

Łukasz FALISZEWSKI

Ośrodek Rehabilitacyjny Falmed

Framing w polskich stacjach telewizyjnych na przykładzie polityków zapraszanych do programów publicystycznych podczas kampanii wyborczej w ramach wyborów parlamentarnych w 2011 roku

Streszczenie: Framing jest jedną z najczęściej stosowanych przez media, metod manipulacji opinią publiczną. Na podstawie wielu badań tego zjawiska, które przeprowadzono w ciągu ostatnich kilku lat, możemy stwierdzić, że framing jest nie tylko prostą i skuteczną techniką, ale posiada także wielopoziomowy charakter. Ramowanie informacji, rozpoczyna się od zaproszenia do studia telewizyjnego gości o określonych poglądach, a następnie dobór pytań i tematów do rozmowy, na podstawie opcji politycznej, którą gość reprezentuje. Warto zauważyć, iż w przypadku techniki framingu, politycy często są wykorzystywani przez media, jako narzędzie manipulacji.

Słowa kluczowe: manipulacja opinią publiczną, media, polityka, kampania wyborcza, wybory parlamentarne, programy telewizyjne, framing

W literaturze podmiotu framing jest szeroko opisanym pojęciem. Jest to metoda wpływania na opinię publiczną, która w swoim działaniu zawiera kwintesencje socjotechniki rozumianej jako „świadome dokonywanie przekształceń, aby osiągnąć zamierzone cele” (Znyk, 2008, s. 22). Powszechnie jest rozumiany jako technika manipulacji polegająca na wyborze wydarzeń, które będą pokazywane w mediach. Funkcjonuje bowiem przekonanie, iż to czego nie ma w mediach, czego nie zrelacjonowały serwisy informacyjne, to nie istnieje (Lepa, 2012). W telewizji mamy do czynienia z układem wiadomości. Jest to tak oczywiste, że aż niewidoczne (Warecki, Warecki, 2011, s. 116). Za jednego z pierwszych badaczy zjawiska uważany jest Erving Goffman, który określił framing w dwóch znaczeniach: „schematów kognitywnych oraz ram interpretacyjnych dla wydarzeń i sytuacji społecznych” (Pluwak, 2009, s. 60). Ważny jest tutaj efekt psychologiczny, wskazany również przez E. Goffmana, a przywołany przez Agnieszkę Pluwak, który należy zdefiniować jako „zjawisko poznawcze, będące integralną częścią procesu kategory-

zacji, gdzie bodźce zewnętrzne, takie jak np. nowe informacje, zostają zdefiniowane i przyporządkowane kategoriom uprzednio zdobytego doświadczenia. Ze względu na schematyczną budowę ludzkiej pamięci proces framingu ma wpływ na zapamiętywanie, zrozumienie, ocenę oraz postawy i zachowania wobec nabytej informacji” (ibidem). Należy więc wnioskować, iż odbiorca poddany technice framingu, jest totalnie nieświadomy jej działania, gdyż odbiera bodźce podprogowo, mając na myśli schematyczną budowę ludzkiej pamięci, o której mówi E. Goffman. W związku z tym framing to manipulacja ludzką percepcją w najczystszej formie, gdyż odnosi zamierzony przez nadawcę efekt przy jednoczesnej nieświadomości odbiorcy. Manipulacja opinią publiczną to nic innego jak: „nieuczciwe sterowanie poglądami albo działaniami ludzi, którzy nie są tego działania świadomi, po to, żeby osiągnąć pewne cele, najczęściej sprzeczne z interesami tych ludzi albo nieuczciwe moralnie” (Markowski, Pawelec, 2001, s. 947).

Geneza techniki framingu

Z początku framing pochodzący od angielskiego *frame* (rama, ramka), był znany w psychologii poznawczej jako swego rodzaju schemat pamięciowy, uwarunkowany kulturowo (Pluwak, 2009, s. 50). W trakcie wieloletnich badań tego zjawiska zarówno pod kątem kognitywnym, antropologicznym, lingwistycznym, jak i psychologicznym koncepcja framingu znacznie się rozbudowała. Obecnie przyjmuje się, iż ta technika manipulacji może być przez media wielorako stosowana. Po pierwsze, w celu wybierania pewnych aspektów i nadawania im widoczności w celu propagowania idei, oceny czy poglądu. Po drugie, jako proces, w którym media kontrolują przekaz, prezentując zawartość w sposób wyłaniający pożądane i pomijający pozostałe interpretacje. Po trzecie, jako dostarczanie wskazówek do interpretacji przekazu i rzeczywistości (Nowosielski, 2013, s. 2). Innymi słowy, media wybierają z otaczającej nas rzeczywistości, te zdarzenia, które chcą pokazać opinii publicznej, nadają im odpowiednią widoczność, pomijają te interpretacje zdarzenia, które ideologicznie nie pasują do prezentowanej przez nie linii, a na końcu dostarczają odbiorcy wskazówek co do tego, jak powinien on owo zdarzenie interpretować. Należy zauważyć, że framing obok technik kliszy czy przemilczania, jest podstawową metodą manipulacji opinią publiczną przez media. Również pozostałe dwie wymienione techniki

w gruncie rzeczy opierają się na ramowaniu przekazu. Metoda kliszy to wybiórcze przedstawianie osoby, zjawiska czy informacji, natomiast tryb przemilczania to „nie wrzucanie” do obiegu medialnego tematów, które mogłyby być niekorzystne dla określonej grupy politycznej (Lepa, 2012). Powszechnie jednak o framingu mówi się w przypadku ramowania informacji telewizyjnej i prasowej. W niniejszym artykule autor odwoła się do badań, które przeprowadził w swojej pracy magisterskiej pt. *Analiza metod manipulacji opinią publiczną stosowanych przez polityków i dziennikarzy na antenie największych stacji telewizyjnych podczas kampanii wyborczej w 2011 roku*, które to traktowały również o sposobie ramowania przekazu medialnego, polegającego na zapraszaniu do programów publicystycznych gości reprezentujących określoną opcję polityczną. Dla wnikliwego obserwatora polskiej sceny polityczno-medialnej nie ulega bowiem wątpliwości, iż od czasu polaryzacji na dwa duże obozy, mianowicie Platformę Obywatelską (PO) oraz Prawo i Sprawiedliwość (PiS), dokonał się również swego rodzaju podział w mediach. Jedne z nich sprzyjały wówczas bardziej, rządzącej już drugą kadencją PO, a inne PiS, będącemu największą partią opozycyjną w latach 2007–2015. Miało to również swoje odzwierciedlenie w sympatiach politycznych dziennikarzy pracujących w największych stacjach informacyjnych, za jakie należy uznać TVN, Polsat i TVP. Siły polityczne poprzez wywieranie różnego rodzaju nacisków na media, a także tworząc wydarzenia polityczne, wpływają na sposób tworzenia wiadomości przekazywanych opinii publicznej, ich kształt, rozmiar, treść oraz bardzo istotną kolejność przekazywania, co nazywane z kolei jest agenda setting. Dziennikarze, starają się skonstruować rzeczywistość dla siebie i swoich odbiorców. Podobnie jak uczestnicy codziennych interakcji, muszą w tym celu wyłowić fragmenty zdarzeń, które są niezorganizowane, a następnie nadać im sens oraz ustawić je w hierarchii przekazu dziennego (Olczyk, 2009, s. 235). Politycy oraz specjaliści od public relations i marketingu politycznego, dostarczają mediom informacje, a następnie zwracają uwagę na konkretne ich wątki, którymi należałoby zająć się w pierwszej kolejności (Bolek, 2011, s. 136).

Cele i hipotezy badawcze

Celem niniejszego artykułu jest wskazanie na technikę framingu, polegającą na selekcyonowaniu gości, podczas zapraszania określonej opcji

politycznej do programu publicystycznego. Można tutaj jednocześnie wskazać na dwa procesy: różnice w sumarycznej liczbie wizyt przedstawicieli PO i PiS na antenach TVN, Polsatu i TVP, oraz na marginalizowanie mniejszych podmiotów politycznych¹, poprzez rzadkie lub bardzo rzadkie zapraszanie ich polityków do programów publicystycznych. Zweryfikowana zostanie hipoteza, która odnosi się do manipulowania przekazem przed media, co nie ma nic wspólnego z ich rzetelnością, obiektywnością i wysokimi standardami dziennikarskimi, których jako społeczeństwo mamy prawo od tzw. czwartej władzy oczekiwać, i wymagać. Jest to oczywiście w pewnym stopniu mocno wyidealizowana wizja mediów, które już od dawna w systemach demokratycznych są nie tylko obserwatorem rzeczywistości politycznej, ale również aktorem na scenie, który bierze udział w grze interesów, walce o wpływy, jak to się popularnie określa, o „rząd dusz” (Nieć, 2010, s. 231). Własną rzeczywistość i wizję demokratycznego państwa tworzy obóz polityczno-medialny wokół rządu, która z kolei jest odmienna od tej tworzonej przez środki przekazu zorganizowane wokół opozycji (Fingas, 2010). Praca ma zwrócić uwagę na kilka podstawowych faktów, dotyczących techniki framingu. Po pierwsze, jest ona stosowana przez wszystkie stacje telewizyjne. Po drugie, każde ugrupowanie polityczne jest w pewien sposób ramowane medialnie, już na etapie zapraszania gości do programów publicystycznych. Po trzecie, mniejsze ugrupowania były wyraźnie marginalizowane przez media, w porównaniu do rządzącej koalicji PO-PSL i największej partii opozycyjnej – PiS. Odnosi się to do definiowania manipulacji jako kłamstwa, oszukiwania człowieka czy też zbiorowości, świadomym ukrywaniu rzeczywistości (Grzywa, 1997, s. 11). To rodzi pytania o możliwość równego dostępu do opinii publicznej, szansę na przełamanie dominacji dużych ugrupowań, a także co może być przyczynkiem do badań na innym gruncie, czy media poprzez tego typu działania, nie próbowały zorganizować debaty publicznej na wzór systemu partyjnego znanego nam z krajów anglosaskich (model dwupartyjny). Po czwarte w końcu, nie należy sądzić, że stosowanie framingu w 2011 r. było wyjątkowe i odbywało się w sposób, który nie powtórzył się w żadnej innej poprzedniej lub następnej kampanii wyborczej. Od 2005 roku, największy wpływ na tworzenie rządu po wyborach

¹ Mówiąc o mniejszych podmiotach politycznych autor ma na myśli: SLD, PJN, PSL, które w trakcie VI kadencji polskiego Sejmu (2007–2011) miały w nim swoich reprezentantów, a także Ruch Palikota, który jak się później okazało, z sukcesem ubiegał się o awans polityczny do grona podmiotów parlamentarnych.

parlamentarnych, mieli politycy Prawa i Sprawiedliwości lub Platformy Obywatelskiej. Dwie partie, które są obecne na polskiej scenie politycznej od ponad 16 lat, w pewien sposób ją ustabilizowały. Z drugiej jednak strony, dynamikę procesów politycznych zachodzących w Polsce, dosyć mocno unaocznia fakt, iż czołowi politycy z lat 2011 albo już nie są członkami swoich partii (Radosław Sikorski, Adam Hoffman, Ryszard Kalisz), lub nie pełnią już w nich ważnych funkcji (Waldemar Pawlak, Grzegorz Napieralski, Stefan Niesiołowski), czy też zupełnie zniknęli z polskiej sceny politycznej (Tomasz Dudziński, Katarzyna Piekarska, Janusz Palikot). Zniknęły z niej również ugrupowania PJN i Ruch Palikota, SLD jest poza parlamentem, a w jego niższej izbie swoich przedstawicieli mają byty, o których nikt w 2011 roku nawet nie myślał – Kukiz 15' i Nowoczesna. Tym niemniej, obserwując linię i sposób prezentowania informacji przez media, będące przedmiotem badań autora, to w niektórych z nich polityka zapraszania gości do programów publicystycznych się utrwaliła, w innych zmieniła². Nie wpłynęło to jednak na stosowane przez te media mechanizmy, gdyż zawsze będą one wytwarzać w świadomości manipulowanej opinii publicznej, stany, które mają wywołać określony sposób działania (Pawełczyk, 2000, s. 55). Nie istnieje możliwość realnego zbadania wpływu stosowania technik manipulacji, na końcowy wynik wyborczy. Tym niemniej, siła oddziaływania mediów jest powszechnie znana, co w zestawieniu z tzw. grupą wyborców niezdecydowanych³, każe przypuszczać, że istnieje możliwość, iż opierają oni swoją decyzję w pewnej mierze na przekazach telewizyjnych. Kandydat, czy też opcja polityczna, którą mają mniejszą szansę zobaczyć w mediach, z logicznego punktu widzenia ma również mniejsze szanse na ich ewentualny głos w wyborach. Należy zauważyć bowiem, że media odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu opinii publicznej, w kwestiach politycznych, zwłaszcza w procesie wyborczym (Sasińska-Klas, 2007, s. 119). Z kolei manipulacja z zasa-

² Przyczyny oraz skutki tego zjawiska to temat na osobną publikację. Kluczowe pozostają mechanizmy framingu, które media stosują niezależnie od prezentowanej linii politycznej.

³ Jest to grupa, której nie należy przypisywać do stałego elektoratu jakiejś konkretnej partii politycznej, gdyż na ogół tak określa się tych ankietowanych w sondażach wyborczych, którzy nie wiedzą na kogo oddadzą swój głos (PAP, 2013). W Polsce jest ona na ogół szacowana na poziomie 25–30%, i to na niej w ostatnich tygodniach kampanii wyborczej jest zogniskowana uwaga partii politycznych, które zdążyły już zmobilizować swoje „żelazne elektoraty”.

dy wywołuje u odbiorcy fałszywą świadomość, która paraliżuje jego zdolność do obiektywnego myślenia (Luthe, 1971, s. 223), szczególnie ta, która jest stosowana przez środki masowego przekazu. Z drugiej natomiast strony, należy zauważyć, że istnieje swego rodzaju jawność w działaniach mediów, skoro zjawisko framingu na przykładzie zapraszanych do studia gości jest możliwe do zbadania. W tym aspekcie ma to pewne cechy działania propagandowego, które w przeciwieństwie do manipulacji jest jawne (Dobek-Ostrowska, Frasz, Ociepa, 1999, s. 91). Jego widoczność jednak jest uzależniona od działań badaczy problemu, którzy dzięki analizie tej techniki mają możliwość jej demaskowania przed opinią publiczną.

Programy publicystyczne

Z doświadczenia autora⁴ wynika, że spośród emitowanych w trakcie kampanii wyborczej w 2011 roku na antenach TVN, TVP i Polsatu, można wyróżnić programy publicystyczne autorskie, takie jak „Kropka nad i”, „Rozmowa Rymanowskiego” czy „Gość Wydarzeń”, w których to dziennikarz prowadzący wydanie sam definiuje jego format. To on ma największy wpływ na dobór zapraszanych gości. Są to jednak programy, w których na ogół mamy do czynienia z jednym, góra dwoma politykami. W przypadku audycji takich jak „Minęła 20”, lub „To był dzień”, działacza do studia deleguje sztab kampanijny jego ugrupowania, w zależności od zapotrzebowania tematycznego, czy też cenzuru wieku lub płci. W związku z obszerną analizą tego tematu, należy przywołać produkty medialne, które w pewien sposób są najbardziej konkurencyjne wobec siebie, szczególnie biorąc pod uwagę ich formę, periodiczność oraz godzinę emisji. W trakcie kampanii wyborczej w 2011 roku TVN24, nie posiadał w swojej ramówce konkurencyjnej audycji względem „Polityki przy kawie” TVP czy „Graffiti” Polsatu. W związku z tym poranna formuła nie może zostać poddana analizie, gdyż nie spełnia zasady konkurencyjności wszystkich mass mediów. Inaczej rzecz ma się w kontekście wieczornych programów, które należałoby podzielić na dwa osobne bloki. Pierwszym z nich to programy „zbiorowe”, takie jak „To był dzień” Polsatu, „Minęła 20” TVP oraz

⁴ Które jest poparte kilkuletnią pracą jako analityk mediów oraz możliwością empirycznego przebadania kilkuset programów publicystycznych.

„Fakty po Faktach” TVN24. Pierwsze dwa z wymienionych, bardzo często były zbliżone formułą do debaty wszystkich opcji politycznych, z kolei produkt TVN lokował „zestawy” swoich gości w dwa, rzadko trzy bloki. Ta stacja w wyszczególnionym okresie, nie posiadała w ramówce programu (emitowanego częściej niż raz w tygodniu), który dopuszczałby możliwość uczestniczenia polityków reprezentujących większość ugrupowań jednocześnie. Być może wynika to z mocnego zespołu dziennikarskiego: Monika Olejnik, Justyna Pochanke, Anita Werner, Kamil Durczok czy Bogdan Rymanowski. Może być również zamierzonym działaniem stacji, wynikającym z innej wizji realizowania programów publicystycznych. Tym niemniej, „Fakty po faktach”, są najbardziej zbliżone formułą do audycji „Minęła 20” czy też „To był dzień”. Drugim blokiem, który należy wziąć pod uwagę są programy autorskie, emitowane w godzinach wieczornych. Jest to kluczowe, gdyż z kolei w tej kategorii, niemoc produkcyjna stała po stronie TVP, chociaż należy zauważyć, iż zdarzały się wydania „Minęła 20”, które były rozmową z jednym konkretnym politykiem. Dlatego też, w tym aspekcie należy wziąć pod „Gościa Wydarzeń” Polsat News, a także „Kropkę nad i” oraz „Rozmowę Rymanowskiego” TVN24. Zwraca przy okazji uwagę polityka stacji TVN, która zamiast porannego programu, który może mieć niską oglądalność, „serwuje” widzom zwiększoną dawkę publicystyki w godzinach wieczornych, gdyż wówczas po godzinach pracy dużej części obywateli, była szansa na większe audytorium. Badany był okres od 10 sierpnia do 7 października, czyli kluczowe dwa, ostatnie miesiące kampanii wyborczej w 2011 roku. Pozwoli to na sprawdzenie, którzy politycy oraz, które ugrupowania cieszyły się największym uznaniem każdej ze stacji telewizyjnych. Co istotne, pod uwagę będą wzięte te programy, w których gościli kandydaci.

Programy zbiorowe

„Minęła 20” to wieczorny program publicystyczny TVP Info, trwający niecałą godzinę. W jednym wydaniu, nierzadko omawiany jest więcej niż jeden wątek, a politycy goszczą w studiu dwukrotnie. Raz ma to charakter wywiadu jeden na jednego, potem następuje debata. W badanym okresie, liczba programów z udziałem polityków wyniosła 27 na 38 (Minęła 20, 2011), co stanowi 71,1%.

Politycy w programie „Minęła 20”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Paweł Olszewski 4	26	96,3
PiS	Zbigniew Girzyński 3	19	70,4
SLD	Stanisław Wziątek 3	14	51,9
PSL	Janusz Piechociński 4	18	66,6
PJN	Jan Ołdakowski, Paweł Poncyłjusz	2	7,4

Łączna suma może przekraczać liczbę wydań, gdyż często w studio było dwóch i więcej gości jednocześnie.

Udział procentowy łącznie może przekraczać 100%, gdyż często w studio było dwóch i więcej gości jednocześnie.

Źródło: Opracowanie własne.

Widać zatem, iż przedstawiciel PO występował w niemal każdym programie z udziałem polityków. Jako, że często miały one formę wspomnianej debaty z udziałem czterech ugrupowań sejmowych, to jest to zrozumiałe, jednak politycy PO byli zaproszeni również do prawie wszystkich wywiadów jeden na jednego. Najczęściej były to tematy związane z działaniami któregoś z resortów, co jest pewnym wytłumaczeniem, lecz jednocześnie dobrą okazją do autopromocji przez ministrów w rządzie. Zaskakująco wysoki jest również wynik PSL, który tylko nieznacznie ustępuje PiS. Wraz z wynikiem PO znacząco podbija to głos koalicji. Naturalnie każda partia chce się odróżniać od konkurentów i prowadzi własną kampanię, jednakże w przypadku wyliczania błędów popełnionych przez rząd, riposta nadchodzi z dwóch stron. Podobnie również obaj koalicjanci mogą się chwalić osiągnięciami z pierwszej kadencji. Spośród najczęściej zapraszanych polityków, Paweł Olszewski to rzecznik prasowy partii w 2011 roku, słynący z ciętego języka, Zbigniew Girzyński był wtedy wieloletnim działaczem PiS, specjalistą od ostrych debat politycznych. Stanisław Wziątek był szefem sztabu wyborczego SLD, znanym z działalności politycznej na polu obronności i służb specjalnych, natomiast Janusz Piechociński w tamtych czasach wymieniany był jako specjalista od transportu i infrastruktury. Zupełnie pominięte w tym programie zostały ugrupowania pozaparlamentarne. „To był dzień” to publicystyczny program Polsatu, trwający około 45 minut i emitowany przez cały tydzień. Dziennikarze zapraszali nawet trzy różne zestawy gości, w większości wydań było również miejsce na debatę z udziałem

przedstawiciele czterech lub pięciu ugrupowań. W aż 50 na 52 wydania (To był dzień, 2011), co stanowi 96,1%, gośćmi byli politycy. Często cały program był im poświęcony, z rozdzieleniem, na wywiad jeden na jedno oraz debatę.

Tabela2

Goście programu „To był dzień”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Andrzej Halicki 6, Adam Szejnfeld 5	49	98
PiS	Beata Szydło 5, Jarosław Sellin 4	48	96
SLD	Janusz Wikiński 8, Katarzyna Piekarska 4, Stanisław Wziątek 4	31	62
PSL	Ewa Kierzkowska 5	11	22
PJN	Tomasz Dudziński 5, Elżbieta Jakubiak 4	14	28
RP	Janusz Palikot 5	7	14
Obywatele do Senatu	Małgorzata Mańka-Szulik	1	2
Niezależni	Andrzej Celiński, Marek Borowski 2	5	10
Zieloni	Dariusz Szwed	1	2
KNP	Janusz Korwin-Mikke 3	3	6

Źródło: Opracowanie własne.

W prawie każdym wydaniu obecni byli przedstawiciele PO (49 obecności) i PiS (48), co jest dużą różnicą w porównaniu do pozostałych programów, również tych emitowanych przez Polsat. Dwie trzecie zaproszonych stanowią politycy SLD (31), niemal jedną czwartą PSL (11), a jedną trzecią PJN (14). Najczęściej w dotychczasowo analizowanych programach, na antenie „To był dzień” gościli również przedstawiciele Ruchu Palikota – 7 wystąpień, kandydaci Niezależni – 5 wystąpień oraz prezes KNP Janusz Korwin-Mikke – 3 wystąpienia. Zdecydowaną przewagę nad partiami koalicyjnymi (60 gości) mają ugrupowania opozycyjne (91 gości). Najczęściej zapraszany do studia politykiem był kandydat lewicy, Marek Wikiński – 8 razy. Na drugim miejscu jest Adam Szejnfeld – 6 wystąpień, trzecimi w kolejności są Beata Szydło, Ewa Kierzkowska, Tomasz Dudziński i Janusz Palikot – 5 występów. Często gościli również Elżbieta Jakubiak, Katarzyna Piekarska, Jarosław Sellin i Stanisław Wziątek – po 4 występy. Dziennikarze „To był dzień” zapraszali ponadto

najczęściej ze wszystkich programów, Janusza Korwina-Mikke – 3 razy. Należy więc stwierdzić, iż redaktorzy Polsatu zapraszali do studia gości z największej ilości komitetów, jednak z bardzo dużą przewagą PO i PiS nad resztą stawki.

„Fakty po Faktach” z kolei, to nieprzerwanie od 2008 roku główny program TVN24, emitowany zaraz po wieczornym serwisie informacyjnym, przez cały tydzień. Trwa około 30 minut, ma autorską formułę, szeroki zestaw gości zapraszanych do studia oraz największą ilość prowadzących. Zdarzają się wydania, w których cały program zajmuje jeden gość polityczny, jednak najczęstsza formuła to rozmowa jeden na jeden, a w drugiej publikacji dwóch lub trzech działaczy. 42 na 44 wydania to politycy (Fakty po Faktach, 2011), co stanowi 95,5% i sytuuje „Fakty po Faktach” jako najbardziej upolityczniony program kampanii wyborczej 2011, obok „To był Dzień”. Zdarza się, że politycy są zapraszani w charakterze ekspertów od finansów, polityki zagranicznej czy też innych dziedzin resortowych, jednak na ogół są to ministrowie rządu, którzy pomimo zepchnięcia wątków kampanijnych na drugi tor dyskusji, skrzętnie korzystają z okazji do autopromocji i uderzania w politycznych konkurentów.

Tabela 3

Goście programu „Fakty po Faktach”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Andrzej Halicki 5, Paweł Graś 3	35	83,3
PiS	Ryszard Czarnecki 4, Witold Waszczykowski 3	28	66,6
SLD	Tomasz Kalita 3, Grzegorz Napieralski 3, Józef Oleksy 3, Marek Wikiński 3	24	57,1
PSL	Eugeniusz Kłopotek, Waldemar Pawlak	2	4,8
PJN	Paweł Poncyłjusz 2	4	9,5
RP	Janusz Palikot 4	4	9,5
Niezależni	Marek Borowski, Andrzej Celiński, Włodzimierz Cimoszewicz, Kazimierz Kutz	4	9,5

Źródło: Opracowanie własne.

Rzuca się w oczy dosyć wyraźna przewaga PO nad PiS, oraz niewielka strata SLD do prawicowej opozycji. W porównaniu do tej trójki bardzo rzadko gośćmi byli przedstawiciele mniejszych ugrupowań, również tych pozaparlamentarnych. Najrzadziej dziennikarze TVN zapraszali przedstawiciele PSL, co jednak w porównaniu z wynikiem PO bilansuje udział polityków koalicyjnych w programie. Najczęściej w audycji gościli Andrzej Halicki i Paweł Graś z PO, będący w partii od samego początku. Spośród kandydatów PiS najczęściej zapraszanymi byli europoseł Ryszard Czarnecki – 4 razy – i były wiceminister spraw zagranicznych Witold Waszczykowski – 3. SLD może pochwalić się trzykrotnym udziałem w programie Tomasza Kality, rzecznika partii, przewodniczącego Grzegorza Napieralskiego, oraz Józefa Oleksego i Marka Wikińskiego. Najczęściej zapraszonym do studia politykiem ugrupowań pozaparlamentarnych był Janusz Palikot – 4 razy, który w dodatku był jedynym działaczem swojej partii, obecnym na antenie „Faktów po Faktach”.

We wszystkich programach zbiorowych na dwóch pierwszych miejscach, co wydaje się dosyć oczywistym działaniem mediów występuje PO oraz PiS. Różnica polega jedynie na dysproporcji pomiędzy tymi dwoma ugrupowaniami, w TVP wynosząca niemal 26%, w TVN ponad 16%, najmniej w Polsce 2%. Ponadto należy zwrócić uwagę na bardzo szeroki udział posłów koalicji w programie „Minęła 20”, a także podobny efekt w przypadku działaczy SLD i „Faktów po Faktach”. Inną drogę w kampanii wyborczej 2011 obrali dziennikarze „To był dzień”, którzy nadzwyczaj mocno w porównaniu do konkurencji starali się wypromować kandydatów PiS. Również udział przedstawicieli mniejszych ugrupowań jest w tym zestawieniu mocno zachwiany. Na antenie TVP mogliśmy stosunkowo często oglądać polityków PSL (66,6%) i SLD (51,9%), natomiast bardzo rzadko PJN (7,4%), oraz w ogóle tych z ugrupowań pozaparlamentarnych, co nie powinno mieć miejsca w Telewizji Polskiej, która jest finansowana z budżetu państwa. Inaczej te proporcje prezentują się w Polsce: SLD 62%, PJN 28%, PSL 22%, aktorzy niebędący w Sejmie lub Senacie 32%, co z kolei może sugerować konieczność uwydatnienia przedstawicieli opozycji, kosztem koalicji. W przypadku TVN: SLD 57,1%, PJN 9,5%, PSL 4,8%, ugrupowania pozaparlamentarne 19%. Bardzo duży udział lewicowej partii postkomunistycznej, budzi refleksję medialnego tworzenia nowej koalicji, PO-SLD, która miałaby rządzić krajem po wyborach.

Programy autorskie

„Gość Wydarzeń” emitowany około godziny 19:15, od poniedziałku do piątku. Zawsze ma charakter rozmowy jeden na jednego. Co ciekawe, po rozmowie z Adamem Hofmanem z 5 października 2011 roku, zawieszony przez prezesa Polsatu został Jarosław Gugała. Było to efektem bardzo stronniczego prowadzenia rozmowy przez tego dziennikarza, w trakcie której wielokrotnie przerywał on wypowiedzi swojego gościa, powtarzał tezy wygłoszone przez gościa, ale bez nadania im odpowiedniego kontekstu, przez co w efekcie prowadził z ówczesnym rzecznikiem PiS dyskusję, w taki sam sposób, w jaki prowadzili ją przedstawiciele Platformy Obywatelskiej, czy innych, opozycyjnych do PiS opcji politycznych. Wziąć jednak należy pod uwagę, iż analiza wydarzeń politycznych na podstawie głównych serwisów informacyjnych wykazała sprzyjanie PiS ze strony Polsatu, więc być może to również wpłynęło na decyzje kierownictwa stacji. Na 37 wydań programu w badanym okresie, politycy byli gośćmi w 26 z nich (Gość Wydarzeń, 2011), co stanowi 64,9%.

Tabela 4

Politycy w programie „Gość Wydarzeń”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Radosław Sikorski 2	10	39,9
PiS	Adam Hofman 3	6	23,1
SLD	Grzegorz Napieralski 2	2	7,7
PSL	Waldemar Pawlak 2	2	7,7
PJN	Paweł Kowal, Paweł Poncyłjusz	2	7,7
RP	Janusz Palikot	1	3,9
Obywatele do Senatu	Rafał Dutkiewicz	1	3,9
Niezależni	Marek Borowski, Włodzimierz Cimoszewicz	2	7,7

Źródło: opracowanie własne.

W drugim z programów Polsatu nieznacznie zwiększyła się przewaga PO nad PiS, co jest kontrastem do serwisu informacyjnego tej stacji. Dwukrotne zaproszenia dla przedstawicieli SLD, PSL, PJN i Niezależnych, w przeciągu dwóch miesięcy, to zbyt mało dla mniejszych partii i komitetów na przebicie się z programem. Pominięta została PPP, co podtrzymuje tendencję tego ugrupowania z wszystkich poprzednich kampanii wyborczych. Najczęściej zapraszani byli Radosław Sikorski,

minister spraw zagranicznych, potrafiący celnie i nie zawsze grzecznie punktować opozycję, Adam Hofman, rzecznik prasowy PiS, oraz liderzy lewicy i Ludowców, Grzegorz Napieralski i Waldemar Pawlak. PO razem z PSL ma dwukrotną przewagę nad PiS.

Autorski program Moniki Olejnik – „Kropka nad i” – wystartował pod koniec wakacji, 28 sierpnia 2011 roku, a więc dzień przed ostatnim posiedzeniem sejmu. W badanym okresie zawsze miał formułę rozmowy jeden na jednego, w późniejszym okresie wprowadzona została formuła z parą gości jednocześnie. Program rozpoczyna się po godzinie 20, i trwa około 20 minut, a emitowany jest od poniedziałku do czwartku. Poza politykami biorącymi udział w wyborach, gośćmi byli także byli prezydenci czy komentatorzy polityczni. Audycja Moniki Olejnik cieszy się dużym uznaniem wśród aktorów politycznych, a sama rozmową z tą dziennikarką nie należy do najłatwiejszych. W 18 na 24 wydania w okresie od 28 sierpnia do 6 października 2011 roku, gośćmi byli politycy (Kropka nad i, 2011), co stanowi 75%.

Tabela 5

Goście programu „Kropka nad i”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Stefan Niesiołowski 2, Grzegorz Schetyna 2, Radosław Sikorski 2	10	55,5
PiS	Adam Hofman 2	5	27,8
SLD	Ryszard Kalisz, Leszek Miller	2	11,1
Niezależni	Włodzimierz Cimoszewicz	1	5,5

Źródło: Opracowanie własne.

Dwukrotna przewaga PO nad PiS, sugeruje jakie są sympatie polityczne redaktor Olejnik. Tylko dwukrotnie obecni byli przedstawiciele SLD, Leszek Miller i Ryszard Kalisz, raz znalazło się miejsce dla Włodzimierza Cimoszewicza. Na uznanie publicystki nie zasłużyły PSL, PJN oraz Ruch Palikota. Najczęściej zapraszananymi politykami byli Stefan Niesiołowski, wicemarszałek Sejmu, Grzegorz Schetyna były minister spraw wewnętrznych, oraz Radosław Sikorski, minister spraw zagranicznych. Dwoma zaproszeniami może również pochwalić się Adam Hofman, rzecznik prasowy PiS w 2011 roku. W wywiadach przeprowadzanych przez Monikę Olejnik, widać było różnicę w podejściu do przedstawicieli

PO i PiS. Politycy partii rządzącej dostawali więcej czasu na odpowiedź, dziennikarka rzadziej przerywała im w pół zdania oraz częściej zgadzała się z nimi.

„Rozmowa Rymanowskiego” podobnie jak „Kropka nad i” ma autorską formułę, a prowadzącym jest Bogdan Rymanowski. Emisję w kampanii wyborczej rozpoczął 1 września, o godzinie 21, najpóźniej spośród badanych programów. Wszystkie wydania trwały około 20 minut, z wyłączeniem rozmowy z Jarosławem Kaczyńskim 28 sierpnia, z którym rozmowa przekroczyła 40 minut. Był to jednak jedyny program TVN, który gościł prezesa PiS. W zdecydowanej większości gośćmi była para polityków, zdarzały się pojedyncze wydania z jednym kandydatem. Ze względu na zbyt późną godzinę emisji, program nie cieszył się zbyt dużą oglądalnością, w porównaniu do „Faktów po Faktach” czy „Kropki nad i”, dlatego w lutym 2012 roku został zdjęty z anteny, a Bogdan Rymanowski kilka dni później przeniósł się z nową audycją „Jeden na Jednego”, na godzinę wpół do 8 rano. Tylko jedno wydanie na 18 w badanym okresie, było z obecnością komentatorów (Rozmowa Rymanowskiego, 2011), co stanowi 94,4% wydań z politycznymi gośćmi.

Tabela 6

Goście programu „Rozmowa Rymanowskiego”

Partia	Najczęściej zapraszany	Suma	Udział procentowy
PO	Andrzej Halicki 2	10	58,8
PiS	Joachim Brudziński 2, Jarosław Sellin 2	12	70,6
SLD	Ryszard Kalisz	1	5,8
PJN	Michał Kamiński, Paweł Poncyłjusz	2	11,7
RP	Janusz Palikot	2	11,7
Obywatele do Senatu	Krzysztof Rybiński	1	5,8
Niezależni	Włodzimierz Cimoszewicz	1	5,8
KNP	Janusz Korwin-Mikke	1	5,8

Źródło: Opracowanie własne.

Brak polityków PSL i tylko jedno zaproszenie dla przedstawiciela SLD, również świadczy o sympatiach politycznych redaktora Rymanowskiego. Ponadto jest to jedyny program publicystyczny TVN, w którym PiS jest na pierwszym miejscu. Co ciekawe, połowa wydań było starciem przedstawicieli PO i PiS. Jak na tak małą liczbę emisji,

na uwagę zasługuje fakt udzielenia głosu przedstawicielom ugrupowań pozaparlamentarnych aż pięciokrotnie, co stanowi 27,7%. Najczęściej przez redaktora Rymanowskiego zapraszani byli Andrzej Halicki, Joachim Brudziński i Jarosław Sellin, a więc partyjni spece od propagandy, nadający się zarówno do rozmowy z jednym, jak i większą ilością adwersarzy.

W programach autorskich ponownie widać przewagę PO i PiS nad resztą stawki. Zaproszenia dla przedstawicieli obu tych opcji były kilkakrotnie częstsze aniżeli dla polityków mniejszych ugrupowań.

Podsumowanie

Powyższe badania wykazały, iż wszystkie stacje telewizyjne stosują technikę framingu w doborze gości do programów. Widać to w nierzadko znaczącej przewadze PO nad PiS czy też forsowaniu przedstawicieli SLD, pomimo zbliżonego stanu posiadania posłów do PSL oraz PjN. Solidarnie przez wszystkie stacje marginalizowane są ugrupowania pozaparlamentarne, co jest dla nich, odnosząc się do praw ekonomii, dużą barierą wejścia na rynek. A w przypadku rynku politycznego, wydawać by się mogło, iż media w okresie kampanii wyborczej nie powinny podtrzymywać medialnie układu parlamentarnego, gdyż ten jest i tak znacznie bogatszy od aktorów spoza Sejmu i Senatu, i z pewnością równie dobrze poradziłby sobie w walce wyborczej, gdyby miał mniejszą ilość wystąpień. Równie istotną kwestią, poza samym faktem zapraszania określonych opcji politycznych, jest obecność w audycjach raptem kilkunastu spośród 460 posłów i 100 senatorów, co u odbiorcy może wywołać efekt znudzenia, gdyż nieustannie będzie skazany na oglądanie tych samych twarzy, i definiowanie przez nie tych samych poglądów, w dokładnie taki sam sposób, jak dwa dni wcześniej w konkurencyjnej stacji. Należy mieć pewność, iż framing wielopłaszczyznowy, z jakim mamy do czynienia w okresie kampanii wyborczej 2011, był obecny podczas kampanii w 2015 roku, i niezmiennie będzie przez media wykorzystywany również podczas kampanii parlamentarnej w 2019 roku. Poprzez framing wielopłaszczyznowy należy rozumieć: przedstawianie określonych informacji w konkretnej kolejności i z wyznaczonym czasem trwania, czy też zapraszanie przedstawicieli wybranych opcji politycznych, różny sposób rozmowy, zadawania pytań, możliwości udzielenia odpowiedzi.

Bibliografia

- Bolek K. (2011), *Gotowa wizja świata, czyli mechanizmy perswazji, propagandy i manipulacji w służbie public relations*, w: *Manipulacja w mediach. Media o manipulacji*, red. T. Gackowski, J. Dziedzic, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B. (1999), *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław.
- Fingas B. (2010), *Esej o prawdzie w polskiej debacie publicznej*, <http://www.teologia-polityczna.pl/bartosz-fingas-teorie-prawdy-w-polskiej-polityce/>, 4.02.2015.
- Grzywa A. (1997), *Manipulacja. Mechanizmy psychologiczne*, Kraśnik.
- Howiecki M. (2003), *Krzywe zwierciadło, O manipulacji w mediach*, Lublin.
- Lepa A. (2012), *Media jako problem współczesnej katechezy*, <http://blog4u.republika.pl/media+jako+problem+wspolczesnej+katechezy.shtml>, 17.11.2017.
- Luthe H. (1971), *Co to jest manipulacja*, „Concilium”, nr 1/10, Grunewald.
- Markowski A., Pawelec R. (2001), *Wielki słownik wyrazów obcych i trudnych*, Warszawa.
- Nieć M. (2010), *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa.
- Nowosielski P. (2013), *Framing w komunikacji medialnej*, Legnica.
- Olczyk T. (2009), *Politykorozrywka i poperswazja*, Warszawa.
- Pawelczyk P. (2000), *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Poznań.
- Polska Agencja Prasowa (2013), *Niezdecydowani wyborcy – najwięcej z PO*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Niezdecydowani-wyborcy-najwiecej-z-PO,wid,16009008,wiadomosc.html?ticaid=11450a>, 6.02.2015.
- Pluwak A. (2009), *Geneza i ewolucja pojęcia framing w naukach społecznych*, „Global Media Journal – Polish Edition”, nr 1/5, Warszawa.
- Sasińska-Klas T. (2007), *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, Warszawa.
- Warecki M., Warecki W. (2011), *Woda z Mózgu*, Warszawa.
- Znyk P. (2008), *Od komunikacji do manipulacji*, Keżmarok.

Framing is one of the most used by media manipulation methods

Summary

On the basis of many studies of this phenomenon that was carried out over the past several years, we can state, that framing is not only simple and relatively effective technique, but also has a multi-level character. It is used not only as an information framing, but also by inviting guests to the studio and by selecting the questions and articulate manner, depending on the selected political option, that is there present. On

this basis, it is also worth noticing that in the case of framing, politicians are often being use as a tool by which the manipulation is performed.

Key words: manipulation of public opinion, media, policy, election campaign, parliamentary elections, TV programs, framing

Informacja o autorze

Łukasz Faliszewski – absolwent kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, magister w zakresie nauk społecznych. Swoje prace dyplomowe, zarówno licencjacką, jak i magisterską poświęcił szerokiej analizie manipulacji opinią publiczną, jakiej dopuszczają się media oraz politycy. Interesuje się tematyką związaną z socjotechniką oraz manipulacją przekazem medialnym, a w szczególności techniką framingu, a także procesami politycznymi zachodzącymi w III Rzeczpospolitej w przeciągu ostatniej dekady.

