

Lucyna Szot

ORCID: 0000-0001-5045-3276

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Politologii

## Media i polityka (kontekst polityzacji mediów publicznych w Polsce po 2015 roku)

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.5>

**Słowa kluczowe:** komunikowanie polityczne, media publiczne, polityzacja, mediatyzacja, pluralizm polityczny

### Wprowadzenie

Punktem wyjścia wielu analiz komunikacji politycznej są spostrzeżenia na temat przeobrażeń, jakim uległy media masowe, oraz ich związku z polityką. Zasadne jest pytanie o polityczną władzę mediów, stawiane na tle zmiany uwarunkowań instytucjonalno-prawnych i politycznych w Polsce po 2015 roku po wyborach parlamentarnych, wobec zmieniających się technologii i kompetencji komunikacyjnych odbiorców. Zasadniczym problemem badawczym jest próba odpowiedzi na dwa pytania:

1. Jakie są uwarunkowania polityczne linii programowej mediów publicznych w Polsce i przez pryzmat jakich interesów jest ona kształtowana?

2. W jaki sposób kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój mechanizmów propagandowych i osłabienie pluralizmu politycznego charakterystycznego dla demokratycznego państwa prawa?

W relacjach między mediami a polityką wyróżnia się dwa podstawowe ujęcia, wynikające z odmiennych założeń i obserwacji, a co za tym idzie — prowadzące do różnych diagnoz. Określa się je jako koncepcje zależności i instrumentalizacji. Koncepcja zależności zakłada, że polityka popadła w uzależnienie od mediów masowych (media masowe odgrywają służebną rolę wobec parlamentu, rządu, administracji, są nośnikiem informacji, forum aktorów politycznych i zwierciadłem opinii publicznej). Natomiast koncepcja instrumentalizacji zakłada zależność mediów od polityki (przypisuje się wysoką rangę autonomii mediów aktywnie wyrażających interesy społeczeństwa, krytykujących i kontrolujących władzę, wyczerpująco informujących celem racjonalnego

kształtowania opinii i woli politycznej społeczeństwa)<sup>1</sup>. W polskim systemie medialnym mamy do czynienia z postępującą utratą autonomii przez media publiczne, co jest wynikiem strategii instrumentalizacji ze strony systemu politycznego, to jest rządu, parlamentu i partii politycznych sprawujących władzę.

Media publiczne (ze względu na powszechną dostępność, tak zwane pokrycie sygnału<sup>2</sup>) stanowią jedno z najważniejszych źródeł informacji o aktualnej sytuacji politycznej, a jednocześnie czynnik wpływu na kształtowanie opinii publicznej. Badania sondażowe przeprowadzone w Polsce w 2016 roku dowodziły, że mimo rosnącego znaczenia internetu, telewizja była głównym źródłem informacji o polityce<sup>3</sup>. W sondażu z sierpnia 2021 roku<sup>4</sup> OBOP nawiązał do problematyki zaufania do mediów: pytano, z jakich źródeł Polacy czerpią informacje o wydarzeniach w kraju i na świecie oraz jak oceniana jest wiarygodność największych nadawców telewizyjnych. W tym badaniu skoncentrowano się na programach telewizyjnych, gdyż — jak wynikało z badań OBOP-u — telewizja pozostawała głównym źródłem informacji o bieżących wydarzeniach w kraju i na świecie. Zebrane dane potwierdziły, że dla wciąż największej grupy badanych głównym źródłem informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie jest telewizja (52%), a na drugim miejscu pod względem częstości wskazań sytuuje się internet (37%). Stosunkowo niewielu respondentów informacje o bieżących wydarzeniach czerpie przede wszystkim z radia (5%) bądź z prasy (2%). Zatem wzajemne relacje pomiędzy rzeczywistością polityczną a sposobem jej prezentacji w telewizji stanowiąc będą podstawę wartościujących ocen i wypowiedzi na temat mediów i polityki — w ujęciu systemowym.

Ekspansja mediów przenikających wiele dziedzin życia społecznego i absorbujących coraz więcej czasu i uwagi odbiorców stanowi dla polityków wyzwanie i szansę. Logika mediów ma własne, czasem trudne do okiełznania przez polityków, uwarunkowania. Jednocześnie media masowe w państwie autorytarnym mogą stać się pasem transmisyj-

<sup>1</sup> W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006, s. 11–12.

<sup>2</sup> Sygnał telewizji publicznej jest odbierany na terytorium całego kraju, natomiast sygnały innych stacji telewizyjnych jedynie w określonym zakresie (wyspowo). Analogicznie jest z sygnałem radiowym.

<sup>3</sup> W badaniu przeprowadzonym przez TNS OBOP na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie 1011 mieszkańców Polski w wieku powyżej 15 lat aż 71% respondentów zadeklarowało, że głównym źródłem informacji na temat polityki są dla nich telewizyjne programy informacyjne. TNS OBOP, *Wiarygodne informacje — czy są dziś w cenie?*, 2016, s. 5.

<sup>4</sup> CBOS, *Postrzeganie telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych*, „Komunikat z Badań CBOS” 2021, nr 106. W ciągu czterech lat 2017–2021 bardzo wyraźnie wzrosło znaczenie internetu (wzrost o 16 punktów procentowych), a zmniejszyło się — telewizji (spadek o 12 punktów). W porównaniu z rokiem 2019 nastąpił również spadek znaczenia radia (o 4 punkty), zaś odsetek korzystających z prasy jako głównego źródła informacji nie zmienił się. Badanie *Aktualne problemy i wydarzenia* przeprowadzono w ramach procedury *mixed-mode* na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL. Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod: wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI), wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) lub wspomagany komputerowo wywiad przy użyciu stron WWW, gdy respondent jest proszony o wypełnienie ankiety w formie elektronicznej (CAWI). We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz taką samą strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 16 do 26 sierpnia 2021 roku na próbie liczącej 1167 osób (w tym 62,4% metodą CAPI, 23,5% — CATI i 14,1% — CAWI).

nym w relacji władza–obywatel. Relacje pomiędzy polityką a mediami oraz uchwycenie ich wpływu na sposób postrzegania polityki przez społeczeństwo mogą stanowić podstawę do rozwijania koncepcji teoretycznych i ich praktycznych wdrożeń, związanych z przekazem mediów publicznych na temat bieżących wydarzeń politycznych przedstawianych w sposób zgodny z interesem rządzących.

Tłem analizy są teoretyczne koncepcje z dziedziny komunikowania dotyczące procesów przetwarzania informacji politycznej, aktywności politycznej i politycznego oddziaływania mediów (mediatyżacja polityki). Najbardziej syntetyczną, najszerszą perspektywę zjawiska komunikowania masowego jako całości zaproponował Denis McQuail<sup>5</sup>. Istotny jest wpływ mediów na przekazy polityczne, a jednocześnie komunikacji masowej na powstawanie sfery publicznej. Ramy teoretyczne niniejszego opracowania określa idea „globalnej wioski” Marshalla McLuhana<sup>6</sup> (elektronicznej i cyfrowej publiczności globalnej) jako współczesnej wersji greckiego *polis* i audytorium poinformowanego w sposób jak najbardziej aktualny i obiektywny o biegu wydarzeń politycznych. Informacja polityczna w mediach jest wszechobecna. Codziennie dostępne jest szerokie spektrum różnorodnych ofert informacyjnych: wiadomości, serwisów informacyjnych, raportów na temat tła wydarzeń, analiz oraz komentarzy w czasopiśmie i gazetach, programach publicystycznych radia i telewizji, internecie, serwisach online. Proces rozwoju mediów — stymulowany postępowaniem technologicznym, komercjalizacją i globalizacją systemów medialnych — zyskuje nową cyfrową jakość. Nowe technologie przyczyniły się do powstania nowych form komunikacyjnych przetwarzania i rozpowszechniania informacji. Aktualnie istotnym źródłem informacji, szczególnie dla młodego pokolenia, są media społecznościowe.

## Specyfika polskiego systemu mediów publicznych

System medialny w Polsce po 2015 roku — w szczególności w odniesieniu do mediów publicznych — wykazuje istotne odejście od standardów demokratycznych, zwłaszcza w zakresie linii programowej redakcji. Wskazują na to wyniki ekspertyzy zleconej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (dalej: KRRiT) w 2016 roku<sup>7</sup>. Celem ekspertyzy było określenie zawartości treściowej, sposobu konstruowania informacji (newsów) oraz dziennikarskich standardów warsztatowych telewizyjnych audycji informacyjnych głównych nadawców telewizyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem powinności nadawcy publicznego, wynikających z art. 21 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, a więc ustalenie, czy główne wydania audycji informacyjnej TVP1 „Wiadomości” cechują się „pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależ-

<sup>5</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008, s. 32.

<sup>6</sup> M. McLuhan, B.R. Powers, *The global village*, New York 1989.

<sup>7</sup> M. Mrozowski, T. Popadiak-Kuligowska, *Ekspertyza programów informacyjnych głównych wydań TVP1 „Wiadomości”, TVN „Fakty”, Polsat „Wydarzenia” z okresu 4 lutego 2016 do 11 lutego 2016 roku. Raport końcowy*, Warszawa 2016 r., <https://www.gov.pl/attachment/a8f98232-4974-4a8f-bd30-bc31444bebe6> (dostęp: 2.04.2023).

nością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”, jak nakazuje to wspomniany artykuł ustawy<sup>8</sup>. Analiza świata przedstawionego w serwisach informacyjnych nadawcy publicznego i nadawców komercyjnych wykazała istotne różnice w sposobie prezentowania rzeczywistości pomiędzy analizowanymi stacjami: w przypadku „Wiadomości” TVP jest to świat monocentryczny, zawężony do sfery politycznej, w której występują silne napięcia między obozem władzy a opozycją polityczną. Analiza wykazała, że można w tym przypadku mówić o swego rodzaju propagandzie sukcesu akcentującej pozytywne efekty działań rządu<sup>9</sup>. Z treści raportu końcowego wynika, że „Fakty” TVN prezentują świat policentryczny i zdecydowanie bardziej różnorodny, serwisy informacyjne uwzględniają szersze spektrum ludzkiej aktywności niż tylko polityka, próbują, oprócz relacjonowania wydarzeń i działań ekipy rządzącej, dostarczyć wyjaśnień dotyczących ich potencjalnych efektów i skutków w sferze społecznej. Trudno jednak w przypadku tej stacji mówić o neutralności prezentowanych stanowisk. „Fakty” nie ukrywają swojej podejrzliwości, a nawet niechęci do polityków partii rządzącej. W relacjonowaniu ich działań mają tendencję do prezentowania obrazu państwa i jego instytucji jako niewydolnych oraz nieudolnie rządzonych. Przedstawiciele obozu władzy często są przedstawiani w negatywnym świetle jako osoby nierzetelne i mające nie zawsze czyste intencje. Z kolei „Wydarzenia” Polsatu prezentują świat bardziej prosty, zdystansowany do polityki. Koncentrują się na codzienności i „nie-codzienności”, ale zawsze z perspektywy zwykłego człowieka. Wyraźne jest tu oddzielenie świata polityki od życia zwykłych ludzi<sup>10</sup>.

Począwszy od 2015 roku (w praktyce redakcyjnej mediów publicznych) dochodziło do redefinicji istotnych pojęć i kategorii demokratycznego państwa prawnego, w tym wolności słowa i niezależności dziennikarzy, z uwzględnieniem sposobu narracji pogłębiającego polaryzację różnych punktów widzenia. Nie jest możliwe zbadanie kontekstów odpowiadających na pytania: dlaczego i w jakim celu dana historia została opowiedziana, jakie funkcje jej zadano, a jakie pełni. „Fałszywa opowieść” powinna być poddana krytycznemu osądowi widzów. Zdaniem autorki odbiorca o określonych kompetencjach komunikacyjnych (w rozproszonym zalewie informacji) nie jest w stanie ocenić, jakie działania polityczne narracja TVP1 legitymizuje, jaką tożsamość zbiorową przyjmuje jako pożądaną, które zdarzenia, na przykład historyczne, w narracji ujawnione są jako formacyjne, mające kluczowe znaczenie dla nadawcy oraz Polaków. Po wygranej Prawa i Sprawiedliwości w wyborach parlamentarnych w 2015 roku zamierzona stronniczość dotycząca procesów selekcji, planowanego doboru treści (polegającego na przemilczeniu wybranych wydarzeń, wypukleniu innych itp.), nadawania określonego kontekstu poprzez wydzźwięk lub kolejność treści stanowi odejście od standardów bezstronności

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 4.

<sup>9</sup> Oprócz silnej koncentracji na sukcesach widoczne są także zainteresowanie przeszłością i akcentowanie jej. Konieczność „rozliczenia” przeszłości, kultywowania pamięci, obrony historii („historia sama się nie obroni”) stanowi oś tematyczną wielu newsów. Zwraca też uwagę bardzo silna tendencja budowania poczucia zagrożenia ze strony sił zarówno zewnętrznych (imigranci, Rosja), jak i wewnętrznych (opozycja, „poprzedni rząd”), co w sumie stwarza obraz świata jako podwójnie oblężonej twierdzy. *Ibidem*, s. 9.

<sup>10</sup> *Ibidem*, s. 10.

i pluralizmu politycznego w mediach publicznych. Pomiędzy dążeniem do obiektywizmu (niemożliwego do osiągnięcia) a stronniczością rozciąga się kontinuum medialnych treści, coraz bardziej (szczególnie w kontekście kampanii wyborczych) przechodzących w stronę medialnej propagandy. A problematyka bezpieczeństwa informacyjnego w państwie demokratycznym obejmuje sposób, w jakim media informują obywateli o wydarzeniach politycznych. Obiektywne media publiczne stanowią jeden z istotniejszych warunków funkcjonowania tego systemu politycznego<sup>11</sup>. Symptomatyczna była próba wdrożenia inicjatywy legislacyjnej w 2021 roku, zmierzającej do dodatkowego opodatkowania mediów (2–15% przychodu) z wyłączeniem mediów publicznych — obrazująca niebezpieczną tendencję do koncentracji kapitału na rynku mediów. Oznaczałoby to, że dla większości firm działalność stałaby się wówczas nieopłacalna (na rynku medialnym zysk wynosi średnio 10% przychodu)<sup>12</sup>. Dalsze konsekwencje dotyczące zmiany zespołów redakcyjnych i linii programowych redakcji byłyby przesądzone. Jednodniowy protest mediów komercyjnych w Polsce 10 lutego 2021 roku pokazał, jak może wyglądać rzeczywistość, w której istnieją tylko media publiczne sprzyjające władzy. W tym dniu Polacy zobaczyli świat tradycyjnych mediów elektronicznych, w którym istnieje tylko przekaz propagandowy pro-rządowy. Zabrakło fundamentalnej roli mediów publicznych, które powinny korzystać z prawnie zapewnionej autonomii w kształtowaniu pluralistycznej sfery publicznej. Z badań EBU wynika, że w społeczeństwach, w których media publiczne są bardziej doceniane, odpowiednio finansowane i zajmują istotny udział w oglądalności, występuje także silniejsze przywiązanie do demokracji i rządów prawa<sup>13</sup>.

Negatywne doświadczenie z dominacją koncernu rządowego PKN Orlen SA na rynkach dzienników prasy regionalnej w Polsce jedynie wzmacnia obawy o stan polskiej demokracji, pluralizm światopoglądowy w mediach i obywatelskie prawo do rzetelnej i bezstronnej informacji. W powyższym kontekście w praktyce zmarginalizowany został dostęp do rzetelnej informacji regionalnej, a w jej miejsce coraz śmielej wchodzi prorządowa propaganda sukcesu. Instrumentalne traktowanie mediów powiązanych ze sferą rządową znajduje odzwierciedlenie w codziennych przekazach dnia, często poprzedzonych analizą wyników badań opinii publicznej (sondażowe badania ilościowe). Coraz więcej uwagi ośrodki i instytuty badawcze koncentrują na preferencjach odbiorców.

## Standardy polskiego systemu medialnego

Nadawca publiczny powinien być apolityczny, bezstronny, obiektywny i pluralistyczny oraz kierować się ideałami służby publicznej<sup>14</sup>. W polskim systemie medialnym (w ra-

<sup>11</sup> B. McNair, *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*, London-New York 2012, s. 1 n.

<sup>12</sup> Podobnie na Węgrzech wysokim podatkiem obciążono media, które w sytuacji kryzysowej zostały wykupione przez biznesmenów sprzyjających rządowi.

<sup>13</sup> *PSM Correlations Report*, 2016, European Broadcasting Union (EBU), 8.08.2016, <https://www.ebu.ch/news/2016/08/ebu-research-shows-strong-public-service-media-contributes-to-a-healthy-democracy> (dostęp: 30.03.2023).

<sup>14</sup> M. Romanowski, *Wolność słowa w mediach elektronicznych*, Warszawa 2003, s. 199.

mach demokratycznego państwa prawnego) oczekiwania dotyczące standardów obiektywizmu i bezstronności pozostają w sferze deklaratywnej. Radio i telewizja, w odróżnieniu od prasy drukowanej, zostały w Polsce zorganizowane na zasadach mediów publicznych. Odrzucono wolny rynek jako efektywny mechanizm podziału środków i zapewnienia możliwości wyboru. Formy wsparcia mediów ze strony państwa ukazują stopień jego aktywności i ingerencji w kształtowanie systemu medialnego. Większy stopień ingerencji państwa nie musi oznaczać rosnącego zagrożenia dla pluralizmu politycznego mediów, gdyż środki finansowe (subsydia, granty itp.) mogą być dystrybuowane w sposób prawnie regulowany, transparentny i równomierny pomiędzy mediami. Zatem proporcjonalna pomoc państwa na rzecz poszczególnych nadawców i wydawców jest najlepszym gwarantem ich niezależności politycznej. Model idealny oparty jest na założeniu silnej autonomii i niezależności nadawcy publicznego jako instytucji samodzielnej oraz na zaufaniu do władz jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa, na których spoczywa odpowiedzialność za realizację powinności określonych przez ustawodawcę. Zgodnie z ustawową definicją:

Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integracyjnością przekazu (art. 21 ustawy)<sup>15</sup>.

Media elektroniczne powinny wielką wagę przywiązywać do budowania postaw obywatelskich, zachęcania do udziału w życiu politycznym, umacniania poczucia jedności i tożsamości narodowej oraz obrony interesu narodowego. Odgrywają one więc istotną rolę w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.

Trudno jednak wykazać, jakoby media publiczne w Polsce pretendowały do obiektywizmu. W praktyce bowiem dążenie do powyższego modelu idealnego uległo, w szczególności po 2015 roku, istotnym modyfikacjom. W literaturze medioznawczej funkcjonuje tak zwane krytyczne pojmowanie obiektywizmu (Günter Betele)<sup>16</sup>. Takie podejście stanowi przyzwolenie na pogłębiające się procesy instrumentalizacji i polityzacji mediów. W polskim systemie medialnym polityzacja mediów publicznych pogłębia się, a ten niekorzystny trend zapoczątkowany został zmianą uwarunkowań instytucjonalno-prawnych, to jest ukonstytuowaniem się Rady Mediów Narodowych i zmianą zarządów i rad nadzorczych w mediach publicznych<sup>17</sup>. Nowa konstelacja gabinetowa po wyborach parlamentarnych w 2015 roku umożliwiła głęboką restrukturyzację zatrudnienia w mediach publicznych, gdyż brakowało przepisów chroniących dziennikarzy i redaktorów

<sup>15</sup> Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 26 stycznia 1992 roku, Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531, ze zm.

<sup>16</sup> S. Michalczyk, *Spółczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 138.

<sup>17</sup> Rada Mediów Narodowych została utworzona i prowadzi działalność na podstawie ustawy z dnia 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych (Dz.U. z 2016 r. poz. 929, z późn. zm.). Jest organem kolegialnym powołującym i odwołującym zarządy i rady nadzorcze Telewizji Polskiej, Polskiego Radia oraz Polskiej Agencji Prasowej.

naczelnych w przypadku zmiany struktury właścicielskiej. Pogłębiło się ryzyko instrumentalizacji, czyli wykorzystania mediów publicznych do celów politycznych, ze względu na brak przepisów wykluczających na przykład swoiste posiadanie (zawłaszczanie) tych mediów przez polityków, partie polityczne czy członków rządu. Autonomia mediów publicznych powinna obejmować przejrzyste procedury powoływania zarządów, redaktorów naczelnych czy członków rad nadzorczych w kontekście zachowania ich niezależności politycznej. Jednocześnie kluczowe są formy i sposoby ich finansowania, bowiem od nich zależy realizowanie misji i linii programowej. Jednak pozycja mediów publicznych w Polsce, zwłaszcza TVP1, ewoluuje w kierunku jednostronnej perswazji, wręcz propagandy. Analiza mikrostruktur wykazała, że formy strategicznej komunikacji jednostronnej (perswazji) dominowały w przekazach „Wiadomości” w 2015 roku, a formy propagandy znalazły szerokie zastosowanie w 2019 roku<sup>18</sup>. Pytania badawcze obejmowały trzy kategorie dyskursu: kategorie tematyczne, strategie retoryczne i formy zorganizowanej komunikacji perswazyjnej. Przedstawiona struktura tematyczna wskazuje, że zarówno w 2015, jak i w 2019 roku „Wiadomości” stosowały model tematyczny z polityką jako kwestią dominującą. Ogółem tematy polityczne zajmowały od prawie 40% do ponad 50% czasu poświęconego na pierwsze trzy newsy w każdym wydaniu. W tym zakresie najczęściej były to historie poświęcone wyborom lub spersonalizowane (takie, w których punktem odniesienia był zawodowy polityk)<sup>19</sup>. Przyjęte strategie retoryczne i formy zorganizowanej jednostronnej komunikacji perswazyjnej dotyczyły personalizacji, agregacji, generalizacji, podziału na „my”–„oni”, nadmiernej leksykalizacji i nadmiernych powtórzeń<sup>20</sup>. Ilościowa analiza zawartości i jakościowa analiza dyskursu wykazały, że w 2021 roku dominujące były strategie reprezentacyjne, wśród których podział „my”–„oni” był szczególnie częsty; zastosowano także wiele rodzajów zorganizowanej komunikacji perswazyjnej, od jej form łagodnych (konsensualnych) do przymusowych, przy czym najwięcej miejsca zajmowała propaganda rozumiana jako forma niekonsensualna, niedobrowolna. Zastosowano pełny katalog form propagandy, w tym nieuczciwość, bodźcowanie, przymus i oszukańczy przymus. W warstwie ideologicznej te formy opierały się na nacjonalizmie, populizmie i antyelityzmie<sup>21</sup>.

Prowadzone w TVP1 kampanie propagandowe mają istotny potencjał skuteczności. Teksty analityczne i publicystyka zawierają interpretacje faktów, komentarze, opinie i oceny wyrażające linię programową redakcji, formułowaną z uwzględnieniem określonych interesów politycznych elit przywódczych (aktualnie partii PiS). Chociaż reputację tę powinno znakomicie podnosić dziennikarstwo śledcze, czyli publikacje demaskujące wszelkiego rodzaju nadużycia polityków, to jednak tak się nie dzieje. I ten stopień nadmiernego prorządowego zaangażowania w budowanie „narodowo katolickiej ideologii”

<sup>18</sup> E. Nowak-Treter, *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, „Res Rhetorica” 8, 2021, nr 1, s. 47. Praca przedstawia ilościową analizę zawartości i krytyczną analizę dyskursu. Jednostką analizy były 504 newsy zaprezentowane w okresie dwóch lat (2015 i 2019) w głównych wydaniach „Wiadomości” TVP1.

<sup>19</sup> *Ibidem*, s. 51.

<sup>20</sup> *Ibidem*, s. 53–64.

<sup>21</sup> *Ibidem*, s. 63.

pozostaje w jaskrawej sprzeczności z bezstronnością, a także innymi kanonami profesjonalizmu<sup>22</sup>. Z raportu końcowego wykonanego na zlecenie KRRiT w 2016 roku wynika, że w przypadku „Wiadomości” TVP1 głównym czynnikiem inspirującym proces redakcyjny są działania władz i instytucji państwowych oraz ważne wydarzenia polityczne. Inne źródła inspiracji mają znaczenie marginalne. W relacjach dziennikarskich przeważa dwustronny i wielostronny opis zdarzeń, jednak różne punkty widzenia są często nierównoważne. Blisko połowa relacji dziennikarskich zawiera określenia silnie wartościujące (jednostronne bądź dwustronne), ale nie są one zrównoważone, co może sprawiać wrażenie mniej lub bardziej zauważalnej tendencyjności przekazu<sup>23</sup>. Gwarantowana ustawowo autonomia wobec administracji rządowej i innych organów państwa uczyniła nadawców publicznych samodzielnymi uczestnikami gry politycznej, której towarzyszy podporządkowanie interesom partii politycznych, dokonujących, w wyniku nieformalnych uzgodnień, podziału miejsc w KRRiT oraz Radzie Mediów Narodowych, jak również stanowisk we władzach spółek. Każdorazowa zmiana koalicji sprawującej władzę w Polsce automatycznie pociąga za sobą zmianę zarządu TVP SA. Szczególną polityczną rolę należy przypisać konkursom przeprowadzonym przez KRRiT<sup>24</sup> oraz — w zakresie upolityczniania linii programowej — od jej powołania w roku 2016 Radzie Mediów Narodowych<sup>25</sup>. Prezes zarządu, poza realizacją funkcji kierownika zakładu pracy, nadzoruje bezpośrednio pracę wszystkich pionów, w tym programowych. Jako lider zespołu o strukturze hierarchicznej podejmuje kluczowe decyzje we wszystkich sprawach. Prezes zarządu TVP1 potrafi umiejętnie wsłuchiwać się w narrację elit przywódczych i dostosowywać linię programową do oczekiwań upolitycznionych organów nadzorczych. Kluczowe są zmiany sposobu komunikowania się z widzami i internautami, skorelowane ze zmianami linii programowej<sup>26</sup>. W polskim systemie medialnym zarysowuje się wyraźny

<sup>22</sup> M. Mrozowski, T. Popadiak-Kuligowska, *Ekspertyza programów...*, s. 10.

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. 10.

<sup>24</sup> Do szczegółowych zadań KRRiT należą w szczególności projektowanie (w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów) kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji, określanie — w granicach upoważnień ustawowych — warunków prowadzenia działalności przez nadawców programów radiowo-telewizyjnych oraz sprawowanie kontroli tej działalności, podejmowanie rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów oraz określanie opłat abonamentowych i opłat za udzielanie koncesji, opiniowanie projektów aktów ustawodawczych oraz umów międzynarodowych dotyczących radiofonii i telewizji. Formalne procedury konkursowe często wykluczają udział osób o szczególnych kompetencjach, a bardziej preferują kandydatów dyspozycyjnych politycznie — co wynika z obserwacji uczestniczącej autorki, współpracującej z radiem publicznym w latach 2008–2017.

<sup>25</sup> Rada Mediów Narodowych została utworzona i prowadzi działalność na podstawie ustawy z dnia 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych (Dz.U. z 2016 r. poz. 929, z późn. zm.). Jej podstawowe kompetencje zostały określone w art. 2 ust. 1 ustawy. Rada jest organem właściwym w sprawach powoływania i odwoływania składów osobowych organów jednostek publicznej radiofonii i telewizji oraz Polskiej Agencji Prasowej oraz w innych sprawach określonych w ustawie (między innymi w zakresie zmiany treści statutu).

<sup>26</sup> Każdorazowa zmiana koalicji sprawującej władzę w Polsce skutkowałą zmianą na stanowisku prezesa zarządu TVP SA, a tym samym — zmianą linii programowej (o zróżnicowanym natężeniu). Szczególnie polaryzującą odbiorców rolę odegrał zespół redakcyjny kierowany przez prezesa zarządu TVP SA Jacka Kurskiego.



układ spolaryzowanych mediów, częściowo powiązanych z poszczególnymi ugrupowaniami politycznymi, i pozostałych, pretendujących do względnej autonomii. Aktualnie media publiczne nie pełnią funkcji kontrolnej wobec władzy, wręcz przeciwnie, tę relację można określić jako układ wzajemnej gry interesów, sprzyjających władzy. Aprobowane są stronniczość (brak bezstronności) i szczególnie krytycyzm wobec opozycji. Niejako potwierdziły się założenia, że program telewizji publicznej, w szczególności po roku 2015, sprzyjał partii rządzącej, analogiczny program głównej stacji komercyjnej, czyli TVN, sprzyjał zaś opozycji i pozostawał krytycznie nastawiony do partii sprawującej władzę<sup>27</sup>. Działania uzasadniane reprezentowaniem interesu publicznego (a ściślej partii PiS) w efekcie skutkują ograniczeniem obywatelskiego prawa do wolności słowa i prawa do rzetelnej informacji. Polaryzacja pól widzenia i wszystkie te sprzeczności tkwią w samej istocie działalności nadawczej. Jednak zjawiska polityzacji i mediatyzacji oraz warunki ekonomiczne, w jakich się dokonują owe procesy, skutkują pozornym pluralizmem światopoglądowym. Towarzyszą im dylematy, rozterki i przewartościowania. Pogłębiająca się polaryzacja dotycząca dalszych losów państwa liberalno-demokratycznego obejmuje coraz szersze kręgi medialne i pozamedialne. Dziennikarze zaangażowani w mediach publicznych pełnią coraz częściej funkcję propagandzistów. Ostatecznie jednak pluralizm jako jedna z podstawowych cech i funkcji systemu mediów zależy od tego, jak wykorzystują go odbiorcy i użytkownicy mediów. Kluczem do zrozumienia zjawiska, które można scharakteryzować jako nadmiar kontentu telewizyjnego — programów, kanałów, które walczą o przyciągnięcie rozdrobnionej widowni — powinno być badanie odbioru. Często ze względu na niskie kompetencje komunikacyjne odbiorcy mają trudności z nadaniem znaczenia przekazowi informacyjnemu lub nie są w ogóle w stanie tego zrobić. Zatem uzupełnieniem analizy zawartości powinno być badanie odbioru.

Dopełnieniem obrazu systemu medialnego w Polsce są redakcje publicznego radia oraz konkurencyjnych wobec TVP1 telewizji komercyjnych: TVN24 i Polsat News. Proces polityzacji radia publicznego, w szczególności ogólnopolskich: programu pierwszego i programu trzeciego, także skutkuje rozwojem dziennikarstwa zaangażowanego. Jednak proces ten nie przebiega z jednakową intensywnością w redakcjach regionalnych polskiego radia publicznego. Konflikty o podłożu politycznym dziennikarzy z prezesem Radia Łódź opisano w miesięczniku „Press” pod znamienym tytułem *Szef radiokomitetu w Łodzi*, zarzucając nowym włodarzom, że „zamiast rozwijać radio, woła cieszyć się dobrymi posadami. I choć nie znajdują się na mediach, to wiernie służą partii matce”<sup>28</sup>. Z kolei polityzacja regionalnego Radia Wrocław SA ma zdecydowanie subtelniejszy charakter i łagodniejszy przebieg<sup>29</sup>. Konkurencyjna wobec informacyjnej telewizji publicznej (TVP Info) stacja komercyjna TVN24 nie nadaje w pełnym zakresie częstotliwości, co skutkuje tym, że ponad 40% ludzi żyjących na wsi i w małych miasteczkach nie od-

<sup>27</sup> R. Klepka, *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17, s. 155–172.

<sup>28</sup> M. Niedbalski, *Szef radiokomitetu w Łodzi*, „Press” 2022, nr 1–2, s. 83.

<sup>29</sup> Autorka na zasadzie obserwacji uczestniczącej poznawała realia wewnątrzredakcyjne, gdy świadczyła usługę prawną dla radia publicznego we Wrocławiu w latach 2007–2018.

biera tego sygnału. W sytuacji pełnego pokrycia (to jest dostępu do sygnału na terenie całej Polski) równa konkurencja stacji informacyjnych mogłaby w dużym stopniu zmienić rozumienie politycznego obrazu świata, aktualnie kreowanego na polskiej prowincji przez telewizję publiczną. Trzecia ogólnopolska telewizja informacyjna Polsat News po 2015 roku zbliżyła się znacząco do sposobu interpretacji świata mediów publicznych prorządowych, co jest uwarunkowane między innymi finansowym uzależnieniem w sferze reklam od spółek Skarbu Państwa.

## Polityzacja mediów

Objęcie władzy przez koalicję Zjednoczonej Prawicy w 2015 roku w Polsce miało zasadniczy wpływ na upolitycznienie systemu medialnego. Odpowiedzi na dwa kluczowe pytania postawione we wstępie zależą od tego, co rozumiemy pod pojęciem polityki i przekazu mediów publicznych na temat polityki. Na potrzeby niniejszego opracowania polityka powinna być rozumiana w wymiarze instytucjonalnym — jako działanie instytucji politycznych i ich członków (na przykład rządu, partii politycznych, KRRiT, Rady Mediów Narodowych), którego celem jest ustanowienie ogólnie wiążących regulacji. Pod pojęciem przekazu mediów na temat polityki należy rozumieć wszelkie treści medialne dotyczące polityki, zatem te dotyczące wydarzeń, w których uczestniczą politycy, ale także te, które zwracają uwagę na podejmowanie przez instytucje polityczne ogólnie wiążących decyzji. W komunikowaniu politycznym pośrednictwo od nadawcy do odbiorcy w przekazie politycznym stanowi istotę polityzacji mediów. W tym szerokim kontekście ujmowana jest polityzacja niemal każdego wydarzenia o znaczeniu społecznym. Obok tematu o stopniu polityzacji wydarzeń przesądza ich społeczna funkcja. Media publiczne (uzależnione od decydentów politycznych) obserwują bieg zdarzeń politycznych z olbrzymią uwagą; zatem rośnie wartość informacyjna polityki. Z kolei to, co się dzieje w polityce, wymaga coraz większych kompetencji, gdyż staje się coraz bardziej złożone. Także odpowiedzi na kluczowe pytania dotyczące uwarunkowań (interesów) politycznych kształtujących linię programową redakcji mediów publicznych dotyczą złożonych kwestii. A zauważalny trend związany z ciągłym poszerzaniem zakresu obecności polityki w mediach publicznych dodatkowo utrudnia analizę. Biorąc pod uwagę poszerzanie zakresu działalności państwa i związane z nim obejmowanie coraz dalszych obszarów przestrzeni społecznej oraz zakładając istnienie adekwatnego przekazu mediów, należy zauważyć istotne zagrożenia dla demokracji. Z pewnością niskie kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój i skuteczność mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawnego. Zawartość medialna może wywierać na odbiorcach wrażenie, że skuteczna polityka przenika wszystkie sfery życia społecznego coraz głębiej, co odpowiada projektowi i programowi partii PiS. Upolitycznienie przestrzeni społecznej uwidocznili się w zawartości medialnej telewizji publicznej na niemal wszystkie tematy (między innymi gospodarki, środowiska, zdrowia, kultury, nauki). Nie ma jednak dowodów empirycznych, na ile proces upolitycznienia mediów publicznych odpowiada rzeczywistym zmianom społecznym w zakresie preferencji poli-

tycznych, postaw i zachowań. Zachodzące rzeczywiste przeobrażenia społeczne (zmiana pokoleniowa, rozwój technologii, wpływ pandemii COVID-19) oraz nadmierne upolitycznienie mediów mogą spowodować znaczący wzrost oczekiwań i żądań pod adresem rządzących. Wobec ciągłego poszerzania zakresu odpowiedzialności państwa i polityki oraz wzrastającego upolitycznienia mediów nie powinno dziwić, że państwo i polityka stają się coraz częściej adresatami oczekiwań i żądań. Publicystyczny sposób przedstawiania przyczyn problemów społecznych i poszukiwanie wyłącznej odpowiedzialności po stronie opozycji czy UE prowadzą do ostatecznej odpowiedzialności za ich rozwiązanie po stronie państwa i polityki. A korzystną narracją na rzecz rządu wzmocniają jednostronne (stronnicze) dziennikarskie przekazy na tematy polityczne (konfliktów, problemów społecznych), obciążające odpowiedzialnością opozycję. Na wyraźny trend w kierunku stronniczości wskazują przyjęte kryteria selekcji (zgodne z interesem politycznym rządu) i ignorowanie odmiennych punktów widzenia. Powyższe wzmocniają trywializacja i skandalizacja nieprawidłowości po stronie opozycji.

Specyfika zarządzających Telewizją Publiczną (jako medium publicznym) polega na ścisłej korelacji z organami władzy. Zatem zmiana orientacji politycznej na szczytach władzy każdorazowo pociąga za sobą zmianę orientacji politycznej prezesa (redaktora naczelnego) i dziennikarzy. Związek pomiędzy preferencjami politycznymi redakcji oraz preferowanymi stanowiskami wszystkich pozostałych struktur mediów publicznych w Polsce a argumentacją kluczowych aktorów politycznych stanowi przykład instrumentalizacji. Stosując celowe bagatelizowanie lub przecenianie instrumentalnie traktowanych faktów w celu ukazania własnych stanowisk w dobrym świetle, dziennikarze uznają się za opiniotwórczych i wiarygodnych. W tym sensie ich przekonania polityczne oddziałują — czasem nieświadomie — na ich zachowanie w trakcie zbierania materiałów, oceny stanów rzeczy oraz przy doborze i prezentacji wiadomości. Sprzyjanie linii programowej redakcji wiąże się nie tylko z uwzględnionymi faktami, podjętymi tematami i użytymi argumentami, lecz także z instrumentalnym obdarzaniem uwagą i estymą opinii nadmiernie krytycznych wobec przedstawicieli opozycji, nawet gdy wypowiedzi kolidują z osobistymi poglądami dziennikarza. Taka koncyliacyjna postawa utrwala nadmierną polityzację polskiego systemu medialnego.

Analiza uwarunkowań dziennikarstwa zaangażowanego w Polsce pozwala na wskazanie trzech kluczowych czynników ewolucji: technologii, komercjalizacji i wpływów politycznych. W ramach badań własnych autorki, których celem było poszukiwanie wspólnych standardów i wartości w dziennikarstwie<sup>30</sup>, w odpowiedzi na pytanie: Wobec kogo, czego czujesz się odpowiedzialny? badani wskazywali na następującą hierarchię wartości: własne sumienie (88,7%), standardy dziennikarskie (61,3%), źródła informacji (58,5%), grupa docelowa odbiorców (45,3%), wartości demokratyczne (45,3%), odbiorcy mediów jako całości (34%), redaktor naczelny (34%), wydawca (22,9%), koledzy redakcyjni (21,7%), Bóg (14,2%), organizacje religijne i ich przywódcy (6,6%), reklamo-

<sup>30</sup> Badania empiryczne — ilościowe — oparte na anonimowych kwestionariuszach, przeprowadzone przez autorkę w latach 2011–2013 wśród 106 dziennikarzy czterech typów redakcji: prasy radia, telewizji i mediów internetowych we Wrocławiu; L. Szot, *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013, s. 162.

dawcy (5,7%), partie i idee polityczne (1%). Powyższe wyniki nie dowodzą świadomego uczestnictwa dziennikarzy w procesie polityzacji. Należałoby jednak zwątpić w szczerść udzielanych odpowiedzi, a badania powtarzać w kolejnych latach. W literaturze przedmiotu badacze także nie wskazują na pojawienie się wspólnego podejścia do praktyki dziennikarstwa. David Weaver (1998) podważył tezę o wartościach podzielanych przez wszystkich dziennikarzy<sup>31</sup>, dostrzegł też znaczne różnice opinii na temat wagi analizy oraz funkcji kontrolowania władzy<sup>32</sup>. Korelacja systemu medialnego i politycznego w Polsce oraz ewolucja zawodu dziennikarskiego wskazują, że spełniając jednocześnie funkcje dziennikarskie i polityczne, dziennikarze zawsze postępowali zgodnie z modelem praktyki zawodowej ukształtowanej pod wpływem kultury politycznej (dziennikarstwa zaangażowanego).

## Mediatyzacja polityki

Pojęcie mediatyzacji polityki może być rozumiane dwojako. Z jednej strony w znaczeniu węższym — jako pośrednictwo mediów w przekazie politycznym od nadawcy do odbiorcy i od odbiorcy do nadawcy (tak zwykło się go używać w naukach politycznych). W tym rozumieniu pośrednictwo jedynie od nadawcy do odbiorcy w przekazie politycznym stanowi istotę polityzacji mediów. Z drugiej strony pojęcie mediatyzacji w znaczeniu szerszym jest ujmowane jako przetwarzanie informacji przez środki masowego przekazu. W tym procesie media masowe naznaczają przekaz informacyjny specyficzną logiką i tym samym nieuchronnie wpływają na uwarunkowane komunikacją polityczną sposoby postrzegania rzeczywistości i podejmowane działania<sup>33</sup>. Pomimo sceptycyzmu niektórych teoretyków mediów<sup>34</sup> studia empiryczne dowodzą, że informacja pochodząca z przekazów mediów masowych ma często bezpośredni wpływ na podejmowane decyzje polityczne<sup>35</sup>.

Wraz ze wzrostem znaczenia mediów masowych wiele większych organizacji (w tym partii politycznych, przedsiębiorstw) rozszerzyło swoje działania komunikacyjne, rozbudowując działy public relations (PR). Równocześnie poświęca się coraz więcej uwagi systematycznej obserwacji politycznych problemów i działań, aby wywierać aktywny wpływ o charakterze możliwie prewencyjnym, zarówno na podejmowane decyzje polityczne, jak i na proces ich przygotowania oraz sposób przekazania za pośrednictwem mediów. Proces ten dowodzi z jednej strony zjawiska polityzacji komunikacji w pań-

<sup>31</sup> D. Weaver, *Journalists around the world: Commonalities and differences*, [w:] *The Global Journalist: News People Around the World*, red. D. Weaver, Cresskill-New York 1998, s. 460–468.

<sup>32</sup> *Ibidem*, s. 468; K. Williams, *Media w Europie*, Warszawa 2008, s. 96.

<sup>33</sup> W. Schulz, *Komunikacja polityczna...*, s. 3.

<sup>34</sup> Teoria ograniczonych efektów mediów P.F. Lazarsfelda zakłada, że media mogą wywierać pewien ograniczony wpływ na ludzi, złagodzony przez wiele zmiennych pośredniczących lub stanowiących barierę; P.F. Lazarsfeld, *Remarks on Administrative and Critical Communication Research*, „Studies in Philosophy and Social Science” 1941, nr 9, s. 2–16.

<sup>35</sup> H.M. Kepplinger, *Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation*, „Publizistik” 30, 1985, s. 249.

stwie, przedsiębiorstwach medialnych i innych, także w organizacjach, a z drugiej — silnego przenikania interesów gospodarczych do procesu komunikacji politycznej. Udział mediów masowych w komunikacji politycznej wciąż rośnie, stąd zasadne jest pytanie o skutki, jakie rozwój ten będzie miał dla jakości procesów politycznych i aktywności politycznej obywateli.

Koncepcje przywództwa opinii ewoluowały, a pierwszy model Paula F. Lazarsfelda — model hierarchiczny<sup>36</sup> — zastąpiono modelem sieciowym, którego ogólny zarys prezentują Hans-Dieter Klingemann i Michael Schenk<sup>37</sup>. W najnowszych koncepcjach przywództwa opinii medioznawcy przyjmują, że większość społeczeństwa ma dostęp do informacji medialnej zarówno bezpośrednio, jak i za pośrednictwem komunikacji interpersonalnej, a przywódcy opinii w ponadprzeciętnym stopniu wykorzystują polityczne treści przekazów medialnych. Polityczni decydenci korzystają z politycznych treści przekazów medialnych w znacznie szerszym zakresie niż przeciętny odbiorca. Analogicznie członkowie organów władzy i administracji wytwarzają własny obraz istotnych aspektów rzeczywistości czasem tylko poprzez media masowe. Politycy korzystają z tej możliwości komunikacji o wiele intensywniej niż większość społeczeństwa, również w celu uzupełnienia informacji dostępnych wewnętrznymi kanałami przekazu. Codzienne przeglądy prasy i doniesień medialnych stanowią nieodłączny element monitoringu sfery komunikacji ze społeczeństwem. Przez przywództwo opinii w polskiej rzeczywistości medialnej w szczególny sposób wykorzystywany jest telewizyjny kanał komunikacyjny. Z badań empirycznych Tomasza Szlendaka wynika, że telewizja jest podstawową formą (bo w ponad 60%) uczestnictwa w kulturze czy życiu społecznym, internet zaś jest tylko nowym przekątnikiem formy telewizyjnej. Te dane empiryczne i inne badania opinii publicznej uwzględniane są przez sferę rządową, wykorzystującą mechanizmy propagandowe i marketingowe w mediach publicznych. Kreowanie rzeczywistości społecznej z udziałem telewizji publicznej w Polsce stopniowo przeobraziło jej modelową funkcję informacyjną i publicystyczną w działalność propagandową prorządową.

Znane modele politologiczne, na przykład teorie demokracji, wcale nie uwzględniają politycznej roli mediów lub czynią to w niedostatecznym stopniu. Dlatego analiza politologiczna roli mediów jest złożona i wielowątkowa. Podejmowane próby uporządkowania wyników badań w zakresie nauki o komunikowaniu masowym korzystają często z tak zwanej formuły Lasswella<sup>38</sup>, to jest prostego wyliczenia czynników biorących

<sup>36</sup> Zgodnie z tą koncepcją dwustopniowego przepływu informacji (przedstawioną w studium *The People's Choice*) informacja pochodząca z mediów masowych dociera najpierw do przywódców opinii, a następnie na poziomie komunikowania interpersonalnego przekazywana jest w grupach pierwotnych, czyli większości społeczeństwa, P.F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet, *The People's Choice*, New York 1944; E. Katz, P.F. Lazarsfeld, *Personal Influence*, Glencoe 1955.

<sup>37</sup> H.-D. Klingemann, *Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen-Fluß“ der politischen Kommunikation*, [w:] *Politische Wissenschaft und politische Ordnung Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise*, red. M. Kaase, Wiesbaden 1986, s. 387–399; M. Schenk, *Medienwirkungsforschung*, Tübingen 1987, s. 244.

<sup>38</sup> H.D. Lasswell, *The structure and function of communication in society*, [w:] *The communication of ideas*, red. L. Bryson, New York 1948, s. 37–57.

udział w procesie komunikacji: nadawcy, wypowiedzi, kanału przekazu, odbiorcy i skutku. W modelu Lasswella, umożliwiającym usystematyzowanie badań, poszczególnym pytaniom przyporządkowuje się odpowiednie obszary badawcze: pytaniu „Kto?” — analizę nadawcy, pytaniu „Co?” — analizę zawartości treści, pytaniu „Jakim medium?” — analizę kanału przekazu, pytaniu „Do kogo?” — analizę audytorium, a pytaniu „Z jakim skutkiem?” — analizę efektu.

Badania empiryczne najczęściej polegają na analizie czynników biorących udział w procesie komunikacji na podstawie danych uzyskanych w badaniach ilościowych. Wartość poznawcza takich prób i metod ilościowych jest ograniczona. Wymiar polityczny komunikacji politycznej często gdzieś ginie, ponieważ schemat formuły Lasswella utrudnia nawiązanie do teorii politologicznych. Perspektywę badawczą często zawęża się do pytania o władzę mediów. Podejście funkcjonalne, oparte na systemach, zakłada, że związki pomiędzy komunikowaniem masowym a polityką są antagonistyczne, a założenie to znajduje uzasadnienie w przeciwstawianiu systemu komunikacji medialnej systemowi politycznemu. Za punkt wyjścia obserwacji przyjmuje się często „stan pierwotny” systemu politycznego pozbawionego elementu komunikacji masowej. Wprowadzenie mediów masowych do systemu można zaobserwować chociażby w cieszących się uznaniem analizach Jürgena Habermasa<sup>39</sup> na temat „przemian strukturalnych sfery publicznej” oraz Niklasa Luhmanna<sup>40</sup> poświęconych zjawisku „zmian w systemie komunikacji społecznej”.

W praktyce medialnej media swoją rolę pojmują różnie, w zależności od linii programowej redakcji i koncepcji redaktora naczelnego. W procesie powstawania woli politycznej niektóre z nich zajmują raczej stanowisko określonej partii, inne zaś rozumieją swoją rolę bardziej jako przedstawiciele obywateli, a jeszcze inne są apolityczne. Sprawując kontrolę nad władzą wykonawczą, zawiązują, zgodnie ze swoją polityczno-ideologiczną orientacją, odpowiednie koalicje z partiami i ugrupowaniami, które mają reprezentację w organach legislacyjnych. W takim układzie antagonizm bardziej występuje we współzawodnictwie poszczególnych mediów po jednej stronie i różnych struktur systemu politycznego po drugiej stronie. Niektóre media masowe sprzyjają sprawowaniu władzy, inne natomiast utrudniają jej sprawowanie albo się jej sprzeciwiają<sup>41</sup>. Określona linia redakcyjna telewizji publicznej znajduje wyraz w selekcji wiadomości, doborze rozmówców, sposobie prezentowania wydarzeń politycznych oraz komentarzach na temat tych wydarzeń. Największe znaczenie mają w przekazie medialnym wydarzenia, które kwestionują zawartość Konstytucji RP i dotyczą samej istoty demokracji i podstawowych wartości społeczeństwa. Jednak codzienny powtarzalny propagandowy przekaz może odnieść skutek. Poglądy odbiorców dotyczące sprawie-

<sup>39</sup> J. Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1962.

<sup>40</sup> N. Luhmann, *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, [w:] *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?*, red. O. Schatz, Graz-Wien-Köln, 1975.

<sup>41</sup> Pierwsza sytuacja odnosi się w Polsce do dziennika „Gazeta Polska” oraz do Telewizji Publicznej i Radia Publicznego SA (tak zwanych mediów państwowych, a nawet partyjnych), druga zaś, zgodnie z rozpowszechnioną opinią, przede wszystkim do dziennika „Gazeta Wyborcza” i telewizji TVN.

dliwości danego systemu politycznego i ekonomicznego bazują głównie na wyobrażeniach, kim są beneficjenci lub poszkodowani. Różnice w sposobie przedstawiania różnych osób i ugrupowań politycznych są rażące i nieobiektywne. Sposób przedstawiania jednej kategorii osób wykracza poza ramy: wskazywanymi ofiarami bywali i są głównie poszczególni obywatele, wytypowane politycznie grupy społeczne (na przykład emeryci, mieszkańcy popegeerowskich gmin) albo społeczeństwo jako całość. Natomiast beneficjentami podejmowanych działań są elity władzy reprezentowane przez Platformę Obywatelską. Aktorzy polityczni (PiS) wykazują tendencję do tłumaczenia, że ich działania są uwarunkowane okolicznościami, za które nie ponoszą odpowiedzialności, w przeciwieństwie do opozycji reprezentowanej przez Platformę Obywatelską czy Unii Europejskiej. Sprawców problemów (kryzysu) obarcza się winą (na przykład Donalda Tuska), zaś twórcom sukcesów przypisuje się skuteczne rozwiązania. Taki sposób przedstawiania zaistniałych problemów (konfliktów społecznych) i skuteczności działania aktualnej władzy PiS (kontekst rozwiązywania konfliktów) często zawiera wypowiedzi o ich sprawcach oraz twórcach ich rozwiązania, przypisujące na przykład Jarosławowi Kaczyńskiemu nadzwyczajne umiejętności przywódcze. Wyobrażenia tego typu są zdumiewająco trwałe i przez długi czas oddziałują na interpretację zachowań i preferencje wyborcze odbiorców. W takim antagonizującym społeczeństwo sposobie przedstawiania mechanizmów polityki tkwi olbrzymie zagrożenie. Ofiarami niekompetencji opozycji jawią się pojedynczy obywatele, poszczególne grupy społeczne czy społeczeństwo jako całość. Przepaść między złożoną rzeczywistością a sposobem jej przedstawiania wynika z natury mediów kierujących się potrzebą sensacji oraz realizacji interesów politycznych i ekonomicznych. W konsekwencji występują wyraźne przejawy rosnącego zniechęcenia polityką (wzrastającego wyobcowania politycznego). A fundamentalną przyczyną jest niekorzystna (polaryzująca społeczeństwo) zmiana sposobu przedstawiania polityki przez telewizję publiczną.

## Konteksty komunikacji politycznej

Struktury polityczne i kultura (kultury) polityczna wspólnie tworzą system polityczny. Istotne są analiza procesów i funkcji oraz właściwe wszystkim teoriom systemów założenie, że systemy mają pewne potrzeby funkcjonalne, są więc uzależnione od wydolności swych struktur, na przykład w zakresie przetrwania i podtrzymania relacji z otoczeniem. Tym wymogom funkcjonalnym są podporządkowane różne procesy polityczne. Szczególnie ważnym z nich jest socjalizacja polityczna. Z reguły już w dzieciństwie lub okresie dorastania obywatele przejmują centralne elementy kultury politycznej, na przykład wiedzę na temat instytucji politycznych, przekonania polityczne i nawyki dotyczące zachowań politycznych. Socjalizacja polityczna służy w głównej mierze utrzymaniu i adaptacji systemu. Poza tym do najważniejszych potrzeb systemu należy wewnętrzne przetwarzanie („konwersja”). W nawiązaniu do koncepcji Davida Eastona rozróżnia się dwa rodzaje systemowego *input*, a mianowicie żądania (*demands*)

i wsparcia (*supports*)<sup>42</sup>. Proces konwersji rozpoczyna się po stronie *input* od artykulacji potrzeb, to znaczy sformułowania żądań, i agregacji potrzeb, to znaczy powiązania podobnych żądań w postać programu politycznego. Obok grup interesów, partii i stowarzyszeń media masowe odgrywają tutaj istotną rolę. Po stronie *output* media pełnią równie ważną funkcję przy implementacji decyzji politycznych. Spośród różnych struktur systemu, które służą komunikacji politycznej, media masowe realizują działania o najbardziej wyspecjalizowanym i zróżnicowanym charakterze<sup>43</sup>. Zatem sprawowanie władzy jest skazane na media masowe jako instancję pośredniczącą, także skazane na nie jest kształtowanie woli politycznej. Większość centralnych dla systemu politycznego procesów konwersji i transakcji zachodzi w komunikacji masowej w mediach albo z ich pomocą. Szczególnie w systemach politycznych, w których infrastruktura i instytucje polityczne są słabo rozwinięte, ich funkcje często są przejmowane przez media masowe.

W powyższym rozumieniu generalnie komunikacja przedstawiana jest jako rodzaj transferu, jako przekaz informacji, „przepływ informacji” od nadawcy do odbiorcy. Odpowiada to w nauce o komunikowaniu takiej orientacji, która w centrum zainteresowania stawia nadawcę i sposób oddziaływania mediów. Interpretowanie modelu Lasswella jako modelu przepływu było przez dziesięciolecia wyznacznikiem rozwoju nauki o komunikowaniu. Model przepływu koncentruje uwagę na procesach filtracji, selekcji. Zatem zasadne są pytania o czynniki wpływu w telewizji publicznej w Polsce fundamentalistycznych wartości i permanentnej filtracji informacji. W kontekście polityki kadrowej i selektywnego doboru redaktorów i wydawców zrozumiałe są mechanizmy modyfikacji informacji przekazywanych przez media publiczne w interesie koalicji sprawującej władzę czy mechanizmy manipulacji zakłócające swobodny przepływ informacji. Zatem istotne są odpowiedzi na pytania: co i w czym interesie politycy, a następnie nadawcy wprowadzają do przepływu informacji, co przepuszczają kanały medialne, a co odfiltrują i w jaki sposób zmieniają przekazywane informacje. Ponadto – ku jakim mediom zwracają się odbiorcy i co wybierają z oferty informacyjnej. Powyższe pytania stanowią punkt wyjścia koncepcji i teorii badawczych, między innymi koncepcji gatekeeperów, modeli dyfuzyjnych, koncepcji dwustopniowego przepływu informacji, zasady odbioru selektywnego oraz selektywnego przetwarzania informacji.

Nowsze badania z zakresu komunikacji politycznej odnoszą się krytycznie do niektórych powyższych zagadnień. Przykładowo o wpływie mediów i o tym, czy jest w ogóle wywierany, a jeśli tak, to jak silny, często odbiorca decyduje w wyższym stopniu niż nadawca. Dlatego przez ostatnie ponad 30 lat perspektywie badawczej koncentrującej się na nadawcy przeciwstawiano perspektywę zorientowaną na aktywne działanie od-

<sup>42</sup> G.A. Almond, G.B. Powell, *Comparative politics. A developmental approach*, Boston-Toronto 1966, s. 27.

<sup>43</sup> Komunikacja polityczna okresu przed drugą wojną światową i okresu jej trwania była pierwszoplanowym obszarem zainteresowania nie tylko Harolda Lasswella, lecz także pozostałych badaczy empirycznej nauki o komunikowaniu: Paula F. Lazarsfelda, Carla I. Hovlanda oraz Wilbura Schramma. Model Lasswella nadal przydaje się jako schemat porządkujący w przypadku opracowań podsumowujących wyniki badań empirycznych z zakresu komunikacji politycznej.



biorcy<sup>44</sup>. Zmiana orientacji zaowocowała wyobrażeniem procesu komunikacji jako symetrycznej relacji oddziaływania i reakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą. W tym sensie odebrany przekaz i oddziaływanie medium są wynikiem nie tylko transmisji, lecz także procesów interpretacyjnych i konstrukcyjnych, w których stosownie do swoich kompetencji, aktywnie uczestniczą nadawca i odbiorca. Zatem proces komunikowania wymaga od odbiorcy określonych kompetencji w zakresie postrzegania i dekodowania, co ma dalekosiężny wpływ na zawartość przekazu i jego skutki. Często istotniejsze są nie faktyczne skutki polityczne wywołane przez media, lecz samo założenie przez odbiorcę, że taki wpływ media wywierają na osoby trzecie (niezależnie od tego, czy on naprawdę istnieje, czy też nie). Takie swoiste oddziaływanie przez media na osoby trzecie i sposób postrzegania przez odbiorców innych mają decydujące znaczenie w komunikowaniu politycznym. Stawiając pytanie o polityczną władzę mediów publicznych w Polsce, można by w sposób przejawiony odpowiedzieć: mniej istotne jest to, czy media faktycznie mają władzę; o wiele istotniejsze jest to, czy powszechnie się przyjmuje, że ją mają. Jeśli tak jest, to wszyscy zachowują się tak, jakby media miały władzę polityczną. A to jest w skutkach równoznaczne z faktyczną władzą tych mediów, a z pewnością kluczową ich funkcją polityczną jako instancją pośredniczącą w kształtowaniu woli i kultury politycznej.

## Podsumowanie

U podstaw analizy leżało założenie, że system medialny w Polsce, przenikający wiele dziedzin życia, absorbuje coraz większe zainteresowanie polityków oraz że proces przetwarzania informacji jest procesem aktywnym i twórczym, zarówno po stronie nadawcy, jak i odbiorcy, a media nie są wyłącznie zwierciadłem rzeczywistości. Szczególnie media publiczne powinny umożliwiać i stymulować aktywność polityczną i uczestnictwo w procesach politycznych. Oferta informacyjna mediów publicznych nie przekłada się jednak na lepsze poinformowanie obywateli o kwestiach politycznych oraz ich większą kompetencję polityczną, gdyż media publiczne nie realizują swej ustawowej misyjnej roli służenia społeczeństwu. W rzeczywistości skutkiem procesu polityzacji i jednocześnie mediatyzacji polityki jest to, że służebna rola komunikowania w procesie politycznym podlega przeobrażeniom, w kierunku odejścia od ich tradycyjnej roli informacyjnej do zawężonej sfery propagandowej oraz rozrywkowej. W istotnym zakresie, ze względu na ustawowe wymogi, to zarządzający mediami publicznymi w Polsce ponoszą odpowiedzialność za niski stan kompetencji politycznych obywateli, niską jakość debaty publicznej i stan demokracji. Przeciętny odbiorca nie jest w stanie odróżnić rzeczywistych codziennych wydarzeń politycznych od wirtualnie przetworzonych w mediach przekazów dnia, a także dokonać ich analizy. Przekaz ten oddaje „iluzję” polityki państwowej, która

<sup>44</sup> Pojawiły się koncepcje teoretyczne precyzujące proces przetwarzania informacji, między innymi koncepcja czynników wiadomości, formatów mediów, schematów poznawczych. Koncepcje te rozumieją przetwarzanie informacji jako aktywną operację konstruktywną.

koncentruje się na osobach (zarówno z koalicji rządzącej, jak i opozycji) i dramatyzmie (chodzi o barwny spektakl, widowisko). A wszystko z perspektywy interesu politycznego partii sprawującej władzę, co służy w głównej mierze utrzymaniu władzy i adaptacji systemu politycznego. Rozwój opinii publicznej jest determinowany przez media, a przekaz kreujący rzeczywistość wpływa na preferencje polityczne wyborców. Jednocześnie to, co się dzieje w polityce, wymaga coraz większych kompetencji, gdyż staje się coraz bardziej złożone. Istotne są relacje pomiędzy obiektywną rzeczywistością (i faktycznymi wydarzeniami) a przekazem medialnym (czy sposobem, w jaki relacjonują je media). Polaryzacja społeczeństwa w ramach swoistych baniek komunikacyjnych będzie coraz trudniejsza do przezwyciężenia. Politolodzy uznają, że gdyby stworzyć ruch społeczny, który nie zamyka się w swojej bańce komunikacyjnej, potrafi otworzyć się na argumentację przeciwną, różnorodny światopogląd, i włączyć w ten proces młodzież (która sformułuje własne postulaty), możliwa byłaby zmiana poziomu kompetencji medialnych i kultury politycznej w Polsce.

Zasadniczym problemem badawczym była próba odpowiedzi na pytania: Jakie są uwarunkowania polityczne i przez pryzmat jakich interesów kształtowana jest linia programowa mediów publicznych w Polsce oraz w jaki sposób kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawa. Odpowiedź na kluczowe pytania dotyczące uwarunkowań (interesów) politycznych kształtujących linię programową redakcji mediów publicznych dotyka złożonych kwestii. Jednak zauważalny trend związany z ciągłym poszerzaniem zakresu obszaru polityki i interesów politycznych sfery rządowej, parlamentarnej i partii PiS w mediach publicznych został empirycznie wykazany. Biorąc pod uwagę poszerzanie zakresu działalności państwa i związane z nim obejmowanie coraz dalszych obszarów przestrzeni społecznej oraz zakładając istnienie adekwatnego przekazu mediów (postępujący proces polityzacji mediów publicznych), należy zauważyć istotne zagrożenia dla demokracji. Z pewnością niskie kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój i skuteczność mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawnego. Zawartość medialna może wywierać na odbiorcach wrażenie pozornego pluralizmu medialnego, opartego na wyobrażeniu, że skuteczna polityka przenikająca coraz głębiej wszystkie sfery życia społecznego, prezentowana w mediach publicznych kształtuje pluralistyczną sferę publiczną i sprzyja rozwojowi demokracji. Ryzyko pojawia się w zdiagnozowanym procesie instrumentalizacji, czyli wykorzystywania mediów publicznych do celów politycznych. W rzeczywistości bowiem strategia komunikacyjna realizowana w TVP1 odpowiada projektowi i programowi partii PiS. Publicystyczny sposób przedstawiania przyczyn problemów społecznych i poszukiwanie wyłącznej odpowiedzialności po stronie opozycji czy UE prowadzą do ostatecznej odpowiedzialności za jakość mediów publicznych po stronie sfery rządowej państwa i polityki medialnej.

## Bibliografia

- Almond G.A., Powell G.B., *Comparative politics. A developmental approach*, Boston-Toronto 1966.
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006.
- Dobek-Ostrowska B., *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011.
- Easton D., *A systems analysis of political life*, New York 1965.
- Fras J., *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005.
- Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1962.
- Katz E., Lazarsfeld P.F., *Personal Influence*, Glencoe 1955.
- Kepplinger H.M., *Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation*, „Publizistik” 30, 1985, s. 247–264.
- Klepka R., *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17, s. 155–172.
- Klingemann H.-D., *Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen-Fluß” der politischen Kommunikation*, [w:] *Politische Wissenschaft und politische Ordnung Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise*, red. M. Kaase, Wiesbaden 1986, s. 387–399.
- Lasswell H.D., *The structure and function of communication in society*, [w:] *The communication of ideas*, red. L. Bryson, New York 1948, s. 37–51.
- Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H., *The People’s Choice*, New York 1944.
- Lazarsfeld P.F., *Remarks on Administrative and Critical Communication Research*, „Studies in Philosophy and Social Science” 1941, nr 9, s. 2–16.
- Luhmann N., *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, [w:] *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?*, red. O. Schatz, Graz-Wien-Köln, 1975, s. 13–30.
- McLuhan M., Powers B.R., *The global village*, New York 1989.
- McNair B., *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*, London-New York 2012.
- Michalczyk S., *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008.
- Niedbalski M., *Szef radiokomitetu w Łodzi*, „Press” 2022, nr 1–2, s. 83–87.
- Nowak-Treter E., *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, „Res Rhetorica” 8, 2021, nr 1, s. 41–46.
- Romanowski M., *Wolność słowa w mediach elektronicznych*, Warszawa 2003.
- Schulz W., *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006.
- Szot L., *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013.
- Weaver D., *Journalists around the world: Commonalities and differences*, [w:] *The Global Journalist: News People Around the World*, red. D. Weaver, Cresskill-New York 1998, s. 455–480.
- Williams K., *Media w Europie*, Warszawa 2008.

## Media and politics (the context of the politicization of public media in Poland after 2015)

**Keywords:** political communication, public media, politicization, mediatization, political pluralism

### Summary

The relationship between the media and politics has always been seen as conflicting. In large public media institutions in Poland basic contradiction can be seen between: impartiality, political interests and citizens

right freedom of speech, salary for effectiveness of work or product and for labor time. Polarization field of vision and all those contradictions are in publishing activity itself. The primary research objective is to characterize the relationship between the media and the political sphere in Poland, through the prism of the process of politicization and mediatization, which is both controversial and far ambiguous concept.

In addition, an attempt to answer questions about the instrumentalization of public media in Poland after 2015 through the development of propaganda mechanisms, resulting in a threat to political pluralism — taking into account the communicative competence of media audiences. The use of public media for political purposes is a threat to political pluralism. The one-day protest of the commercial media on February 10, 2021, a democratic day, showed what life can be like in Poland with only public media favorable to the authorities. On that day, Poles saw a world in which only pro-government propaganda messages exist. It would be hard to find a more adequate illustration of the importance of the problem of freedom of speech and independence of the media, especially the public media, which should effectively exercise their legally assured autonomy in shaping a pluralistic public sphere.

The one-day protest of the independent media on February 10, 2021 showed what life can be like in Poland where there are only public media favoring the authorities. On that day, the Polish people saw a world in which there is only a pro-government propaganda message. It is difficult to find a more adequate illustration of the importance of the problem of freedom of speech and media independence.