

Anna Piechocka

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Beata Królicka

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Radosław Sojak

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

MEDIALNA SFERA PUBLICZNA WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE – OCENA Z PERSPEKTYWY MODELU LIBERALNO-PREDSTAWICIELSKIEGO¹

Pluralistyczny dostęp poszczególnych partii i środowisk politycznych do mediów uznawany jest za jeden z fundamentów demokracji. Odwołując się do danych dotyczących obecności polityków w najważniejszych telewizyjnych i radiowych programach publicznych oraz danych dotyczących rynkowego zasięgu poszczególnych nadawców, artykuł analizuje wpływ, jaki poszczególne środowiska polityczne miały na polską medialną sferę publiczną w okresie od listopada 2015 do grudnia 2017 roku. Artykuł zmierza w stronę opisu normatywnego, dostarczającego odpowiedzi na pytanie, czy i w jakim stopniu poszczególne partie polityczne są nad- lub niedoreprezentowane w medialnej sferze publicznej. Odpowiedź umożliwia zestawienie uzyskanych danych z liberalno-przedstawicielskim modelem sfery publicznej we współczesnych demokracjach (Ferree, Gamson, Gerhards i Rucht 2002).

Autorzy wnioskują, że polska sfera publiczna mieści się w demokratycznych standardach wyznaczonych przez przyjęte do analizy modele, choć zarówno nadawcy publiczni jak i prywatni mają problemy z zachowaniem odpowiedniego poziomu reprezentatywności różnych partii w swoich stacjach.

Słowa kluczowe: medialna sfera publiczna; pluralizm; proporcjonalność; jakość dyskursu publicznego; socjologia mediów

Media Public Sphere in Contemporary Poland: Evaluation in Accordance with Liberal-Representative Model

Abstract

Pluralistic access to media is widely recognized as one of the foundations of democracy. Drawing upon the data on the presence of politicians in the most influential television and radio political programmes as well as the data on viewership and listenership (from November 2015 to December 2017), the article examines the influence the parties have

* Anna Piechocka, Instytut Socjologii, e-mail: anna.piechocka@umk.pl; Beata Królicka, Instytut Socjologii, e-mail: beak@umk.pl; Radosław Sojak, Instytut Socjologii, e-mail: kedar@umk.pl

¹ Autorzy dziękują za inspirację, rady oraz pomoc w przygotowaniu danych i wykresów Andrzejowi Melerowi i Wojciechowi Rzymskiemu.

upon media public sphere in contemporary Poland. The article aims at the assessment of whether parties are over- or under-represented in the Polish media public sphere. The evaluation is achieved by setting the empirical data against the liberal-representative model of democratic public sphere described by Ferree, Gamson, Gerhards and Rucht (2002).

The authors argue that the Polish public sphere meets the democratic standards laid down in the theoretical models discussed in the article, despite the fact both public and private media experience certain problems with the adequate representation of various parties.

Keywords: media public sphere; pluralism; proportionality; quality of public discourse; sociology of media

Przekonanie o szczególnym narastaniu konfliktu politycznego wydaje się we współczesnej Polsce składnikiem świadomości zbiorowej, a metafory „wojny plemiennej”, „rozdarcia” czy „wojny polsko-polskiej” są niemal stałym elementem publicystycznych diagnoz. Współczesnym polskim debatom często towarzyszą pytania o media: ich rolę jako czwartej władzy, zdolność do kontrolowania osób rządzących, kształtowania opinii publicznej i wizerunku kraju na arenie międzynarodowej. Dyskusje te są jednak pełne emocji i wzajemnych oskarżeń o stosowanie propagandy, konflikt interesów oraz brak elementarnej rzetelności. Podstawowym celem tekstu jest zapewnienie systematycznej, opartej na danych, oceny rzeczywistości medialnej w kontekście podziałów i reprezentacji środowisk politycznych.

Pierwszym krokiem analizy będzie prezentacja danych oraz metodologii ich zbierania, a także przedstawienie jedynie wstępnie zagregowanych i niepodlegających interpretacji informacji dotyczących reprezentacji poszczególnych środowisk politycznych. Drugim krokiem będzie prezentacja normatywnych modeli sfery publicznej znajdujących odzwierciedlenie w literaturze przedmiotu oraz wybór jednego z nich jako podstawy opisu o charakterze normatywnym. Trzecim krokiem natomiast będzie interpretacja danych w kontekście wybranego modelu. W konkluzji autorzy dochodzą do wniosku, że wizerunek polskiej przestrzeni publicznej funkcjonującej w świadomości zbiorowej jest najprawdopodobniej bardziej negatywny, niż wskazuje analiza danych ilościowych.

Dane i metodologia

Podstawą analizy są dane pochodzące z badań realizowanych w ramach projektu Centrum Monitorowania Dyskursu Publicznego (www.cmdp.pl), rejestrujących udział przedstawicieli poszczególnych partii politycznych parlamentarnych i pozaparlamentarnych, przedstawicieli władz, środowiska prezydenckiego oraz osób niepartyjnych w mediach publicznych i prywatnych.

Dane będące podstawą niniejszej analizy obejmują następujące audycje publicystyczne:

Media publiczne:	Media prywatne:
<i>24 minuty</i> – TVP Info,	<i>7 dzień tygodnia</i> – Radio Zet,
<i>24 pytania</i> – Polskie Radio 24,	<i>Fakty po Faktach</i> – TVN24,
<i>Cztery Strony</i> – TVP Info,	<i>Gość Krzysztofa Ziemca</i> – RMF FM,
<i>Dziś wieczorem</i> – TVP Info,	<i>Gość Radia ZET</i> – Radio Zet,
<i>Forum</i> – TVP Info,	<i>Gość Wydarzeń</i> – Polsat News,
<i>Gość poranka</i> – TVP Info,	<i>Graffiti</i> – Polsat News,
<i>Gość Wiadomości</i> – TVP Info,	<i>Graffiti Popołudniowe</i> – Polsat News,
<i>INFO rozmowa</i> – TVP Info,	<i>Horyzont</i> – TVN24,
<i>Kwadrans polityczny</i> – TVP1,	<i>Jeden na jeden</i> – TVN24,
<i>Minęła 20</i> – TVP Info,	<i>Kawa na Ławę</i> – TVN24,
<i>Minęła 8</i> – TVP Info,	<i>Kontrwywiad</i> – RMF FM,
<i>O co chodzi</i> – TVP Info,	<i>Kropka nad i</i> – TVN24,
<i>Polityka przy kawie</i> – TVP1,	<i>Ława polityków</i> – TVN24,
<i>Po przecinku</i> – TVP Info,	<i>Piaskiem po oczach</i> – TVN24,
<i>Salon polityczny Trójki</i> – Program Trzeci Polskiego Radia,	<i>Popołudniowa rozmowa</i> – RMF FM,
<i>Śniadanie w Trójce</i> – Program Trzeci Polskiego Radia,	<i>Poranna rozmowa</i> – RMF FM,
<i>Sygnaly dnia</i> – Program Pierwszy Polskiego Radia,	<i>Prezydenci i Premierzy</i> – Polsat News,
<i>Woronicza 17</i> – TVP Info.	<i>Śniadanie w Radiu Zet</i> – Radio Zet.

Pod uwagę braliśmy okres od 1 listopada 2015 roku (czyli pierwszego pełnego miesiąca po wyborach parlamentarnych z 25 października 2015 roku) do 31 grudnia 2017 roku. Na przestrzeni analizowanego okresu kilka z powyższych audycji zniknęło z ramówek stacji, a w ich miejsce weszły nowe tytuły. Zarówno programy zdjęte z anten, jak i do nich wprowadzone zostały ujęte w analizie.

Uwzględniliśmy dane dotyczące obecności przedstawicieli partii parlamentarnych oraz tych partii pozaparlamentarnych, które uzyskały wynik wyborczy uprawniający do otrzymywania subwencji dla partii politycznych². Poza Sej-

² Zgodnie z ustawą o partiach politycznych z dnia 27 czerwca 1997 r. (DzU 1997 nr 98, poz. 604 z późn. zm.) do otrzymywania subwencji z budżetu państwa na działalność statutową jest uprawniona partia polityczna, która „1) w wyborach do Sejmu samodzielnie tworząc komitet wyborczy otrzymała w skali kraju co najmniej 3% ważnie oddanych głosów na jej okręgową listę kandydatów na posłów albo 2) w wyborach do Sejmu weszła w skład koalicji wyborczej, której okręgową listę kandydatów na posłów otrzymała w skali kraju co najmniej 6% ważnie oddanych głosów” (art. 28.1). System subwencji dla partii pozaparlamentarnych ma zapobiegać marginalizacji partii, które nie dostały się do parlamentu oraz wspierać nowe podmioty na scenie politycznej, dlatego uwzględnienie ich w analizie dotyczącej reprezentacji medialnej środowisk politycznych wydaje się zgodne z intencją prawodawcy (zob. Gendźwił i in. 2017).

mem znalazł się wówczas między innymi Sojusz Lewicy Demokratycznej, który startował w wyborach w koalicji pod nazwą Zjednoczona Lewica wraz z partią Twój Ruch, Polską Partią Socjalistyczną, Unią Pracy i Partią Zielonych³. Z analizy została natomiast wyłączona kategoria gości niepartyjnych⁴. Uznajemy, że wszyscy, nawet formalnie niezależni przedstawiciele rządu, wykonują swoje zadania zgodnie z linią programową zwycięskiej partii, a kancelaria prezydenta odcina się od partyjnych korzeni jedynie symbolicznie. Dlatego przedstawiciele władz i środowiska prezydenckiego w naszych badaniach są traktowani jak członkowie Prawa i Sprawiedliwości, nawet jeśli formalnie do tej partii nie należą⁵. Dla każdej partii wyliczamy dwa wskaźniki. Pierwszym, bardziej pierwotnym, jest wskaźnik obecności. Jest to proste zliczenie, ilu przedstawicieli partii pojawiło się w audycjach publicystycznych w analizowanym przez nas okresie. W naszej analizie obecność jest znormalizowana. Wszystkie odnotowane wizyty poszczególnych przedstawicieli partii stanowią 100%.

Tak rozumiana obecność przedstawicieli poszczególnych partii w wybranych audycjach publicystycznych służy jako podstawa do określenia wskaźnika **wplywu**. Powstaje on na podstawie danych Nielsen Audience Measurement oraz Instytutu Badań Radiowych dotyczących procentowego udziału poszczególnych anten w rynku telewizyjnym i radiowym, przez nas nazywanego zasięgiem stacji. Uznajemy, że obecność polityka na antenie cieszącej się dwudziestoprocentowym udziałem w rynku daje zdecydowanie większe możliwości kształtowania sfery publicznej niż odwiedziny w stacji o zasięgu pięcioprocentowym. Wskaźnik wpływu jest zatem obecnością zważoną zasięgiem anteny, w której obecność wystąpiła. Wynik dla każdej osoby obliczany jest przy użyciu liczby jej obecności w danej stacji, zasięgu tej stacji i sumy zasięgów wszystkich stacji, w których wystąpiła wybrana osoba w wybranym miesiącu. Wzór wygląda więc następująco:

³ W naszej analizie Zjednoczoną Lewicę reprezentuje SLD, Twój Ruch i Zieloni. Nie odnotowaliśmy obecności przedstawicieli pozostałych koalicjantów w mediach.

⁴ W badaniach prowadzonych przez CMDP kategoria ta obejmuje osoby oficjalnie niezwiązane z żadnym ugrupowaniem politycznym. W jej skład wchodzi dziennikarze, publicyści, eksperci, naukowcy, lekarze, przedstawiciele biznesu i organizacji pozarządowych, duchowni, pracownicy służb mundurowych oraz wszystkie inne osoby zapraszane do programów publicystycznych, które mogą wnieść do dyskusji wkład merytoryczny. Kategorii tej nie można wprawdzie przypisać cechy bezstronności politycznej, jednak ze względu na przyjęte kryterium przynależności partyjnej w naszych analizach zostanie ona pominięta.

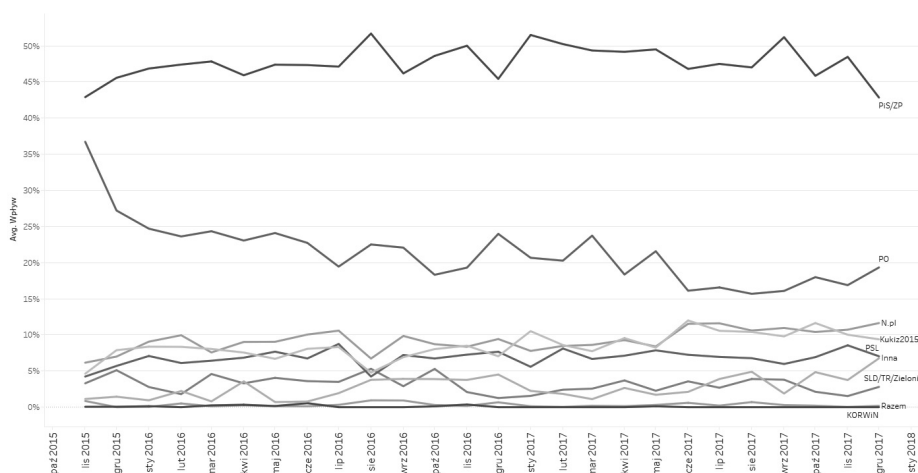
⁵ Oprócz partii politycznych i niepartyjnych w badaniach CMDP pojawia się także kategoria „Inna”. Jest to grupa bardzo niejednorodna, ponieważ należą do niej politycy z małych partii (takich jak Partia Demokratyczna), powstałych po wyborach (jak Wolni i Solidarni), ale również politycy formalnie niezwiązani z żadną partią (jak Marek Borowski), reprezentanci kół poselskich (np. z koła Republikanie) oraz nieliczni zagraniczni politycy gościnnie występujący w polskich stacjach (np. Péter Szijjártó, węgierski minister spraw zagranicznych). Uzasadnienie pominięcia tej grupy przedstawiamy w części analitycznej artykułu.

$$\begin{aligned}
 \text{Wpływ } x = & \sum \text{Obecności } x \text{ w miesiącu } z \times \frac{\text{zasięg stacji } a}{\sum \text{zasięgów wszystkich stacji w miesiącu } z} \\
 & + \sum \text{Obecności } x \text{ w miesiącu } z \times \frac{\text{zasięg stacji } b}{\sum \text{zasięgów wszystkich stacji w miesiącu } z} \\
 & + [\dots]
 \end{aligned}$$

Wynik dla partii jest sumą wpływu wszystkich jej reprezentantów z wszystkich miesięcy objętych analizą.

W związku z tym w okresie od listopada 2015 roku do grudnia 2017 roku otrzymujemy następujący obraz reprezentacji środowisk i partii politycznych w medialnej sferze publicznej (wykres 1).

Wykres 1. Wskaźnik wpływu partii politycznych



Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

Na pierwszy rzut oka zauważalna jest przede wszystkim przytłaczająca przewaga środowiska PiS nad wszystkimi pozostałymi partiami. Wskaźnik wpływu tej partii oscyluje niezmiennie wokół 45%. Zwraca uwagę również pośrednia pozycja Platformy Obywatelskiej oraz spadkowy trend jej wpływu na przestrzeń publiczną we współczesnej Polsce. Pozostałe środowiska polityczne wydają się cieszyć zbliżonym dostępem do mediów. Na uwagę zasługuje także zdecydowanie mniejszy wpływ tych partii, które nie dostały się do parlamentu.

Powyższe konstatacje wydają się tyleż oczywiste, ile niewiele wnoszące. Czy wpływ partii, która po raz pierwszy w historii III RP uzyskała bezwzględna

większość w sejmie na poziomie 45%, to za dużo czy za mało? Czy w przypadku największej partii opozycyjnej udział na poziomie 25% gwarantuje demokratyczną kontrolę nad dyskursem rządzących? Czy reprezentacja pozostałych partii zapewnia niezbędny pluralizm i możliwość prezentowania własnych poglądów? Czy dystans dzielący środowisko parlamentarne i pozaparlamentarne jest uzasadniony? Jeśli nie, to jak wyznaczyć jego właściwe proporcje? Na żadne z tych pytań nie da się odpowiedzieć, nie zestawiając powyższych danych z normatywnym modelem sfery publicznej. Dopiero takie porównanie danych pozwala nadać sens zarejestrowanym wielkościom i trendom. Wybór modelu nie jest jednak ani oczywisty, ani całkowicie pozbawiony arbitralności⁶. Dlatego musimy poświęcić mu teraz nieco uwagi.

W poszukiwaniu modelu sfery publicznej

Jedną z typowych strategii stosowanych w nauce jest tworzenie modeli służących jako wzorzec do porównań z realnie istniejącymi, empirycznymi bytami. Tego typu modele mogą być wykorzystywane w różnych celach: heurystycznym – jako środek naukowego poznania, retoryczno-krytycznym – jako podstawa do krytyki istniejących stosunków oraz normatywnym – jako idee regulatywne. Sfera publiczna jako przedmiot rozpraw naukowych jawi się w nich często nie tyle, lub nie wyłącznie, jako zjawisko empiryczne podlegające opisowi, ale też jako postulat – wykaz cech, jakimi powinna się charakteryzować, czy funkcji, jakie powinna pełnić. Rozważanie zagadnień związanych ze sferą publiczną nieuchronnie miesza różne perspektywy. Normatywny komponent tkwi już bowiem w samym pojęciu sfery publicznej, co wynika z roli, jaką odegrała ona w kształtowaniu się państwa demokratycznego i miejsca, jakie zajmuje w teorii demokracji (Schulz 2006: 60–61).

Medialna sfera publiczna

Formowanie się nowożytnej sfery publicznej było związane z przemianami, jakie towarzyszyły ustępowaniu stosunków feudalnych, rozwojowi kapi-

⁶Odsyłamy w tym miejscu do bogatej tradycji intelektualnej wykraczającej poza socjologię w kierunku ogólnej metodologii i filozofii nauki, której osią jest rozważanie związków między faktami i wartościami. Mieszczą się tu nie tylko koncepcje modelowania, typów idealnych, gęstego opisu czy teorii ugruntowanej, ale także wszelkie odmiany socjologii rozumiejących – od Webera i Znanieckiego, przez fenomenologię Schutza i Bergera, aż po podwójną hermeneutykę Giddensa czy socjologię refleksyjną Bourdieu. Trudno znaleźć tu miejsce na choćby szkicowe podsumowanie tak bogatego nurtu rozważań, dlatego pozwalamy sobie streścić przyjmowane przez nas stanowisko, odwołując się do stwierdzenia jeszcze innego klasyka socjologii: „Nie da się adekwatnie postawić żadnego problemu, jeśli nie wyartykułuje się jasno wartości, które wchodzą w grę, i jawiących się zagrożeń dla tych wartości” (Mills 2007: 215).

talistycznego sposobu produkcji i umacnianiu się mieszczaństwa. Następował wówczas proces polaryzacji, polegającej na tworzeniu się z jednej strony władzy publicznej, z drugiej natomiast – społeczeństwa obywatelskiego. Władza publiczna zaczęła nabierać charakteru ciągłego, wyrażającego się stałą armią i stałą administracją. Naprzeciw tego podmiotu pojawił się drugi – złożony z osób prywatnych, wykluczonych z udziału we władzy publicznej. Mieszczańska sfera publiczna umożliwiała debatowanie na temat kwestii istotnych dla państwa i społeczeństwa, a że dyskutowali te kwestie ludzie niepełniący żadnych funkcji, a przy tym niezależni materialnie, tworzyli opinię publiczną niezależną od władzy politycznej. Z czasem sfera publiczna zaczęła być wykorzystywana wbrew samej władzy, bo to właśnie w tej przestrzeni pojawiły się i zostały wyartykułowane pojęcia i żądania opozycyjne wobec absolutyzmu. Jedną z najistotniejszych instytucji sfery publicznej była prasa, zmieniająca stopniowo swą funkcję z informacyjnej na opiniotwórczą. Rozwój środków masowego przekazu stał się przyczyną daleko idących przeobrażeń sfery publicznej, doprowadził bowiem do powstania tzw. medialnej sfery publicznej, w której pomiędzy władzą a społeczeństwem pojawiły się instytucje pośredniczące, a debatujący obywatele zmienili się w biernych konsumentów skomercjalizowanych przekazów medialnych (Habermas 2007).

Podział aktorów medialnej sfery publicznej na aktywnych uczestników procesu politycznego (polityków), biernych odbiorców i widzów (obywateli) oraz pośredników pomiędzy tymi grupami, występujących w roli informatorów i komentatorów (dziennikarzy) (Schulz 2006: 67–68) wydaje się współcześnie tracić na znaczeniu w obliczu pojawienia się Internetu i powstania społeczeństwa sieci (Castells 2003), nasze badania dotyczą jednak tradycyjnych mediów elektronicznych (radia i telewizji), w których obywatelom w dużej mierze przypisana jest nadal rola pasywna. Role aktorów sfery publicznej w sieci oraz przemiany, jakim uległa tradycyjna przestrzeń debaty publicznej w związku z pojawieniem się nowych mediów, wykraczają zatem poza zakres zainteresowania naszego artykułu⁷.

Fakt, że uczestnictwo i wymiana informacji w medialnej sferze publicznej odbywają się za pośrednictwem mediów, sprawia, że system medialny i system polityczny są ze sobą ściśle powiązane. Relacje pomiędzy mediami a polityką stanowią jeden z istotnych obszarów zainteresowania nauk o mediach i komunikowaniu, poszczególne podejścia badawcze koncentrują się jednak na różnych aspektach wzajemnego wpływu obu tych systemów. Przykładowo, literatura dotycząca mediatyzacji analizuje przede wszystkim, w jaki sposób polityka dostosowuje się do reguł rządzących mediami. Badacze z tego obszaru zajmują się zatem głównie wkraczaniem mediów do świata polityki, uznając, że wywierają one wpływ na życie polityczne. Z kolei inne podejście koncentruje się na

⁷ Na temat wpływu Internetu na sferę publiczną zob. np.: Dahlberg 2001; Papacharissi 2002.

kwestii znaczenia mediów dla ustanawiania agendy politycznej, czyli ustalania priorytetów politycznych. Oba uznają zatem, że media posiadają przynajmniej pewien zakres władzy politycznej (Van Aelst i Walgrave 2017: 2–3).

Mediatyzację Łukasz Wojtkowski definiuje jako „formę relacji mediów i polityki, w której media zajmują pozycję nadrzędną względem polityki, decydując o jej medialnym dostępie, wizerunku, percepcji i znaczeniu” (Wojtkowski 2012: 54–55). Zdaniem Winfrieda Schulza (2006: 30) mediatyzacja obejmuje cztery podstawowe działania o charakterze pośredniczącym: (1) Środki masowego przekazu zbierają informacje, dokonują ich selekcji, a następnie je rozpowszechniają. Wytworzony komunikat trafia do masowej publiczności i niejednokrotnie wpływa na jej decyzje; (2) Media decydują o dostępie aktorów politycznych do sfery publicznej, co przekłada się na zakres ich działań i wywierany wpływ; (3) Media dokonują interpretacji i oceny biegu wydarzeń politycznych; (4) Dzięki swemu wpływowi media mogą kreować fikcyjną rzeczywistość, stanowiącą podstawę działań politycznych⁸. W ostatnich latach w badaniach nad mediatyzacją daje się zaobserwować przesuwanie akcentu z perspektywy mediocentrycznej na perspektywę aktora politycznego, zgodnie z którą politycy są nie tyle zmuszani do podporządkowania się logice mediów, ile przyjmują ją dla realizacji własnych celów politycznych (Van Aelst i Walgrave 2017: 3–4).

Badania nad ustanawianiem agendy (*agenda-setting*) dotyczą efektów mediów (zob. McCombs i Shaw 1972; McCombs 2008). Według modelu zaproponowanego przez Jamesa Dearinga i Everetta Rogersa (1996) ustanawianie agendy jest traktowane jako proces polityczny, w którym główną rolę odgrywają media, sprawiając, że pewne problemy społeczne zostają uznane za kwestie publiczne. Model ten obejmuje trzy główne elementy: (1) agendę medialną, którą można badać, analizując zawartość relacji medialnych; (2) agendę publiczną, mierzoną na ogół za pomocą badań opinii publicznej oraz (3) agendę polityczną, której wyznacznikiem są działania polityczne. Jako czwarty element Dearing i Rogers (1996: 22–23) wymieniają czynnik świata rzeczywistego, definiowany jako zmienna mierząca mniej lub bardziej obiektywnie stopień nasilenia czy ryzyko wystąpienia problemów społecznych. Pierwszy okres badań nad *agenda-setting* dotyczył wpływu agendy medialnej na agendę publiczną, jednak wraz z rozwojem teorii pojawiły się także badania nad wpływem zawartości

⁸ Mediatyzacja jest powiązana ze zjawiskiem tabloidyacji treści medialnych. Media, które chcą się utrzymać na wolnym rynku, muszą walczyć o uwagę widza (słuchacza lub czytelnika). W związku z tym przekazywane treści (również polityczne) zaczynają wpisywać się w nurt *infotainment*. Media prywatne kalkulują, jakie działania przyciągną i zatrzymają odbiorców. Chcąc zapewnić sobie wysoką oglądalność (albo słuchalność), muszą przekonać do siebie przeciętnego odbiorcę, który woli treści rozrywkowe i proste. W konsekwencji informacje ulegają tabloidyacji, stają się uproszczone i nastawione na sensację (Dobek-Ostrowska 2011: 68).

i porządku agendy medialnej na agendę polityczną (McCombs 2008; Nowak 2014). Podjęte przez nas badanie w świetle zrekonstruowanej powyżej klasyfikacji dotyczy wzajemnych wpływów agendy politycznej i medialnej. Zasadnicza różnica polega na tym, że badania *agenda-setting* koncentrują się przede wszystkim na wymiarze treściowym, a nasze badanie skupia się na tym, co ilościowo mierzalne.

Relacje pomiędzy systemem medialnym i politycznym obejmują także między innymi kwestie dostępu aktorów politycznych do mediów, określanego terminem *gatekeeping*. Refleksja nad tym zjawiskiem ma swój początek w latach pięćdziesiątych XX wieku (zob. White 1950). *Gatekeeping* nie jest wprawdzie bezpośrednim przedmiotem naszej analizy, jednak bierzemy pod uwagę czynnik, jakim jest możliwość dostępu do nadawców o największej oglądalności lub słuchalności. Dlatego też w naszej pracy będziemy posługiwać się wskaźnikiem wpływu uwzględniającym udział w rynku stacji, w których występują reprezentanci poszczególnych partii politycznych.

Modele sfery publicznej we współczesnej teorii demokracji

Dominacja medialnej sfery publicznej i jej znaczenie dla współczesnych demokracji, a przy tym istotny wpływ, jaki wywiera na procesy polityczne, spowodowały, że stała się ona obiektem zainteresowania ze strony teoretyków nauk społecznych, polityki czy komunikowania masowego. Myra Marx Ferree, Wiliam A. Gamson, Jürgen Gerhards i Dieter Rucht (2002), poszukując modeli medialnej sfery publicznej, poddali analizie współczesne teorie demokracji. Poszukiwali w nich odpowiedzi na następujące pytania: Kto i przy jakich okazjach powinien być uczestnikiem sfery publicznej? Jaka powinna być forma i treść wkładu poszczególnych aktorów do dyskursu publicznego? W jaki sposób aktorzy powinni komunikować się ze sobą? Jakie są pożądane wyniki, jeśli proces działa tak, jak powinien? (Ferree i in. 2002: 289). Na tej podstawie spośród licznych publikacji podejmujących kwestie sfery publicznej i zawartych w nich sugestii o charakterze normatywnym, wyabstrahowali cztery modele medialnej sfery publicznej, jakie można ich zdaniem odnaleźć we współczesnej teorii demokracji.

Model pierwszy, oparty na teorii liberalno-reprezentacyjnej (*representative liberal theory*), zakłada, że współczesna demokracja nie jest w stanie zapewnić warunków do pełnego uczestnictwa obywateli w procesie sprawowania władzy. Spośród klasyków teorii reprezentantem takiego myślenia był między innymi Joseph Schumpeter (2009), który uważał, że udział w cyklicznych wyborach to jedna z nielicznych sytuacji, gdy obywatele indywidualnie podejmują decyzje o kształcie prowadzonej polityki. Zdaniem zwolenników tego modelu, przeciętny obywatel nie ma odpowiednich środków i kompetencji, by samodzielnie ocenić realne interesy państwa. Jednak przy dobrze działających mediach ludzie mogą wybrać spośród przedstawicieli dowolnej partii politycznej

najlepszego reprezentanta do sprawowania władzy. By było to możliwe, środki masowego przekazu powinny dążyć do stworzenia przestrzeni, w której dyskusja oparta jest na racjonalnych, wyważonych, zrozumiałych i nienacechowanych emocjonalnie argumentach. Istotnym elementem modelu liberalno-przedstawicielskiego jest tzw. reguła zamknięcia (*norm of closure*), która zakłada, że sfera publiczna powinna być miejscem dyskursu na określony temat jedynie w okresie poprzedzającym podjęcie decyzji w rozpatrywanej sprawie, po czym media powinny przejść do kolejnych kwestii, nad którymi prace pozostają w toku.

W modelu liberalno-przedstawicielskim najważniejsza kwestia dotyczy tego, kto i w jakim wymiarze powinien mieć dostęp do debaty publicznej. Ferree i in. (2002) wskazują tu na tzw. **kryterium proporcjonalności**, zgodnie z którym dostęp ten powinien być mniej więcej proporcjonalny do głosów uzyskanych w wyborach albo do udziału w znaczących podmiotach społeczeństwa obywatelskiego. W pierwszej kolejności powinni to być zatem reprezentanci rządu, partii oraz najważniejsi przedstawiciele administracji państwowej. Zgodnie z założeniami modelu liberalno-przedstawicielskiego te grupy powinny mieć największą możliwość bieżącego informowania pozostałych obywateli o kierunkach działań państwa. Dodatkową rolę powinni odgrywać również niezależni eksperci, którzy poprzez racjonalne komentarze i analizę bieżącej sytuacji będą pomagać przedstawicielom obywateli w podejmowaniu decyzji.

Zwolennicy teorii liberalno-uczestniczącej (*participatory liberal theory*) przedstawiają inny model. Do głównych reprezentantów tego nurtu należy Benjamin Barber, który pisząc o silnej demokracji, rozumie ją jako system, w którym obywatele uczestniczą w otwartej debacie opartej na racjonalnych argumentach i reprezentują interesy grup społecznych, do których należą (Barber 1998). W ten sposób decyzje mogą być podejmowane przez mediatorów reprezentujących wspólny dla danej grupy cel i interes. Model liberalno-uczestniczący zakłada zatem aktywne i możliwie szerokie zaangażowanie zwykłych ludzi w politykę, a odrzuca lub prezentuje ambiwalentny stosunek do wiedzy eksperckiej. Zwolennicy tego modelu uważają, że należy unikać przedwczesnego zamknięcia debaty, popierają także używanie różnych stylów komunikacyjnych, nawet jeśli są dalekie od reguły uprzejmości (*civility*).

Teoria dyskursywna (*discursive theory*) bliska jest tradycji liberalno-uczestniczącej, jeśli chodzi o kwestie powszechnego włączenia do dyskursu publicznego, jednak inkluzja ta nie jest celem samym w sobie, a raczej środkiem do uczynienia sfery publicznej bardziej deliberatywną poprzez włączenie mówców z tzw. peryferii. W modelu dyskursywnym bowiem, wyabstrahowanym głównie na podstawie prac Jürgena Habermasa (zob. 2005), najważniejszą rolę odgrywa sama możliwość swobodnego prowadzenia dyskursu między wszystkimi zainteresowanymi stronami. Istotą każdej debaty powinien być wspólnie wypracowany konsens, który usunie temat z agendy. Z tradycją liberalno-przedstawicielską

model ten łączy także uznanie reguły uprzejmości w debacie oraz reguły zamknięcia, jednak nie oznacza to ani braku zaangażowania emocjonalnego, ani zgody na przedwczesne zakończenie debaty, jeśli konsens nie został osiągnięty.

Zgodnie z teorią konstruktywistyczną (*constructionist theory*) dostęp do debaty powinien być jeszcze bardziej nieograniczony. Kwestionowana jest tu w ogóle odrębność sfery publicznej jako takiej. Wiele z najbardziej aktywnych teoretyczek, takich jak Nancy Fraser (1995) czy Seyla Benhabib (1996), rozwija bowiem swoje teorie z perspektywy feministycznej, tłumacząc, że marginalizacja kobiet w polityce wynika z samej definicji polityki, traktowanej jako odrębna sfera, przeciwstawiona życiu prywatnemu. Teoretyczki nie mówią już o dyskusji między różnymi grupami, a o prowadzeniu narracji przez różne grupy, w tym również te, których głos nie był wcześniej słyszalny. Normą powinna być powszechna integracja, służąca wzmocnieniu pozycji osób marginalizowanych. W warunkach wielogłosu pojawia się możliwość zaistnienia wielu sfer publicznych obok siebie. Zwolennicy tego modelu podkreślają wartość nietypowych dla sfery publicznej form dyskursu, takich jak *storytelling*. Uważają przy tym, że media powinny zmienić sposób funkcjonowania, tak by – zamiast faworyzowania dominujących grup interesu – reprezentować także głos oddolnych inicjatyw.

Ferree i in. (2002) uznali cztery modele sfery publicznej za wygodną kategorię przydatną do podejmowania badań w obszarze sfery publicznej⁹. Jako przykład takiego zastosowania podali własne studium dotyczące porównania dyskursu wokół aborcji w Niemczech i Stanach Zjednoczonych. Same modele nie rozstrzygają jednak, który z nich miałby być podstawą do planowanego tu opisu normatywnego. Stąd przed dokonaniem wyboru modelu konieczne jest rozważenie jeszcze jednego wątku – pytania o pluralizm.

Proporcjonalność jako kryterium pluralizmu medialnego

Z kryterium proporcjonalności (Ferree i in. 2002) łączy się ściśle pojęcie pluralizmu, który można uznać za szczególną cechę demokracji. Z jednej strony zachowanie zasady pluralizmu należy do wyznaczników istnienia i utrzymania sprawnie funkcjonującego ustroju. Z drugiej strony natomiast demokracja jako system istnieje po to, by zapewnić różnorodność. Pluralizm jest pojęciem bardzo obszernym i wieloznacznym. Zawężając obszar do teorii polityki, pluralizm polityczny można zdefiniować jako demokratyczną zasadę ustrojową, która wyraża się „w poszanowaniu dla różnicowań społecznych i kulturowych”,

⁹ Sfera publiczna nie należy do łatwych obiektów badań. Już próba naukowego zdefiniowania tego pojęcia poprzez wskazanie jego konkretnych desygnatów napotyka na pewne problemy. Występują ponadto trudności z operacjonalizacją pojęcia, co znajduje odzwierciedlenie w podejmowanych w tym obszarze badaniach empirycznych (Gadowska i Winczorek 2013: 5–6).

gwarantującą „różnym grupom społecznym i politycznym prawo do wyrażania swoich interesów oraz udział w sprawowaniu władzy” (Pisarek 2006: 147).

Jak zauważył Robert Dahl (por. 1995: 29–31), współcześnie liczebność obywateli w państwach jest na tyle duża, że niemożliwe jest uzgodnienie wspólnych celów i interesów ważnych dla całej niejednorodnej grupy. W związku z tym będą powstawały liczne mniejsze ugrupowania, w których łatwiej jest ustalić wspólne dla wszystkich członków danej grupy priorytety. W pełnej i sprawnie działającej demokracji ważne jest, by każda z tych grup (której działalności nie zabrania konstytucja) miała prawo do wyrażania swoich opinii oraz do sprawowania władzy.

Szczególną funkcję należy przypisać tu mediom publicznym, które dzięki wsparciu państwa tylko w ograniczonym stopniu muszą rywalizować na rynku komercyjnym, przez co mogą skupić się na misji stwarzania przestrzeni do reprezentacji poglądów i interesów różnych grup społecznych (Klimkiewicz 2006; por. McQuail 1992). To właśnie w mediach publicznych powinna realizować się idea dyskursu publicznego. Graham Murdock (2004) wymienia cztery obietnice publicznych nadawców, które mogą stanowić podstawę do budowania ważnej instytucji dla ustroju demokratycznego. Chodzi o (1) tworzenie sfery otwartej debaty, w której istnieje swoboda wypowiedzi, (2) i do której dostęp powinien być darmowy dla każdego. (3) Media publiczne, tworząc strefę debaty, powinny dążyć do przedstawienia różnych poglądów i argumentów. Ostatecznie nadawcy powinni (4) traktować odbiorców jako obywateli, a nie jako konsumentów.

Pluralizm medialny, za *Słownikiem terminologii medialnej*, można definiować jako: „różnorodność środków komunikowania masowego, różnorodność programową, odnoszącą się do zróżnicowanych systemów wartości, zapewnienie wielostronnej politycznie informacji, a także zapobieganie tendencjom monopolistycznym” (Pisarek 2006: 148). Inną definicję przy opisywaniu pluralistycznego modelu medialnego proponuje Heywood (2006: 257), przedstawiając go jako „rynek idei, w którym dyskutowana jest szeroka gama poglądów politycznych”.

Pluralizm medialny dzielony jest na typy. Najpopularniejszy podział to pluralizm wewnętrzny i zewnętrzny, ale wyróżnia się też dychotomiczny podział na umiarkowany (występujący również pod nazwą: zrównoważony lub liberalny) i spolaryzowany, o którym pisali Daniel C. Hallin i Paolo Mancini (Klimkiewicz 2006; Hallin i Mancini 2007). Bogusława Dobek-Ostrowska wskazuje (2011: 75), że pluralizm wewnętrzny dotyczy zawartości jednej wybranej stacji, gazety czy rozgłośni radiowej. W tym ujęciu w programie publicystycznym w debatach uczestniczą co najmniej dwie strony konfliktu, prezentowane są różne opinie, wizje oraz propozycje zmian w kwestiach politycznych. Każde z ugrupowań politycznych ma możliwość przedstawienia siebie oraz własnych postulatów. Kierownictwo stacji powinno dbać, by zachowana była równowaga między wypowiedziami poszczególnych stron. Dodatkowo zatrudnieni dziennikarze mają nie

favoryzować ani opozycji, ani partii rządzącej. Występowanie tego typu pluralizmu świadczy o niskim paralelizmie politycznym. Powinien on również być podstawową cechą wszystkich mediów publicznych.

W poniższej analizie interesuje nas w pierwszej kolejności pluralizm zewnętrzny. Nie przeprowadzamy analizy pluralizmu wewnętrznego na poziomie poszczególnych nadawców, zadowalając się agregacją uwzględniającą jedynie podział na media publiczne i prywatne¹⁰. Uznajemy jednak, że pluralizm jest jedną z podstawowych wartości demokratycznych i jako taki może stanowić podstawę normatywnego modelu medialnej sfery publicznej.

Analiza

Do naszej analizy wybraliśmy liberalno-przedstawicielski model sfery publicznej (zob. Ferree i in. 2002). Wybór tego modelu podyktowany jest nie tylko jego kompatybilnością z danymi ilościowymi, ale także przekonaniem, że odpowiada on dość dobrze zakorzenionemu w świadomości zbiorowej stereotypowi mediów jako czwartej władzy. Jeśli bowiem media są rzeczywiście czwartą władzą, to należałoby oczekiwać, że wpasowują się choćby tylko metaforycznie w system *checks and balances*. I tak rzeczywiście jest. Państwo powołało specjalne instytucje do regulowania rynku medialnego, rozdzielania koncesji czy oceniania treści medialnych¹¹. W związku z tym można również oczekiwać, że dostęp do przestrzeni medialnej będzie pozostawał w jakiejś proporcjonalnej relacji do bezpośredniej siły politycznej poszczególnych środowisk partyjnych ustalonej w akcie wyborczym.

Dlatego jako kryterium normatywnego opisu medialnej sfery publicznej proponujemy **normę reprezentatywności**. Dla partii parlamentarnych została ona obliczona jako średnia arytmetyczna dwóch wartości wyrażonych w procentach. Pierwszą jest procent ważnych głosów oddanych na daną partię polityczną w ostatnich wyborach parlamentarnych, drugą zaś procent uzyskanych w efekcie tego wyniku miejsc w niższej izbie polskiego parlamentu. W przypadku partii pozaparlamentarnych średni wpływ dzielony jest jedynie przez procent głosów uzyskanych w wyborach (tabela 1). Po normalizacji wyników w warunkach idealnych norma reprezentatywności dla danej partii politycznej powinna wynosić 1. Osiągnięcie wyniku poniżej 1 wskazuje na niedoreprezentowanie partii

¹⁰ Z profilami poszczególnych nadawców można zapoznać się na stronie cmdp.pl.

¹¹ Takimi instytucjami są: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji oraz Rada Mediów Narodowych. Dodatkowo istnieją organizacje trzeciego sektora kontrolujące jakość systemu medialnego w Polsce. Na przykład Stowarzyszenie im. Stanisława Brzozowskiego wraz z Fundacją Kobiet Nauki zajmują się obecnością kobiet w debacie publicznej. Bieżącą obserwację mediów prowadzi również wspomniane Centrum Monitorowania Dyskursu Publicznego.

w mediach, a wynik powyżej 1 oznacza jej nadreprezentowanie¹². Uzyskaną wartość liczbową określać będziemy mianem **wskaźnika reprezentatywności**.

Tabela 1. Wynik wyborczy, procent zdobytych mandatów i norma reprezentatywności wybranych ugrupowań politycznych (wyniki prezentowane w zaokrągleniu do jedności w %)

Nazwa komitetu	Wynik wyborczy	Procent mandatów	Norma reprezentatywności
Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość	38	51	44
Komitet Wyborczy Platforma Obywatelska RP	24	30	27
Komitet Wyborczy Wyborców „Kukiz’15”	9	9	9
Komitet Wyborczy Nowoczesna Ryszarda Petru	8	6	7
Komitet Wyborczy Polskie Stronnictwo Ludowe	5	3	4
Koalicyjny Komitet Wyborczy Zjednoczona Lewica SLD+TR+PPS+UP+Zieloni	8	0	4
Komitet Wyborczy KORWiN	5	0	2
Komitet Wyborczy Partia Razem	4	0	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PKW (<http://pkw.gov.pl/>)

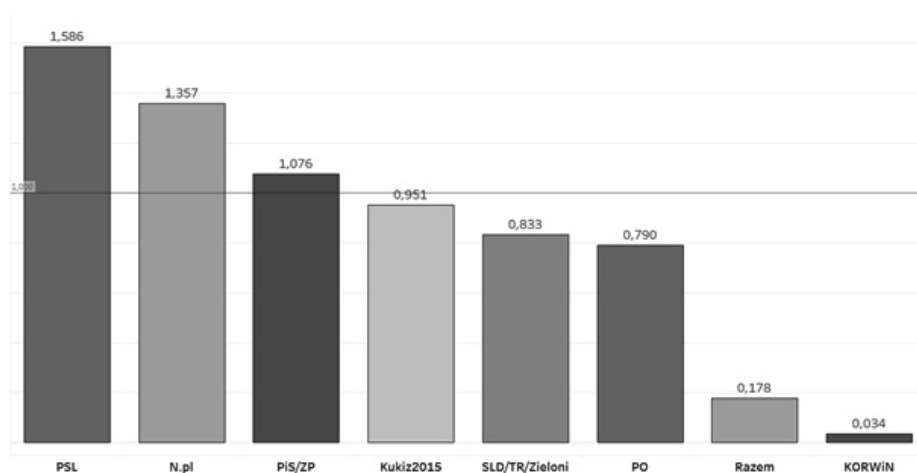
Przyjmując powyższe założenia i miary, uznajemy, że zbiorczy wpływ środowiska PiS na poziomie 44% należy uznać za bezpieczny z perspektywy oceny jakości i funkcjonalności medialnej sfery publicznej, a w przypadku Platformy Obywatelskiej wskaźnik ten będzie wynosił 27%. Już z tej perspektywy dane zaprezentowane na początku niniejszego tekstu uzyskują wyraźniejsze znaczenie i stają się podatne na interpretację. By jednak osiągnąć przynajmniej częściową porównywalność między poszczególnymi środowiskami politycznymi w kontekście ich reprezentacji medialnej, proponujemy w pierwszej kolejności odnieść normę reprezentatywności do uśrednionego wpływu.

Nasze dane wskazują, że media nie zachowują idealnych proporcji w reprezentacji medialnej poszczególnych partii politycznych, zaskakujące jednak może się okazać, które partie korzystają z takiego stanu rzeczy, a które nie (wykres 2). Wyniki najbardziej zbliżone do idealnego poziomu reprezentacji osiągają dwie partie – Prawo i Sprawiedliwość (1,076) oraz ugrupowanie Kukiz’15 (0,951). PiS jest największą partią parlamentarną, w związku z tym,

¹² W przypadku opisaną powyżej kategorii „Inna”, stosowanej w badaniach CMDP, nie jest możliwe obliczenie wskaźnika reprezentatywności, dlatego w dalszej części artykułu nie będziemy podawać wyników dla jej przedstawicieli.

zgodnie z przyjętą perspektywą, ma prawo do wysokiej reprezentacji w mediach. W analizowanym okresie partia swój próg przekracza nieznacznie, bo jedynie o 0,076. Ugrupowaniu Kukiza do idealnego odwzorowania poziomu reprezentatywności brakuje zaledwie 0,049, jednak należy pamiętać, że średnia z wyborów i z procentu uzyskanych mandatów dla Kukiz'15 wynosi 9%. To istotna wskazówka przy interpretacji danych. Pokazuje, że poziom wskaźnika może mieć inną wagę w zależności od wielkości partii. Widoczne jest to wyraźnie na przykładzie Polskiego Stronnictwa Ludowego. Wskaźnik dla partii wynosi aż 1,586, czyli jest o ponad połowę wyższy niż wyliczona norma. Jednakże norma reprezentatywności dla tej partii wynosi zaledwie 4%. Oznacza to, że mimo stosunkowo wysokiej nadreprezentacji, w rzeczywistości wzrost wpływu partii w mediach był nieznaczny. W podobnej sytuacji znajdowała się Nowoczesna z wynikiem 1,357. Obie partie były przez ostatnie dwa lata wyraźnie nadreprezentowane w mediach, jednak ich wpływ nadal pozostał niewielki w porównaniu do dominującego Prawa i Sprawiedliwości. Spośród partii parlamentarnych „pod kreską” znajduje się Platforma Obywatelska (0,790). Jako drugie największe ugrupowanie w parlamencie powinna osiągać wysoki wpływ, jednak na przestrzeni ostatnich lat PO widocznie traci swoją pozycję w mediach na korzyść Nowoczesnej.

Wykres 2. Wskaźnik reprezentatywności dla poszczególnych partii w systemie medialnym

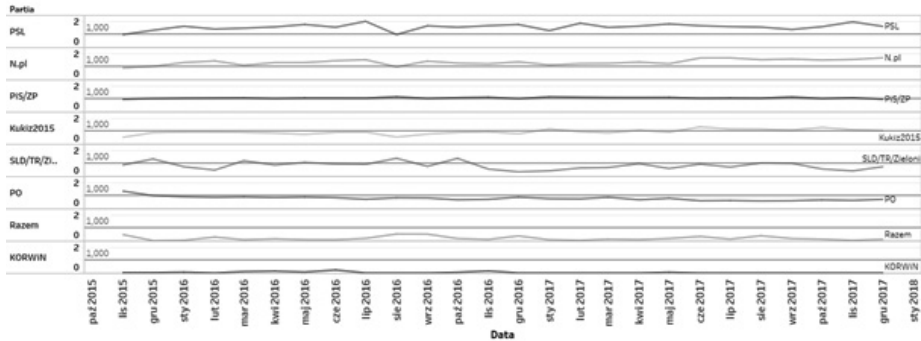


Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

Komentarza wymagają również partie pozaparlamentarne, które na ogół osiągają niskie wyniki. Sojusz Lewicy Demokratycznej (0,833) czy Razem (0,178) na pewno nie uzyskują wpływu na poziomie ich i tak niskiego

poziomu wyborczego. Najniższy wskaźnik, wręcz marginalny, ma partia KORWiN (0,034)¹³.

Wykres 3. Zmiany wskaźnika reprezentatywności w badanym okresie



Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

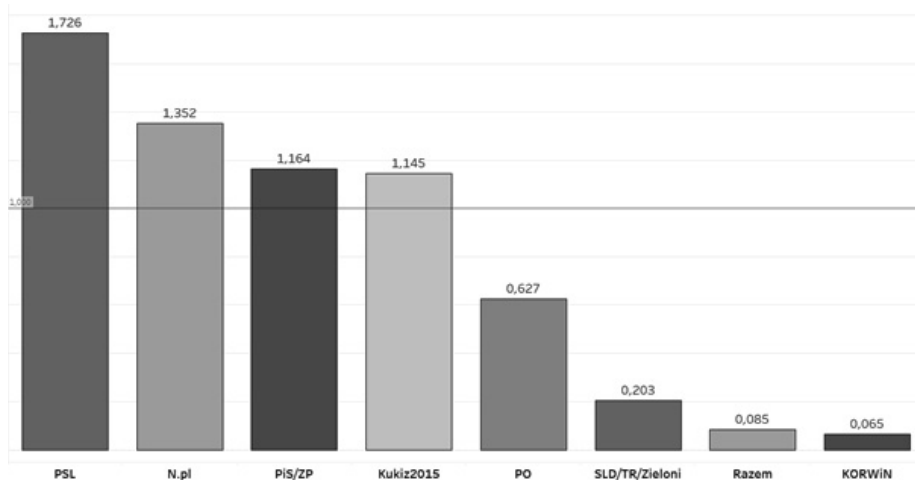
Spojrzenie na zmiany poziomu wskaźnika reprezentatywności w czasie pozwala określić poziom stabilności wpływu partii w mediach (wykres 3). W idealnej pozycji znajduje się PiS – wykres dla tej partii niemal pokrywa się z linią normy reprezentatywności przez cały analizowany okres. Z kolei na przykładzie PO można zauważyć stały spadek poziomu reprezentatywności. Platforma osiąga wynik powyżej wartości 1 tylko w październiku 2015 roku, od listopada 2015 do maja 2016 roku utrzymuje się nieznacznie poniżej linii normy reprezentatywności, a w kolejnych miesiącach wahania i spadki robią się wyraźniejsze. Z kolei wskaźnik reprezentatywności Nowoczesnej rośnie. Od stycznia 2016 roku do lipca 2016 wskaźnik ten waha się od 1,319 do 1,547 z widocznym wyjątkowym spadkiem w marcu 2016 roku do zaledwie 1,106. Po mało aktywnym lipcu przez kolejne miesiące tej partii nie udało się zwiększyć swojej widoczności aż do maja 2017 roku. W tym miesiącu osiągnęła wskaźnik na poziomie 1,227, a w następnym już 1,686 i przez kolejne miesiące utrzymała na tym poziomie, co może świadczyć o umacnianiu się partii. Ugrupowanie Kukiz'15 także wzmacnia swoją pozycję w mediach, jednak widoczne jest, że stałe utrzymanie się nad progiem przysparza problemów i udaje się od stosunkowo niedawna. Podobnie jak w przypadku Nowoczesnej, skok wskaźnika dla Kukiz'15 do poziomu 1,338 zauważalny jest w czerwcu 2017 roku, jednak partia

¹³ Trzeba tu zaznaczyć, że w październiku 2016 roku nazwa została zmieniona na Wolność, więc ewentualne nowe twarze partii mogły zostać przypisane do kategorii „Inna”. Jednocześnie warto dodać, że Jacek Wilk, początkowo należący do KNP, w 2017 roku związał się z Wolnością, jednak w naszych analizach reprezentuje Kukiz'15, ponieważ z list tego ugrupowania startował w wyborach.

nie osiąga regularnie takich wyników. Warto odnotować, że wskaźnik dla SLD/TR/Zieloni nieznacznie, ale stale spada, co ilustruje coraz większą marginalność partii. Do września 2016 roku partiom wspólnie udawało się niekiedy wyraźnie przekroczyć normę reprezentatywności (w grudniu – 1,354, w marcu – 1,215, w sierpniu – 1,406, w październiku – 1,401). W kolejnych miesiącach w najlepszym przypadku oscyluje wokół wartości 1 (w kwietniu, czerwcu, sierpniu i wrześniu 2017 roku). Nic jednak nie wskazuje na to, by konkurencyjne lewicowe ugrupowanie, czyli Partia Razem, zyskiwało na tym większy wpływ. Można jedynie odnotować krótkookresowe wzrosty wskaźnika, np. w sierpniu (0,520), wrześniu (0,511) i grudniu (0,370) 2016 roku, jednak nadal dalekie są one od wartości 1.

Jak zauważyliśmy wcześniej, media publiczne i media prywatne należy traktować inną miarą. Choć wszystkie media powinny działać zgodnie z etyką dziennikarską i przestrzegać prawa, to tylko media publiczne obciążone są ustawowym obowiązkiem zachowania zasady pluralizmu. Dlatego chcemy przyjrzeć się, jak wyglądają wskaźniki reprezentatywności w obu grupach mediów.

Wykres 4. Wskaźnik reprezentatywności dla poszczególnych partii w mediach publicznych

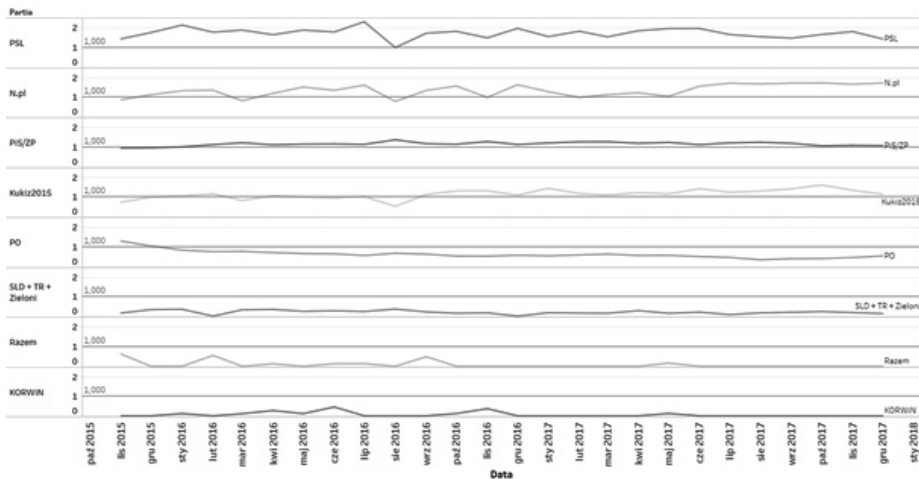


Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

W mediach publicznych można zauważyć kilka interesujących zależności (wykres 4). Po pierwsze, widać, że zmniejszył się udział gości z partii pozaparlamentarnych, co wskazuje na faworyzowanie w dostępie do audycji przedstawicieli aktualnie rządzących ugrupowań. PSL jest najbardziej nadreprezentowany (1,726), jednak jak już wcześniej zauważyliśmy, nie oznacza to drastycznie zwiększonego wpływu partii. Dobry wynik osiąga również Nowoczesna (1,352),

która wydaje się korzystać z niskiego wskaźnika reprezentatywności Platformy (0,627). Najbliżej wytyczonej normy znajdują się ponownie PiS i Kukiz'15, choć istotne jest, że Prawo i Sprawiedliwość w mediach publicznych osiąga wyższy wpływ (1,164) niż w mediach prywatnych (0,971). W przypadku Kukiz'15 (1,145) nadreprezentacja w mediach publicznych wydaje się jedynie wyrównywać niższe wyniki z innych stacji. Na wykresie rzuca się w oczy również niski poziom wskaźnika reprezentatywności Platformy Obywatelskiej. Spośród ugrupowań parlamentarnych tylko ta partia jest znacząco niedoreprezentowana w mediach publicznych. Niższe wyniki osiąga jedynie SLD, Twój Ruch i Zieloni – 0,203, Partia Razem – 0,085 i KORWiN – 0,065.

Wykres 5. Zmiany wskaźnika reprezentatywności w mediach publicznych w badanym okresie



Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

Jednak najciekawiej prezentuje się stabilny, bardzo wysoki wynik PSL. Od października 2015 do lipca 2016 roku wskaźnik tej partii mieścił się w przedziale od 1,437 do 2,307. Największy spadek odnotowany został w sierpniu 2016 roku (0,993), ale w kolejnym okresie sytuacja partii się normalizuje i ponownie wskaźnik wynosi od około 1,4 do 2. Trudno się oprzeć wrażeniu, że jest to efekt starannie zaplanowanej strategii Polskiego Stronnictwa Ludowego. Przedstawiciele partii regularnie odwiedzają Sygnały Dnia – stację, która według danych udostępnionych przez Wirtualne Media, jest trzecią najczęściej słuchaną na wsi (MK 2017)¹⁴. Dodatkowo z naszych danych wynika, że PSL znacznie częściej

¹⁴ Dane z okresu od sierpnia 2015 do stycznia 2017 roku.

odwiedza programy poranne niż wieczorne. Głębszych analiz wymagałaby weryfikacja hipotezy mówiącej, że dobre wyniki PSL są efektem swoistej inercji instytucjonalnej związanej z faktem, iż to właśnie ta partia (wspólnie z SLD) stosunkowo długo w III RP sprawowała kontrolę nad mediami publicznymi.

Można uznać, że z wyjątkiem PO media publiczne starają się zachować proporcje w reprezentowaniu różnych partii politycznych. Na niedużych odstępstwach od wyznaczonego standardu korzystają głównie małe partie parlamentarne. Wykres ukazujący zmiany w czasie przedstawia stopniowy wzrost wpływów Nowoczesnej i Kukiz'15 (wykres 5). Partia Ryszarda Petru w pierwszym okresie swojego działania raczej z łatwością przekraczała normę reprezentatywności, nawet do 1,645 w listopadzie 2016 roku. W przypadku młodej partii możliwość zaprezentowania się w mediach zwiększa jej rozpoznawalność i pozwala się rozwijać. Sporadyczne spadki wskaźnika odnotować można w 2016 roku: w lutym (0,818), lipcu (0,788) czy październiku (0,993). Wyciszenie partii następuje w styczniu 2017 roku, czyli tuż po wyprawie Ryszarda Petru na Maderę w czasie protestu opozycji w sejmie. Ugrupowanie na powrót uaktywniło się w mediach publicznych dopiero w maju 2017 roku i zaczęło osiągać wyniki od 1,569 do 1,735. Partia Pawła Kukiza, mimo że jej pozycja wydaje się również uprzywilejowana, z trudem utrzymuje swoją reprezentatywność na stabilnym, zawyżonym poziomie. Do wakacji w 2016 roku partia uzyskiwała wyniki bardzo bliskie wartości 1. Dla tak małego ugrupowania oznacza to jednak niedużą widoczność w mediach. Od września 2016 roku poziom reprezentatywności dla tej partii zaczyna wzrastać i waha się między wartościami bliskimi 1 (np. w styczniu i lutym 2017 roku) nawet do 1,617 w październiku 2017 roku.

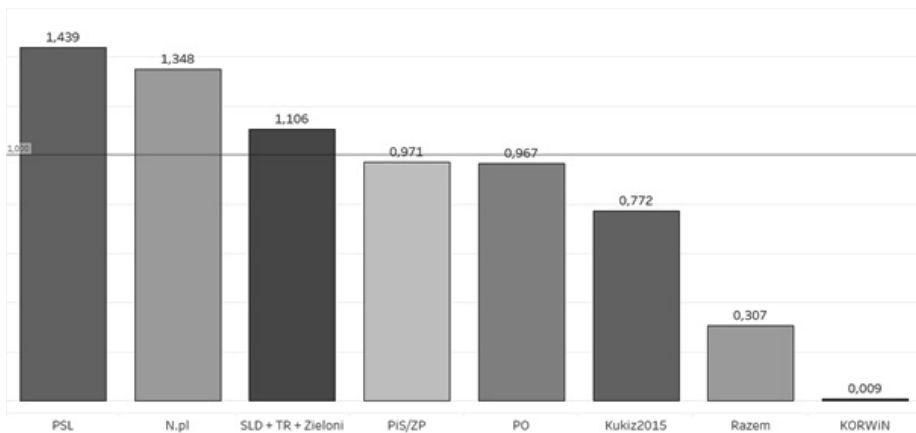
Należy uznać, że wzrost wpływu niedużych partii to niegroźna, a może wręcz dobra dla zachowania zasad pluralizmu i wyważenia praktyka. Wskazane byłoby jednak utrzymanie wyższego poziomu reprezentacji również partii pozaparlamentarnych, by ich głos nie zniknął z dyskursu przed kolejnymi wyborami. SLD wraz z byłymi koalicjantami na początku analizowanego okresu osiągał wskaźnik maksymalnie na poziomie 0,353 (w grudniu 2015 roku), we wrześniu 2016 roku zaczął spadać i ostatecznie do końca 2017 roku osiągnął wyniki około 0,150. Partia Razem jest w gorszej sytuacji. Po wyborach ugrupowanie pojawiało się sporadycznie w mediach publicznych i osiągało całkiem wysokie wskaźniki w niektórych miesiącach, np. w październiku przy okazji Czarnego Poniedziałku (0,620), lutym (0,552) czy sierpniu (0,485). Jednak od września 2016 roku Razem zupełnie zniknęła z mediów publicznych, pojawiła się jedynie w kwietniu 2017 roku (0,163).

W kontekście mediów publicznych krytyce może podlegać jedynie nieznacznie za wysoka reprezentacja Prawa i Sprawiedliwości. Wskaźnik nie jest zbyt wysoki, maksymalnie wynosi 1,374 w lipcu 2016 roku i raczej waha się między wartościami 1,100 a 1,250. Taka sytuacja nie stanowi wprawdzie zagrożenia dla

standardów demokratycznych mediów, jednak wskazana byłaby uważna obserwacja mediów publicznych pod tym kątem. PiS posiada większość w parlamencie i w znacznym stopniu ma wpływ na kształt mediów publicznych poprzez odpowiednie organy, takie jak np. Rada Mediów Narodowych. Należy więc szczególnie uważnie przyglądać się zachowaniu standardów reprezentatywności.

Media prywatne, choć nie są zwolnione z przestrzegania pewnych standardów, mają wolną rękę w wyznaczaniu kierunków działania swoich stacji. Dlatego też nie byłoby niczym dziwnym, gdyby niektóre partie cieszyły się większymi przywilejami niż inne. Okazuje się jednak, że sumarycznie nadawcy prywatni dbają o odpowiedni poziom reprezentacji większości partii.

Wykres 6. Wskaźnik reprezentatywności dla poszczególnych partii w mediach prywatnych

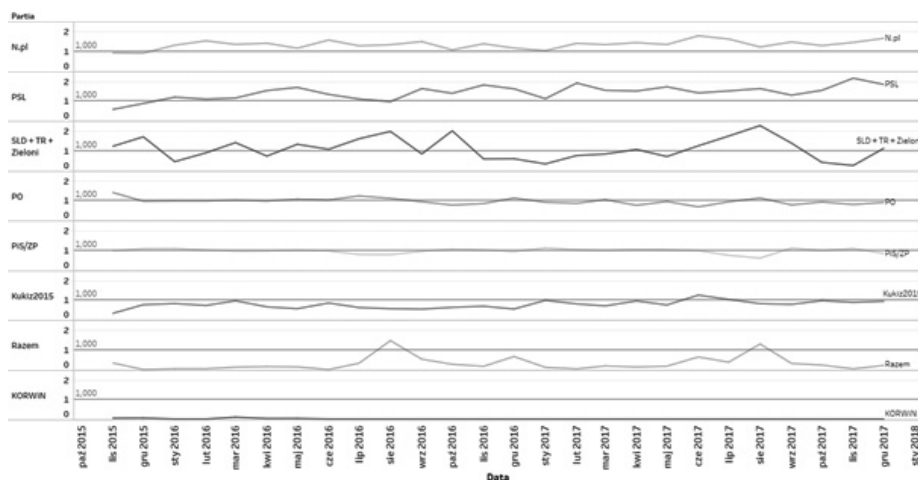


Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

Bardzo podobny wynik Prawa i Sprawiedliwości (0,971) oraz Platformy Obywatelskiej (0,967) w stacjach prywatnych wskazuje na utrzymanie się w tej grupie mediów pluralizmu spolaryzowanego opartego na konflikcie wokół obu ugrupowań (wykres 6). Mamy tu jednak o czynienia z wyraźną zmianą względem mediów publicznych. PO wprawdzie jest nadal niedoreprezentowana, zbliża się jednak wyraźnie do ustalonej dla tej partii normy reprezentatywności. Podobnie jak w mediach publicznych wyraźną nadreprezentacją cieszą się PSL (1,439) oraz Nowoczesna (1,348), jednocześnie jednak widoczny jest duży dystans Kukiz'15 (0,772) do pozostałych ugrupowań. Trzeba pamiętać, że jest to trzecia partia w parlamencie, a osiąga wyniki o ponad połowę słabsze niż Polskie Stronnictwo Ludowe. Jeżeli chodzi o partie pozaparlamentarne, to należy uznać, że lepszy dostęp do mediów ma lewica. Zarówno Sojusz Lewicy Demokratycznej wraz z koalicjantami (1,106), jak i Partia Razem (0,307) osiągają

wpływ niższy, niż wskazywałyby na to wynik wyborczy, jednak ich obecność jest zauważalna. W przeciwieństwie do prawicowej partii KORWiN, która w mediach publicznych praktycznie się nie pojawia (wskaźnik reprezentatywności na poziomie 0,009). Można przyjąć, że po części wynika to z prywatnych sympatii prowadzących do osób z tego środowiska politycznego. Na przykład często zapraszana Barbara Nowacka, mimo że dość wyraźnie dystansowała się od własnej partii, nadal ją reprezentowała, dopóki była jej członkiem. Z naszych obserwacji wynika również, że w stacjach prywatnych częściej niż w publicznych zapraszani są w roli komentatorów byli ministrowie, prezydenci, przemierzy czy po prostu byli działacze polityczni. Jest to szczególnie widoczne na przykładzie SLD, ponieważ najaktywniejszym reprezentantem partii nie jest jej aktualny przewodniczący, a były premier Leszek Miller.

Wykres 7. Zmiany wskaźnika reprezentatywności w mediach prywatnych w badanym okresie



Źródło: opracowanie na podstawie danych zebranych przez CMDP

Rzut oka na zmiany wskaźnika w czasie pozwala stwierdzić, że większość partii przez ostatnie dwa lata cieszy się stabilną pozycją w mediach (wykres 7). Wraz z upływem czasu niektóre z nich stopniowo umacniają swój wpływ, tak jak na przykład Nowoczesna, PSL czy Kukiz'15. Nowoczesna przez pierwsze dwa miesiące osiągała wyniki nieznacznie poniżej wartości 1, jednak już w grudniu 2015 roku przekroczyła ten próg i utrzymała się powyżej niego. Co interesujące, wycieczka Petru na Maderę nie miała wpływu na obecność partii w tych stacjach. Wyniki partii Kukiza długo utrzymywały się poniżej ustalonej normy. W okresie od czerwca do listopada 2016 roku wskaźnik oscylował wokół

wartości 0,500. Dopiero w styczniu 2017 roku partia zaczęła się aktywizować, choć stałe wyniki bliskie 1 osiągnęła dopiero od września 2017 roku. Wpływ PO oraz PiS jest w mediach prywatnych bardzo stabilny. Platforma Obywatelska do maja 2016 roku osiągała wyniki niemal równe wartości 1. W kolejnych miesiącach pozycja PO zaczęła się wahać, ale jej wskaźnik nigdy nie spadł poniżej 0,768 ani nie wzrósł powyżej 1,240. Za to wskaźniki dla PiS maksymalnie wynosiły 1,127 (w grudniu 2016 roku), a minimalnie 0,608 w lipcu 2017 roku. Warto zwrócić uwagę na skoki wskaźników dla Razem, które przypadają na lipiec 2016 (1,473) i 2017 roku (1,302). W mediach są to miesiące wakacyjne, gdy aktywność polityków zazwyczaj spada. Członkowie Partii Razem wykorzystują tę okazję i zwiększają swoją obecność, a przez to i wpływ w stacjach prywatnych. Uwagę zwracają również skokowe wzrosty aktywności SLD i jej byłych koalicjantów, jednak wszystko wskazuje na to, że stoi za tym zjawiskiem przypadek. Bardzo wysoki wynik SLD i Twojego Ruchu w sierpniu 2017 roku (aż 2,287) osiągnięty został dzięki częstym wizytom w stacji TVN24. W tym wakacyjnym miesiącu Robert Biedroń opowiadał o przystanku Woodstock oraz komentował skutki nawałnicy na Pomorzu, bardziej doświadczeni politycy z SLD, tacy jak Leszek Miller, Janusz Zemke czy Aleksander Kwaśniewski, komentowali mniej bieżące tematy polityczne, np. pojawił się wątek sądów, prezydentury Andrzeja Dudy czy relacji między kancelarią prezydenta a ministerstwem obrony. Również w październiku 2016 roku (2,021) obecność Leszka Millera, Aleksandra Kwaśniewskiego czy Janusza Zemke wskazuje, że wpływ tej partii zwiększa się, gdy media prywatne szukają opinii doświadczonych polityków, ale obserwujących wydarzenia z pewnego dystansu. Nieprzypadkowa była jednak aktywność Barbary Nowackiej, ponieważ na początku miesiąca odbył się Czarny Poniedziałek – akcja protestacyjna ruchów *pro-choice*.

Podsumowanie

Proponowany model dostarcza nam syntetycznego opisu medialnej sfery publicznej ze względu na dostęp do niej poszczególnych środowisk politycznych. Być może wbrew obiegowym oczekiwaniom ocena ta nie wypada źle.

Z nadreprezentacją mamy do czynienia głównie w przypadku tych małych środowisk politycznych, które mają swoich przedstawicieli w parlamencie. Możemy więc uznać, że owa nadreprezentacja nie zaburza ogólnej proporcji w medialnej sferze publicznej, bowiem chroni cały system polityczny przed petryfikacją i zapobiega marginalizacji środowisk cieszących się mniejszym poparciem. Niepokojącym sygnałem może być względnie słaba reprezentacja środowisk pozaparlamentarnych oraz malejący udział w medialnej sferze publicznej przedstawicieli największej partii opozycyjnej.

Chcemy również zwrócić uwagę na różnice między stacjami prywatnymi a publicznymi¹⁵. Media prywatne kierują się logiką rynkową, jednak utrzymują dobry standard w doborze gości politycznych. Jedynie niski wynik ugrupowania Kukiz'15 budzi wątpliwości. Jako trzecia partia w parlamencie zasługuje na odpowiednio wysoki poziom reprezentacji. Zauważyć można też, że media prywatne bardziej faworyzują ugrupowania lewicowe niż prawicowe, co jest widoczne w przypadku partii pozaparlamentarnych. Bez pogłębionej analizy nie można jednoznacznie ocenić, co wpływa na ten stan rzeczy. Linia programowa stacji i prywatne sympatie dziennikarzy na pewno nie są bez znaczenia, jednak nie należy pomijać aspektów związanych ze stylem prowadzenia poszczególnych programów. Z naszych obserwacji wynika, że stacje prywatne częściej zapraszają w roli ekspertów doświadczonych polityków wysokiego szczebla, na czym korzystać mogą wybrane partie, takie jak SLD czy PSL. Zauważyć też można, że nadawcy prywatni, w przeciwieństwie do mediów publicznych, nie ulegli aż tak znaczącym przemianom podczas analizowanego okresu. W efekcie, niejako siłą nawyku, szczególnie w okresach spokojniejszych politycznie, sięgają do kontaktów utrwalonych jeszcze przed zmianą władzy politycznej.

Musimy też przyznać, że media publiczne, wbrew obiegu opinii, wypełniają swoją misję poprawnie, choć z pewnymi problemami. Nadreprezentacja małych ugrupowań jest akceptowalna, podobnie jak niewielka nadreprezentacja partii rządzącej. Duży niepokój budzi jednak niski wskaźnik Platformy Obywatelskiej oraz wyniki partii pozaparlamentarnych. W tym przypadku również można podejrzewać, że dysproporcje wynikają z prywatnych sympatii redakcji i linii programowej stacji, kształtowanej pod wpływem zwycięskiej partii. Media publiczne, aby spełniać normy wybranego przez nas modelu, powinny dążyć do wyrównania proporcji wpływu w stosunku do wyników wyborczych.

Przeprowadzona powyżej analiza – w kontekście podziału na nadawców publicznych i prywatnych – pozwala zaryzykować tezę, że medialna sfera publiczna we współczesnej Polsce stanowi swoisty system samoregulujący się. Niewielka nadreprezentacja PiS w mediach publicznych równoważona jest częściowo w mediach prywatnych, które jednocześnie wpływają na poprawę i tak ogólnie słabego wyniku PO.

¹⁵ We współczesnej medialnej sferze publicznej mamy do czynienia ze zjawiskiem segmentacji. Media, udzielając „głosu [...] w pierwszym rządzie tym aktorom, którzy prezentują argumentację zgodną z ich linią”, tworzą cząstkowe sfery publiczne poprzez dokonywanie selekcji audytorów. Polityczna orientacja mediów współgra bowiem z polityczną orientacją odbiorców (Schulz 2006: 75). Warto w tym miejscu zasygnalizować, że zjawisko to można zaobserwować porównując polskie media publiczne i prywatne.

Zwracamy jednocześnie uwagę, że zaproponowany tu model i analiza pozwalają w przyszłości na płynne rejestrowanie zmian w polskiej medialnej sferze publicznej oraz spełnianie przez badaczy roli ostrzegawczej wtedy, gdy jej kształt będzie znacząco odbiegał od modelowego. Zaletą tego sposobu analizy jest również jego podatność na dalsze modyfikacje, na przykład analizy zdecydowanie bardziej dynamiczne, uwzględniające choćby wyniki zmieniających się sondaży wyborczych dla poszczególnych partii¹⁶.

Bibliografia

- Barber, Benjamin R. 1998. *Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy*. „Political Science Quarterly” 113: 573–589.
- Benhabib, Seyla (red.). 1996. *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*. Princeton: Princeton University Press.
- Castells, Manuel. 2003. *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Dahl, Robert A. 1995. *Demokracja i jej krytycy*. Tłum. S. Amsterdamski. Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.
- Dahlberg, Lincoln. 2001. *Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis*. „Journal of Computer-Mediated Communication” 7, 1, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x> (dostęp 7.04.2018).
- Dearing, James W. i Everett M. Rogers. 1996. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława. 2011. *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Ferree, Myra Marx, William A. Gamson, Jürgen Gerhards i Dieter Rucht. 2002. *Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies*. „Theory and Society” 31: 289–324.
- Fraser, Nancy. 1995. *What's Critical about Critical Theory*. W: J. Meehan (red.), *Feminists Read Habermas. Gendering the Subject of Discourse*. New York – London: Routledge, s. 21–55.
- Gadowska, Kaja i Jan Winczorek. 2013. *Sfera publiczna – funkcje, dysfunkcje, normy oficjalne i nieoficjalne*. „Studia Socjologiczne” 1 (208): 5–18.
- Gendźwiłł, Adam, Grażyna Bukowska, Jacek Haman, Adam Sawicki i Jarosław Zbieranek. 2017. *Finanse polskich partii*. Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego.
- Habermas, Jürgen. 2005. *Faktyczność i obowiązywanie. Teoria dyskursu wobec zagadnień prawa i demokratycznego państwa prawnego*. Tłum. A. Romaniuk i R. Marszałek. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

¹⁶ Czytelników zainteresowanych tematem zapraszamy na stronę www.cmdp.pl, gdzie można znaleźć bardziej szczegółowe dane i wykresy, które z przyczyn technicznych nie zmieściły się w niniejszym tekście.

- Habermas, Jürgen. 2007. *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*. Tłum. M. Łukasiewicz i W. Lipnik. Warszawa: WN PWN.
- Hallin, C. Daniel i Paolo Mancini. 2007. *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Tłum. M. Lorek. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Heywood, Andrew. 2006. *Politologia*. Tłum. M. Masojć, B. Maliszewska i inni. Warszawa: WN PWN.
- Klimkiewicz, Beata. 2006. *Zderzenie standardów racjonalności? Pluralizm mediów w europejskiej polityce medialnej*. „Global Media Journal – Polish Edition” 1, spring 2006, dostępne: <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/KlimkiewiczPluralizm%20mediow%20w%20europejskiej%20polityce%20media.pdf> (dostęp 1.01.2017).
- McCombs, Maxwell E. i Donald L. Shaw. 1972. *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. „Public Opinion Quarterly” 36, 2: 176–187.
- McCombs, Maxwell. 2008. *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- McQuail, Denis. 1992. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Mills, C. Wright. 2007. *Wyobrażenia socjologiczne*. Tłum. M. Bucholc. Warszawa: WN PWN.
- MK. 2017. *Jedynka i VOX FM zyskują na wsi, liderem RMF FM*. „Wirtualne Media” <http://www.wirtualnemedi.pl/artikul/radio-na-wsi-liderem-rmf-fm>. (dostęp 6.04.2018).
- Murdock, Graham. 2004. *Building the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet*. The 2004 Spry Memorial Lecture. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.627.2917&rep=rep1&type=pdf> (dostęp 5.02.2018).
- Nowak, Ewa. 2014. *Ustanawianie agendy politycznej przez media. Efekt newsa w Polsce*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Papacharissi, Zizi. 2002. *The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere*. „New Media & Society” 4: 9–27.
- Pisarek, Walery (red.). 2006. *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Schulz, Winfried. 2006. *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Schumpeter, Joseph A. 2009. *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*. Tłum. M. Rusiński. Warszawa: WN PWN.
- Ustawa o partiach politycznych z dnia 27 czerwca 1997 r. DzU 1997 nr 98, poz. 604 z późn. zm.
- Van Aelst, Peter i Stefaan Walgrave. 2017. *Information and Arena: The Dual Function of the News Media for Political Elites*. W: P. Van Aelst i S. Walgrave (red.). *How Political Actors Use the Media. A Functional Analysis of the Media's Role in Politics*. Palgrave Macmillan (e-book DOI 10.1007/978-3-319-60249-3), s. 1–17.

White, David Manning. 1950. *The „gatekeeper”: A case study in the selection of news.* „Journalism Quarterly” 27: 383–391.

Wojtkowski, Łukasz. 2012. *Mediatyzacja polityki. Amerykańska kampania prezydencka 2008.* Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Źródła internetowe:

<http://pkw.gov.pl/>

www.cmdp.pl