego-zwiazku-ze-smiercia-adamowicza-6340969188104321a>, [dostęp: 15.02.2019].
 26. Gołębiewski F., *Doceniajmy ostatnich dobrych dziennikarzy*, 30.04.2019, <https://klubjagiellonski.pl/2019/04/30/doceniajmy-ostatnich-dobrych-dziennikarzy/>, [dostęp: 16.06.2020].
 27. Gostkiewicz M., *Prof. Mikolejko: Religia smoleńska jest złem. Kiedy się wypali, Polska będzie musiała przejść narodową psychoterapię*, <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,21607007,prof-mikolejko-religia-smolenska-jest-zlem-kiedy-sie-wypali.html>, [dostęp: 20.07.2018].
 28. Grzegorzczak P., *To tylko narzędzie. Media według Kaczyńskiego*, 25.05.2016, <https://klubjagiellonski.pl/2016/05/25/tylko-narzedzie-media-wedlug-kaczynskiego/> [dostęp: 27.10.2018].
 29. „GW”, „Polityka” i Lis na marszu KOD, *Sakiewicz przemawiał na marszu dla rządu PiS. „To obciach i upadek”*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/gw-polityka-i-lis-na-marszu-kod-sakiewicz-przemawial-na-marszu-dla-rzadu-pis-to-obciach-i-upadek>, [dostęp: 10.02.2019].
 30. *Jacek Kurski wróci na stanowisko prezesa TVP? Data jest nieprzypadkowa*, 17.06.2020, <https://kultura.onet.pl/wiadomosci/jacek-kurski-ponownie-prezesem-tvp-po-wyborach-prezydenckich/5xed3by>, [dostęp: 18.06.2020].
 31. *Jacek Kurski wrócił do zarządu TVP. „Szczyt upokorzenia” Andrzeja Dudy*, 25.05.2020, <https://tvn24.pl/polska/jacek-kurski-wrocil-do-zarzadu-tvp-komentarz-opozycji-4593195>, [dostęp: 18.06.2020].
 32. *Jacek Kurski marzy o obiektywnej TVP, ale to TVN i Polsat nie dają jej wyboru*, 19.10.2017, <https://www.newsweek.pl/polska/polityka/jacek-kurski-marzy-o-obiektywnej-tvp-ale-to-tvn-i-polsat-nie-daja-jej-wyboru/6mjryvh>, [dostęp: 23.06.2020].

33. *Jest ostateczna decyzja KRRiT w sprawie milionowej kary dla TVN*, 10.01.2018, Jest ostateczna decyzja KRRiT w sprawie milionowej kary dla TVN, 10.01.2017, <https://www.wprost.pl/kraj/10097259/jest-ostateczna-decyzja-krrit-w-sprawie-milionowej-kary-dla-tvn.html>, [dostęp: 06.11.2018].
34. *Kaczyński o ofiarach spod Smoleńska: „Zostali zdradzeni o świcie”*, <https://www.newsweek.pl/polska/kaczynski-o-ofiarach-spod-smolenska-zostali-zdradzeni-o-swicie/wrye9xj> [dostęp: 13.05.2019].
35. *Kara dla TVN24 uchylona przez KRRiT. Jest reakcja stacji*, 11.01.2018. <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/kara-tvn24-krrit- stanowisko,182,0,2396086.html>, [dostęp: 06.11.2018].
36. *Kara dla TVN. KRRiT publikuje raport Hanny Karp*, 13.02.2018. <https://www.rp.pl/Prawo-dla-Ciebie/302139964-Kara-dla-TVN-KRRiT- publikuje-raport-Hanny-Karp.html>, [dostęp: 06.11.2018].
37. *Katastrofa smoleńska. "Polaryzacja jest tak silna, że część Polaków i tak nie uwierzy w wyjaśnienia podkomisji"*, Karol Gac dla Polskiego Radia <https://www.polskieradio.pl/130/5925/Artykul/1887959,Katastrofa-smolenska-Polaryzacja-jest-tak-silna-ze-czesc-Polakow-i-tak-nie-uwierzy-w-wyjasnienia-podkomisji> [dostęp:20.07.2018].
38. *Kodeks wyborczy. Nowe przepisy wchodzi w życie. Jakie zmiany podczas wyborów?*, 31.01.2018 <https://www.portalsamorzadowy.pl/polityka-i-spoleszenstwo/kodeks-wyborczy-nowe-przepisy-wchodza-w-zycie-jakie-zmiany-podczas-wyborow,103470.html>, [dostęp: 25.12.2019].
39. Kolanko M., *Polaryzacja w mediach – czy na pewno jest szkodliwa?*, <https://gazetakoncept.pl/artykuly/polaryzacja-w-mediach-czy-na-pewno-jest-szkodliwa,491,b.html>, [dostęp: 17.07.2018].
40. Kolanko M., *Polska podzielona po wyborach prezydenckich*, 13.07.2020, <https://www.rp.pl/Wybory-prezydenckie-2020/200719810-Polska-podzielona-po-wyborach-prezydenckich.html>, [dostęp: 13.07.2020]
41. Kołacz I., Kozielski M., *Kandydaci na prezydenta chcą debatować sami ze sobą*, 06.07.2020, https://www.press.pl/tresc/62400,kandydaci-na-prezydenta-chca-debatowac-sami-ze-soba?fbclid=IwAR0AX-mRYav0SGTYajLyDZZBXI__Ftr0KajYgmQa3M6F4W2XIa_d2RLNy_8, [dostęp: 13.07.2020].

42. *Konflikt o Dziennikarza Roku; odwołany program w TVN24*, 18.12.2008, <https://wiadomosci.wp.pl/konflikt-o-dziennikarza-roku-odwolany-program-w-tvn24-6036932070421633a>, [dostęp: 17.09.2018].
43. Korzeniowska K., Uhlig D., *Wybory samorządowe. 107 miast prezydenckich. Ile wzięły partie?*, 05.11.2018, <https://sonar.wyborcza.pl/sonar/7,156422,24129216,wybory-samorzadowe-107-miast-prezydenckich-ile-wziely-partie.html>, [dostęp: 25.11.2019].
44. Kubica P., *Rekordowo niskie poparcie prezydenta Trumpa w US i Europie. Lubią go za to... Polacy*, <http://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103454,22939894,rekordowo-niskie-poparcie-prezydenta-trumpa-w-usa-i-europie.html>, [dostęp: 01.12.2018].
45. Książkiewicz K., *Agresja – definicja, zjawiska, rodzaje*, <http://katarzynaksiazkiewicz.pl/agresja-definicja-zjawiska-rodzaje/>, [dostęp: 25.06.2020].
46. Kubicka-Żach K., *Wybrano już wszystkich wójtów, burmistrzów i prezydentów; frekwencja w II turze to 48, 83 proc.*, 05.11.2018, <https://www.prawo.pl/samorzad/wybory-samorzadowe-2018-wyniki-drugiej-tury-glosowania-i,324791.html>, [dostęp: 25.12.2019].
47. Kurdupski M., *„Fakty” najchętniej oglądane we wrześniu. Wszystkie dzienniki na minusie*, 03.10.2018, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-wrzesien-2018-fakty-liderem>, [dostęp: 07.11.2018].
48. Madejski M., *Pieniądze dla TVP. Kolejne miliardy z budżet państwa płyną do mediów publicznych*, 14.02.2020, <https://www.money.pl/gospodarka/pieniadze-dla-tvp-kolejne-miliardy-z-budzetu-panstwa-plyna-do-mediow-publicznych-6478515859457665a.html>
49. Madejski M., *Prezydent zgodził się na przekazanie mediom publicznym prawie 2 mld zł. Łączna kwota rządowej pomocy dla TVP sięgnęła prawie 4 mld zł*, 06.03.2020, <https://www.money.pl/gospodarka/prezydent-zgodzil-sie-na-przekazanie-mediom-publicznym-prawie-2-mld-zl-laczna-kwota-rzadowej-pomocy-dla-tvp-siegnela-prawie-4-mld-zl-6485705442416257a.html>, [dostęp: 18.06.2020].
50. Makowski M., *Makowski: „Prezydenckie „debaty korespondencyjne”. Przegrany jest tylko jeden*, 07.07.2020, <https://opinie.wp.pl/makowski-prezydenckie-debaty-korespondencyjne-przegrany-jest-tylko-jeden-opinia-6529430237517953a>, [dostęp: 13.07.2020].

51. Marczak G., *Polaryzacja polskich mediów jest smutna i zła*, 2015, <https://antyweb.pl/polaryzacja-polskich-mediow-jest-smutna-i-zla/> [dostęp: 17.07.2018].
52. *Mowa nienawiści. Akty oskarżenia* <https://polskatimes.pl/mowa-nienawisci-akty-oskarzenia-na-pogrzebie-pawla-adamowicza/ar/13823389>, [dostęp: 15.02.2019].
53. *Nowa ustawa medialna przegłosowana. Platforma dogadała się z SLD*, 2010, <https://www.se.pl/wiadomosci/polska/nowa-ustawa-medialna-przeglosowana-platforma-dogad-aa-3ygd-f1WK-wj7e.html>, [dostęp 29.10.2018].
54. Leszczyński A., *Czy Polacy mogą się pogodzić w sprawie Smoleńska? Dr. Łuczewski: „Tylko cud jest możliwy”*, <https://oko.press/czy-polacy-moga-sie-pogodzic-w-sprawie-smolenska-dr-luczewski-tylko-cud-jest-mozliwy/>, [dostęp: 20.07.2018].
55. Lisiewicz P., *Smoleńsk – koniec zgody na III RP, czyli wojna albo...* <http://telewizjarepublika.pl/smolensk-koniec-zgody-na-iii-rp-czyli-wojna-albo,46980.html> [dostęp: 20.07.2018].
56. Majmurek J., *Katastrofa Smoleńska niczego nas nie nauczyła*, Newsweek, 2018, <http://www.newsweek.pl/opinie/dlaczego-katastrofa-smolenska-niczego-nas-nie-nauczyla-,artykuly,425873,1.html> [dostęp: 20.07.2018].
57. Marchwicki M., *Kampanię samorządową czas zacząć. Patryk Jaki zaatakował Rafała Trzaskowskiego za słowa o pochodzeniu*, 27.04.2018, <https://natemat.pl/236741,kto-zostanie-prezydentem-warszawy-patryk-jaki-zaatakowal-rafala-trzaskowskiego>, [dostęp:25.12.2019].
58. Mieśnik M., *Repolonizacja mediów jednak nie tak szybko. Sasin podał termin*, 22.07.2018, <https://wiadomosci.wp.pl/repolonizacja-mediow-jednak-nie-tak-szybko-sasin-podal-termin-6276113918605441a>, [dostęp:09.11.2018].
59. *Minister Emilewicz o wyborach samorządowych. Dlaczego są one takie ważne?* 19.10.2018, <https://niezalezna.pl/241380-minister-emilewicz-o-wyborach-samorzadowych-dlaczego-sa-one-tak-wazne>, [dostęp: 25.12.2019].
60. Molga T., *Debata prezydencka. Sztuczki sztabów, puste mównice, nieprzypadkowi uczestnicy. „Rafał Trzaskowski straci”*, 07.07.2020, <https://wiadomosci.wp.pl/debata-prezydencka-sztuczki-sztabow-puste-mownice-nieprzypadkowi-uczestnicy-rafal-trzaskowski-stracil-6529359201863809a>, [dostęp: 13.07.2020].

61. Nowiński A., *Kaczyńskiego nie dotyczą żadne obostrzenia. Porażające zdjęcia z rocznicy katastrofy smoleńskiej*, 10.04.2020, <https://natemat.pl/305381,obchody-rocznicy-katastrofy-smolenskiej-kaczynski-ignoruje-obostrzenia> [dostęp: 25.06.2020]
62. Nowacka: *Kaczyński wchodził na cmentarz, gdy ja nie mogłam. Teraz śmie mnie wyzywać*, 04.06.2020, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2020-06-04/kaczynski-wchodzil-na-cmentarz-gdy-ja-nie-moglam-teraz-smie-mnie-wyzywac/> [dostęp: 25.06.2020].
63. *Oficjalne wyniki wyborów. Wielkie miasta nie lubią PiS*, 05.11.2018, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/mojemiasto/1770260,1,oficjalne-wyniki-wyborow-wielkie-miasta-nie-lubia-pis.read>, [dostęp: 25.12.2019].
64. Olender A., „Prześcignęliśmy nawet rosyjską telewizję”. *Badacz mechanizmów propagandy ocenia „Wiadomości” TVP*, 09.07.2020, <https://natemat.pl/314153,wiadomosci-tvp-w-czasie-kampanii-wyborczej-medioznawca-o-propagandzie#>, [dostęp: 13.07.2020].
65. *Ona chce wyznaczać standardy? Wielowieyska krytykuje dziennikarzy TVP: „Nie zasługują na to, aby podawać im rękę. Mocna odpowiedź internautów*, 09.10.2018, <https://wpolityce.pl/polityka/415829-wielowieyska-krytykuje-dziennikarzy-tvp>, [dostęp: 25.06.2020].
66. *Ordynacja wyborcza 2018. Wybory samorządowe 2018 – jakie zmiany w znowelizowanej ordynacji wyborczej?*, 30.08.2018, <https://polskatimes.pl/ordynacja-wyborcza-2018-wybory-samorzadowe-2018-jakie-zmiany-w-znowelizowanej-ordynacji-wyborczej/ar/13446417> [dostęp: 25.12.2019].
67. Pacewicz P., *Niedziennikarz Roku*, 18.12.2008, https://wyborcza.pl/1,75248,6079642,Niedziennikarz_roku.html, [dostęp: 17.09.2018].
68. Pacewicz P., *Wiadomości dla zwolenników PiS, pozostali wolą fakty i wydarzenia*, 7.01.2017, <https://oko.press/wiadomosci-dla-zwolennikow-pis-pozostali-wola-fakty-wydarzenia/>, [dostęp: 25.07.2018]
69. Pallus P., *Zmiana prawa dotyczącego mediów coraz bliżej. Ustawa ma być gotowa jesienią*, 28.03.2017, <https://businessinsider.com.pl/media/prasa/jak-moze-wygladac-dekoncentracja-mediow-w-polsce/sddgtxh>, [dostęp: 11.11.2018].

70. Pallus P., *Eksperci krytycznie o ustawie o mediach narodowych: upolitycznienie i czystka, nie wiadomo co z finansowaniem*, 07.01.2016, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/eksperci-krytycznie-o-ustawie-o-mediach-narodowych-upolitycznienie-i-czystka-nie-wiadomo-co-z-finansowaniem>, [dostęp: 16.06.2020].
71. *Paweł Adamowicz. Prezydent Gdańska nie żyje*, <https://www.tvn24.pl/raporty/pawel-adamowicz-prezydent-gdanska-nie-zyje,1326>, [dostęp: 15.02.2019].
72. *Pawłowicz atakuje dziennikarza Faktu: „brukowiec przeciw Polakom”*. Posłanka z PiS podała termin nacjonalizacji mediów!, 05.09.2018, <https://shareinfo.pl/pawlowicz-atakuje-dziennikarza-faktu-brukowiec-przeciw-polakom-poslanka-z-pis-podala-termin-nacjonalizacji-mediow/>, [dostęp: 09.11.2018].
73. Piasecki M., *Jacek Kurski: Obiektywizm mediów jest nieosiągalny*, Rzeczpospolita 19.10.2017 <https://www.rp.pl/Rozmowy-czwartkowe/310189865-Jacek-Kurski-Obiektywizm-mediow-jest-nieosiagalny.html&preview=1>, [dostęp:29.01.2019].
74. Piórek E., *#Eksperciupday: Podsumowanie wyborów samorządowych*, 05.11.2018, <https://medium.com/upday-pl/eksperciupday-podsumowanie-wybor%C3%B3w-samorz%C4%85dowych-15f12355df8d>, [dostęp: 25.12.2019].
75. *PiS przegłosował przekazanie 1 mld 260 mln zł TVP i Polskiemu Radiu*, 22.02.2019, <https://koduj24.pl/pis-przeglosowal-przekazanie-1-mld-260-mln-zl-tvp-i-polskiemu-radiu/>
76. *PKW podała oficjalne wyniki. Andrzej Duda zwycięzcą wyborów prezydenckich [relacja na żywo]*, <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/wyniki-wyborow-2020-pkw-podala-ostateczne-dane-relacja/btbmpd5>, [dostęp: 14.07.2020].
77. *Polska spadła o 7 miejsc w rankingu wolności prasy, powodem m.in. plany repolonizacji mediów*, 26.04.2017, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ranking-wolnosci-prasy-mediow-polska-spadla-o-7-miejsc-powodem-m-in-repolonizacja-mediow>, [dostęp: 09.11.2018].
78. *Polska spadła na 62. miejsce w rankingu wolności prasy według Reporterów bez Granic*, 21.04.2020, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/polska-zajmuje-62->

- miejsce-w-rankingu-wolnosci-prasy-wedlug-reporterow-bez-granic-ponownie-spadla, [dostęp: 13.07.2020].
79. *Ponad dwa lata więzienia i 1,5 mln zł odszkodowania za spalenie wozu TVN*, 24.02.2018, <https://www.newsweek.pl/polska/woz-tvn-kara-za-spalenie-samochodu-tvn-newsweekpl/ev234d4>
80. *Premierze, zapłać za abonament*, 12.08.2013, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/donald-tusk-obiczywal-ze-zniesie-haracz-za-abonament/czgs7cx>, [dostęp: 16.06.2020].
81. *Rada Języka Polskiego apeluje do dziennikarzy i polityków: stop manipulacji i brutalizacji języka*, 24.07.2017, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/rada-jezyka-polskiego-apeluje-do-dziennikarzy-i-politykow-stop-manipulacji-i-brutalizacji-jezyka>, [dostęp:15.02.2019].
82. *Rafał Trzaskowski w Lesznie odpowiadał na pytania dziennikarzy*, <https://tvn24.pl/wybory-prezydenckie-2020/wybory-2020-rafał-trzaskowski-w-lesznie-arena-prezydencka-relacja-na-zywo-4630447>, [dostęp: 13.07.2020].
83. Rogojsz Ł., *Dr Annusewicz o wojnie polsko – polskiej: Myślę, że prawda jest na dalekiej emigracji*, <http://www.newsweek.pl/polska/dr-annusewicz-o-wojnie-polsko-polskiej--mysle--ze-prawda-jest-na-dalekiej-emigracji,91468,1,1.html>, [dostęp: 17.07.2018].
84. Różańska D., „*Wieczorami nie wychodzę sama z domu*”. *Demonstrowała przed TVP , po 25 latach straciła pracę na Poczcie Polskiej*, 15.02.2019, <https://natemat.pl/263919,monika-twarogal-po-25-latach-stracila-prace-to-przez-protest-przed-tvp>, [dostęp: 15.02.2019].
85. *Sasin o wydaniu 70 mln zł na wybory, które się nie odbyły: Demokracja kosztuje*, <https://wiadomosci.dziennik.pl/polityka/artykuly/7834928,jacek-sasin-pieniadze-wybory-demokracja-koszt-poczta-polska.html> [dostęp: 12.11.2020].
86. Sawka N. Uhlig D., Kopeć J., Korzeniowska K., *PKW podała oficjalne wyniki I tury wyborów samorządowych*, 24.10.2018, <http://biqdata.wyborcza.pl/biqdata/7,159116,24086287,pkw-podala-oficjalne-wyniki-i-tury-wyborow-samorzadowych.html?disableRedirects=true>, [dostęp: 25.12.2019].
87. Schwertner J., *Jak TVP opowiadała o Adamowiczu. [Analiza]*, https://wiadomosci.onet.pl/opinie/jak-tvp-opowiadala-o-pawle-adamowiczu-analiza/hlfgq82?utm_source=1.facebook.com_viasg_wiadomosci&utm_medium

=referral&utm_campaign=leo_automatic&srcc=ucs&utm_v=2,

[dostęp: 15.02.2019].

88. *Sellin o repolonizacji mediów: Żaden kraj UE nie dopuścił do takiej koncentracji obcego kapitału*, 29.08.2017, gazeta prawna.pl, <https://serwisy.gazetaprawna.pl/media/artykuly/1067177,sellin-o-repolonizacji-mediow-zaden-kraj-ue-nie-dopuscil-do-takiej-koncentracji-obcego-kapitalu.html>, [dostęp: 01.02.2019].
89. Sikora K., *Polskie społeczeństwo znów pękło na pół? Według „Rzeczpospolitej” uchodźcy dzielą jak Smoleńsk*, <http://natemat.pl/154117,polskie-spoleczenstwo-znowu-peklo-na-pol-wedlug-rzeczpospolitej-uchodzcy-dziela-jak-smolensk> [dostęp: 20.07.2018].
90. *Sobecka ma sposób na fake newsy: Repolonizacja mediów i będą podawały właściwe informacje*, <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114884,24146083,sobecka-ma-sposob-na-fake-newsy-repolonizacja-mediow-i-beda.html>, [dostęp: 09.11.2018].
91. Sobolewska J., *Dorota Masłowska: Polska jest horrorem podszyta*, Polityka, 21 maja 2017, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1705652,2,dorota-maslowska-polska-jest-horrorem-podszyta.read> [dostęp: 20.07.2018].
92. *Sutowski: W Smoleńsku mieliśmy tragedię, dziś mamy farsę*, Krytyka Polityczna, 11 kwietnia 2017, <http://krytykapolityczna.pl/kraj/sutowski-smolensk-tragedia-farsa/>, [dostęp: 20.07.2018].
93. Stawiany J., Kozielski M., *Justyna Pochanke żegna się z TVN*, 13.07.2020, https://www.press.pl/tresc/62474,justyna-pochanke-zegna-sie-z-tvn?fbclid=IwAR3U0snDWskU5Ns3usaUWVSDE_Wgxv3dndo_u4OnL3ZRnycl2UGRATeEm9M, [dostęp: 13.07.2020].
94. *Strajk kobiet. Kaczyński wściekły w Sejmie! „Odpowiedź za to”*, <https://www.se.pl/wiadomosci/polityka/strajk-kobiet-kaczynski-wsciekly-w-sejmie-odpowiedzie-za-to-aa-TYsf-BAjq-yqcB.html> [dostęp: 12.11.2020].
95. Szeliga A., *PiS chce zmienić sposób pracy dziennikarzy w Sejmie. Początek ograniczania wolności czy koniec dziennikarstwa „tabunowego”? (opinie)*, 19.12.2016, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/pis-chce-zmienic-sposob-pracy-dziennikarzy-w-sejmie-poczatek-ograniczania-wolnoscicy-koniec-dziennikarstwa-tabunowego-opinie>, [dostęp: 08.11.2018].

96. „*Taki język jest niedopuszczalny*”. *Publicyści o obrażaniu dziennikarzy TVP*, 17.02.17, <https://www.tvp.info/29115677/taki-jezyk-jest-niedopuszczalny-publicysci-o-obrazaniu-dziennikarzy-tvp>, [dostęp:29.01.2019].
97. *To nie koniec sprawy kary dla TVN24. Nadawca przekazał „obszerne wyjaśnienia”*, 29.12.2017, <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/kara-dla-tvn24-krrit-analizuje-dodatkowe-wyjasnienia/c5qf85r>, [dostęp: 06.11.2018].
98. „*To niedopuszczalne*” Szef PKW o zachowaniu Jakiego i Trzaskowskiego, 30.04.2018, <https://www.dorzeczy.pl/kraj/63112/to-niedopuszczalne-szef-pkw-o-zachowaniu-jakiego-i-trzaskowskiego.html>
99. *Tomasz Lis na manifestacji KOD*, 19.12.2015, <https://www.cda.pl/video/536132e7>, [dostęp:10.02.2019].
100. *Tomasz Lis o anty-PiSowskich wpisach twitterowych: tylko ślepiec nie widzi śmiertelnego zagrożenia dla demokracji*, 21.07.2017, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tomasz-lis-ostro-o-jaroslawie-kaczynskim-i-pis-na-twitterze-krytykuje-reforme-krs-i-sadu-najwyzszego>, [dostęp: 23.06.2020].
101. *Tomaszewicz Z., Miliardy idą na TVP, a nie na onkologię. Posłanka PiS triumfowała wulgarnym gestem*, 13.02.2020, <https://natemat.pl/299429,pis-wygralo-ws-2-mld-zl-dla-tvp-lichocka-pokazala-srodkowy-palec-foto#>, [dostęp: 19.06.2020].
102. *Towarzystwo Dziennikarskie: w „Wiadomościach” odrażająca nagonka na TVN. Monika Olejnik: TVN znów przeszkadza tv rządowej*, 17.04.2020, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/wiadomosci-atakuja-fakty-monika-olejnik-tvn-znow-przeszkadza-tv-rzadowej>, [dostęp: 25.06.2020].
103. *TVPiS, czyli rządu przepis na media*, 08.12.2015, <https://www.newsweek.pl/polska/repolonizacja-mediow-kiedy-ustawa-o-mediach-narodowych/8wtzwgf>, [dostęp: 09.11.2018].
104. *TVN zmienia zasady aktywności dziennikarzy w social media. „Nie polemizować z politykami”*, 14.01.2019, https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-zasady-aktywnosci-dziennikarzy-w-social-media-regulamin-nie-polemizowac-z-politykami?fbclid=IwAR2g1RPyNSGPK3B_fGLzez4-3Dod-RNVcKdaLnOIRsb_TrD_gs7riySMlk4, [dostęp: 30.01.2019].
105. „*Wiadomości*” po raz kolejny zaatakowały Justynę Pochanę i TVN. Tym razem poszło o projekt antyaborcyjny, 16.04.2020,

- <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25875547,wiadomosci-po-raz-kolejny-zaatakowaly-justyne-pochanke-i-tvn.html>, [dostęp: 13.07.2020].
106. Wigura K., *[opinie] Kto i jak gra naszymi uczuciami w polityce*, 20.06.2020, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/polaryzacja-w-polityce-wybory-2020/xl21mst>, [dostęp: 14.07.2020].
107. Winogrodzki K., *Wyniki wyborów samorządowych. PKW podała ostateczne dane*, 25.10.2018 <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-pkw-podala-ostateczne-dane-6309639404824193a>, [dostęp: 25.12.2019].
108. Wojtas T., *TVN wyznacza dziennikarzom kodeks w social media*, 27.08.2012, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-wyznacza-dziennikarzom-kodeks-w-social-media>, [dostęp: 08.11.2018].
109. „Wyborcza” *pisze historyczny list w „obronie” dziennikarzy TVN: Tendencyjne materiały to TVP to próba uderzenia w wolność słowa*, 16.04.2020, <https://wpolityce.pl/polityka/496037-wyborcza-pisze-historyczny-list-w-obronie-tvn>, [dostęp: 25.06.2020].
110. *Wyniki wyborów nie zaskoczyły. Internet wiedział pierwszy*, 28.10.2015, <https://www.wnp.pl/parlamentarny/spoleczenstwo/wyniki-wyborow-niezaskoczyly-internet-wiedzial-pierwszy,1876.html>, [dostęp: 27.10.2018].
111. *Wyniki wyborów samorządowych 2018 [Aktualizacja]*, 24.10.2018, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1768646,1,wyniki-wyborow-samorzadowych-2018-aktualizacja.read> [dostęp: 25.12.2019].
112. *Wyniki wyborów 2020. Tak głosowały województwa*, <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-2020-tak-glosowaly-wojewodztwa-6531585860998785a>, [dostęp: 16.07.2020].
113. *Zatajenie majątku, spór o dekomunizację, Amber Gold. Wszystkie grzechy Pawła Adamowicza* [w:] <https://www.tvp.info/33959799/zatajenie-majatku-spor-o-dekomunizacje-amber-gold-wszystkie-grzechy-pawla-adamowicza> [dostęp: 20.07.2019].
114. Zawistowska K., *Wyniki wyborów 2020. Polska ponownie podzielona*, 12.07.2020, <https://wiadomosci.wp.pl/wyniki-wyborow-2020-polska-ponownie-podzielona-6531414326372481a>, [dostęp: 13.07.2020].
115. *Zrobieni w abonament*, 08.06.2013, <https://niepoprawni.pl/blog/346/zrobieni-w-abonament>, [dostęp: 16.06.2020].

116. *Żaloba po Smoleńsku: rosyjskie nikczemności i polskie waśnie*, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/smolensk-podzielil-spoleczenstwo-co-katastrofa-smolenska-zrobila-z-polakami/jtqm3fr> [dostęp: 17.07.2018].

Akty prawne i regulacje

1. Art. 213- 215, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, tekst uchwalony w dniu 2 kwietnia 1997r. przez Zgromadzenie Narodowe, <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>, [dostęp: 12.12.2018].
2. *Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej*, 05.05.1989, http://www.prawoautorskie.gov.pl/media/download_gallery/konwencja%20o%20telewizji.pdf [dostęp: 29.12.2018].
3. *Europejska Konwencja Praw Człowieka (po nowelizacji przez Protokół 11 i 14, z Protokołem 1 oraz Protokołami nr 4,6,7,12,13 i 16)*, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_POL.pdf [dostęp:25.12.2018].
4. *Dane statystyczne dotyczące wyborów do rad oraz w wyborach wójtów, burmistrzów i prezydentów miast zarządzonych na 21 października 2018 r.*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/aktualnosci/informacje/dane-statystyczne-dotyczace-wyborow-do-rad--oraz-w-wyborach-wojtow-burmistrzow-i-prezydentow-miast-zarzadzonych-na-21-pazdziernika-2018-r>, [dostęp: 25.12.2019].
5. *Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej*, 30.03.2010, https://www.ms.gov.pl/Data/Files/_public/bip/prawa_czlowieka/onz/karta.pdf [dostęp:29.12.2018].
6. *Kodeks Etyki. Robimy to, co słuszne*, Discovery, Inc., styczeń 2019, s.2. <http://n-22-3.dcs.redcdn.pl/file/o2/tvn/web-content/m/p174/f/944626adf9e3b76a3919b50dc0b080a4/4c34858d-8e87-4e27-9b96-e6c84335ea12.pdf>, [dostęp: 25.06.2020].
7. *KRRiT podjęła uchwałę upoważniającą Przewodniczącego do wydania decyzji o nałożeniu kary pieniężnej na nadawcę programu TVN 24*, 11.12.2017, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2581,krrit-podjela-uchwale-upowazniajaca-przewodniczacego-do-wydania-decyzji-o-nalozeniu-kary-pienieznej-.html>, [dostęp: 06.11.2018].
8. *Rekomendacja CM/Rec (2018)1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i przejrzystości w zakresie własności mediów*,

- 7 marca 2018, s. 1-4. <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy/> [dostęp: 29.01.2020].
9. *Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z dnia 1 lipca 1993 roku*,
<https://pace.coe.int/pdf/991078d4ccfb91599c71f4996d2405d48addce183326667a8259ffe25682ae848428feba12/resolution%201003.pdf>, [dostęp: 27.01.2020].
10. Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 13 sierpnia 2018 roku w sprawie zarządzenia wyborów do rad gmin, rad powiatów, sejmików województw i rad dzielnic m.st. Warszawy oraz wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, Warszawa dnia 14 sierpnia 2018 Dz. U. z 2018 r. poz. 1561 <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180001561/O/D20181561.pdf>
11. *Status prawny KRRiT na podstawie Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*, <http://www.krrit.gov.pl/krrit/informacje-o-krrit/status-prawny/>, [dostęp: 18.12.2018].
12. Uchwała nr 356/2017 z dnia 7 grudnia 2017,
http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/uchwaly/uchw-356_2017.pdf, [dostęp: 06.11.2018].
13. *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*, Dz. U. 1993 Nr 7 poz. 34 t.j. Dz. U. 2020 poz. 805
<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19930070034/U/D19930034Lj.pdf> [dostęp: 15.05.2020].
14. *Ustawa z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych*,
http://orka.sejm.gov.pl/proc8.nsf/ustawy/592_u.htm, [dostęp: 16.06.2020].
15. *Ustawa z dnia 30 grudnia 2015 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji*, Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa, dnia 7 stycznia 2016r., <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20160000025/O/D20160025.pdf>, [dostęp: 27.10.2018].
16. *Ustawa o Radiofonii i Telewizji z dnia 29 grudnia 1992 roku*, Dz. U. 1993 Nr 7 poz.34 (tekst ujednolicony) Dz. U. z 2017 r. poz. 1414, 2111, z 2018 r. poz. 650, 915,
<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19930070034/U/D19930034Lj.pdf>, [dostęp: 18.12.2018].

17. *Wybory do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej 2015*, https://parlament2015.pkw.gov.pl/349_wyniki_sejm, [dostęp:27.10.2018].
18. *Wybory na Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2015*, https://prezydent2015.pkw.gov.pl/325_Wyniki_Polska, [dostęp:27.10.2018].
19. *Wykaz komitetów wyborczych*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/delegatury>, [dostęp: 25.12.2019].
20. *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja*, <https://s.tvp.pl/repository/attachment/0/e/e/0eea386c0fa98ad0c49f73f1a9f7c8e71445347977947.pdf>, [dostęp:20.12.2018].
21. *Zasady postępowania dziennikarzy TVP S.A. w okresie kampanii wyborczej i w czasie wyborów*, <http://s.tvp.pl/repository/attachment/6/0/f/60fe8d065b82c3f9c3507a81b9caf1bb1287060021111.pdf>, [dostęp: 20.12.2018].
22. *Zob. Planowanie rodziny, ochrona płodu ludzkiego i warunki dopuszczalności przerywania ciąży*, Wyrok w imieniu Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 22 października 2020r., <https://trybunal.gov.pl/postepowanie-i-orzeczenia/wyroki/art/11300-planowanie-rodziny-ochrona-plodu-ludzkiego-i-warunki-dopuszczalnosci-przerywania-ciazy> [dostęp: 01.12.2020].

Źródła internetowe

1. *Amnesty International*, <https://amnesty.org.pl/kampanie/nienawisc/>, [dostęp: 15.02.2019].
2. *Dyskredytować - definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/dyskredytowa%C4%87.html>, [dostęp: 25.06.2020].
3. *Erik Erikson i jego teoria rozwoju psychospołecznego*, 20.06.2018, <https://pieknoumyslu.com/erik-erikson-jego-teoria/> [dostęp: 29.06.2018].
4. *Fakty (TVN)*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Fakty_\(TVN\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Fakty_(TVN)), [dostęp: 06.11.2018].
5. *Komunikat giełdowy. 3/2019 Zakończenie negocjacji. Zawarcie umowy sprzedaży udziałów Eurozet sp.z o. o. i umowy wspólników Eurozet*, 20 lutego 2019, <https://www.agora.pl/3-2019-zakonczenie-negocjacji-zawarcie-umowy-sprzedazy-udzialow-eurozet-sp-z-o-o-i-umowy-wspolnikow-eurozet>, [dostęp: 03.10.2019].

6. *Krytykować* – *definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/krytykowa%C4%87.html>, [dostęp: 25.06.2020].
7. *Oświadczenie ZG SDP w sprawie „Rady Etyki Mediów”*, <https://cmwp.sdp.pl/oswiadczenie-zg-sdp-w-sprawie-rady-etyki-mediow/>, [dostęp: 23.06.2020].
8. *O Wiadomościach*, 23.10.2014, <https://wiadomosci.tvp.pl/17361638/o-wiadomosciach>, [dostęp:07.11.2018].
9. *Polaryzacja* – *definicja*, Wikipedia, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja>, [dostęp: 27.06.2019].
10. *Polaryzacja* – *definicja*, Wikipedia, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja>, [dostęp: 27.06.2019].
11. *Polaryzacja światła*, Rozumiem fizykę, <https://rozumiem-fizyke.yum.pl/polaryzacja-swiatla>, [dostęp: 27.06.2018].
12. *Polaryzacja* – *definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/polaryzacja;2503745.html>, [dostęp: 27.06.2019].
13. *Polaryzacja światła*, e-Fizyka, <https://ilf.fizyka.pw.edu.pl/podrecznik/3/8/9>, [dostęp:27.06.2018].
14. *Polaryzacja błony komórkowej*, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja_b%C5%82ony_kom%C3%B3rkowej, [dostęp:27.06.2018].
15. *Polaryzacja immunologiczna*, Eduteka.pl, http://encyklopedia.eduteka.pl/wiki/Polaryzacja_immunologiczna, [dostęp: 27.06.2018].
16. *Polaryzacja*, Eduteka.pl, <http://www.eduteka.pl/doc/polaryzacja-1> [dostęp: 27.06.2018].
17. *Polaryzować się* – *definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/polaryzowa%C4%87.html> [dostęp: 27.06.2018].
18. *Polaryzacja społeczna* – *definicja*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/polaryzacja-spoeczna;3959320.html> [dostęp: 27.06.2018].
19. *Polaryzacja społeczna* – *definicja*, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Polaryzacja_spo%C5%82eczna, [dostęp: 17.06.2018].

20. *Polaryzacja afektywna – teoria S. Tomkinsa*,
<https://socjologiapolityki.wordpress.com/2010/11/12/polaryzacja-afektywna-%E2%80%93-teoria-s-tomkinsa/> [dostęp: 29.06.2018].
21. *Polaryzacja*, <https://ilf.fizyka.pw.edu.pl/podrecznik/3/8/9>, [dostęp: 27.06.2018].
22. *Rada Mediów Narodowych*
https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada_Medi%C3%B3w_Narodowych, [dostęp: 27.10.2018].
23. *Rada Mediów Narodowych*, za:
https://www.sejm.gov.pl/sejm9.nsf/page.xsp/rmn_informacja
[dostęp: 27.10.2018].
24. *Tomasz Lis na żywo*, [wikipedia.pl](https://pl.wikipedia.org/wiki/Tomasz_Lis_na_%C5%BCywo)
https://pl.wikipedia.org/wiki/Tomasz_Lis_na_%C5%BCywo,
[dostęp: 10.02.2019].
25. *Wybory samorządowe w Polsce w 2018 roku*, Wikipedia,
https://pl.wikipedia.org/wiki/Wybory_samorz%C4%85dowe_w_Polsce_w_2018_roku#Wyniki_g%C5%82osowania, [dostęp: 25.12.2019].
26. Za: Michał Głowacki, <https://www.facebook.com/michaleg>,
[dostęp: 13.07.2020].
27. Zob. *Ogólnopolski Strajk Kobiet*, <http://strajkkobiet.eu/> [dostęp: 01.12.2020].
28. Za: konto J. Kurskiego na *Twitterze*,
<https://twitter.com/KurskiPL/status/1092002439627227137>,
[dostęp: 15.02.2019].
29. Za: konto J. Sasina na *Twitterze*,
<https://twitter.com/SasinJacek/status/1269702186679914497>,
[dostęp: 16.06.2020].
30. Zob. Content Analysis System for Television, <http://cast.info.pl/>
[dostęp: 10.02.2020].
31. Zob: *Ruch Komitetu Obrony Demokracji*, <https://ruchkod.pl/o-kod-zie/>,
[dostęp: 10.02.2019].

Inne

1. Źródło własne. Wywiad korespondencyjny z Łukaszem Szurmińskim na temat badań nad *media tribes*, czyli dziennikarstwem plemiennym, 04.06.2020.

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1 Metody badawcze	24
Wykres 3.1 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP (liczba materiałów).....	154
Wykres 3.2 Zasięg materiału reporterskiego „Fakty” TVN (liczba materiałów)	154
Wykres 3.3 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	155
Wykres 3.4 Zasięg materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP. Podział ze względu na województwa (liczba materiałów).....	156
Wykres 3.5 Charakter materiału reporterskiego „Fakty” TVN. Podział ze względu na województwa (liczba materiałów).....	157
Wykres 3.6 Tematyka materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP (liczba materiałów).....	158
Wykres 3.7 Tematyka materiału reporterskiego „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	159
Wykres 3.8 Tematyka materiałów prawnych „Wiadomości” TVP (liczba materiałów).....	159
Wykres 3.9 Tematyka materiałów prawnych „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	160
Wykres 3.10 Tematyka materiałów społecznych „Wiadomości” TVP (liczba materiałów).....	160
Wykres 3.11 Tematyka materiałów społecznych „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	161
Wykres 3.12 Główna perspektywa tematyczna w zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP (liczba materiałów)	163
Wykres 3.13 Główna perspektywa tematyczna w zapowiedzi prezenterkiej „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	165
Wykres 3.14 Główna perspektywa w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba materiałów).....	167
Wykres 3.15 Główna perspektywa w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	168

Wykres 3.16 Zapowiedzi prezenterskie zawierające odwołanie do przedstawicieli Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	169
Wykres 3.17 Zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterskiej w odniesieniu do przedstawicieli Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)...	170
Wykres 3.18 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele Rządu RP „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	170
Wykres 3.19 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela rządu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	171
Wykres 3.20 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	171
Wykres 3.21 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	172
Wykres 3.22 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	173
Wykres 3.23 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)..	173
Wykres 3.24 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	174
Wykres 3.25 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli Rządu RP w materiałach „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	174
Wykres 3.26 Zapowiedzi prezenterskie zawierające odwołanie do przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	175
Wykres 3.27 Zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterskiej w odniesieniu do przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej (ujęcie procentowe).....	176
Wykres 3.28 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele partii lub koalicji rządzącej, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	176
Wykres 3.29 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela partii lub koalicji rządzącej w materiałach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	177
Wykres 3.30 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	177
Wykres 3.31 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	178

Wykres 3.32 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	179
Wykres 3.33 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	179
Wykres 3.34 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	180
Wykres 3.35 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli partii lub koalicji rządzącej w materiale „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	181
Wykres 3.36 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do przedstawicieli opozycji „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	182
Wykres 3.37 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich w odniesieniu do opozycji (ujęcie procentowe).....	182
Wykres 3.38 Materiały reporterskie, w których występują przedstawiciele opozycji. „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN (ujęcie procentowe).....	183
Wykres 3.39 Wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN (ujęcie procentowe).....	183
Wykres 3.40 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	184
Wykres 3.41 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	185
Wykres 3.42 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	185
Wykres 3.43 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	186
Wykres 3.44 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	186
Wykres 3.45 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli opozycji w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi).....	187
Wykres 3.46 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do Prezydenta RP lub jego gabinetu „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	187

Wykres 3.47 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich odnoszące się do Prezydenta RP lub jego gabinetu (ujęcie procentowe).....	188
Wykres 3.48 Materiały reporterskie, w których pojawił się Prezydent RP lub przedstawiciel gabinetu „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	188
Wykres 3.49 Wydźwięk wypowiedzi Prezydenta RP lub gabinetu w materiałach „Wiadomości” TVP i „Faktach” TVN (ujęcie procentowe).....	189
Wykres 3.50 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	190
Wykres 3.51 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi)...	190
Wykres 3.52 Krytyka wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi).....	191
Wykres 3.53 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	192
Wykres 3.54 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	192
Wykres 3.55 Pochwała wybranych grup lub osób przez Prezydenta RP lub przedstawicieli jego gabinetu w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi).....	193
Wykres 3.56 Zapowiedzi prezenterkie zawierające odwołanie do przedstawicieli samorządu w zapowiedzi prezenterkiej „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	194
Wykres 3.57 Zabarwienie emocjonalne w zapowiedziach prezenterkich „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN wobec przedstawicieli samorządów (ujęcie procentowe).....	194
Wykres 3.58 Materiały reporterskie, w których pojawili się przedstawiciele struktur samorządowych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	195
Wykres 3.59 Wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich (ujęcie procentowe).....	196
Wykres 3.60 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	196

Wykres 3.61 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	197
Wykres 3.62 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi)...	198
Wykres 3.63 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	198
Wykres 3.64 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	199
Wykres 3.65 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli struktur samorządowych w materiałach reporterskich „Faktów” TVN (liczba wypowiedzi).....	200
Wykres 3.66 Liczba analizowanych belek w „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN.....	200
Wykres 3.67 Odwołanie w treści belki „Wiadomości” TVP do opozycji/partii opozycyjnej lub rządu/partii rządzącej (ujęcie procentowe).....	201
Wykres 3.68 Odwołanie w treści belki „Fakty” TVN do opozycji/partii opozycyjnej lub rządu/partii rządzącej (ujęcie procentowe).....	201
Wykres 3.69 Przedstawiciele polityki w „Wiadomościach” TVP (liczba wypowiedzi)	202
Wykres 3.70 Przedstawiciele polityki w „Faktach” TVN (liczba wypowiedzi).....	202
Wykres 3.71 Wydźwięk tekstu na paskach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	205
Wykres 3.72 Media na belkach „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba belek)...	207
Wykres 3.73 Wydźwięk zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	208
Wykres 3.74 Zabarwienie emocjonalne zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	209
Wykres 3.75 Zapowiedzi prezenterskie zawierające odwołanie do mediów. „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	209
Wykres 3.76 Kontekst, w jakim cytowane były media w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	210
Wykres 3.77 Zabarwienie emocjonalne wobec mediów w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	211

Wykres 3.78 Cel, dla którego media były cytowane w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	212
Wykres 3.79 Media cytowane w zapowiedzi prezenterskiej „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN (liczba materiałów).....	213
Wykres 3.80 Wydźwięk materiału reporterskiego „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN (ujęcie procentowe).....	214
Wykres 3.81 Narracja dziennikarska w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	215
Wykres 3.82 Dominujący charakter obrazu filmowego pojawiający się w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	216
Wykres 3.83 Materiały reporterskie, w których pojawiają się przedstawiciele mediów w materiale reporterskim, „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	216
Wykres 3.84 Przedstawiciele mediów w serwisach informacyjnych „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	217
Wykres 3.85 Wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	217
Wykres 3.86 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	218
Wykres 3.87 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	218
Wykres 3.88 Krytyka wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	220
Wykres 3.89 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe)..	221
Wykres 3. 90 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	221
Wykres 3.91 Pochwała wybranych grup lub osób przez przedstawicieli mediów w materiałach reporterskich „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	222
Wykres 3.92 Przynależność redakcyjna ekspertów w materiale „Wiadomości” TVP (ujęcie procentowe).....	223
Wykres 3.93 Przynależność redakcyjna ekspertów w materiale „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	223

Wykres 3.94 Materiały reporterskie, w których wystąpiło odniesienie lub cytowanie mediów, „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	224
Wykres 3.95 Media cytowane w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (udział procentowy).....	225
Wykres 3.96 Media cytowane materiałów materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba odwołań).....	226
Wykres 3.97 Media cytowane w materiale reporterskim „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	227
Wykres 3.98 Media cytowane w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba odwołań).....	228
Wykres 3.99 Cytowanie mediów społecznościowych w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	228
Wykres 3.100 Kontekst, w którym występowały media lub social media w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	229
Wykres 3.101 Zabarwienie emocjonalne wobec cytowanych mediów i social mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	230
Wykres 3.102 Cel odwołania do mediów w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	230
Wykres 3.103 Odniesienie do działań etycznych mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	231
Wykres 3.104 Odniesienie do działań stronicznych mediów w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	232
Wykres 3.105 Porównanie wypowiedzi polityków i społeczeństwa w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	233
Wykres 3.106 Wypowiedzi przedstawicieli społeczeństwa w materiałach reporterskich „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (liczba materiałów).....	233
Wykres 3.107 Materiały reporterskie zawierające wypowiedzi przedstawicieli społeczeństwa „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	234
Wykres 3.108 Wydźwięk wypowiedzi komentatora/eksperta w materiale „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN (ujęcie procentowe).....	236
Wykres 3.109 Krytyka komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	237
Wykres 3.110 Krytyka komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	238

Wykres 3.111 Pochwała komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Wiadomości” TVP (liczba wypowiedzi).....	239
Wykres 3.112 Pochwała komentatorów/ekspertów wobec innych osób lub grup w materiale reporterskim „Fakty” TVN (liczba wypowiedzi).....	240

SPIS FOTOGRAFII

Fotografia 2.1	Magdalena Ogórek pod siedzibą TVP.....	127
Fotografia 2.2	Podpalony wóz transmisyjny TVN podczas Marszu Niepodległości...128	
Fotografia 3.1	Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady).....	247
Fotografia 3.2	Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady).....	248
Fotografia 3.3	Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady).....	248
Fotografia 3.4	Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady).....	249
Fotografia 3.5	Belki w programie informacyjnym „Fakty” TVN (przykłady).....	249
Fotografia 3.6	Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)...	250
Fot. 3.7	Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady).....	251
Fotografia 3.8	Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)...	252
Fotografia 3.9	Belki w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP (przykłady)...	253
Fotografia 3.10	Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN.....	258
Fotografia 3.11	Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN.....	258
Fotografia 3.12	Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP.....	259
Fotografia 3.13	Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Faktach” TVN.....	260
Fotografia 3.14	Wybrane ujęcia w materiałach dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP.....	260
Fotografia 3.15	Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki „Faktach” TVN...261	
Fotografia 3.16	Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP.....	262
Fotografia 3.17	Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP.....	263
Fotografia 3.18	Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Faktach” TVN.....	264
Fotografia 3.19	Wybrane ujęcia z materiałów dotyczących polityki w „Wiadomościach” TVP.....	264
Fotografia 3.20	Wybrane belki dotyczące mediów w „Faktach” TVN.....	271
Fotografia 3.21	Wybrane belki dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP.....	272

Fotografia 3.22	Wybrane belki dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP.....	272
Fotografia 3.23	Wyproszenie dziennikarki TVN24 przez Iwonę Mularczyk.....	275
Fotografia 3.24	Odepchnięcia dziennikarzy TVN24 przez Tomasza Porębę oraz współpracownika B. Szydło.....	276
Fotografia 3.25	Agresywne zachowanie Macieja Grzechnika wobec operatora TVN..	276
Fotografia 2.26	Agresywne i wulgane zachowanie ochroniarza „Obywateli RP” wobec dziennikarki TVP.....	277
Fotografia 3.27	Cytaty z kont na <i>Twitterze</i> Andrzeja Dudy i Beaty Mazurek dotyczące mediów.....	277
Fotografia 3.28	Cytaty z kont na <i>Twitterze</i> Jacka Kurskiego i Sebastiana Kalety dotyczące mediów.....	278
Fotografia 3.29	Wymiana zdań pomiędzy dziennikarką TVN a R. Terleckim.....	279
Fotografia 3.30	Wymiana zdań pomiędzy przechodniem a P. Adamowiczem.....	279
Fotografia 3.31	Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP.....	281
Fotografia 3.32	Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP.....	282
Fotografia 3.33	Wybrane ujęcia dotyczące dziennika „Fakt” w „Wiadomościach” TVP.....	283
Fotografia 3.34	Belki dotyczące niemieckich mediów w „Wiadomościach” TVP.....	284
Fotografia 3.35	Belka dotyczące mediów i polityki w „Wiadomościach” TVP.....	286
Fotografia 3.36	Fragmenty taśm dotyczące mediów w „Wiadomościach” TVP.....	286
Fotografia 3.37	Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP.....	287
Fotografia 3.38	Wybrane ujęcia dotyczące materiału „Gazety Wyborczej” w „Wiadomościach”.....	288
Fotografia 3.39	Belka dotycząca „Korony Królów” w materiale „Wiadomości” TVP.	289
Fotografia 3.40	Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP.....	290
Fotografia 3.41	Cytat z konta na <i>Twitterze</i> Jacka Kurskiego dotyczące mediów.....	291
Fotografia 3.42	Wybrane ujęcia dotyczące innych mediów w „Wiadomościach” TVP.....	291
Fotografia 3.43	Wybrane ujęcia dotyczące afery FOZZ w „Wiadomościach” TVP.	292
Fotografia 3.44	Fragmenty materiału „Wiadomości” TVP o aferze FOZZ.....	293

Fotografia 3.45	Wejście ABW do tygodnika „Wprost” w „Wiadomościach” TVP...	294
Fotografia 3.46	Wybrane ujęcia zapowiedzi prezenterkich dot. tematyki społecznej w „Faktach” TVN.....	296
Fotografia 3.47	Wybrane ujęcia belki w zapowiedziach prezenterkich dot. tematyki społecznej w „Wiadomościach” TVP.....	297
Fotografia 3.48	Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN.....	299
Fotografia 3.49	Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN.....	300
Fotografia 3.50	Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Faktach” TVN.....	300
Fotografia 3.51	Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Wiadomościach” TVP.....	301
Fotografia 3.52	Wybrane ujęcia z materiałów reporterskich o tematyce społecznej w „Wiadomościach” TVP.....	301

SPIS TABEL

Tabela 2.1 Trójwymiarowy model polaryzacji.....	149
Tabela 3.1 Przykładowe belki z „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN.....	206
Tabela 3.2 Wybrane krytyczne zapowiedzi prezenterkie w kontekście politycznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	242
Tabela 3.3 Wybrane pochwalne zapowiedzi prezenterkie w kontekście politycznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	245
Tabela 3.4 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	254
Tabela 3.5 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	255
Tabela 3.6 Fragmenty narracji reporterskiej dotyczące podziałów politycznych „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	256
Tabela 3.7 Wybrane wypowiedzi polityków „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	265
Tabela 3.8 Wybrane krytyczne zapowiedzi prezenterkie w kontekście mediów „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	268
Tabela 3.9 Wybrane pochwalne zapowiedzi prezenterkie w kontekście mediów „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	270
Tabela 3.10 Wybrane odwołania do mediów w narracji reporterskiej „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	273
Tabela 3.11 Wybrane zapowiedzi prezenterkie o charakterze krytykującym w kontekście społecznym „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP.....	297
Tabela 3.12 Wybrane wypowiedzi społeczeństwa „Fakt” TVN i „Wiadomości” TVP.....	302

SPIS GRAFIK

Grafika 2.1 Rozwój studiów nad systemami medialnymi.....	48
Grafika 2.1 Trójwymiarowy model polaryzacji.....	149

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 2.1 Dwa wymiary polaryzacji mediów w Polsce.....	89
Rysunek 2.2 TVP kontra TVN.....	122
Rysunek 2.3 Metody badawcze wykorzystane w pracy.....	143

ANEKS 1 KLUCZ KODOWY

DANE PROGRAMU

Data emisji

Długość programu

Prowadzący

Liczba materiałów w programie

FORSZPAN

1. Czy wyemitowano forszpan?

1.1 Tak

1.2 Nie

2. Jeśli tak, to ile zamieszczono w nim newsów?

3. Jeśli tak, to jaki był jego wydźwięk?

3.1 Pozytywny

3.2 Negatywny

3.3 Neutralny

3.4 Nie da się określić

4. Czy w forszpanie pojawiły się akty słownej agresji?

4.1 Tak

4.2 Nie

5. Czy w forszpanie pojawiły się akty wizualnej agresji?

5.1 Tak

5.2 Nie

6. Czy w forszpanie występował przedstawiciel rządu?

6.1 Tak

6.2 Nie

7. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko

8. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel rządu?

9. Czy w forszpanie występował przedstawiciel partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

9.1 Tak

9.2 Nie

10. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko

11. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

12. Czy w forszpanie występował przedstawiciel opozycji?

12.1 Nie

12.2 Tak – PO / KO

12.3 Tak – Nowoczesna

12.4 Tak – Kukiz'15

12.5 Tak – PSL

12.6 Tak – inne

13. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko

14. Jeśli tak, to ile razy występowali przedstawiciele opozycji w forszpanie

15. Czy w forszpanie występował się przedstawiciel struktur samorządowych?

15.1 Tak

15.2 Nie

16. Jeśli tak, kto to był – podać imię i nazwisko

17. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel struktur samorządowych w forszpanie

18. Czy w forszpanie wypowiadał się inny polityk?

18.1 Tak

18.2 Nie

19. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz przynależność partyjną

20. Czy w forszpanie wypowiadał się ekspert/ komentator?

20.1 Tak

20.2 Nie

21. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz funkcję i instytucję, którą reprezentuje

22. Czy w forszpanie wypowiadał się przedstawiciel mediów?

22.1 Tak

22.2 Nie

23. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz redakcję

24. Czy w forszpanie występowali przedstawiciele społeczeństwa?

24.1 Tak

24.2 Nie

25. Jeśli tak to podać imię i nazwisko oraz funkcję

26. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w forszpanie przez wypowiadających się

27. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w forszpanie przez wypowiadających się

28. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w forszpanie przez prowadzącego/lektora

29. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w forszpanie przez prowadzącego/lektora

ŚRÓDSZPAN

30. Czy wyemitowano śródszpan?

30.1 Tak

30.2 Nie

31. Jeśli tak, to ile zamieszczono w nim newsów?

32. Jeśli tak, to jaki był jego wydźwięk?

32.1 Pozytywny

32.2 Negatywny

32.3 Neutralny

32.4 nie da się określić

33. Czy w śródszpanie pojawiły się akty słownej agresji?

33.1 Tak

33.2 Nie

34. Czy w śródszpanie pojawiły się akty wizualnej agresji?

34.1 Tak

34.2 Nie

35. Czy w śródszpanie występował przedstawiciel rządu?

35.1 Tak

35.2 Nie

36. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko

37. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel rządu?

38. Czy w śródszpanie występował przedstawiciel partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

38.1 Tak

38.2 Nie

39. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko

40. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

41. Czy w śródszpanie występował przedstawiciel opozycji?

41.1 Nie

41.2 Tak – PO / KO

41.3 Tak – Nowoczesna

41.4 Tak – Kukiz'15

41.5 Tak – PSL

41.6 Tak – inne

- 42. Jeśli tak, to kto to był – podać imię i nazwisko+**
- 43. Jeśli tak, to ile razy występowali przedstawiciele opozycji w forszpanie**
44. Czy w forszpanie pojawił się przedstawiciel struktur samorządowych?
44.1 Tak
44.2 Nie
- 45. Jeśli tak, kto to był – podać imię i nazwisko**
- 46. Jeśli tak, to ile razy występował przedstawiciel struktur samorządowych w forszpanie**
- 47. Czy w śródszpanie wypowiedział się inny polityk?**
47.1 Tak
47.2 Nie
- 48. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz przynależność partyjną**
- 49. Czy w śródszpanie wypowiedział się ekspert/ komentator?**
49.1 Tak
49.2 Nie
- 50. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz funkcję i instytucję, którą reprezentuje**
- 51. Czy w śródszpanie wypowiedział się przedstawiciel mediów?**
51.1 Tak
51.2 Nie
- 52. Jeśli tak, to podać imię i nazwisko oraz redakcję**
- 53. Czy w śródszpanie występowali przedstawiciele społeczeństwa?**
53.1 Tak
53.2 Nie
- 54. Jeśli tak to podać imię i nazwisko oraz funkcję**
- 55. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w śródszpanie przez wypowiadających się**
- 56. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w śródszpanie przez wypowiadających się**
- 57. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w śródszpanie przez prowadzącego/lektora**
- 58. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w śródszpanie przez prowadzącego/lektora**

ZAPOWIEDŹ PREZENTERSKA

59. Czy zapowiedź prezenterka ma charakter/ wydźwięk:

59.1 Pozytywny

59.2 Negatywny

59.3 Neutralny

59.4 Nie da się określić

60. Czy w zapowiedzi prezenterka pojawiły się akty słownej agresji?

60.1 Tak

60.2 Nie

61. Czy w zapowiedzi prezenterka pojawiły się akty wizualnej agresji?

61.1 Tak

61.2 Nie

62. Czy w zapowiedzi prezenterka pojawiło się zabarwienie emocjonalne?

62.1 Tak – negatywne

62.2 Tak – pozytywne

62.3 Nie

62.4 Nie da się określić

63. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w zapowiedzi prezenterka

64. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w zapowiedzi prezenterka

65. Czy w zapowiedzi prezenterka występuje odwołanie do przedstawicieli rządu?

65.1 Tak

65.2 Nie

66. Jeśli tak, to czy odwołanie do rządu ma zabarwienie emocjonalne:

66.1 Negatywne

66.2 Pozytywne

66.3 Neutralne

66.4 Trudno określić

67. Czy w zapowiedzi prezenterka występuje odwołanie do przedstawicieli partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

67.1 Tak

67.2 Nie

68. Jeśli tak, to czy odwołanie do przedstawicieli partii rządzącej lub koalicji ma zabarwienie emocjonalne:

68.1 Negatywne

68.2 Pozytywne

68.3 Neutralne

68.4 Trudno określić

69. Czy w zapowiedzi prezenterkiej występuje odwołanie do przedstawicieli opozycji?

69.1 Tak

69.2 Nie

70. Jeśli tak to, czy odwołanie do opozycji ma zabarwienie emocjonalne:

70.1 Negatywne

70.2 Pozytywne

70.3 Neutralne

70.4 Trudno określić

71. Czy z w zapowiedzi prezenterkiej występuje odwołanie do Prezydenta RP lub jego gabinetu?

71.1 Tak

71.2 Nie

72. Jeśli to tak, to czy odwołanie ma zabarwienie emocjonalne:

72.1 Negatywne

72.2 Pozytywne

72.3 Neutralne

72.4 Trudno określić

73. Czy w zapowiedzi prezenterkiej występuje odwołanie do przedstawicieli struktur samorządowych?

73.1 Tak

73.2 Nie

74. Jeśli to tak, to czy odwołanie ma zabarwienie emocjonalne:

74.1 Negatywne

74.2 Pozytywne

74.3 Neutralne

74.4 Trudno określić

75. Czy w zapowiedzi prezenterkiej występuje odwołanie do polskiego społeczeństwa?

75.1 Tak

75.2 Nie

76. Jeśli tak, to czy odwołanie do społeczeństwa ma zabarwienie emocjonalne:

76.1 Negatywne

76.2 Pozytywne

76.3 Neutralne

76.4 Trudno określić

77. Czy w zapowiedzi prezenterkiej występuje odwołanie do mediów?

77.1 Tak

77.2 Nie

78. Jeśli to tak, to czy odwołanie ma zabarwienie emocjonalne:

- 78.1 Negatywne
- 78.2 Pozytywne
- 78.3 Neutralne
- 78.4 Trudno określić

79. Jeśli tak, to czy jest to:

- 79.1 Gazeta Wyborcza
- 79.2 Gazeta Polska
- 79.3 Gazeta Polska codziennie
- 79.4 TVN
- 79.5 TVN24
- 79.6 Polsat
- 79.7 Polsat News
- 79.8 Rzeczpospolita
- 79.9 Tygodnik Powszechny
- 79.10 Newsweek
- 79.11 OKO.Press
- 79.12 TV Republika
- 79.13 TV Superstacja
- 79.14 TVP
- 79.15 TVP Info
- 79.16 Polska The Times
- 79.17 Do Rzeczy
- 79.18 Sieci
- 79.19 Polityka
- 79.20 Wprost
- 79.21 TV Trwam
- 79.22 Krytyka Polityczna
- 79.23 Fakt
- 79.24 Super Express
- 79.25 RMF FM
- 79.26 Radio Zet
- 79.27 Polskie Radio
- 79.28 Inne

80. Czy cytowane są social media?

- 80.1 Nie
- 80.2 Tak – Facebook
- 80.3 Tak- Twitter
- 80.4 Tak- Youtube
- 80.5 Tak – inne

81. Czy odwołanie do mediów cytowane jest w kontekście:

- 81.1 Negatywnym
- 81.2 Pozytywnym
- 81.3 Neutralnym
- 81.4 Trudno określić

82. W jakim celu cytowane były inne media?

- 82.1 Informacyjnym
- 82.2 Stanowią źródło newsa
- 82.3 Promocyjnym
- 82.4 Perswazyjnym
- 82.5 Innym

83. Czy pojawiły się akty agresji w kierunku cytowanych mediów?

- 83.1 Tak
- 83.2 Nie

84. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

85. Jaka jest główna perspektywa zapowiedzi prezenterkiej?

- 85.1 Wspierająca rząd / prorządowa
- 85.2 Wspierająca urząd prezydenta
- 85.3 Negująca urząd prezydenta
- 85.4 Wspierająca opozycję / pro opozycyjna
- 85.5 Antyrządowa
- 85.6 Antyopozycyjna
- 85.7 Wspierająca Unię Europejską / pro europejska
- 85.8 Sprzeciwiająca się UE / antyeuropejska
- 85.9 Wspierająca kościół / pro religijna
- 85.10 Sprzeciwiająca się kościołowi / antyreligijna
- 85.11 Wspierająca działalność mniejszości seksualnej
- 85.12 Sprzeciwiająca się działalności mniejszości seksualnej
- 85.13 Wspierająca działania imigracyjne
- 85.14 Sprzeciwiająca się działaniom imigracyjnym
- 85.15 Żadna z wymienionych
- 85.16 Wspierająca Polskę i Polaków
- 85.17 Negująca Polskę i Polaków
- 85.18 Wspierające/ promujące media
- 85.19 Negujące działalność mediów

PASEK/ BELKA

86. Czy podczas emisji zapowiedzi prezenterkiej pojawił się PASEK?

- 86.1 Tak
- 86.2 Nie

87. Jeśli tak to zacytować treść paska

88. Czy w treści paska występowało odwołania do opozycji?

- 88.1 Nie
- 88.2 Tak – PO / KO
- 88.3 Tak – Nowoczesna
- 88.4 Tak – Kukiz'15
- 88.5 Tak – PSL
- 88.6 Tak – inne

89. Czy w treści paska występowało odniesienie do rządu lub partii rządzącej?

89.1 Tak

89.2 Nie

90. Jaki jest wydźwięk tekstu na pasku?

90.1 Pozytywny

90.2 Negatywny

90.3 Neutralny

90.4 Trudno określić

91. Czy na pasku pojawiło się odwołanie do partii politycznych:

91.1 Tak

91.2 Nie

92. Jeśli na pasku pojawiło się odwołanie do partii, to czy pojawiły się następujące określenia?

92.1 Platformersi

92.2 Platforma Obywatelska

92.3 PO

92.4 Platforma

92.5 Rząd Tuska

92.6 Rząd Kaczyńskiego

92.7 Nasz rząd

92.8 My (o rządzie)

92.9 Wy (o opozycji)

92.10 Oni (o opozycji)

92.11 Pisowcy

92.12 PiS

92.13 Prawo i Sprawiedliwość

92.14 Totalna opozycja

92.15 Radykalna opozycja

92.16 Inne

93. Wypisz negatywnie nacechowane określenia, które zostały użyte w pasku

94. Wypisz pozytywnie nacechowane określenia, które zostały użyte w pasku

MATERIAŁ REPORTERSKI

95. Jaki był charakter materiału reporterskiego?

95.1 Lokalny

95.1.1 Dolnośląskie / Wrocław

95.1.2 Małopolskie / Kraków

95.1.3 Mazowieckie/ Warszawa

95.1.4 Śląskie /Katowice

95.1.5 Łódzkie / Łódź

95.1.6 Pomorskie / Gdańsk

95.1.7 Kujawsko- Pomorskie/ Bydgoszcz, Toruń

95.1.8 Lubelskie / Lublin

95.1.9 Lubuskie / Gorzów Wielkopolski, Zielona Góra

95.1.10 Świętokrzyskie/ Kielce

95.1.11 Opolskie/ Opole

- 95.1.12 Warmińsko-Mazurskie/ Olsztyn
- 95.1.13 Wielkopolskie / Poznań
- 95.1.14 Zachodniopomorskie / Szczecin
- 95.1.15 Podkarpackie / Rzeszów
- 95.1.16 Podlaskie / Białystok
- 95.2 Krajowy
- 95.3 Międzynarodowy
- 95.4 Zagraniczny
 - 95.4.1 Z wątkiem polskim
 - 95.4.2 Bez wątku polskiego

96. Tematyka materiału reporterskiego:

- 96.1 Gospodarka
- 96.2 Polityka
- 96.3 Wybory
- 96.4 Wybory samorządowe / Kampania samorządowa
- 96.5 Ekonomia
 - 96.5.1 Wprowadzenie waluty euro
 - 96.5.2 Dofinansowania z Unii Europejskiej
 - 96.5.3 Budżet państwa
 - 96.5.4 VAT
- 96.6 Rolnictwo
- 96.7 Ochrona Zdrowia
- 96.8 Edukacja i oświata
- 96.9 Społeczeństwo
 - 96.9.1 Aborcja
 - 96.9.2 500plus
 - 96.9.3 Amber Gold
 - 96.9.4 Reprywatyzacja
 - 96.9.5 Smoleńsk
 - 96.9.6 Mniejszości seksualne
 - 96.9.7 Mniejszości narodowe
 - 96.9.8 Protest LOT
 - 96.9.9 Brexit / Polexit
 - 96.9.10 Inne
- 96.10 Kultura
- 96.11 Historia
- 96.12 Sport
- 96.13 Prawo
 - 96.13.1 Konstytucja / Praworządność
 - 96.13.2 UE o praworządności w Polsce
- 96.14 Sądy
 - 96.14.1 Ustawa sądownicza / Sąd Najwyższy
- 96.15 Religia
- 96.16 Media
- 96.17 Rolnictwo
- 96.18 Wojsko
- 96.19 Obronność / Bezpieczeństwo kraju
- 96.20 Inne / marsz niepodległości
- 96.21 Imigranci/ Imigracja

97. Czy materiał reporterski był zapowiedziany w headlinie?

97.1 Tak

97.2 Nie

98. Czy w materiale występują przedstawiciele polskiego rządu?

98.1 Tak

98.2 Nie

99. Jeśli tak, to kto – z imienia i nazwiska – reprezentował rząd w materiale?

100. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli rządu pojawiło się w danym materiale reporterskim?

101. Jaki był wydźwięk wypowiedzi reprezentanta rządu?

101.1 Pozytywny

101.2 Negatywny

101.3 Neutralny

101.4 Trudno określić

102. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela rządu

103. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela rządu

104. Czy wypowiedzi przedstawicieli rządu są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

104.1 Tak

104.2 Nie

105. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele rządu?

105.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

105.2 Organizacje polityczne opozycyjne

105.3 Prezydenta RP lub jego gabinet

105.4 Polskę, Polaków

105.5 Inne narody

105.6 Kościół katolicki, katolików

105.7 Inne religie i kościoły

105.8 Mniejszości seksualne

105.9 Osoby o odmiennej niż on / ona rasy

105.10 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

105.11 Przedstawicieli mediów

105.12 Żadne z wymienionych

106. Czy wypowiedzi reprezentantów rządu są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

106.1 Tak

106.2 Nie

107. Jeśli tak, to kogo chwałą przedstawiciele rządu?

- 107.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani
- 107.2 Organizacje polityczne opozycyjne
- 107.3 Prezydenta RP lub jego gabinet
- 107.4 Polskę, Polaków
- 107.5 Inne narody
- 107.6 Kościół katolicki, katolików
- 107.7 Inne religie i kościoły
- 107.8 Mniejszości seksualne
- 107.9 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 107.10 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 107.11 Przedstawiciele mediów

108. Czy w materiale występują przedstawiciele partii lub koalicji rządzącej?

- 108.1 Tak
- 108.2 Nie

109. Jeśli tak, to kto – z imienia i nazwiska – reprezentował partię w materiale?

110. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli partii rządzącej lub koalicji rządzącej pojawiło się w danym materiale reporterskim?

111. Jaki był wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

- 111.1 Pozytywny
- 111.2 Negatywny
- 111.3 Neutralny
- 111.4 Trudno określić

112. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela partii rządzącej

113. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela partii rządzącej

114. Czy wypowiedzi reprezentantów partii rządzącej lub koalicji rządzącej są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

- 114.1 Tak
- 114.2 Nie

115. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

- 115.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani
- 115.2 Organizacje polityczne opozycyjne
- 115.3 Prezydenta RP lub jego gabinet
- 115.4 Polskę, Polaków
- 115.5 Inne narody
- 115.6 Kościół katolicki, katolików
- 115.7 Inne religie i kościoły
- 115.8 Mniejszości seksualne

- 115.9 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 115.10 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 115.11 Przedstawiciele mediów
- 115.12 Żadne z wymienionych
- 115.13 Unię Europejską/Instytucje europejskie

116. Czy wypowiedzi reprezentantów partii rządzącej lub koalicji rządzącej są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

- 116.1 Tak
- 116.2 Nie

117. Jeśli tak, to kogo chwalą przedstawiciele partii rządzącej lub koalicji rządzącej?

- 117.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani
- 117.2 Organizacje polityczne opozycyjne
- 117.3 Prezydenta RP lub jego gabinet
- 117.4 Polskę, Polaków
- 117.5 Inne narody
- 117.6 Kościół katolicki, katolików
- 117.7 Inne religie i kościoły
- 117.8 Mniejszości seksualne
- 117.9 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 117.10 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 117.11 Przedstawiciele mediów
- 117.12 Żadne z wymienionych
- 117.13 Unię Europejską/Instytucje europejskie

118. Czy w materiale reporterskim występują przedstawiciele opozycji?

- 118.1 Tak
- 118.2 Nie

119. Jeśli tak, to kto – z imienia i nazwiska i przynależności partyjnej – reprezentował opozycję w materiale reporterskim?

120. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli opozycji pojawiło się w danym materiale reporterskim?

121. Jaki był wydźwięk wypowiedzi reprezentanta opozycji?

- 121.1 Pozytywny
- 121.2 Negatywny
- 121.3 Neutralny
- 121.4 Trudno określić

122. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela opozycji

123. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela opozycji

124. Czy wypowiedzi przedstawicieli opozycji są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

124.1 Tak

124.2 Nie

125. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele opozycji?

125.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

125.2 Organizacje polityczne, z którymi nie są związani

125.3 Rząd RP

125.4 Prezydenta RP lub jego gabinet

125.5 Polskę, Polaków

125.6 Inne narody – jakie?

125.7 Kościół katolicki, katolików

125.8 Inne religie i kościoły

125.9 Mniejszości seksualne

125.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

125.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

125.12 Przedstawicieli mediów

125.13 Żadne z wymienionych

125.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

126. Czy wypowiedzi przedstawicieli opozycji są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

126.1 Tak

126.2 Nie

127. Jeśli tak, to kogo chwalą przedstawiciele opozycji?

127.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

127.2 Organizacje polityczne, z którymi nie są związani

127.3 Rząd RP

127.4 Prezydenta RP lub jego gabinet

127.5 Polskę, Polaków

127.6 Inne narody

127.7 Kościół katolicki, katolików

127.8 Inne religie i kościoły

127.9 Mniejszości seksualne

127.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

127.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

127.12 Przedstawicieli mediów

127.13 Żadne z wymienionych

127.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

128. Czy w materiale występuje prezydent RP lub jego gabinet?

128.1 Tak

128.2 Nie

129. Jeśli w materiale występuje prezydent RP lub jego gabinet, to kto?

130. Jeśli tak, to ile razy w materiale pojawił się prezydent lub przedstawiciel jego gabinetu?

131. Jaki był wydźwięk wypowiedzi prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu?

131.1 Pozytywny

131.2 Negatywny

131.3 Neutralny

131.4 Trudno określić

132. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu?

133. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu?

134. Czy wypowiedzi prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

134.1 Tak

134.2 Nie

135. Jeśli tak, to kogo krytykują prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu?

135.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

135.2 Organizacje polityczne opozycyjne

135.3 Rząd RP

135.4 Poprzedników na stanowisku Prezydenta RP

135.5 Polskę, Polaków

135.6 Inne narody

135.7 Kościół katolicki, katolików

135.8 Inne religie i kościoły

135.9 Mniejszości seksualne

135.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

135.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

135.12 Przedstawicieli mediów

135.13 Żadne z wymienionych

135.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

136. Czy wypowiedzi prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu są skrajnie pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

136.1 Tak

136.2 Nie

137. Jeśli tak, to kogo chwala przedstawiciele prezydenta RP lub przedstawiciela jego gabinetu?

137.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

137.2 Organizacje polityczne opozycyjne

137.3 Rząd RP

137.4 Poprzedników na stanowisku Prezydenta RP

137.5 Polskę, Polaków

137.6 Inne narody

137.7 Kościół katolicki, katolików

137.8 Inne religie i kościoły

- 137.9 Mniejszości seksualne
- 137.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 137.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 137.12 Przedstawiciele mediów
- 137.13 Żadne z wymienionych
- 137.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

138. Czy w materiale występują przedstawiciele struktur samorządowych?

- 138.1 Tak
- 138.2 Nie

139. Jeśli w materiale występują przedstawiciele struktur samorządowych, to kto?

140. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli struktur samorządowych pojawiło się w materiale?

141. Jaki był wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela struktur samorządowych?

- 141.1 Pozytywny
- 141.2 Negatywny
- 141.3 Neutralny
- 141.4 Trudno określić

142. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela struktur samorządowych

143. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela struktur samorządowych

144. Czy wypowiedzi przedstawiciela struktur samorządowych są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

- 144.1 Tak
- 144.2 Nie

145. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele struktur samorządowych?

- 145.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani
- 145.2 Organizacje polityczne opozycyjne
- 145.3 Rząd RP
- 145.4 Prezydenta RP i/ lub jego gabinet
- 145.5 Polskę, Polaków
- 145.6 Inne narody
- 145.7 Kościół katolicki, katolików
- 145.8 Inne religie i kościoły
- 145.9 Mniejszości seksualne
- 145.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 145.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 145.12 Przedstawiciele mediów
- 145.13 Żadne z wymienionych
- 145.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

146. Czy wypowiedzi przedstawiciela struktur samorządowych są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

146.1 Tak

146.2 Nie

147. Jeśli tak, to kogo chwałą przedstawiciela struktur samorządowych?

147.1 Organizacje polityczne, z którymi są związani

147.2 Organizacje polityczne opozycyjne

147.3 Rząd RP

147.4 Prezydenta RP i/ lub jego gabinet

147.5 Polskę, Polaków

147.6 Inne narody

147.7 Kościół katolicki, katolików

147.8 Inne religie i kościoły

147.9 Mniejszości seksualne

147.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

147.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

147.12 Przedstawicieli mediów

147.13 Żadne z wymienionych

147.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

148. Czy w materiale występują działacze społeczni?

148.1 Tak

148.2 Nie

149. Jeśli w materiale występują działacze społeczni, to kto?

150. Jeśli tak, to ilu działaczy społecznych pojawiło się w materiale?

151. Jaki był wydźwięk wypowiedzi działacza społecznego?

151.1 Pozytywny

151.2 Negatywny

151.3 Neutralny

151.4 Trudno określić

152. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi działacza społecznego

153. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi działacza społecznego

154. Czy wypowiedzi działacza społecznego są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

154.1 Tak

154.2 Nie

155. Jeśli tak, to kogo krytykują działacze społeczni?

155.1 Rząd RP

155.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

- 155.3 Opozycyjne partie polityczne
- 155.4 Inne organizacje polityczne
- 155.5 Polskę, Polaków
- 155.6 Inne narody
- 155.7 Kościół katolicki, katolików
- 155.8 Inne religie i kościoły
- 155.9 Mniejszości seksualne
- 155.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 155.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 155.12 Przedstawiciele mediów
- 155.13 Żadne z wymienionych
- 155.14 Unię Europejską/ Instytucje europejskie

156. Czy wypowiedzi działacza społecznego są skrajnie pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

- 156.1 Tak
- 156.2 Nie

157. Jeśli tak, to kogo chwalą działacze społeczni?

- 157.1 Rząd RP
- 157.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet
- 157.3 Opozycyjne partie polityczne
- 157.4 Inne organizacje polityczne
- 157.5 Polskę, Polaków
- 157.6 Inne narody
- 157.7 Kościół katolicki, katolików
- 157.8 Inne religie i kościoły
- 157.9 Mniejszości seksualne
- 157.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 157.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 157.12 Przedstawiciele mediów
- 157.13 Żadne z wymienionych
- 157.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

158. Czy w materiale występują komentatorzy / eksperci inni niż przedstawiciele mediów?

- 158.1 Tak
- 158.2 Nie

159. Jeśli w materiale występują komentatorzy / eksperci, to kto?

160. Jeśli tak, to ilu komentatorów/ ekspertów pojawiło się w materiale?

161. Jaki był wydźwięk wypowiedzi komentatora/eksperta?

- 161.1 Pozytywny
- 161.2 Negatywny
- 161.3 Neutralny
- 161.4 Trudno określić

162. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi komentatora/ eksperta

163. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi komentatora/ eksperta

164. Czy wypowiedzi komentatorów/ ekspertów są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

164.1 Tak

164.2 Nie

165. Jeśli tak, to kogo krytykują komentatorzy/eksperci?

165.1 Rząd RP/ przedstawicieli

165.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

165.3 Opozycyjne partie polityczne

165.4 Inne organizacje polityczne

165.5 Polskę, Polaków

165.6 Inne narody

165.7 Kościół katolicki, katolików

165.8 Inne religie i kościoły

165.9 Mniejszości seksualne

165.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

165.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

165.12 Przedstawicieli mediów

165.13 Żadne z wymienionych

165.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

166. Czy wypowiedzi komentatorów/ ekspertów są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

166.1 Tak

166.2 Nie

167. Jeśli tak, to kogo chwala komentatorzy/eksperci?

167.1 Rząd RP/ przedstawicieli

167.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

167.3 Opozycyjne partie polityczne

167.4 Inne organizacje polityczne

167.5 Polskę, Polaków

167.6 Inne narody

167.7 Kościół katolicki, katolików

167.8 Inne religie i kościoły

167.9 Mniejszości seksualne

167.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasy

167.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

167.12 Przedstawicieli mediów

167.13 Żadne z wymienionych

167.14 Europejską/Instytucje europejskie

168. Czy w materiale występują przedstawiciele polskiego społeczeństwa?

168.1 Tak

168.2 Nie

169. Jeśli tak, to kto – z imienia i nazwiska – reprezentował społeczeństwo w materiale?

170. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli społeczeństwa pojawiło się w danym materiale reporterskim?

171. Jaki był wydźwięk wypowiedzi społeczeństwa?

171.1 Pozytywny

171.2 Negatywny

171.3 Neutralny

171.4 Trudno określić

172. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela społeczeństwa

173. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela społeczeństwa

175. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele społeczeństwa?

175.1 Rząd RP/ przedstawicieli

175.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

175.3 Opozycyjne partie polityczne

175.4 Inne organizacje polityczne

175.5 Polskę, Polaków

175.6 Inne narody

175.7 Kościół katolicki, katolików

175.8 Inne religie i kościoły

175.9 Mniejszości seksualne

175.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

175.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

175.12 Przedstawicieli mediów

175.13 Żadne z wymienionych

175.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

176. Czy wypowiedzi społeczeństwa są pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

176.1 Tak

176.2 Nie

177. Jeśli tak, to kogo chwala przedstawiciele społeczeństwa?

177.1 Rząd RP/ przedstawicieli

177.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

177.3 Opozycyjne partie polityczne

177.4 Inne organizacje polityczne

177.5 Polskę, Polaków

177.6 Inne narody

- 177.7 Kościół katolicki, katolików
- 177.8 Inne religie i kościoły
- 177.9 Mniejszości seksualne
- 177.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 177.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 177.12 Przedstawiciele mediów
- 177.13 Żadne z wymienionych
- 177.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

178. Czy w materiale występują przedstawiciele innych mediów?

- 178.1 Tak
- 178.2 Nie

179. Jeśli w materiale występują przedstawiciele mediów, to kto?

180. Jeśli tak, to ilu przedstawicieli mediów pojawiło się w materiale?

181. Jaki był wydźwięk wypowiedzi przedstawiciela innych mediów?

- 181.1 Pozytywny
- 181.2 Negatywny
- 181.3 Neutralny
- 181.4 Trudno określić

182. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela innych mediów

183. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w wypowiedzi przedstawiciela innych mediów

184. Czy wypowiedzi przedstawicieli innych mediów są krytyczne lub obraźliwe w stosunku do określonych osób lub grup?

- 184.1 Tak
- 184.2 Nie

185. Jeśli tak, to kogo krytykują przedstawiciele innych mediów?

- 185.1 Rząd RP/ przedstawiciele rządu
- 185.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet
- 185.3 Opozycyjne partie polityczne
- 185.4 Inne organizacje polityczne
- 185.5 Polskę, Polaków
- 185.6 Inne narody
- 185.7 Kościół katolicki, katolików
- 185.8 Inne religie i kościoły
- 185.9 Mniejszości seksualne
- 185.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie
- 185.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci
- 185.12 Przedstawiciele mediów
- 185.13 Żadne z wymienionych
- 185.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

186. Czy wypowiedzi przedstawiciele innych mediów są skrajnie pochwalne w stosunku do określonych osób lub grup?

186.1 Tak

186.2 Nie

187. Jeśli tak, to kogo chwalą przedstawiciele innych mediów?

187.1 Rząd RP

187.2 Prezydenta RP i / lub jego gabinet

187.3 Opozycyjne partie polityczne

187.4 Inne organizacje polityczne

187.5 Polskę, Polaków

187.6 Inne narody

187.7 Kościół katolicki, katolików

187.8 Inne religie i kościoły

187.9 Mniejszości seksualne

187.10 Osoby o odmiennej niż on / ona rasie

187.11 Osoby o odmiennej niż on / ona płci

187.12 Przedstawiciele mediów

187.13 Żadne z wymienionych

187.14 Unię Europejską/Instytucje europejskie

188. Jeśli w materiale reporterskim występuję INNI, to kto?

189. Czy materiał reporterski zawierał odniesienia do mediów lub cytował media?

189.1 Tak

189.2 Nie

190. Jeśli cytowane są media, to jakie?

190.1 Gazeta Wyborcza / gazeta.pl

190.2 Gazeta Polska

190.3 Gazeta Polska codziennie

190.4 TVN

190.5 TVN24 / tvn24.pl

190.6 Polsat

190.7 Polsat News

190.8 Rzeczpospolita

190.9 Tygodnik Powszechny

190.10 Newsweek

190.11 OKO.Press

190.12 TV Republika

190.13 TV Superstacja

190.14 TVP

190.15 TVP Info

190.16 Polska The Times

190.17 Do Rzeczy

190.18 Sieci

190.19 Polityka

190.20 Wprost

190.21 TV Trwam

190.22 Krytyka Polityczna

190.23 Fakt

- 190.24 Super Express
- 190.25 RMF FM
- 190.26 Radio Zet
- 190.27 Polskie Radio
- 190.28 Inne

191. Czy cytowane są social media?

- 191.1 Nie
- 191.2 Tak - Facebook
- 191.3 Tak – Twitter
- 191.4 Tak- Youtube
- 191.5 Tak- Inne

192. Czy media / social media cytowane są w kontekście:

- 192.1 Negatywnym
- 192.2 Pozytywnym
- 192.3 Neutralnym
- 192.4 Nie da się określić

192(A). Czy nastąpiło zabarwienie emocjonalne dotyczące cytowanych mediów/ social mediów:

- 192.1 Negatywnym
- 192.2 Pozytywnym
- 192.3 Neutralnym
- 192.4 Nie da się określić

193. W jakim celu cytowane były media/ social media?

- 193.1 Informacyjnym
- 193.2 Stanowią źródło newsa
- 193.3 Promocyjnym
- 193.4 Perswazyjnym
- 193.5 Innym

194. Czy pojawiły się słowne akty agresji w kierunku cytowanych mediów?

- 194.1 Tak
- 194.2 Nie

195. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

196. Czy pojawiły się wizualne/fizyczne akty agresji w kierunku cytowanych mediów?

- 196.1 Tak
- 196.2 Nie

197. Czy pojawiło się odniesienie do działań etycznych cytowanych mediów?

- 197.1 Tak
- 197.2 Nie

198. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

199. Czy pojawiło się odniesienie do etyki dziennikarskiej konkretnego dziennikarza?

199.1 Tak

199.2 Nie

200. Jeśli tak to zacytować odpowiedni fragment

201. Czy pojawiło się odniesienie do działań stroniczych cytowanych mediów?

201.1 Tak

201.2 Nie

202. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

203. Czy pojawiło się odniesienie do działań stroniczych konkretnego dziennikarza?

203.1 Tak

203.2 Nie

204. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

207. Jaka jest główna perspektywa w materiale reporterskim?

207.1 Wspierająca rząd / prorządowa

207.2 Wspierająca urząd prezydenta

207.3 Negująca urząd prezydenta

207.4 Wspierająca opozycję / pro opozycyjną

207.5 Antyrządowa

207.6 Antyopozycyjna

207.7 Wspierająca Unię Europejską / pro europejska

207.8 Sprzeciwiająca się UE / antyeuropejska

207.9 Wspierająca kościół / pro religijna

207.10 Sprzeciwiająca się kościołowi / antyreligijna

207.11 Wspierająca działalność mniejszości seksualnej

207.12 Sprzeciwiająca się działalności mniejszości seksualnej

207.13 Wspierająca działania imigracyjne

207.14 Sprzeciwiająca się działaniom imigracyjnym

207.15 Żadna z wymienionych

207.16 Wspierająca Polskę i Polaków

207.17 Negująca Polskę i Polaków

207.18 Wspierające / Promujące media

207.19 Negujące działalność mediów

208. Jaki charakter ma obraz filmowy pojawiający się w newsie?

208.1 Nacechowany pozytywnie

208.2 Nacechowany negatywnie

208.3 Neutralny

208.4 Informacyjny (tabele/grafiki)

208.5 Mieszany (zachowujący więcej cech)

209. Czy w materiale pojawiły się akty słownej agresji?

209.1 Tak

209.2 Nie

210. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

211. Czy w materiale pojawiły się akty wizualnej / fizycznej agresji?

211.1 Tak

211.2 Nie

212. Jaki jest wydźwięk materiału reporterskiego?

212.1 Informacyjny / Neutralny

212.2 Nacechowany różnymi emocjami

212.3 Trudno określić

212.4 Emocjonalnie pozytywny

212.5 Emocjonalnie negatywny

213. Narracja dziennikarska ma charakter:

213.1 Informacyjny/ neutralny

213.2 Nacechowany różnymi emocjami

213.3 Trudno określić

213.4 Emocjonalnie pozytywny

213.5 Emocjonalnie negatywny

214. Wypisz nacechowane negatywnie określenia, które zostały użyte w relacji reporterskiej przez dziennikarza (autora materiału)

215. Wypisz nacechowane pozytywnie określenia, które zostały użyte w relacji przez dziennikarza (autora materiału)

216. Czy w materiale reporterskim pojawiły się akty agresji ze strony autora materiału wobec polityków obecnego rządu?

216.1 Tak

216.2 Nie

217. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

218. Czy w materiale reporterskim pojawiły się akty agresji ze strony autora materiału wobec polityków partii opozycyjnych?

218.1 Tak

218.2 Nie

219. Jeśli tak to zacytować odpowiedni fragment

220. Czy w materiale reporterskim pojawiły się akty agresji ze strony przedstawicieli mediów w kierunku polityków?

220.1 Tak

220.2 Nie

221. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

222. Czy w materiale reporterskim pojawiły się akty agresji ze strony polityków w kierunku autora materiału?

222.1 Tak

222.2 Nie

223. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

224. Czy w materiale reporterskim pojawiły się akty agresji ze strony polityków w kierunku przedstawicieli mediów?

224.1 Tak

224.2 Nie

225. Jeśli tak, to zacytować odpowiedni fragment

DANE PROGRAMU

226. Czy w programie „Wiadomości” występuje autopromocja stacji?

226.1 Tak

226.2 Nie

227. Jeśli w programie „Wiadomości” występuje autopromocja to dotyczy ona:

227.1 Sukcesów danego programu emitowanego na antenie TVP1

227.2 Oglądalności danego programu emitowanego na antenie TVP1

227.3 Autocytatów TVP1

227.4 Zaproszenia do konkretnego programu TVP1

227.5 Propozycji programowej TVP1

227.6 Zapowiedzi rozmów politycznych w programie TVP1

227.7 Inne

228. Jeśli w programie „Wiadomości” TVP1 występuje autocross promocja to dotyczy ona:

228.1 Zaproszenia do konkretnego programu innej stacji tego samego nadawcy

228.2 Propozycji programowej innej stacji tego samego nadawcy

228.3 Zapowiedzi rozmów politycznych w konkretnych stacjach tego samego nadawcy

228.4 Cytatów programów tego samego nadawcy

228.5 Sukcesów danego programu emitowanego na antenach tego samego nadawcy

228.6 Oglądalności danego programu emitowanego na antenach tego samego nadawcy

228.7 Inne

229. Jeśli promocja programów w stacji TVP1 dotyczy zapowiedzi rozmów politycznych to wymienić kto będzie gościem – imię i nazwisko, partia

230. Czy w programie „Fakty” występuje autopromocja stacji ?

230.1 Tak

230.2 Nie

231. Jeśli w programie „Fakty” występuje autopromocja stacji to dotyczy ona:

231.1 Sukcesów danego programu emitowanego na antenie TVN

231.2 Oglądalności danego programu emitowanego na antenie TVN

- 231.3 Autocytatów TVN
- 231.4 Zaproszenia do konkretnego programu TVN
- 231.5 Propozycji programowej TVN
- 231.6 Zapowiedzi rozmów politycznych w programie TVN
- 231.7 Inne

232. Jeśli w programie „Fakty” TVN występuje autocross promocja to dotyczy ona:

- 232.1 Zaproszenia do konkretnego programu innej stacji tego samego nadawcy
- 232.2 Propozycji programowej innej stacji tego samego nadawcy
- 232.3 Zapowiedzi rozmów politycznych w konkretnych stacjach tego samego nadawcy
- 232.4 Cytatów programów tego samego nadawcy
- 232.5 Sukcesów danego programu emitowanego na antenach tego samego nadawcy
- 232.6 Oglądalności danego programu emitowanego na antenach tego samego nadawcy
- 232.7 Inne

233. Jeśli promocja programów w stacji TVN dotyczy zapowiedzi rozmów politycznych to wymienić kto będzie gościem – imię i nazwisko, partia