



Przegląd technik manipulacji mediów
na tle relacjonowania newsów 100 dni rządu K.
Marcinkiewicza i kampanii prezydenckiej 2005 r.

Renata Borcuch
Włodzimierz Klata
Radosław Kołodziej
Zofia Kosińska
Sylwia Krajewska
Marta Krawczyńska
Marta Kukowska
Anna Maciesowicz

Praca napisana pod kierunkiem:
Geralda Abramczyka

Warszawa, 2006

Spis treści

Wstęp		
Marta Kukowska		3
I. Manipulacja w telewizyjnych przekazach informacyjnych		
Sylwia Krajewska		7
II. Manipulacja fotografią w przekazach prasowych		
Radosław Kołodziej		50
III. Pojęcie, znaczenie i historia sondaży przedwyborczych		
Anna Maciesowicz		113
IV. Polacy o sondażach; Sondaże i media		
Zofia Kosińska		139
V. Opinie ekspertów wykorzystywane w mediach		
Renata Borcuch		170
VII. Mebelgate		
Marta Krawczyńska		185
VIII. Manipulacja w prasie lokalnej		
Włodzimierz Klata		207
IX. Bibliografia	49, 110, 138, 169, 184, 239	
Bibliografia (uzupełniająca)		242

Wstęp

Francuski filozof wszechczasów Monteskiusz jest twórcą teorii trójpodziału władzy. Tworzył ją na przełomie XVII i XVIII wieku. Nie wiedział, że wyrosnie jeszcze jedna, obok sądowniczej, ustawodawczej i wykonawczej, władza która będzie skutecznie kreować rzeczywistość? W dzisiejszych czasach władza należy do mediów, a dzisiejsza demokracja nazywana jest demokracją medialną. Media są realną czwartą władzą, która współtworzy i kreuje otaczający nas świat.

Czy media przedstawiają nam świat i zdarzenia takimi jakimi są naprawdę? Czy też narzucają swój punkt widzenia? W niniejszej pracy będziemy się starali udowodnić, że twórcy serwisów informacyjnych manipulują przekazem tak, aby został odczytany w pewien ściśle określony sposób i aby wywołał określone reakcje. Świat dziennikarski nie pozostawia wyboru – to dziennikarze codziennie dostarczają nam informacji co jest ważne i o czym powinniśmy myśleć. Bernard Cohen w swoich badaniach w 1963 r. podsumował,

„Media być może nie zawsze są skuteczne mówiąc ludziom jak mają myśleć, ale są oszałamiająco skuteczne w mówieniu swoim czytelnikom i słuchaczom o czym mają myśleć”.

W. Lance Bennett spopularyzował badania nad główną rolą odgrywaną przez newsy w biegu polityki w książce *The Politics of Illusion*, opublikowanej w 1983r. Pozycja ta ma już szóstą edycję.

Czym jest manipulacja? **Manipulacja** (z łac. *manipulus*) to kształtowanie lub przekształcanie poglądów i postaw ludzi, dokonywane poza ich świadomością¹. Polega na przekazywaniu informacji o określonym fragmencie rzeczywistości i wywoływaniu określonych przez nadawcę komunikatu reakcji zgodnych z jego intencjami. Ma długą historię, znana była już w starożytności, apogeum osiągnęła w ubiegłym stuleciu w ustrojach totalitarnych. Manipulacja w mediach zaczyna się w momencie wybrania zdarzenia, które zostanie zrelacjonowane w serwisach informacyjnych. Codzienny news jest produktem wyborów podejmowanych przez dziennikarzy i redaktorów, w których

¹ Za W. Kopaliński „Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem”, Warszawa 2000 r.

pewne rodzaje informacji są uważane za ważne i istotne. Naukowcy nazwali to, “ramkowanie newsu”. Ramkowanie dotyczy wybrania niektórych aspektów i podkreślenia ich jako bardziej widocznych, żeby promować definicje szczególnego wizerunku. Słowa używane przez dziennikarzy opisują tematy ustalając, w jaki sposób czytelnicy je postrzegają.

Wzrastająca liczba naukowców (G. Tychman, (1976), Girlin, (1980), D. Graber, (1989), W. Bennett, (1990), S. Iyenger, (1991), T. Patterson, (1993), S. Reese, (1994), K. Jamieson (2003) bada coś nazywane przez nich “news-framing”. Definiują framing jako:

“principles of selection, emphasis and presentation composed of tacit little theories about what exists, what happens and what matters”.

Inaczej mówiąc, framing jest codziennym wyborem dokonywanym przez dziennikarzy polegającym na prostej decyzji, które ze zdarzeń jest ważne i godne relacji a które nie, framing przesądza o medialnym życiu danego zdarzenia. Zdarzenie nie zrelacjonowane w serwisach informacyjnych po prostu nie istnieje. Jednak *framing* to jeszcze coś więcej. To nie tylko poinformowanie o pewnych faktach, ale również pokazanie ich z określonej perspektywy. Tak jak w malarstwie, rama ogranicza nasze pole widzenia, ogniskuje pewną perspektywę i zakreśla obszar, z którym malarz chce nas zapoznać. Tak samo jest z informacjami, dziennikarze nie tylko pokazują to co chcą i co w ich przekonaniu wydaje się ważne, ale również określają perspektywę i sposób postrzegania danego wydarzenia. Naukowcy J. Cappella, (1997), D. Graber, (1998), S. Reese, (2003), i M. McCombs, (2004) udowodnili, że dla dziennikarzy dominującym *frame* w polityce jest to, że kampanie są grą – ktoś wygrywa, ktoś przegrywa. Ta gra jest ciągle w ruchu i kandydaci są nieustannie korygowani dynamiką wyścigu i swoją w nim pozycją. Konkluzja jest taka:

„gra kampanii ustala bieg wydarzeń, w których dzisiejsze rozwinięcie odnosi się do wczorajszego i prawdopodobnie do wydarzeń jutrzejszych”
(Graber, *The Politics of News*).

Na czym polega manipulacja poprzez media? Poniżej praca pokazuje sposoby, takie jak „placement”, wskazując ważności news przez umieszczenie na pierwszej stronie czy w środku gazety, wybrane cytaty i komentatorów, montaż zdjęć, opis pod zdjęciem, kierujące tytuły, kolejność prezentacji, oraz w jaki sposób media

wykorzystują fakty i interpretację dając znaczenie tym faktom, by wywierać wpływ na kształtowanie kierunku myślenia.

Media już dawno zrezygnowały ze swojej zasadniczej, informacyjnej roli. Niegdyś rolą prasy było przekazywanie podstawowych informacji tzw. „5W” czyli kto co powiedział, kiedy, gdzie i dlaczego (*who said what, when, where and why*) W historii dziennikarstwa idea „obiektywnego” newsu jest względnie nowa. Aż do połowy 19 wieku zachodnia prasa miała wyraźnie stronniczą orientację przekazywania reportaży czytelnikom, którzy wiedzieli, po której stronie stoi gazeta. W roku 1848 grupa gazet zorganizowała „Associated Press” w celu obniżenia kosztów reportażu. Ponieważ „produkt” AP wykorzystał różnorodność prasy mając różne perspektywy, AP przyjęła ideologię neutralną kto-co-gdzie-kiedy w podejściu do relacjonowania newsów. Więc powstało pojęcie „obiektywności”, że fakty mogą być oddzielone od oceny. Natomiast dziennikarze ciągle mieszają fakty i opinie, jak udowodnił Tomasz Lis, kiedy powiedział podczas jednego z wydań „Faktów:” *„Politycy korzystają z wolności słowa, a my z wolności oceny tego, co mówią”*.. Obecnie najważniejsze jest pokazanie dramatu i sensacji – to, a nie skomplikowana polityczna rzeczywistość interesuje przeciętnego widza i to starają się mu dostarczyć media.

Nie sposób przekazać obiektywną informację o otaczającej nas rzeczywistości, każdy inaczej ją postrzega i interpretuje. Dziennikarze w poszukiwaniu sensacji, konfliktu i dramatu manipulują przekazem i stawiają tezy, których prawdziwości dowodzą w różny sposób. W naszej pracy poddaliśmy szczegółowej analizie 100 pierwszych dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza i ostatnią fazę kampanii prezydenckiej. Przyjrzelśmy się, w jaki sposób gazety i telewizje relacjonowały wydarzenia z nimi związane. Analizowaliśmy ponad 300 artykułów (dzienniki: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Życie Warszawy, Puls Biznesu, Gazeta Prawna oraz tygodniki: Wprost, Newsweek, Polityka), kilkadziesiąt godzin relacji w telewizji publicznej TVP i prywatnej stacji TVN. Prowadziliśmy także analizę ponad 150 prasowych artykułów relacjonujących wyniki sondaży opinii publicznej.

Dziennikarze przede wszystkim operują obrazem, stąd też tak obszerną część niniejszej pracy zajmuje rozdział poświęcony fotografii dziennikarskiej oraz telewizji. Często nawet jeśli tekst artykułu był obiektywny i relacjonował tylko fakty, to już

dobrze dobrana fotografia powodowała, że informacja nabierała zupełnie innego znaczenia. Obok fotografii równie istotny jest tytuł, nadający ton i wyobrażenie o dalszym tekście. Dochodzi do tego, że newsy i komentarze mieszają się i stają się źródłem krytyki, że prasa jest nieobiektywna. Poniżej w pracy przedstawione jest, że w Polsce, tak jak na Zachodzie głos dziennikarzy dominuje w serwisach informacyjnych i to, co Kiku Adatto z John F. Kennedy School of Public Policy udowodnił: „*w newsach głos dziennikarzy zastępuje głos polityka*”. Nasza praca także potwierdzi wcześniejsze badania (Center for Media and Public Affairs), że na każdą minutę wypowiedzi polityka przypada sześć minut wypowiedzi reportera.

Zbadaliśmy tytuły prasy lokalnej; zaskakujące w jaki sposób grą słów można wyrzucić na czytelnika pierwsze wrażenie, którego nie zmieni obiektywny i prawdziwy tekst artykułu. Kolejnym narzędziem w „dowodzeniu” stawianych tez i przekonywaniu do własnych poglądów jest powoływanie się dziennikarzy na przeprowadzone sondaże oraz opinie „ekspertów”. W ostatniej kampanii sondaż był narzędziem bardzo popularnym i często wykorzystywanym, zaryzykujemy stwierdzenie, że nadużywany. Często zdarzało się, że sondaż kształtował własną opinię czy dowodził wcześniej postawionych tez. Podobnie z opiniami „ekspertów”. W kampanii prezydenckiej każde słowo socjologa czy politologa przesądzało o tym, jak zachowa się w przyszłości wyborca. Gdy rzeczywistość okazywała się odmienna wypowiedzi innych socjologów i politologów z równą powagą wyjaśniały dlaczego tak się stało. Którym z nich należało więc ufać? Czasem technika manipulacji mediów polega na tym, który socjolog zostanie poproszony o komentarz. Przecież znane są poglądy niektórych „ekspertów”, np. bardziej lewicowe czy liberalne.

Dziennikarze w nieustanny sposób komentują oraz krytykują wydarzenia polityczne. Nadają im odpowiedni, w ich przekonaniu, sens. Jak dowiodła ostatnia kampania, fakty bronią się same wbrew dziennikarskim zabiegom. Tłumaczenie i wyjaśnianie wielu zjawisk z życia politycznego opiera się bowiem głównie na złudzeniu, a politykom i tak udaje się osiągnąć wygraną.

**Medialne manipulacje w telewizyjnych
przekazach informacyjnych na przykładzie analizy medialnej
100 dni rządów Kazimierza Marcinkiewicza**

Pojęcie telewizji i jej rola w życiu społeczno-politycznym.

Newton Minow, szef Federal Communications Commission (FCC) za czasów prezydentury w USA Johna F. Kennedy'ego w swoim wystąpieniu przed National Association of Broadcasters, wiek XX nazwał wiekiem samolotu, atomu i podróży kosmicznych, ale także przede wszystkim epoką, która wynalazła telewizję. [3]

Termin „telewizja” ma wiele znaczeń. Na przykład słownik *“A dictionary of film and television terms”* definiuje telewizję, jako *“system transmisji ruchomych obrazów wraz z dźwiękiem do domu odbiorców”* cyt. za [6]. Potocznie telewizji nadaje się wiele określeń, odzwierciedlających emocjonalny stosunek jej zwolenników jak i przeciwników. Jedni utożsamiają telewizję z medium stricte informacyjno-edukacyjnym, kulturalnym lub czysto rozrywkowym, inni przyrównują ją do „wehikułu działań propagandowych” czy wręcz nazywają ją „opium dla mas”.

Podstawowymi cechami charakterystycznymi, odróżniającymi telewizję od pozostałych mediów jest jej globalny zasięg oraz możliwości bezpośredniej obserwacji, utrwalania oraz transmisji na żywo określonych zdarzeń [8]. Dzięki tym cechom telewizja zajmuje dominującą pozycję w hierarchii mediów oraz odgrywa istotną rolę w procesie tzw. mediatyzacji społeczeństwa.

Pionierem w rozwoju telewizji jako środka masowego przekazu były Stany Zjednoczone, a w Europie - Wielka Brytania. Pierwszy eksperymentalny przekaz telewizyjny został nadany w Stanach Zjednoczonych pomiędzy Nowym Jorkiem a Waszyngtonem już w roku 1927. Podobne pokazy odbyły się w Wielkiej Brytanii w roku 1929. Jednakże pierwsza publiczna prezentacja działania telewizji na Wyspach Brytyjskich odbyła się 29 listopada 1930 roku w londyńskim Colosseum.[2] W roku 1939 telewizja podbiła Wystawę Światową w Nowym Jorku [7]. Umasowienie tego środka przekazu nastąpiło po II wojnie światowej. Z początkiem lat pięćdziesiątych

rozpoczęto w USA masową produkcję telewizorów, a w 1953 r. FCC zezwoliła stacjom komercyjnym na stosowanie przez nie koloru [2].

Błyskawiczna ekspansja znaczenia telewizji na nowe dziedziny życia społecznego objęła również świat polityki. Słynna debata telewizyjna pomiędzy Richardem Nixonem a Johnem Fitzgeraldem Kennedy'm w roku 1960 przeszła do kanonów politycznych przekazów telewizyjnych, które stworzyły nowe warunki dla walki politycznej o najwyższe stanowiska państwowe, włącznie z Białym Domem.[3] John F. Kennedy był pierwszym amerykańskim prezydentem, który brawurowo wykorzystywał systematyczne telewizyjne konferencje prasowe dla swoich celów politycznych. Symbolicznego znaczenia nabrała jego śmierć przed obiektywami kamer telewizyjnych. W ciągu kilku godzin cały świat obiegły wstrząsające przekazy telewizyjne rejestrujące klatka po klatce szczegóły zamachu na - cieszącego się ogromną popularnością wśród Amerykanów - prezydenta.

Od czasu prezydentury JFK żaden kandydat na prezydenta ani żaden prezydent pozbawiony telewizyjnego „image” nie mógł liczyć na sukces [3]. Od połowy lat 60 telewizja stała się integralną częścią czwartej władzy. Słynne motto prezydentury Billa Clintona: „Gospodarka! Głupcze!” można by przeformułować na „Telewizja! Głupcze!”. Uzasadnieniem dla powyższej konkluzji jest fakt, iż z chwilą objęcia przez

Clintona urzędu prezydenta Stanów Zjednoczonych w Waszyngtonie pracowało 1.700 reporterów i około 2.800 osób będącymi producentami telewizyjnymi, technikami i członkami ekip telewizyjnych.

Łacińskie przysłowie głosi: „verba volant” (tł. słowa ulatują). Do wyjątków można zaliczyć polityczne przekazy telewizyjne rejestrujące wypowiedzi przywódców dwóch supermocarstw będących na przeciwległych biegunach tzw. zimnej wojny. Cały świat wstrzymał oddech, kiedy 11.09.1984 r., prezydent Stanów Zjednoczonych Ronald Reagan oświadczył: *„Moi drodzy Amerykanie, cieszę się że mogę wam oznajmić podpisanie dzisiaj prawa zakazującego istnienia Związku Sowieckiego. Pięć minut temu wydałem rozkaz zbombardowania ZSRR.”* -, była to próba mikrofonu, mikrofon był włączony.

Jak widać telewizja odgrywa centralną rolę w komunikowaniu politycznym. Środek ten decydująco wpływa na sposób postrzegania całej sfery polityki łącznie z jej wszystkimi aktorami. Z pomocą telewizji potencjalni wyborcy poddają szczegółowej analizie programy wyborcze polityków a także ich wiarygodność. Materiał audiowizualny, główny oręż tegoż medium jest „swoistą gumą do żucia dla oczu” odbiorców. Skupia ich uwagę dzięki szerokim możliwościom technicznym jak i manipulacyjnym, z których chętnie korzystają zarówno nadawcy prywatni jak i publiczni.

Problem niezależnej telewizji

Wokół telewizji podobnie jak i wokół pozostałych mediów masowych toczy się debata na temat autonomii tegoż medium wobec organizacji i systemów politycznych.

Katodyczne środki masowego komunikowania, w tym telewizja nierzadko pełnią służebną rolę wobec gospodarki i struktury politycznej.[8] Telewizja jako przewodnie medium masowe, jest przede wszystkim tubą propagandowo-perswazyjną dla właściciela tegoż medium. Dlatego też mimo postępującej liberalizacji, deregulacji i prywatyzacji środków masowego przekazu, w tym telewizji, istotnym aktorem komunikowania masowego pozostaje nadal państwo. Państwo traktuje telewizję jako ideologiczny środek masowego komunikowania z milionami obywateli w tym potencjalnymi wyborcami dzięki któremu kształtuje swój wizerunek, prowadzi politykę propagandową zarówno w kraju jak i za granicą. Partie czy też inne siły sprawujące władzę w większości krajów żywo są zainteresowane istnieniem telewizji publicznej, którą bezpośrednio lub pośrednio zarządzają i kontrolują. Starają się również utrzymywać kontrolę nad systemem koncesjonowania działalności telewizyjno-nadawczej pośrednio wywierając nacisk na prywatne stacje telewizyjne. Dobrym przykładem jest tutaj Polska. Przed transformacją systemową istniał państwowy monopol telewizyjny, który narzucał ideologiczno-propagandowy ton wszystkim programom telewizyjnym w tym szczególnie wiadomościom. Po roku 1989, czyli w okresie demokratycznych przemian niemal nagminne były manipulacje poszczególnych

ekip rządzących zarówno przy ustawie medialnej jak i ustawie o Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji. Reasumując, w kwestii telewizji publicznej i prezentowanych w niej serwisach informacyjnych podnoszone są zarzuty, iż odzwierciedlają one linię polityczną partii sprawującej władzę.

Zgoła inna sytuacja występuje w ustroju wolnorynkowym, opartym na własności prywatnej. Media, w tym telewizja, są atrakcyjnym obszarem dla kapitału szukającego możliwości inwestycyjnych i pomnażania zysku. Przedsiębiorstwa medialne same zabiegają o prywatny kapitał kierując się motywami czysto ekonomicznymi. Taka sytuacja sprzyja koncentracji mediów i scalaniu ich w tzw. koncerny medialne nastawione na zysk ekonomiczny. Warto tu wspomnieć o amerykańskich magnatach medialnych, tj. o Tedzie Turnerze, właścicielu CNN oraz Rupercie Murdochu, właścicielu sieci telewizyjnej Fox Broadcasting. Siła masowego czyt. medialnego rażenia wspomnianych multimedialnych i interkontynentalnych koncernów jest tak wielka, że ich posiadaczy sytuuje się na równi z przywódcami światowych potęg gospodarczych. W stosunku do prywatnych stacji telewizyjnych, a w szczególności tych, które wchodzi w skład koncernów medialnych podnosi się zgoła inne zarzuty niż te, którymi obarcza się telewizję publiczną. **Istnieje powszechne przekonanie, że media prywatne, w tym telewizja są niezależne, bo wolne są od wpływów państwa. To nie administracja państwowa, lecz właśnie właściciele z jednej strony i szeroko pojęty rynek medialny z drugiej determinują sposób funkcjonowania telewizji komercyjnej. Tutaj liczy się tylko rentowność i zysk.**

Ekonomizacja medialna jest najcięższym zarzutem, jaki kieruje się pod adresem prywatnych stacji telewizyjnych. Jest ona przyczyną powstania daleko idących manipulacji w zakresie telewizyjnych informacji. Dochodzi m.in. do tzw. hybrydyzacji dziennikarskiej polegającej na zacieraniu się różnic między formami i gatunkami dziennikarskimi. [14] Na przykład w celu uatrakcyjnienia przekazu telewizyjnego operuje się elementami fikcyjnymi i emocjonalnymi. Duży ładunek emocji ma na celu zwrócić uwagę odbiorców na dany gatunek dziennikarski (tzw. **emotainment**). Temu samemu ma służyć umiejętne operowanie konfliktami w serwisach informacyjnych (tzw. **confrotainment**). [14] Ponieważ niezwykle trudno jest oddzielić elementy fikcyjne od prawdziwych serwisów telewizyjnych informacyjnych, tym łatwiejsza staje się

manipulacja zarówno w wymiarze przestrzennym (miejsce akcji) jak i czasowym (czas akcji).

W celu osiągnięcia zysków i zwiększenia oglądalności swoich stacji koncerny medialne selekcionują materiały telewizyjne tak, by były one zgodne z oczekiwaniami odbiorców. Producenci serwisów informacyjnych i redaktorzy prywatnych stacji telewizyjnych kierują dziennikarzy na tzw. „nośne” sfery medialne tj. elity wszelkiego typu, sądownictwo i prokuraturę, katastrofy i przestępstwa. Są to obszary, które stają się „swoistą gumą do żucia dla oczu” widzów określonego serwisu.

Ekonomizacja mediów katodowych oraz wysoka konkurencja wymusiła pewne zmiany we właściwościach telewizyjnych wiadomości. Podstawową ich funkcją obok informowania i komunikowania jest dostarczanie rozrywki (stąd termin **infotainment** pochodzący od angielskich słów information – informacja i entertainment – rozrywka). Telewizyjne serwisy informacyjne są jednocześnie i gatunkiem dziennikarskim jak i show businessem, zarażającym swoich odbiorców fascynacją obrazami "nagrywanymi bezpośrednio", zdarzeniami wzbudzającymi emocje, scenami wypadków i katastrof oraz krwawych rozmaitości. Popyt na taką rozrywkę wymusza na realizatorach i dziennikarzach produkcję fałszywej dokumentacji, niewłaściwego odzwierciedlenia rzeczywistości, manipulację i nadęcie informacyjne. [4] Podobnie jest z ukazywaniem polityki w komercyjnych serwisach informacyjnych. Selekcja materiałów przede wszystkim odzwierciedla przekonania i sympatie redakcji. Linia redakcyjna popycha dziennikarzy serwisów informacyjnych w dziennikarstwo nastawione na sensację, konflikty, kryzysy i dramaturgię wydarzeń. Powierzchnowość relacji bierze górę nad pogłębioną analizą zjawisk i procesów.

Innym zjawiskiem wypierającym głębszą analizę wiadomości telewizyjnych jest powszechnie stosowane przez komercyjne stacje nowatorstwo słowne. W celu uatrakcyjnienia przekazu i przykucia uwagi odbiorcy realizatorzy serwisów informacyjnych wprowadzają do przekazu informacyjnego przeróżne formy retoryczne, zagadki czy kalambury. Elementy te funkcjonują jako wstęp do części filmowej i stosują pewną gradację rozwijania suspensu. [9]

W Polsce taki styl przekazywania informacji został spopularyzowany przez „Fakty”, serwis informacyjny należący do komercyjnej stacji TVN. **Komentarze prowadzących serwisy informacyjne dziennikarzy pełne są dowcipnych i dynamicznych przekazów, które częstokroć stają się też przyczyną wielu niejasności i braku obiektywizmu w ocenie rzeczywistości.** Strategia bulwersowania, zaciekawiania i przyciągania uwagi odbiorcy coraz bardziej zyskuje na znaczeniu w świecie mediów katodowych i stopniowo zostaje wdrażana przez telewizję publiczną. Należy jednak umiejętnie dozować elementy rozrywkowe w serwisach informacyjnych, bo jak stwierdził Neil Postman w swojej książce „Amusing Ourselves to Death” ryzykujemy tym, że możemy ubawić się na śmierć. cyt. za [15]

Telewizyjne przekazy informacyjne oraz ich wpływ na wyborców i procesy demokratyczne. Problem obiektywizmu w telewizyjnych serwisach informacyjnych

Już w 1922 r. twórca teorii opinii publicznej („Public Opinion”, New York, Harcourt Brace) Walter Lippmann stwierdził, iż media mogą nadawać rangę i znaczenie określonym wydarzeniom, a nawet je tworzyć cyt. za [14]. W dłuższej perspektywie tworzy się rzeczywistość medialna, która często bardzo odstaje od prawdziwego obrazu świata. Telewizja jest tym medium, które dysponuje szerokim instrumentarium służącym kreowaniu nowej - własnej rzeczywistości. Możliwość nadawania relacji w realnym czasie, niemal z biegu, umiejętnie aranżowanie wizji i fonii stwarza ogromne pole do manipulacji w licznych obszarach społecznych a szczególnie w sferze polityki. Istotną cechą polityki jest jej statyczny charakter. W związku z tym kwestie związane z polityką tradycyjnie definiowane są poza obiegiem prawdziwych wiadomości.[16] Telewizja informacyjna będąc medium szczególnie „znjuszowanym” czyli nastawionym na wydarzenia, relacje dotyczące obszarów polityki wzbogaca o elementy dynamizujące i uatrakcyjniające przekaz.

Tutaj dotykamy delikatnego tematu jakim jest obiektywizm telewizyjnych serwisów i dziennikarstwa informacyjnego. Kwestie te w literaturze przedmiotu zostały w formie **katalogu postulatów:**

- postulat prawdy: operowania faktami
- postulat kompletności: wiadomości i sprawozdania powinny być pełne, ujmować stan rzeczy w sposób całościowy
- postulat rozdzielności: informacje dotyczące stanów rzeczy i wydarzeń muszą być oddzielone od komentarza i ocen
- postulat strukturyzacji: informacja powinna odzwierciedlać struktury rzeczywistości
- postulat prezentacji: opinie dziennikarskie powinny być wyraźnie podkreślone
- postulat jawności: źródła informacji powinny być podane
- postulat prezentacji: ewentualne sprzeczności pomiędzy źródłami powinny być podane
- postulat unikania emocji: informacje powinny być rzeczowe i wolne od emocji
- postulat neutralności: stosunek do prezentowanych wydarzeń i stanów rzeczy powinien być neutralny
- postulat unikania tendencyjności: polityczne przesłanki informacji i komentarza powinny być odrzucone [14]

Obiektywizm medialny jest trudny do spełnienia w świecie zdominowanym przez informację, bo jak słusznie zauważył Walter Lippmann

„Każda relacja o danym wydarzeniu nie jest dokładnym odbiciem rzeczywistości. Każde postrzeganie zjawiska przez obserwatora jest już jednocześnie jego interpretacją.” cyt. za [14].

Problem narasta wówczas, gdy w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców bądź wpłynięcia na ich sposób postrzegania polityki serwisy informacyjne stosują świadomą manipulację przekazem informacyjnym wykorzystując do tego celu: obraz, temat (dobór materiałów), czas relacji jak i poszczególnych wypowiedzi na antenie (polityków, dziennikarzy), ekspertów, liderów opinii, znawców tematu, bądź adwersarzy politycznych, sondaże i statystyki, odpowiedni komentarz i system ocen.

Manipulacja obrazem i jego zawartością

Telewizją, a szczególnie telewizją informacyjną rządzą odpowiednio: obrazy, muzyka, dźwięki i dopiero słowa [5]. W społeczeństwie zmediatyzowanym o ważności zdarzeń decyduje ilość i różnorodność obrazów. Liczy się zdarzenie, które można pokazać bezpośrednio lub w realnym czasie przekazu. Fakty pozbawione obrazów

ignoruje się lub przemilcza. W nowym porządku mediów słowa i teksty nie są równe obrazom. [13] Dlatego w **telewizji informacyjnej twórcy przekazów „żonglują” obrazami tak, by tworzyły spójną całość z wysnutą przez dziennikarzy tezę lub by wzbudzały w odbiorcach określone emocje. Najczęściej stosowane techniki to aranżacja kolejności obrazów i ich odpowiedni montaż.**

Manipulacja tematami politycznych w serwisach informacyjnych

Telewizyjne przekazy informacyjne oddziałują na sposób postrzegania przez odbiorców spraw związanych z polityką. Poprzez podejmowanie czy pomijanie określonych tematów wywierają istotny wpływ na ustanawianie kryteriów oceny rządów, prezydentów, polityków czy kandydatów na stanowiska państwowe [12].

W celu uatrakcyjnienia zwykle monotonnego obrazu polityki reporterzy serwisów informacyjnych skupiają się w swych relacjach na kontrowersyjnych, sensacyjnych czy wręcz skandalicznych aspektach gry politycznej. W tym zakresie prym wiodą wiadomości wyborcze, które kładą szczególny nacisk na kontrowersyjne wydarzenia z ostatnich 24 godzin, a nie na te, które mają stały i trwały charakter. Relacje z wyborów przybierają formę współzawodnictwa sportowego, a nie poruszają zasadniczych kwestii związanych z polityką i przywództwem. Wiadomości wyborcze, zamiast przedstawiać pełny obraz sytuacji politycznej uwypuklają to, co jest w polityce bulwersujące i niesmaczne.

Istniejące wśród dziennikarzy powszechne przekonanie o wyższości złej wiadomości nad dobrą, co się wyraża w zdaniu „**Zła wiadomość jest dobrą wiadomością**” (ang. „*Bad news is a good news*”) spycha ich profesję w kierunku dziennikarstwa krytycznego.

Warto tu przytoczyć tu wypowiedź znanego amerykańskiego dziennikarza Michaela Robinsona: „*Jeśli nie masz nic złego do powiedzenia na czyjś temat, nie mów nic*” (ang. „*If you don't have anything bad to say about anyone, don't say anything at all*”) [15]. W Stanach Zjednoczonych w latach 1960 – 2000 ilość negatywnych relacji dotyczących kandydatów na prezydenta USA wzrósł z 25% do 62%. [15]

Thomas Patterson (*Out of Order*, 1994) wskazał na istniejący tu pewien paradoks. Duże zainteresowanie newsami wiąże się z dużym zainteresowaniem polityką. Gdy zainteresowanie polityką spada, co jest zwykle spowodowane negatywnym odbiorem polityki przez społeczeństwo, spada również oglądalność newsów. Zatem krytyczny ton newsów politycznych narzucany przez serwisy informacyjne powoduje w efekcie spadek zainteresowania wiadomościami telewizyjnymi.

Manipulacja czasem antenowym

Wcześniej wspominałam o tym, iż o jakości telewizyjnych przekazów informacyjnych decydują metody selekcji wiadomości uzależnione od formy własności, stopnia ekonomizacji mediów, oddziaływania świata gospodarki i polityki na stację telewizyjną. Istnieje jeszcze jeden czynnik determinujący rzetelność przekazów informacyjnych, a mianowicie szeroko rozumiany czas. Telewizja informacyjna jest „uzależniona wydarzeniowo” [10]. Pogoń za newsem stała się „chlebem powszednim” zarówno twórców serwisów informacyjnych jak i ich odbiorców. W dzisiejszym świecie słowa „wiedzieć i widzieć” utożsamiane są z pojęciem „być”. Wiadomości, szczególnie te dotyczące polityki podlegają zabiegom, które mają nadać im charakter dynamiczny, wręcz brawurowy. Relacje podlegają ostrym ograniczeniom czasowym, a sam przekaz sprowadza się do „bombardowania” widza krótkimi i fragmentarycznymi wiadomościami (średnio dwadzieścia w serwisie). W efekcie powoduje to podwójny efekt zarówno tzw. nadinformacji i dezinformacji (zbyt dużo wiadomości i równocześnie zbyt mało czasu przeznaczanego na analizę każdej z nich). [13].

Podobnej „cenzurze czasowej” uległa wypowiedź antenowa polityka. Wyniki badań Harvardzkiego naukowca Kiku Addato nad tzw. *sound bites*, czyli telewizyjnym czasem antenowym relacji ujawniły, że średni czas wypowiedzi polityka skurczył się czterokrotnie tj. z 42 sekund odnotowanych w czasie kampanii prezydenckiej z w 1968 r. do 10 sekund w 1988 r. [1].

W 1992 r. w czasie kampanii prezydenckiej średni czas antenowy zarejestrowany przez amerykańskie stacje telewizyjne ABC, CBS, NBC spadł poniżej

10 sekund. Według Lichtera, Noysa i Kaida w 1996 r. spadł on do poziomu 8,2 sekundy [4].

Jak zatem widać news dotyczący wydarzenia politycznego takiego jak np. kampania wyborcza przekazywany przez telewizyjny serwis informacyjny został okrojony do tego stopnia, iż wątpić należy, czy rzeczywiście telewizja jest doskonałym nośnikiem informacji politycznych. Szczególnie uwidocznilo się to w relacjach z kampanii wyborczych w Stanach Zjednoczonych, których zarówno ilość jak i długość uległa zmniejszeniu o 20% w latach 1968 – 1988. [4]

Nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że **głos polityka został wypchnięty przez głos dziennikarza**. Potwierdzają tę tezę wyniki badań opublikowane przez Center for Media and Public Affairs (Centrum ds. Mediów i Spraw Publicznych), które ujawniły że w ciągu ostatnich dwóch miesięcy kampanii wyborczej 2000 r., 74% telewizyjnych relacji wyborczych zawierało wypowiedzi dziennikarzy, a tylko 12% zdawało relację z wypowiedzi samych kandydatów. Czyli **na każdą minutę wypowiedzi polityka przypada aż sześć minut wypowiedzi dziennikarza**. [15]

Dobór ekspertów, komentatorów, statystyk i sondaży

Na antenie telewizyjnej reporterzy niejednokrotnie stawiają tezy, w których za pomocą odpowiednio skompilowanego materiału audiowizualnego, w którym zamieszczają „obiektywne” wypowiedzi wyselekcjonowanych na potrzeby relacji ekspertów z dziedziny polityki, ekonomii, socjologii, prawa, marketingu politycznego czy wizerunku. Często do studia w roli komentatorów zapraszani są publicyści, politolodzy i adwersarze polityczni. Manipulacja dziennikarska polega na tym, że reporterzy w poszukiwaniu potwierdzenia dla swoich tez zasięgają opinii „niezależnych” ekspertów, którzy w rzeczywistości zdradzają określony światopogląd i sympatie polityczne. Pojawiająca się w telewizji informacyjnej tendencyjność przejawia się również w świadomie stosowanej przez realizatorów serwisów asymetrii w przedstawianiu opinii i argumentów przedstawicieli poszczególnych opcji politycznych.

Dla poparcia swoich tez reporterzy telewizyjni posługują się najrozmaitszymi badaniami opinii publicznej i statystykami. Manipulacja w tym zakresie polega na wizji

ukazywane są wykresy przedstawiające niepełne wyniki badań, tj. te które potwierdzają główną informację. Pomijane są natomiast te, które mogłyby ją podważyć. Pomija się również wielkość próby oraz jej reprezentatywność.

Komentarz i ocena. Brak oddzielenia informacji od komentarza. Używanie sformułowań oceniających zamiast neutralnych.

Zdaniem M. McLuhana

„Kiedy zespół dziennikarzy usiłuje zostać źródłem wiadomości poprzez bezpośredni dialog, a nie odległy zapis z wydarzenia, odsłania prawdę o medium telewizyjnym, w którym komentarz ma wyższą rangę od samego wydarzenia” cyt. za [6]

Telewizja informacyjna działa niczym filtr rozczłonkujący i przesiewający każdą wypowiedź czy przesłanie kierowane przez polityka do potencjalnego wyborcy.

W miejsce „odsianej” części informacji wbił się komentarz dziennikarski, który narzuca odbiorcy określoną interpretację wiadomości lub oficjalnego źródła informacji. Istotną rolę odgrywa tutaj właśnie perswazyjna zdolność komentarza, która pozwala identyfikować przekaz telewizyjny z „autorytatywną prawdziwością”[11]. **Odbiorca jest zatem pozbawiony nie tylko pełnej informacji, ale i swobody jej interpretacji. To z kolei może powodować, iż potencjalny wyborca będzie podejmował decyzje takie, których nigdy by nie podjął dysponując pełną i rzetelną informacją.**

Natomiast nadawca informacji, w tym przypadku polityk, którego przekaz został poddany „obróbce” dziennikarskiej tj. uległ stosownej selekcji, ograniczeniu czasowemu oraz został opatrzony zewnętrznym komentarzem (czy to dziennikarza sprawozdawcy czy to wyselekcjonowanego „lidera opinii”) postawiony zostaje wbrew swej woli w krzywym zwierciadle relacji medialnej. Kontekst wypowiedzi polityka, argumentacja, przedstawienie jego stanowiska wobec określonej sprawy czy wygląd polityka tudzież kandydata może w istotny sposób wpłynąć na percepcję wyborcy, a w efekcie na przyszłość polityka [4].

Obecnie reporterzy zwyczajowo wypowiadają swoje osądy na temat tego, co politycy mówią i robią. Swobodę ich wypowiedzi ogranicza jedynie zasada stroniczej

neutralności - nie istnieje jednak zasada, która ograniczałaby negatywizm takich wypowiedzi. [15]. Tomasz Lis na antenie „Faktów” tak tę kwestię skomentował: „Politycy korzystają z wolności słowa, a my z wolności tego co mówią”. Dziennikarze bardzo często nie ograniczają się tylko do funkcji organizacyjnych związanych z przekazem, lecz starają się przejąć funkcje polityków starając się wywierać wpływ na proces polityczny i decyzyjny. [14]

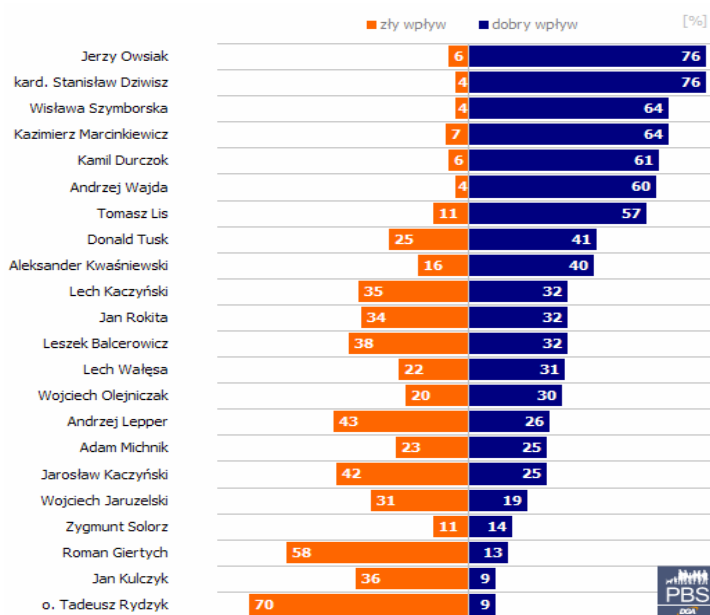
Zwykle istnieje duże przyzwolenie społeczne na „misjonerską” postawę dziennikarzy w życiu politycznym, ponieważ zwyczajowo profesja dziennikarska postrzegana jest jako wysoce wiarygodna. Z przeprowadzonego w 2005 r. przez PBS DGA sondażu wynika, że w Polsce zawód dziennikarski cieszy się dużym zaufaniem. W badaniu dziennikarze uzyskali 46% głosów, co ich uplasowało w rankingu na drugiej pozycji tuż za nauczycielami - 59%. W tyle za dziennikarzami pozostały następujące grupy zawodowe: lekarze - 36%, wojskowi - 30%, księżmi - 29%, policjantami - 18%, sędziami - 12%, urzędnikami - 7% czy wreszcie politycy, którzy osiągnęli w badaniu najmniejszy odsetek głosów tj. zaledwie 2%. [PBS, Ranking wiarygodności mediów i dziennikarzy]

Kolejny sondaż PBS DGA ukazuje wpływ, jaki na wydarzenia w Polsce mają niektóre osoby obecne w życiu publicznym. Na zadane pytanie: *Czy [nazwisko osoby] ma Pan(a/i) zdaniem dobry, czy zły wpływ na to, co dzieje się w Polsce?*, odpowiedzi kształtowały się zgodnie z przedstawionym rysunkiem.

Rys. nr. 1. Wpływowi Polacy

Źródło: Sondaż CATI zrealizowany przez PBS DGA 13.04.2006 r. na 500-osobowej reprezentatywnej próbie dorosłej ludności Polski.

Z powyższego rankingu wynika, iż dziennikarze telewizyjni tacy jak Kamil Durczok i Tomasz Lis



usytuowani są przez respondentów w pierwszej siódemce najbardziej wpływowych ludzi w Polsce. Wyprzedzają ich autorytety kościelne i kulturalne oraz jeden polityk, cieszący się w tym czasie w Polsce największą popularnością – premier Kazimierz Marcinkiewicz. Dziennikarze pozostawili za sobą w tyle polityków, obecnego prezydenta Lecha Kaczyńskiego, byłego prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego, największego reformatora polskiej gospodarki i zarazem prezesa NBP Leszka Balcerowicza oraz legendę Solidarności i byłego prezydenta Lecha Wałęsę. Nic więc dziwnego, że ciesząc się tak wysokim poparciem społecznym, dziennikarze stają się liderami opinii wchodzącymi w polemiczne dysputy z politykami oraz forującymi własne komentarze i oceny na antenie telewizyjnej.

FOX News TV jako przykład telewizyjnego serwisu informacyjnego stosującego manipulacje medialne na szeroką skalę

Sztandarowym przykładem stacji telewizyjnej stosującej manipulację informacją jest FOX News TV należąca do amerykańskiego koncernu multimedialnego FOX Broadcasting. W 2004 r. na kanale telewizyjnym PLANETE wyemitowano film dokumentalny pt. „FOX NEWS 2004”, w którym przedstawiono kulisy i mechanizmy sukcesywnie realizowanej przez Zarząd Fox News polityki manipulowania wiadomościami. Roger Ailes, Prezes Fox News przed kamerami telewizyjnymi zapewniał, iż celem serwisu jest „*jak najlepsze, obiektywne dziennikarstwo*”, a głównym hasłem marketingowym stacji jest „*Uczciwe i Wyważone*” (*ang. Fair and Balanced*), co w domyśle odnosiło się zarówno do prezentowanych na antenie wiadomości jak i dziennikarstwa. Byli producenci, reporterzy i współpracownicy Fox News zeznali, że stosowali przeróżne metody manipulacji informacjami w celu zagwarantowania stacji realizację celów ekonomicznych, a także określonej ideologii politycznej, tożsamej z ideałami głoszonymi przez amerykańskich Republikanów. Manipulacje medialne stosowane przez decydentów Fox News dotyczyły czterech głównych obszarów tj., selekcji informacji, technik prezentacji wiadomości, emocji i ideologii politycznej.

Stacja Fox News stosowała selekcję tzw. tematów dnia. Były one narzędziem uprawianej przez stację polityki. Manipulacje czynnikiem ludzkim sprowadzały się do

wywierania wewnętrznej presji na dziennikarzy tak, by ich „motywowwała” do realizacji linii redakcyjnej stacji. Reporterzy i prezenterzy byli poddawani wewnętrznej kontroli (nagrywano ich rozmowy telefoniczne, kontrolowano pocztę elektroniczną), cenzurowano teksty i udzielano szczegółowych instruktaży co do sposobów prezentowania wiadomości. Ta ostatnia metoda znajdowała wyraz w dostarczaniu dziennikarzom tzw. MEMOS, w których instruowano dziennikarzy, które tematy powinny być omawiane na wizji, a które powinny być pominięte, w jaki sposób komentować wyselekcjonowane wydarzenia. Przykładowe memo z dn. 05.09.2003 r.

„Skupić się na sprawie nominacji sędziowskich, które podejmie dziś prezydent. Kandydaci obu stron mają być przedstawieni nie pod kątem deklarowanych, ale przypuszczalnych poglądów na aborcję. To główny temat na dziś i na następne dni.”

Inna instrukcja 04.09.2003 r. zawierała wskazówki co do skrócenia czasu antenowego wypowiedzi kandydata na prezydenta Johna Kerry’ego oraz aranżacji informacji:

„W przemówieniu na tematy gospodarcze Kerry zapewne poruszy temat Iraku. Bierzymy początek przemówienia. Upewnić się, czy nie ma pilniejszych wiadomości. Nie relacjonujemy całości.”

W zakresie technik informacyjnych posługiwano się tymi badaniami opinii publicznej, które uzasadniały wysuniętą przez reportera tezę. Fox News jako pierwsza stacja informacyjna użyła flagi amerykańskiej jako tła do swoich wiadomości (odwoływanie się do patriotycznych emocji widzów). Sprytnym zabiegiem było umieszczenie tekstów perswazyjnych w dole ekranu. Manipulacja informacją polegała również na świadomym zacieraniu różnic pomiędzy informacją a komentarzem. Zgodnie z polityką informacyjną stacji każda wiadomość miała wyrażać jakiś punkt widzenia, co było o tyle niebezpieczne - zdaniem analityka środków przekazu Petera Harta - „ponieważ ludzie nie mogą poznać faktów, które mogliby ocenić.” Metody selekcji gości zapraszanych do studia oparte były na afiliacji polityczne rozmówców. Badanie przeprowadzone pomiędzy końcem czerwca a połową grudnia 2003 r. wykazało, że republikanie byli zapraszani do studia 5 razy częściej niż demokraci (83% rozmówców to republikanie, 17% to demokraci). W stosunku do rozmówców głoszących poglądy sprzeczne z prezentowanymi przez stację, stosowano stanowcze przerywanie wypowiedzi (prezenter Fox News do swojego gościa: „*Nie chcemy*

oglądać Pana programu, bo reprezentuje Pan odmienne przekonania”), wyłączenie mikrofonu i światła. Stacja komercjalizując bloki informacyjne zadbała również o właściwy infotainment. Program Fox News Alert, który w pierwotnych zamierzeniach jego twórców miał być serwisem ważnych wiadomości stał się źródłem informacji o gwiazdach filmu, muzyki i telewizji.

Manipulacja informacją stosowana przez Fox News polega na takim przedstawianiu wiadomości, by budziły one w widzach określone emocje. Stacja wyspecjalizowała się w zarządzaniu strachem w serwisach telewizyjnych. Strach to potężna broń w rękach mediów, ponieważ nieustanne poczucie zagrożenia sprawia, iż ludzie wpadają w spiralę paranoi, domagając się silnej władzy, silnego rządu. Fox News prowadziła zatem kampanię strachu przed imigrantami, homoseksualistami, ludźmi innej rasy, wyznania wreszcie strach przed terroryzmem. Ten ostatni stał się największym orężem lęku, a jednocześnie argumentem przetargowym stosowanym przez administrację prezydenta USA, Georgea W. Busha. Według amerykańskich medioznawców Fox News „przoduje w przedstawianiu wydarzeń zgodnie ze strategią” Białego Domu. Prezentowane przez stację uzasadnienie dla inwazji amerykańskiej na Irak zostało przedstawione następująco: *„Wojna to ostateczność, ale jeszcze większymi konsekwencjami grozi bezczynność”*. Prowadzona przez Zarząd stacji propaganda ideologiczna skutkowałą silną korelacją między oglądaniem kanału Fox News a mylnym pojęciem Amerykanów o świecie, zwłaszcza o Bliskim Wschodzie i polityce zagranicznej USA. W sondażu przeprowadzonym w dn. 02.10.2003 r. porównano stosunek widzów dwóch stacji Fox News i PBS/NPR do polityki administracji Busha wobec Iraku. Na pytanie: „Czy w Iraku znaleziono broń masowego rażenia” - twierdząco odpowiedziało 33% widzów Fox News i 11% widzów PBS/NPR. Na kolejne pytanie: „Czy światowa opinia publiczna popiera inwazję USA na Irak” - pozytywnie odpowiedziało 7 razy więcej widzów Fox News niż widzów PBS/NPR. Na pytanie: „Czy USA znalazły związki między Irakiem a Al-Kaidą?” - twierdząco odpowiedziało 67% widzów Fox News i 16% widzów PBS/NPR.

Medialna analiza telewizyjnych przekazów informacyjnych na przykładzie 100 rządu Kazimierza Marcinkiewicza.

Tło historyczne:

Wybory parlamentarne w Polsce odbyły się pod znakiem ostrej rywalizacji pomiędzy licznymi ugrupowaniami. 25 września 2005 r. ku zdziwieniu wszystkich obserwatorów polskiej sceny politycznej jak i samego zwycięzcy okazało się, że Prawo i Sprawiedliwość uzyskała 26.99% głosów, co zagwarantowało jej 155 mandatów w Sejmie. Analogicznie: Platforma Obywatelska RP uzyskała 24.14% głosów i 133 mandaty, Samoobrona Rzeczypospolitej Polskiej uzyskała 11.41% głosów i 56 mandatów, Sojusz Lewicy Demokratycznej uzyskał 11.31% głosów 55 mandatów, Liga Polskich Rodzin uzyskała 7.97% głosów i 34 mandaty, Polskiego Stronnictwa Ludowego uzyskał 6.96% głosów i 25 mandatów, "Mniejszość Niemiecka" uzyskała 0.29% głosów i 2 mandaty. Wbrew oczekiwaniom zapowiadana przed wyborami koalicja PO-PiS nie zawiązała się, gdyż rozmowy koalicyjne zakończyły się fiaskiem. 31 października 2005 r. w Pałacu Prezydenckim został zaprzysiężony mniejszościowy rząd Kazimierza Marcinkiewicza. W wygłoszonym w Parlamencie w dniu 10 listopada 2005 r. exposé nowo mianowany premier zaprezentował główne tezy swojego programu. Były to: naprawa państwa, ugruntowanie bezpieczeństwa Polski, ekonomiczne i społeczne wzmocnienie rodziny i skuteczna polityka społeczna, solidarna polityka gospodarcza oraz rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich.

100 dni gabinetu przypadło w dniu 08.02.2006 r. W tym dniu rząd zwołał pierwsze w historii, otwarte dla mediów posiedzenie Rady Ministrów. W obliczu kamer w przeciągu stu symbolicznych minut poszczególni ministrowie składali premierowi sprawozdania ze swej działalności. Po tym posiedzeniu zorganizowano uroczystą konferencję prasową. Owe medialne wydarzenia, nazwane przez opozycję „akademią” ku czci 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza zostały nieco przyćmione przez tzw. „pakt stabilizacyjny”. Układ polityczny został zawiązany sześć dni wcześniej tj. 02.02.2006 r. pomiędzy partią rządzącą a Samoobroną i Ligą Polskich Rodzin. Pomysłodawcą paktu był lider Prawa i Sprawiedliwości Jarosław Kaczyński, a sygnatariuszami on sam ze strony PiSu, przewodniczący Samoobrony, Andrzej Lepper oraz lider Ligii Polskich Rodzin, Roman Giertych. Podpisanie owego kontrowersyjnego

paktu przez skrajnie prawicowe i populistyczne partie zostało zarejestrowane przez media związane z o. Tadeuszem Rydzykiem, tj. Telewizję "Trwam" i stację radiową „Radio Maryja”. Fakt ten odbił się szerokim echem w świecie polityki i mediów.

Analiza stu dni działalności gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza poddana została szerokiej analizie zarówno w kręgach politycznych, gospodarczych oraz w poszczególnych mediach. Wśród swych osiągnięć rząd wymienia m.in.: wynegocjowanie korzystnego dla Polski budżetu Unii Europejskiej, uchwalenie budżetu, w którym przewidziano 650 mln. zł dopłat do paliwa rolniczego, zniesienie akcyzy na paliwa, wprowadzenie tzw. „becikowego” tj. jednorazowego zasiłku dla noworodków, wydłużenie urlopów macierzyńskich, podjęcie decyzji o budowie gazoportu. Opozycja i część analityków polityczno-gospodarczych zarzuca premierowi Marcinkiewiczowi zaniechanie zapowiadanych w exposé działań na rzecz: budowy 3 mln. mieszkań (rząd skorygował tę kwotę i zadeklarował budowę 350 tys. mieszkań w przeciągu 6 lat), reformy finansów publicznych, podatków i przewidzianych w myśl koncepcji „taniego państwa” oszczędności w administracji publicznej.

Bilans stu dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza stał się tematem szeroko relacjonowanym zarówno w telewizji publicznej jak i prywatnej. Dokonałam analizy telewizyjnych form dziennikarskich w stacji **TVP 1** i w **TVN 24** w celu wyłonienia manipulacji medialnych w kontekście 100 dni gabinetu.. Dobór materiałów jak i stacji był celowy. W swych rozważaniach skupiłam się na wyemitowanym przez TVP 1 programie pt. „100 dni gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza”, mającym formułę wywiadu przeprowadzonego z Kazimierzem Marcinkiewiczem. Przeanalizowałam również materiały w postaci licznych relacji, wywiadów, debat i serwisów informacyjnych poświęconych tematyce 100 dni rządu. Wspomniane programy na bieżąco emitowane były przez nadającą w systemie 24-ro godzinnym stację informacyjną TVN 24. Stacja ta transmitowała na żywo posiedzenia Rady Ministrów z okazji 100 dni gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza, konferencję prasową zorganizowaną na tę okoliczność w Urzędzie Rady Ministrów oraz konferencje prasowe największych partii opozycyjnych tj. Platformy Obywatelskiej i Sojuszu Lewicy Demokratycznej.

Manipulacja obrazem i jego zawartością

W relacjach poświęconych stu dniom rządu Kazimierza Marcinkiewicza **dziennikarze nagminnie dokonywali umiejętnej selekcji oraz montażu materiału filmowego w taki sposób, by potwierdzić wysuniętą przez nich tezę, a także by stworzyć nowe fakty medialne.** Do tego celu wykorzystywane były najczęściej odpowiednie fragmenty materiałów filmowych.

W programie TVP pt. „100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza” dziennikarka zadała pytanie premierowi, czy ten cieszył się podpisaniem „paktu stabilizacyjnego”, po czym nie czekając na odpowiedź wskazała fragment materiału filmowego, w którym premier Marcinkiewicz skanduje słynne „Yes, yes, yes”. Fragment ten został zmontowany w taki sposób, że padło dziewięciokrotne „Yes, yes, yes”. Po emisji dziennikarka zapytała: *„Tak było po pakcie stabilizacyjnym?”*. Manipulacja polega na tym, że dla wysuniętej przez tezy o tym, że Kazimierz Marcinkiewicz był zwolennikiem koncepcji podpisania „paktu stabilizacyjnego” dziennikarka posłużyła się materiałem, w którym Kazimierz Marcinkiewicz zademonstrował swoje zadowolenie z wyniku polskich negocjacji nad budżetem UE.

Stacja TVN 24 dokonała własnej analizy stu dni działalności rządu Kazimierza Marcinkiewicza poprzez kompilację obrazów pt. **„100 dni rządu w 100 sekund”**. Kolejność obrazów była następująca:

- Kazimierz Marcinkiewicz przedstawiany przez Jarosława Kaczyńskiego jako kandydat PiS-u na premiera („namaszczenie” na Premiera przed mediami),
- ujęcie premiera w samolocie, krótkie ujęcie premiera nad dokumentami przy biurku,
- moment uściśnięcia dłoni z premierem Zjednoczonego Królestwa Tonny’em Blair’em
- kolejne ujęcia uścisków dłoni z urzędnikami unijnymi, słynny okrzyk premiera: „Yes, yes, yes” po zakończonym szczycie budżetowym UE,
- premier nad tortem,
- premier niosący na posiedzenie Rady Ministrów słynnego pluszaka, bohatera kampanii wyborczej PiS-u skierowanej przeciwko Platformie Obywatelskiej,
- ujęcie przedstawiające premiera witającego się z kolejnym politykiem, fragment rejestrujący Premiera w kasku,

- wizytującego fabrykę,
- premiera odwiedzający domu dziecka,
- premier tańczący poloneza na studniówce w gorzowskim liceum,
- ujęcie premiera lepiącego pierogi,
- spotkanie premiera ze sportowcami i gra w halową piłkę nożną,
- fragment rejestrujący ferie premiera w górach (premier na wyciągu narciarskim i lepiący bałwana),
- ujęcie premiera wizytującego polski kontyngent stacjonujący w Iraku,
- wizyta w budynku Giełdy Papierów Wartościowych (premier bijący w giełdowy dzwon)
- migawka ze spotkania premiera z dziennikarzami w parku przy pomniku Chopina.

Na 17 ujęć składających się na film pt. „100 dni w 100 sekund” aż osiem rejestrowało aktywności premiera zorientowane na kształtowanie pozytywnego wizerunku. Nie przypadkowy wydaje się zatem taki dobór i aranżacja fragmentów filmowych, bowiem kwestia autowizerunkowa z lubością podejmowana była we wszystkich programach poświęconych analizie 100 dni rządu Marcinkiewicza. **Materiał filmowy pt. „100 dni rządu w 100 sekund” był wykorzystany trzykrotnie tj. w serwisie informacyjnym oraz w specjalnym wydaniu „Magazynu 24 godziny”, którego gościem był sam premier.**

Manipulacja tematami politycznymi zarówno w serwisach informacyjnych jak i pozostałych formach dziennikarskich

W programie TVP pt. „100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza” tematy podjęte przez realizatorów programu oscylują wokół tych spraw, które budzą w opinii redaktorów liczne kontrowersje lub które zostały zaniechane przez rząd Kazimierza Marcinkiewicza. Są to w kolejności:

- pakt stabilizacyjny,
- fiasko koalicji PO-PiS,
- 100 dni w liczbach,
- PR polityczny premiera,
- budowa mieszkań,
- marketing polityczny rządu,

- niepopularne decyzje takie jak np. finanse publiczne czy kwestia odbierania nieuczciwie przyznanych świadczeń byłym prominentom i urzędnikom,
- reforma podatków,
- naprawa służby zdrowia,
- zwalczanie korupcji i układów,
- ocena ministrów rządu.

W tej ostatniej sprawie zapytano Premiera, czy jest zadowolony z Ministra Spraw Zagranicznych, Stefana Mellera. Szef dyplomacji w rządzie Kazimierza Marcinkiewicza jako pierwszy publicznie przeciwstawił się zawieraniu jakichkolwiek układów z Samoobroną i LPR'em. Dziennikarka zapytała Marcinkiewicza, czy zdaje sobie sprawę z tego, że władze PiS prowadziły rozmowy z Jackiem Saryuszem-Wolskim na temat możliwości zastąpienia przezeń Stefana Mellera na stanowisku Ministra Spraw Zagranicznych. Podjęcie tematu oceny ministrów i poruszenie przy tym kwestii Stefana Mellera było o tyle celowe, iż sugerowało widzom programu, iż szefem gabinetu nie jest w rzeczywistości premier lecz prezes partii stanowiącej polityczne zaplecze dla rządu, czyli Lech Kaczyński.

Realizatorzy programu położyli szczególny nacisk na te tematy, które zaliczane są do tzw. „porażek” rządu. W programie, którego założeniem była ocena działalności rządu pominięto kwestie zaliczane do osiągnięć tego gabinetu. **Tematy dobrane były w taki sposób, by wzmocnić tezę, że rządu Marcinkiewicza zorientowany był nie na rozwiązywanie aktualnych problemów społeczno-gospodarczych, lecz na tworzenie pozytywnego wizerunku. Temat PR premiera został poruszony dwukrotnie.**

Stacja TVN 24 emitująca na bieżąco programy poświęcone 100 dniom gabinetu Marcinkiewicza między relacjami na żywo ze „stu-dniówkowego” posiedzenia Rady Ministrów i konferencji prasowych rządu oraz Sojuszu Lewicy Demokratycznej a także Platformy Obywatelskiej wplotła serwisy informacyjne oraz wywiady i debaty z ekspertami. Tematami przewodnimi były analizy sukcesów i porażek 100 dni rządu ze szczególnym naciskiem położonym na ocenę polityki medialnej rządu (autokreacji wizerunku) oraz działalności gospodarczej. Kwestie te poruszane były we wszystkich wyemitowanych tego dnia programach.

Skoncentrowanie się rządu na kształtowaniu pozytywnego wizerunku w okresie stu dni jego działania była szeroko omawiana przez dziennikarzy i zaproszonych przez nich do studia publicystów. Był to główny temat rozmowy z Mariuszem Janickim publicystą Tygodnika „Polityka” w programie poprzedzającym transmisję otwartego dla mediów posiedzenia Rady Ministrów. Janicki dokonał analizy właśnie kwestii związanych z wizerunkiem rządu, jego relacji z publicznością oraz języka premiera.

Ocena działalności gospodarczej rządu była tematem rozmowy z Ryszardem Petru, głównym ekonomistą Banku BPH. Omówiono kolejno: rozwiązywanie a raczej zaniechanie rozwiązywania przez rząd problemów gospodarczych, ocenę działalności Ministra Finansów w rządzie Kazimierza Marcinkiewicza, Zyty Gilowskiej i zadeklarowaną przez nią reformę finansów publicznych, reformę podatkową i kwestię taniego państwa. Podsumowano również wpadki i sukcesy gospodarcze rządu. Sprowadzenie analizy 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza do oceny decyzji rządu w sferze gospodarki miało na celu ujawnić forowaną przez dziennikarzy tezę, iż „rzeczywistość gospodarcza skrzeczy”. **Konstrukcja pytań zadawanych przez dziennikarza skierowała ocenę działalności gospodarczej rządu na grunt porażek. Generalnie w większości programów wyemitowanych tego dnia w TVN 24 redaktorzy skoncentrowali się głównie na wykazywaniu wpadek gabinetu Marcinkiewicza.**

W rozmowie z posłem PiS, Tadeuszem Cymańskim tematy poddane przez dziennikarza znów ułożyły się w zestaw „drażliwych” zagadnień, które po raz kolejny położyły nacisk na niedociągnięcia gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza. Poruszane były m.in.: zadeklarowane w kampanii wyborczej i exposé premiera, słynne 3 mln mieszkań oraz wyluskane z konferencji prasowej SLD, podsumowującej 100 dni rządu: rosnące bezrobocie, brak dopłat unijnych dla rolników, zła prasa międzynarodowa jaką „cieszy się” Polska, oraz przyrównanie rządów PiS’u do „AWS-bis, gdzie zasada TKM wciąż obowiązuje”.

Wymienione tematy poruszane na konferencji prasowej SLD, dla potrzeb wywiadu z posłem Cymańskim zostały krótko zrelacjonowane przez reportera Konrada Wachulca. Ograniczył się on w swojej relacji do wyszczególnienia najbardziej nośnych tematów, które przewijały się we wszystkich programach TVN 24. Pominięte zostały

mniej chwytlive tematy takie jak: podwyżki płac dla urzędników najwyższego szczebla administracji publicznej, upolitycznienie państwa na przykładzie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Polskiej Organizacji Turystycznej, czystki personalne w sporcie, powoływanie na stanowiska publiczne osób nie posiadających odpowiednich kompetencji.

Tematy, które zostały poruszone przez dziennikarza w trakcie debaty z socjologami i politologami tj. prof. Edmundem Wnukiem Lipińskim, dr Jackiem Kucharczykiem, prof. Wojciechem Łukowskim oraz dr Radosławem Markowskim również oscylowały wokół nośnych kwestii takich jak: medialne wydarzenie jakim było zorganizowanie stuminutowego, otwartego posiedzenia rządu, uroczystej konferencji prasowej z udziałem wszystkich członków Rady Ministrów, „wpadki” rządu oraz jego zalety. Poruszona również została przyszłość rządu Marcinkiewicza.

Kolejny temat, który został podjęty przez redakcję TVN 24 to wizerunek Polski na arenie międzynarodowej. Redaktor relacjonujący doniesienia prasy zagranicznej skupił się na tzw. złej prasie. Krytyka Polski w prasie zachodniej objęła trzy kwestie: brak entuzjazmu z jakim prasa zagraniczna przyjęła zwycięstwo PiSu w wyborach parlamentarnych, brak koalicji z PO oraz zawiązanie się paktu stabilizacyjnego. Wyszczególnione tematy poruszane przez prasę zachodnią nie dotyczyły bezpośrednio działalności gabinetu Marcinkiewicza lecz jego zaplecza politycznego tj. PiSu. Reporter stwierdził, że wizerunek samego Marcinkiewicza „*wychodzi nie najgorzej*”, a to z kolei nie korespondowało z ocenami wystawionymi przez redakcji TVN 24 rządowi Kazimierza Marcinkiewicza.

Tematem przewodnim wywiadu z Arturem Zawiszą, posłem PiS i jednocześnie przewodniczącym Komisji Gospodarki w Sejmie oraz z posłem PO i jednocześnie członkiem utworzonego przez Platformę Obywatelską „Gabinetu Cieni”, Zbigniewem Chlebowskim była analiza działań gospodarczych rządu, a w szczególności: 3 mln. mieszkań, zapowiedzianej przez ministra finansów reformy finansów publicznych i podatków, postępującego bezrobocia, oraz becikowego. **Jak widać tematy te już się przewijały we wcześniejszych programach. Jednakże ciągle powracanie do tych tematów miało wywołać w widzach wrażenie, iż są to problemy społeczno-gospodarcze, których rząd się podjął i którym do tej pory nie sprostał.**

Polityka medialna, ilość przyjętych przez rząd ustaw, rosnące bezrobocie, podatki, krytyka działalności gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza ze strony Platformy Obywatelskiej to główne tematy przeprowadzonej w studiu TVN 24 rozmowy z przewodniczącym SLD, Wojciechem Olejniczakiem oraz rzecznikiem prasowym rządu, Konradem Ciesiołkiewiczem. Oczywiście polityka medialna rządu, rosnące bezrobocie i wysokie podatki, to stałe elementy „repertuaru” dziennikarskiego. Nowym tematem podjętym przez dziennikarza było natomiast omówienie krytycznych ocen wysuniętych pod adresem rządu Marcinkiewicza przez polityków Platformy Obywatelskiej. W tym celu posłużono się fragmentem konferencji prasowej PO, konferencji podsumowującej 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza. Pytanie o potencjalny rząd SLD z PO skierowane przez dziennikarza do przewodniczącego SLD, Wojciecha Olejniczaka było **podjętą próbą stworzenia faktu medialnego ukierunkowanego na kontrowersję**. Oczywiście odpowiedź padła zdecydowanie negatywna, ale w widzach wzbudziła pewną wątpliwość.

Zupełnie inne tematy zostały poruszone w rozmowie z posłem Platformy Obywatelskiej i jednocześnie przewodniczącym „Gabinetu Cieni”, Janem Rokitą. Co prawda padło hasło „becikowe”, ale w kontekście kontrowersyjnej ulgi, którą poparła Platforma Obywatelska. W wywiadzie podniesiono również kwestię fiaska koalicji PO-PiS oraz „totalitarnej krytyki” jaką uprawia Platforma w stosunku do gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza. Po raz pierwszy w programie poświęconym analizie 100 dni rządu poddano jednoznacznej krytyce ugrupowanie opozycyjne. Jakie były motywy tej krytyki? Czy twórcom programu chodziło o zachowanie pewnej równowagi w forowaniu krytycznych ocen? Czy „rękawica” rzucona przez dziennikarza Janowi Rokicie, politykowi znanemu z ostrych ripost, bezpardonowych ocen i twórcy kontrowersyjnych haseł politycznych typu „Nicea albo śmierć”, nie miała wywołać pewnego napięcia?

Andrzej Morozowski do programu „Skaner polityczny” zaprosił dwóch publicystów: Piotra Gabryela (Tygodnik „Wprost”) oraz Piotra Stasińskiego (Dziennik „Gazeta Wyborcza”). Obszary, które zostały przez nich szczegółowo przeanalizowane to: polityka medialna rządu i oprawa medialna 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza, system podatkowy, a konkretnie zapowiedzi zmian podatkowych, ilość

ustaw przyjętych przez rząd, pakt stabilizacyjny i Komisja Prawdy i Sprawiedliwości, wkroczenie funkcjonariuszy Agencji Bezpieczeństwa Wewnętrznego do firmy J&S i wreszcie cenzura obyczajowa. Te dwa ostatnie tematy to nowe zagadnienia poddane analizie. Nie mniej jednak widać, że realizatorzy programów TVN 24 trzymają się typowego zestawu zagadnień dotyczących 100 dni rządu.

W specjalnym wydaniu „Magazynu 24 godziny”, którego gościem był Premier Kazimierz Marcinkiewicz tematy oscylowały wokół zestawu kontrowersyjnych kwestii takich jak: krytyka rządu przez opozycję w tym nasilona krytyka ze strony największej partii opozycyjnej, Platformy Obywatelskiej, ilość przyjętych przez rząd ustaw i oczywiście pakt stabilizacyjny. Koncentracja dziennikarza na drażliwej sprawie napiętych stosunków pomiędzy PiSem a Platformą Obywatelską dodało całemu wywiadowi „medialnej pikanterii”.

W zarejestrowanym materiale filmowym poświęconym 100 dniom gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza odnotowałam **manipulacje czasem antenowym**. Dziennikarz prowadzący wywiad z posłami Arturem Zawiszą (PiS) i Zbigniewem Chlebowskim (PO) częściej udzielał głosu przedstawicielowi opozycji. W dziewięciominutowym wywiadzie Chlebowski mówił 9 razy, Zawisza zaś 5 razy. **Czas antenowy wypowiedzi przedstawiciela ugrupowania opozycyjnego to 4 min. 6 sek., natomiast czas antenowy wypowiedzi przedstawiciela partii rządzącej to 2 min 9 sek.** Dysproporcja w czasie wypowiedzi rozmówców pokazuje, że dziennikarz prowadzący wywiad faworyzował poglądy posła Chlebowskiego.

Dobór ekspertów, komentatorów, statystyk i sondaży

W celu dokonania oceny działań gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza twórcy programu wyemitowanego przez TVP pt. „100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza”, przytoczyli wypowiedzi różnych polityków. Oddano głos m.in.: obecnemu Marszałkowi Senatu Bogdanowi Borusewiczowi, sprzyjającemu PiSowi, Janowi Olszewskiemu, byłemu premierowi, zwolennikowi PiSu, Józefowi Oleksemu byłemu Marszałkowi Sejmu, byłemu premierowi, obecnie politykowi SLD,. Wymienieni politycy wystawili

rządowi pozytywną ocenę. Reszta polityków była albo umiarkowanie powściągliwa albo krytyczna w stosunku do działań rządu Kazimierza Marcinkiewicza. Wśród polityków tych znaleźli się: Lech Wałęsa były Prezydent, przeciwnik braci Kaczyńskich, Jarosław Kalinowski, były minister rolnictwa i przewodniczący opozycyjnej partii PSL, Władysław Frasyniuk, były działacz „Solidarności” i lider partii „Demokraci” oraz Jan Rokita, polityk Platformy Obywatelskiej, szef „Gabinetu Cieni”, stworzonego przez PO swoistego antyrządu. **Przewaga negatywnych ocen odzwierciedlała sympatie czy też afiliacje polityczne poszczególnych polityków.**

W tym samym programie przedstawiono również krótkie opinie przedstawicieli świata mediów, którzy dokonali krótkich ocen 100 dni rządu Marcinkiewicza. Wśród nich znaleźli się: Sławomir Wildstein (Tygodnik „Wprost”), znany ze swego poparcia dla PiS’u, Piotr Zaremba (Tygodnik „Newsweek”), pozytywnie komentujący politykę Prawa i Sprawiedliwości, Janusz Rolicki (Dziennik Fakt), krytyk PiSu i Wiesław S. Dębski (Dziennik „Trybuna”) zadeklarowany kontestator rządu. Oceny trzech pierwszych publicystów były pozytywne. Z tym, że pomimo lewicowych sympatii Janusz Rolickiego przytoczony został w programie ten fragment wypowiedzi dziennikarza, który dotyczył podjętych przez rząd negocjacji budżetu unijnego (*„...zaskoczył mnie (rząd) swoją sprawnością w swoich rokowaniach z Unią Europejską”*). Ocena czwartego publicysty, jak można się było spodziewać wypadła negatywnie. Niezrozumiały jest fakt, iż wśród przedstawicieli prasy oceniających 100 dni rządu zabrakło publicystów wiodących, opiniotwórczych dzienników takich jak „Gazeta Wyborcza” czy „Rzeczpospolita”. Wówczas bilans ocen wystawianych przez publicystów gabinetowi Marcinkiewicza kształtowałby się zgoła inaczej. Trudno jest jednoznacznie wskazać motywy, jakimi kierowali się producenci programu przy doborze tzw. „liderów opinii” czy też ekspertów oceniających gabinet Marcinkiewicza. Sympatie polityczne i światopogląd odgrywały tu z pewnością istotną rolę. Jednakże twórcy tego programu dopuścili się kolejnej manipulacji, otóż przytoczyli te fragmenty wypowiedzi, które miałyby zaświadczyć o obiektywizmie zarówno realizatorów programu jak i komentatorów (przykład pozytywnej opinii wydanej przez Józefa Oleksego i Janusza Rolickiego).

Wspomniany program wyemitowany przez telewizję publiczną został wzbogacony przez jego twórców w elementy rozrywkowe. Otóż przytoczone zostały krótkie wypowiedzi znanych satyryków tj. Krzysztofa Skiby, Jerzego Kryszaka, Wojciecha Cejrowskiego, Marcina Wolskiego i Marka Majewskiego. Dotychczasowy repertuar polityczno-satyryczny wymienionych artystów znalazł wyraz w ich ocenach. Wystąpienie Wojciecha Cejrowskiego i Marcina Wolskiego zawierało pozytywną ocenę rządu Marcinkiewicza, reszta wypowiedzi stanowiła krytyczną satyrę gabinetu. Reasumując, **przeważały negatywne wypowiedzi zaproszonych do programu satyryków.**

Dziennikarze TVN 24 w setnym dniu rządów gabinetu Kazimierza zaprosili do swego studia liczne grono „niezależnych” ekspertów, komentatorów życia politycznego, posłów będących zarówno stronnikami jak i oponentami politycznymi partii rządzącej. Wśród ekspertów, którzy dokonali medialnej i polityczno-społecznej analizy działalności rządu znaleźli się publicyści oraz socjologowie i politolodzy. W setny dzień gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza, **wyemitowano osiem programów przyjmujących formułę wywiadów i debat. Wzięło w nich udział 15 gości, z tym że zaledwie trzech z nich było powiązanych z partią rządzącą, kolejni trzej to byli przedstawiciele partii opozycyjnych PO i SLD, natomiast pozostali tj. eksperci ds. mediów i gospodarki oraz przedstawiciele nauk społeczno-politycznych (9 osób) zdradzali wybitnie antypisowskie i liberalne poglądy.**

Pierwszym ekspertem zaproszonym do studia TVN 24 był publicysta Tygodnika Polityka, w którym nie szczędzi się krytyki dla partii rządzącej, Mariusz Janicki. Podsumował on działalność rządu tymi słowami:

„To było miodowe sto dni, swoboda wyboru podejmowania decyzji...łatwych, chwytliwych...premier jeszcze nikomu niczego przykrego nie powiedział ... Jeżeli te sto dni miało na celu zdobyć zaufanie do rządu to należy ocenić je pozytywnie.”

Kolejny przykład „niezależnego” eksperta zaproszonego do studia TVN 24 w celu oceny działalności gospodarczej rządu był wspomniany wcześniej Ryszard Petru, główny ekonomista Banku BPH, były doradca Leszka Balcerowicza, działacz Unii Wolności i zwolennik liberalnego programu Platformy Obywatelskiej. Jak się można

było spodziewać ekonomista podsumował 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza: „*Nic ważnego w gospodarce w ciągu tych ostatnich stu dni się nie wydarzyło...Rząd zepchnął gospodarke na dalszy tor*”. Petru wytknął rządowi to, iż nie podjął żadnych trudnych i niepopularnych decyzji oraz to, że zaniechał przeprowadzenia zapowiadanych w exposé reform gospodarczych, pozostawiając je w sferze deklaracji. Program socjalny rządu przyrównał do „*zagrania marketingowego*” i zaliczył do największej wpadki gabinetu. Za sukces ekonomista uznał fakt, iż „*rząd nie uległ fali populizmu*”, co było bezpośrednim nawiązaniem do podpisanego „paktu stabilizacyjnego”. Wśród komentatorów przychylnych rządowi był m.in. poseł z ramienia Prawa i Sprawiedliwości, Tadeusz Cymański, Artur Zawisza, przewodniczący Sejmowej Komisji Gospodarki oraz Konrad Ciesiołkiewicz, rzecznik prasowy rządu. Wymienieni politycy odpowiadali na krytykę płynącą ze strony dziennikarzy czy adwersarzy politycznych. Tak było w przypadku wywiadu przeprowadzonego z posłem Arturem Zawiszą i Zbigniewem Chlebowskim, posłem PO i jednocześnie członkiem „Gabinetu Cieni” Platformy Obywatelskiej. Inny przykład to zaproszenie do studia obok wspomnianego Konrada Ciesiołkiewicza lidera opozycyjnej w stosunku do PiSu, lewicowej partii SLD, Wojciecha Olejniczka. Oczywiście jak się można było spodziewać, dokonane przez przedstawicieli ugrupowań opozycyjnych analizy i oceny gabinetu Marcinkiewicza były w większości negatywne.

Do debaty poświęconej stu dniom rządu Kazimierza Marcinkiewicza gospodarz programu, Andrzej Mrozowski zaprosił - jak sam określił – „*kwiat polskiej socjologii i politologii*”: prof. Edmunda Wnuka - Lipińskiego (Instytut Studiów Politycznych PAN), dr Jacka Kucharczyka (Instytut Spraw Publicznych), prof. Wojciecha Łukowskiego (Instytut Spraw Politycznych UW) oraz dr Radosława Markowskiego (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej). Wszyscy zaproszeni komentatorzy niejednokrotnie głosili swoje liberalne poglądy oraz formułowali krytyczne opinie na temat polityki PiSu. Tym razem również krytyce poddano: becikowe, działalność ministra rolnictwa, Krzysztofa Jurgieła oraz ministra finansów Zyty Gilowskiej, polityczną korupcję („*zwalczanie układów innymi układami*”), wzmocnienie roli państwa kosztem osłabienia roli społeczeństwa. Przyszłość gabinetu również została skrytykowana, bowiem zdaniem ekspertów będzie ona naznaczona piętnem: „*niespójnego programowo zaplecza rządu, strachem partii koalicyjnych przed*

wyborami, paraliżem decyzyjnym, spowodowanym dublowaniem administracji publicznej” (urzędników będą pilnować nowo powołani do tego celu inni urzędnicy).

Najbardziej kontrowersyjnym komentatorem 100 dni rządu zaproszonym do studia TVN 24 był poseł Jan Rokita, który jednym tchem wyliczał błędy i zaniechania jakich gabinet Kazimierza Marcinkiewicza się dopuścił w przeciągu stu dni swego działania. Na przytoczony przez dziennikarza zarzut, w którym premier wytknął Platformie brak choćby „jednego ciepłego słowa” dla jego działań, tak odpowiedział: *„Rząd, który nic nie zrobił, jak ma usłyszeć ciepłe słowa?”*

Zaproszeni do programu „Skaner polityczny” publicyści, którym powierzono zadanie dokonania oceny działalności rządu Kazimierza Marcinkiewicza to Piotr Gabryel, redaktor naczelny Tygodnika „Wprost” oraz Piotr Stasiński, dziennikarz „Gazety Wyborczej”. Publicyści ci są przedstawicielami prasy, która krytykuje działania rządu i PiS’u. W niełasce partii rządzącej jest szczególnie „Gazeta Wyborcza”, z którą PiS toczy nieustanny „dialog”. „Medialny rodowód” zaproszonych komentatorów 100 dni rządu pokrył się z wygłaszanymi przez nich ocenami:

Piotr Stasiński: „Rząd kryzysu politycznego. Ministrowie tego rządu i PiS nie byli przygotowani do rządzenia...przykład z prof. Religą jest charakterystyczny. Rządzi służbą zdrowia człowiek, który ma całkowicie, diametralnie przeciwny pogląd na temat, jak finansować służbę zdrowia, jak ją organizować od programu partii, która wyłoniła ten rząd...A prof. Gilowska, obrzucana inwektywami przez PiS w kampanii liberałka, która ma nagle naprawić gwałtem budżet”.

Piotr Gabryel: „Najgorzej, że rząd ten jest dużo lepszy niż obawiali się ci, którzy myśleli, że będzie fatalny i dużo gorszy niż obawiali się ci, którzy myśleli, że będzie to rząd jakiegokolwiek przełomu. Nie jest to rząd żadnego przełomu...Brakuje jakiegokolwiek pomysłu, konceptu. Takiego konceptu, z jakim szedł do władzy rząd Jerzego Buzka.”

Dobór cytatów przez dziennikarzy i twórców telewizyjnych programów politycznych miał na celu podtrzymanie tezy, iż rząd Kazimierza Marcinkiewicza jest zorientowany jedynie na kształtowanie pozytywnego wizerunku gabinetu oraz na autopromocję jego szefa.

Program TVP pt. „100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza” dziennikarka, Dorota Gawryluk, rozpoczęła cytując prezydenta Stanów Zjednoczonych, Franklin

Delano Roosvelta, który stwierdził, że *„Pierwsze sto dni jest najważniejsze dla rządu. Na fali popularności może on bowiem wprowadzać reformy, zwłaszcza te najtrudniejsze”*. Cytat ten został użyty jako punkt wyjścia do oceny dwóch aspektów 100 dni rządu tj. autopromocji i zaniedbań w zakresie gospodarki. W dalszej części programu wykazano, że pomimo popularności jaką wypracował sobie, z pomocą konsultantów ds. wizerunku, premier Kazimierz Marcinkiewicz nie zdołał on wprowadzić reform gospodarczych. Kolejny cytat posłużył również jako podsumowanie programu. Sformułowana przez dziennikarkę puenta oparła się na stwierdzeniu Jerzego Giedroycia, niekwestionowanego autorytetu, redaktora „Paryskiej Kultury” iż: *„Głównym zadaniem polityka jest osiągnięcie celów, a nie popularności. A najlepiej gdyby udało się osiągnąć jedno i drugie”*. Poczym dodała, *„I tego życzymy Państwu i rządowi”*.

Przygotowane i przedstawione przez Jacka Pałasińskiego, komentatora TVN 24, fragmenty doniesień prasy zagranicznej na temat sytuacji politycznej Polski wyłoniły krytyczne nastawienie zachodnich mediów w stosunku do ugrupowania rządzącego. Przytoczone zostały cytaty z czterech zagranicznych magazynów.

„Litewski Świt”: *„Polska zapomniała o swym strategicznym partnerstwie z Litwą. Oziębienie stosunków między naszymi państwami ma już nie tylko wymiar symboliczny... Władze Polski coraz głośniej mówią o łączeniu się ale tylko z Grupą Wyszehradzką, do której Litwa nie należy”*.

Lewicowy „Le Monde”: tytuł: *„Alarm w Polsce”* i dalej: *„Pakt stabilizacyjny nosi podpis ultrakonserwatyzmu polskiego, mieszkanki nacjonalizmu, wrogości do integracji europejskiej i obrony wartości tradycyjnych często przesiąkniętych antysemityzmem”*.

Prawicowy „Le Figaro”: *„Skrajny nacjonalizm w Warszawie niepokoi Unię Europejską. Ewolucja polityczna Polski ku coraz większemu nacjonalizmowi powoduje złe samopoczucie w Brukseli. Świadczy to wszystko, co się dzieje w Warszawie o zakłopotaniu, nieufności i niepokoju w jaki wprowadził sąsiadów zakręt na prawo w Warszawie.”*

„Financial Times”: *„...wnosząc w pośpiechu skargę na decyzję Komisji Europejskiej, sprzyjającej połączeniu banków UniCredit i HBV Polska naraża się na osłabienie swojej wiarygodności w kontaktach ze swoimi unijnymi partnerami. Rząd powinien przestać krzyczeć i zacząć rozmawiać, zanim będzie za późno.”*

Przytoczone przez Jacka Pałasińskiego cytaty z zachodniej prasy zawierające krytyczną ocenę rządu Marcinkiewicza a w tym przede wszystkim partii rządzącej doskonale korespondują z negatywnym nastawieniem redakcji TVN 24 do PiS'u.

Manipulacji cytatem dokonał również dziennikarz, który w wywiadzie z Janem Rokitą (PO) przytoczył słowa lidera PiS'u dla poparcia tezy, iż to Platforma nie chciała koalicji z PiSem: *„To jest podobno prawdą w 100%. Jarosław Kaczyński tak mówi: media, które nie podają tak, są nieobiektywne”*. W tym samym wywiadzie dziennikarz przytoczył fragment zarejestrowanej podczas konferencji prasowej rządu wypowiedzi premiera Marcinkiewicza:

„Totalitarna krytyka jaką dziś uprawia jedno z dużych ugrupowań politycznych w Polsce, to jest krytyka, która nie może odnieść sukcesu, bo jeśli ktoś uchwalał ustawy z SLD w poprzedniej kadencji uważając, że działa w imieniu interesu państwa, a dziś nie jest w stanie powiedzieć ani jednego ciepłego słowa i zagłosować za ani jedną sprawą, poprzeć ani jednej sprawy w ciągu tych stu dni naszego rządu, rządu naprawy państwa, tzn. że taka krytyka musi trafić do kosza.”

Powyższa wypowiedź jak i kolejna: *„Totalitarna krytyka mówi premier... Jarosław Kaczyński mówił, że Platforma stała się awanturnicza i antypaństwowa.”* posłużyły dziennikarzowi jako „gotowa” ocena ugrupowania będącego w opozycji do partii rządzącej. Czy mamy tu do czynienia z ujawnieniem przez redaktora własnych sympatii politycznych czy z kolejną próbą nadania sprawom politycznym charakteru kontrowersji i napięcia?

W specjalnym wydaniu „Magazynu 24 godziny” reporter przytoczył premierowi fragment kontrowersyjnej wypowiedzi Jana Rokity, w której *„powiedział, że Pan (premier) mija się z prawdą, i że Pan jest kłamczuchem.”* W kolejnym fragmencie Jan Rokita dokonuje spektakularnego otwarcia słynnej lodówki, którą PiS wykorzystał w negatywnej reklamie wyborczej skierowanej przeciwko PO. Materiał opatrzony jest stosownym komentarzem Rokity:

„Chcemy zapytać co po 100 dniach dzisiaj się tak naprawdę znajduje w tej lodówce . Państwo pozwolą, że podejść do niej i sprawdzę (polityk podchodzi do lodówki)...To jest ta lodówka, która była przedmiotem zobowiązań Prawa i Sprawiedliwości. To Platforma miała odbierać ludziom produkty z tej lodówki. To Prawo i Sprawiedliwość miało zobowiązanie, iż ta lodówka będzie pełniejsza. Co dzisiaj jest w tej

lodówce? Telewizor. Telewizor, który jest symbolem propagandy, pustych wiadomości. W tej lodówce nie przybyło dzisiaj po 100 dniach rządu Kazimierza Marcinkiewicza zwyktemu Polakowi nic. W tej lodówce, z tej lodówki wycieka pusta, wyborcza, pozbawiona prawd propaganda.”

Ten ostatni fragment został również użyty jako komentarz w rozmowie z rzecznikiem rządu Marcinkiewicza i liderem SLD. Posłużenie się przez redaktora tymi kontrowersyjnymi cytatami stanowiło dopełnienie analizy 100 dni rządu oraz przydało wywiadowi „dreszczyku” emocji. Inny cytat posłużył jako kpiarska ocena bardzo nośnego tematu tj. polityki medialnej rządu : „*A wie Pan (do Premiera) co mówi opozycja, co mówią SLD i Platforma, że dzisiaj zrobiliście sobie Państwo taką akademię ku czci własnego rządu.*” Ciekawą manipulację cytatem zastosował dziennikarz, kiedy przypisał własną wypowiedź Janowi Rokicie i zacytował ją Premierowi: „*...jest Pan Premierem, człowiekiem, który dąży do zrealizowania określonych celów, czy jak mówi Jan Rokita: takim tanim propagandystą, który prowadzi od 100 dni, jedną wielką kampanię wyborczą?*”.

Nieprecyzyjne sondaże

W programie TVP pt. „100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza” przedstawione zostały sondaże porównujące akceptację dla rządu Marcinkiewicza odnotowaną w trzech pierwszych miesiącach funkcjonowania tj. listopadzie, grudniu i styczniu. Wyniki zostały zestawione z poziomami akceptacji jakie uzyskały rządy Jerzego Millera i Jerzego Buzka. Drugie badanie przedstawiło stopień poparcia dla wymienionych rządów. Zarówno w pierwszym jak i drugim badaniu realizatorzy programu podali w źródle jedynie wykonawcę tych badań – CBOS, pominięto natomiast rodzaj badania, wielkość i reprezentatywność próby. Ponadto w badaniu pominięto rząd Marka Belki, bezpośredniego poprzednika gabinetu Marcinkiewicza. Posłużono się zatem niepełnym badaniem opinii publicznej by udowodnić tezę, że rząd Kazimierza Marcinkiewicza cieszy się największym poparciem społecznym od 1997 r.

W specjalnym wydaniu „Magazynu 24 godziny” zaprezentowano wyniki badań opinii publicznej. W pierwszym sondażu Polacy ocenili 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza. W drugim natomiast wypowiedzieli się, czy wierzą, że przy pomocy

Samoobrony i LPR'u rząd Kazimierza Marcinkiewicza przetrwa do końca kadencji Sejmu. Oczywiście realizatorzy programu podali źródło badania – PBS (Pracownię Badań Społecznych), pominęli natomiast rodzaj badania, wielkość i stopień reprezentatywności próby. Po raz kolejny posłużono się niepełną informacją sondażową.

Komentarz i ocena. Brak oddzielenia informacji od komentarza. Używanie sformułowań oceniających zamiast neutralnych

Przykładem manipulacji medialnej polegającej na umyślnym **zacieraniu granicy między informacją a komentarzem** jest stwierdzenie redaktora stacji TVN 24 prowadzącego wywiad z posłami Arturem Zawiszą i Zbigniewem Chlebowskim, kiedy to dziennikarz oświadcza autorytatywnie: „...3 mln mieszkań, teraz 350 tys. w ciągu 6 lat. W ciągu 100 dni straciliśmy prawie 3 mln mieszkań. No to jest tempo!”

Natomiast w rozmowie z posłem Janem Rokitą dziennikarz stwierdza: „*To odnieśmy się do takiego schematu, że PiS, to jest taka partia, która chce silnego państwa, przyjaznego narodowej tradycji, wspierającego słabszych, a Platforma to jest taka liberalna partia, która chce słabego państwa, które słabym nie pomoże, zostawi ich samym sobie.*” Jest to klasyczny przykład manipulacji medialnej polegającej na przedstawianiu komentarza dziennikarskiego jako informacji. Stosowne w tym miejscu jest zacytowanie twórcy teorii opinii publicznej Waltera Lippmanna, który stwierdził, że „informacja i prawda to nie to samo” cyt. za [14]

Tak jest też i w tym przypadku. Podsunęty przez dziennikarza schemat nie znajduje żadnego odzwierciedlenia w polskiej rzeczywistości politycznej.

Używanie przez dziennikarzy relacjonujących 100 dni rządu **sformułowań oceniających zamiast neutralnych** miało dowieść, że premier Marcinkiewicz nie przeprowadził rzetelnej analizy swoich porażek i osiągnięć. W programie TVP dziennikarka prowadząca wywiad z premierem, Dorota Gawryluk, powiedziała premierowi wprost: „*Mówi Pan troszeczkę na okrągło*”. W tym samym programie oceny działalności gabinetu Marcinkiewicza w czasie 100 dni dziennikarka dokonała w następujących słowach: „*Czy Państwo przyszliście do rządu nieprzygotowani?!*”

Dlaczego te ustawy nie zostały wcześniej przygotowane?!” oraz „...mówi się o tym, że jak na razie to Państwo dzielcie biedę”. W dalszej części programu dziennikarka zadając pytanie Premierowi jaka była jego odpowiedź na posiedzeniu Komitetu Politycznej Prawa i Sprawiedliwości odnośnie paktu stabilizacyjnego tak ją skomentowała: „...Pana wypowiedź była ostatnia, dobra i krótka czyli powiedział Pan, że jest pan przeciwny paktowi stabilizacyjnemu, ale Pan tego nie chce nam powiedzieć otwarcie”.

W tym samym programie dziennikarka na antenie telewizyjnej użyła kolejnego stwierdzenia oceniającego, dotyczącego faktu podpisania „paktu stabilizacyjnego” przed kamerą Telewizji „Trwam” i mikrofonem Radia „Maryja”: *„Była to pewna niefortunność – w jednym pokoju, jedna kamera, jedno radio”.* Komentarz zawierał w sobie jednoznacznie negatywną ocenę tego faktu.

Kolejny przykład stwierdzenia oceniającego to wypowiedź dziennikarki TVN 24 dotycząca przytoczonego w trakcie rozmowy z Ryszardem Petru fragmentu z konferencji prasowej podsumowującej 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza, w którym to fragmencie Minister Finansów, Zyta Gilowska podsumowała stan prac resortu w zakresie budżetu, organizacji aparatu państwowego, współpracy w ramach Unii Europejskiej, podatków i systemu finansów publicznych. Tuż po emisji materiału filmowego dziennikarka podsumowała tenże materiał następująco: *„Deklaracje.”*

W debacie prowadzonej przez Andrzeja Morozowskiego z udziałem socjologów i politologów dziennikarz poprosił zaproszonych gości o dokonanie analizy pierwszego, otwartego posiedzenia Rady Ministrów z okazji 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza. Jednakże wcześniej pozwolił sobie na następujący komentarz:

„Dla mnie to było nieco operetkowe widowisko, kiedy ministrowie składali meldunek swojemu premierowi, tak jakby on nie wiedział, prawda...Jak w teatrze, za czwartą ścianą stali dziennikarze niewidoczni, a tak naprawdę to się do nich odbywało.”

Andrzej Morozowski nie tylko dokonał własnej oceny tegoż wydarzenia medialnego, ale co najważniejsze zaopatrzył ją w kpiący komentarz. W tej sytuacji bardzo łatwo jest zarzucić dziennikarzowi stronniczość.

W rozmowie z Janem Rokitą dziennikarz tak skomentował stosunek Platformy Obywatelskiej do ulg rodzinnych: *„Platforma upominająca się o ulgi?! Dziwnie to wyglądało.”* Inne sformułowanie oceniające, które padło z ust dziennikarza to: *„Kłamczuch o Premierze?! Brzmi strasznie”*. W tym ostatnim komentarzu dziennikarz nie tylko wyraził własną opinię na temat obrzucania Premiera Marcinkiewicza inwektywami, lecz również wzmógł napięcie towarzyszące tej wypowiedzi.

W specjalnym wydaniu „Magazynu 24 godziny” z udziałem Kazimierza Marcinkiewicza dziennikarz wygłosił szereg własnych opinii. W odniesieniu do pojęcia „totalitarnej krytyki” jakim premier określił krytykę płynącą ze strony PO, dziennikarz zapytał: *„Panie Premierze, czy nie są to za mocne słowa? Totalitarne, totalitaryzm. To wszystko kojarzy się ze strasznymi czasami.”* Kolejny przykład oceny stosunków rządu z Platformą Obywatelską: *„I pomyśleć Panie Premierze, że razem mieliście rządzić. Jan Rokita jako wicepremier i Kazimierz Marcinkiewicz jako premier. Niejedna wspaniała rozmowa, niejedna sympatyczna wymiana uprzejmości i nagle katastrofa. A może to tylko gra?.”* Reporter poddał również ocenie fakt podpisania przez PiS, Samoobronę i LPR „paktu stabilizacyjnego”:

„Podejrzewam, że gdyby zapytać Pana o wcześniej o to, jak powinien przedstawiać się scenariusz wydarzeń, to byłby Pan wśród tych, którzy niespecjalnie dobrze myślą o pakcie stabilizacyjnym... Czy myśli Pan, że współpraca, koalicja, pakt z Romanem Giertychem i Andrzejem Lepperem gwarantuje Panu realizację Pańskich pomysłów? Czy to jest krok w dobrym kierunku? Rzeczywiście?”

Powyżej przeanalizowałam techniki manipulacyjne zastosowane przez dziennikarzy w programach poświęconych tematyce 100 dniom gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza. Były to różne formy dziennikarskie: wywiad, debata, reportaż. Zdecydowałam się poddać osobnej analizie dwa serwisy informacyjne, które stacja TVN 24 wyemitowała w setnym dniu działalności rządu. Uzasadnieniem takiej decyzji jest fakt, iż w wiadomości telewizyjne są dynamiczną i wielowymiarową kompilacją obrazu, dźwięku, słowa. Techniki manipulacyjne zastosowane w serwisach informacyjnych zazębiają się lub wręcz krzyżują. Tak jest np. z obrazem, który często spełnia rolę komentarza lub stanowi tło dla komentarza dziennikarskiego. W tym ostatnim przypadku jest podstawą i jednocześnie uzasadnieniem dla wysuniętej przez

dziennikarza tezy. Innym razem przytaczany przez dziennikarza fragment materiału filmowego, w którym zarejestrowano fragment wypowiedzi czy to polityka czy ekspera-komentatora stanowić może doskonałe narzędzie do manipulacji informacją bądź cytatem.

W **pierwszym serwisie informacyjnym**, przygotowanym przez Rafała Poniatowskiego tematem przewodnim było 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza.

Pierwszą poruszaną kwestią była ocena działalności rządu dokonana przez Kazimierza Marcinkiewicza na otwartym posiedzeniu Rady Ministrów. Towarzyszył temu fragment materiału filmowego z otwartego dla mediów posiedzenia tegoż gabinetu oraz fragment wypowiedzi Premiera: *„Realizujemy program naprawy państwa...”*. Po czym dziennikarz skomentował te słowa następująco: *„Tak szef gabinetu ocenia pracę swoich ministrów. W setny dzień urzędowania Kazimierz Marcinkiewicz zorganizował po raz pierwszy w historii otwarte dla mediów posiedzenie rządu.”* **Czas wypowiedzi Kazimierza Marcinkiewicza to 3,72 sek., dziennikarza – 10,04 sek. Jest to kolejne potwierdzenie tezy, że głos dziennikarza wyparł z telewizji głos polityka.** Kolejne ujęcie to fragment „stu-dniówkowej” konferencji prasowej rządu. Wypowiedź Marcinkiewicza uprzedził komentarz dziennikarza: *„Jak mówi sam premier nie wszystkie obietnice rządu udało się zrealizować”*, po czym sam premier przemówił: *„...prawie 90%. To nie jest 100. Dlatego powiedziałem, że rząd jest dobry - a nie - bardzo dobry”*.

Drugim tematem serwisu były sukcesy rządu. Tutaj dziennikarz posiłkując się planszą wymienił m.in. „zwycięską batalią o budżet Unii Europejskiej, utrzymanie niższej akcyzy na paliwa, becikowe oraz decyzję o budowie gazoportu.” **Komentarz dziennikarza: „Ale jak mówią eksperci – na tym koniec”, jest również zapowiedzią tego, iż dalsza część materiału będzie poświęcona negatywnym aspektom 100 dni działalności gabinetu Marcinkiewicza.** Niezależny ekspert z Centrum im. Adama Smith’a, Andrzej Sadowski uzasadnił zaniedbania decyzyjne gabinetu Marcinkiewicza następująco: *„Rząd nie miał możliwości zajęcia się większością poważnych rzeczy, bo nie miał wystarczającej większości parlamentarnej. Także trudno mówić o 100 dniach rządu”*. Była to wypowiedź usprawiedliwiająca niedociągnięcia gabinetu Marcinkiewicza.

Porażki rządu stały się kolejnym, szeroko rozwiniętym tematem serwisu. Punktem wyjścia był krótki fragment wypowiedzi Premiera: „*Ciągle brakuje nam do 3 mln trochę*”. Wypowiedź tę uciął komentarz dziennikarski: „*To jedna z większych porażek, jak na razie z 3 mln mieszkań Premier za w miarę pewne uznał zbudowanie 315 tys.*” **Znów komentarz dziennikarza wdarł się w słowa polityka.** Wypowiedź premiera w tym przypadku trwała 2 sek. 45’ , natomiast reportera – 6 sek. 69’. Zaraz potem dziennikarz posiłkując się planszą pt. „Porażki rządu” wymienił je w następującej kolejności: „*reforma finansów publicznych, oszczędna administracja czy obniżka podatków*”.

Kolejnym tematem serwisu była ostra krytyka gabinetu Marcinkiewicza płynąca ze strony opozycji. Za punkt wyjścia posłużył tutaj fragment konferencji prasowej Platformy Obywatelskiej. Obraz przedstawiał Jana Rokitę, który stał przy słynnej lodówce, użytej w reklamówce wyborczej PiS przeciwko PO, i wskazując na umieszczony w niej telewizor powiedział: „*Telewizor, który jest symbolem propagandy pustych wiadomości...*”. Użycie tego obrazu i cytatu było celowe, gdyż był to dowód na krytykę, jakiej poddany został gabinet Marcinkiewicza, ale także uzasadnienie dla stronniczego komentarza dziennikarskiego: „*Opozycja zarzuca Premierowi również to, że każdy dzień jego rządów to 1000 kolejnych osób bez pracy. Trudno się dziwić, że w tej sytuacji nie szczędzi mu krytyki*”. Potwierdzeniem tych słów było krótkie ujęcie młodego człowieka czytającego w jakimś Urzędzie Pracy tablicę z ogłoszeniami o pracę.

Kolejny materiał dokumentujący krytyczne stanowisko opozycji wobec rządu pochodził z konferencji prasowej Platformy Obywatelskiej. Przytoczona została wypowiedź lidera PO, Donalda Tuska: „*Pan Premier Marcinkiewicz został dziadkiem i to jest z całą pewnością sukces wart gratulacji.*” Manipulacja polegała tu na doborze obrazu i cytatu, który wsparł wcześniejszy komentarz, lecz również niósł w sobie chwytliwe przekazy - taki polityczny mini infotainment. Podobnie było z użytym fragmentem zapisu konferencji prasowej Sojuszu Lewicy Demokratycznej, której lider, Wojciech Olejniczak powiedział: „*Pan Premier Kazimierz Marcinkiewicz mówi, że rząd jest zgrany. Ja myślę, że rząd się zgrywa*”. **Cytat ten posłużył jako komentarz dotyczący polityki medialnej rządu. Do tego dziennikarz dołożył kolejny: „Ale**

również gra....Premier doskonale opanował sztukę obcowania z mediami. Potrafi się znaleźć w przeróżnych sytuacjach". Komentarzowi temu towarzyszyły różne migawki ukazujące premiera, który przed kamerami zdmuchuje świece na torcie, lepi bałwana w czasie zimowych ferii, żartuje z dziennikarzami w parku, przy pomniku Chopina.

Przytoczona wypowiedź kolejnego eksperta tym razem z zakresu marketingu politycznego, a także byłego rzecznika prasowego Prezydenta Lecha Wałęsy, Andrzeja Drzycimskiego: „*Polityka jest teatrem, polityka jest teatrem*”, stanowiła pretekst do bardzo kąśliwego komentarza podsumowującego wydarzenie medialne jakim było 100 dni rządu Kazimierza Marcinkiewicza: „*Teatrem, w którym widzami są wyborcy, a zespół aktorski robi wszystko, aby skusić ich na kolejny seans.*” W części podsumowującej serwis informacyjny dziennikarz posłużył się doskonałą manipulacją obrazem, bowiem w pierwszej części komentarza na ekranie pojawiły się ujęcia instalowanej w punkcie wyborczym urny, a wypowiadany przez dziennikarza słowem „zespół aktorski” towarzyszył obraz ukazujący ministrów rządu Marcinkiewicza, którzy wchodzi do sali, gdzie za chwilę miało się odbyć uroczyste posiedzenie Rady Ministrów z okazji 100 dni gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza.

Powyższy serwis informacyjny był wyemitowany dwukrotnie w ciągu setnego dnia działalności gabinetu. Serwis trwał około 2 min 0 sek. 07'. Łączny czas wypowiedzi Kazimierza Marcinkiewicza to 17 sek. 32', łączny czas wypowiedzi polityków opozycyjnych to 15, 34 sek., eksperci-komentatorzy zabierali głos w czasie 12 sek. 46'. Głos reportera zdominował serwis informacyjny, bowiem łączny czas wypowiedzi antenowej dziennikarza to 1 min 5 sek. Zaletom rządu poświęcono w sumie 41 sek. 34' reszta serwisu tj. 1 min 18 sek. 73' miała wydźwięk negatywny.

W drugim serwisie informacyjnym, przygotowanym przez Krzysztofa Skórzyńskiego, głównym tematem była negatywna ocena rządu Kazimierza Marcinkiewicza w zakresie realizowanej polityki „taniego państwa” .

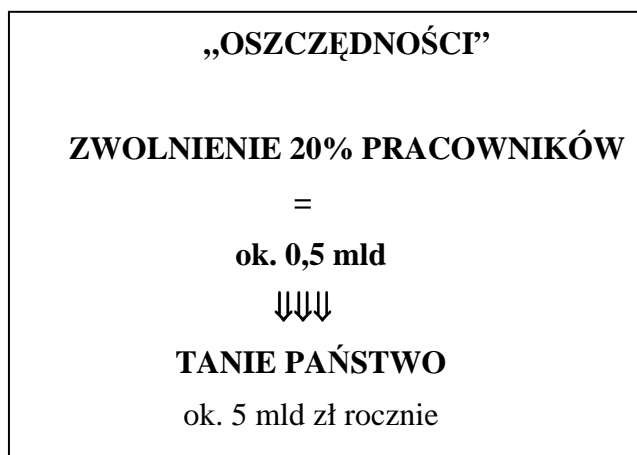
Materiał rozpoczął się od pozytywnego akcentu tj. od komentarza dziennikarza, w który stwierdza: „*Dzisiejsze podsumowanie 100 dni rządu według jego szefa wyszło bardzo dobrze*” . Obraz przedstawił ujęcia z otwartego dla mediów posiedzenia

gabinetu i premiera wygłaszającego następujące słowa: „Wykonaliśmy prawie 90% tego programu...”

Kolejna część serwisu poświęcona była porażkom i uchybieniom rządu. Krytykę rozpoczęto od kwestii „oszczędnego państwa”. W tym miejscu dziennikarz użył stwierdzenia oceniającego: „Zdecydowanie gorzej ma się realizacja najgłośniejszego programu tego rządu – taniego państwa” . Za filmowe tło do tej wypowiedzi posłużyły obrazy: Premiera rozmawiającego z politykami PiS'u oraz Premiera wygłaszającego exposé Sejmie: „...żeby nas stać nie było...” Dziennikarz posiłkując się tablicą pt. „Tanie państwo” wymienił instytucje, które zgodnie z obietnicami rządu miały być zlikwidowane tj. Agencję Nieruchomości Rolnych i Wojskową Agencję Mieszkaniową lub te, które miały się połączyć tj. Agencję Rynku Rolnego z Agencją Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Na tablicy wyszczególnione zostały też inne instytucje, które miały ulec rozwiązaniu: Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Delegatury Wojewódzkich Komend Policji ora z Delegatury Urzędów Wojewódzkich. Niestety w komentarzu zostały one pominięte.

Reporter wspomniał również iż „oszczędności rząd chce szukać sprzedając służbowe samochody czy państwowe ośrodki wypoczynkowe”. W trakcie tej wypowiedzi pojawiły się ujęcia luksusowej limuzyny rządowej ora niemniej luksusowego i malowniczego rządowego ośrodka. Użyty materiał filmowy świetnie uzasadnił konieczność spieniężenia rządowych „zbytków”. „Niezależny” ekspert, Marcin Mróz, ekonomista z Corporate & Investment Banking na poparcie powyższej tezy „użyty” swojego komentarza: „Zapowiadane oszczędności szły w miliardy złotych. Zapowiadane były bardzo duże cięcia w administracji publicznej. Jak do tej pory nic z tego nie wyszło.” Dziennikarz dokładnie sprecyzował, iż oszczędności miały wynieść blisko 5 mld. złotych. Na ekranie przedstawiono kolejną planszę pt. „Oszczędności”, której dziennikarz nie skomentował. Zapisy, które się na niej pojawiły ułożyły się w niejasny schemat:

Rys. 2 . Schemat oszczędności państwowych



Źródło: Serwis informacyjny TVN 24 z dn. 08.02.2006 r. Red. Krzysztof Skórzyński.

Posłużenie się tak nieprecyzyjną tablicą podważył postulat kompletności zastosowanych przez dziennikarzy materiałów.

Tymczasem reporter stwierdził, że „...rząd wciąż miliardowe cięcia obiecuje” i dla uzasadnienia tej tezy zaprezentowano ujęcie ze „stu-dniówkowej” konferencji prasowej rządu, na której premier zapewnił: „*Program tanie państwo jest realizowany. W parlamencie są już ustawy, które likwidują część instytucji. Następne są przygotowywane...*” **Wypowiedź ta została przerwana przez reportera następującym komentarzem: „Ale tanie państwo może zostać rozbite o pakt stabilizacyjny, który w miejsce likwidowanych instytucji powołuje nowe m.in. kontrowersyjne Instytuty Monitoringu Mediów czy Instytut Wychowania.”** Na ekranie pojawiły się ujęcia z rozmów „paktowych” posłów: Janusza Maksymiuka (Samoobrona), Marka Kuchcińskiego (PiS), Przemysława Gosiewskiego (PiS) i Bogusława Kowalskiego (LPR). Następnie zaprezentowano kolejną planszę pt. „Pakt stabilizacyjny”, a pod spodem wymienione zostały następujące instytucje: Centralne Biuro Antykorupcyjne, wspomniany Instytut Monitoringu Mediów oraz Instytut Wychowania i Wojskowe Służby Informacyjne podzielone na Wywiad Wojskowy i Kontrwywiad Wojskowy.

W powyższym fragmencie doszukałam się kilku technik manipulacyjnych. Przede wszystkim **komentarz dziennikarza (11 sek. 22’)** wyparł wypowiedź

Premiera (1 sek. 52’). Ponadto reporter w swej wypowiedzi zataił różnicę między informacją a komentarzem i tak opinia podana została jako rzetelna informacja.

Nie jest pewne czy powołanie nowych instytucji w miejsce starych musi być związane z utrzymaniem wydatków administracyjnych na tym samym albo wyższym poziomie. Wszystko zależy od tego jak bardzo będą rozbudowane te instytucje i na ile skuteczne będą w swym działaniu. Kolejna manipulacja to użycie przez dziennikarza sformułowania „kontrowersyjne” przy Instytucie Monitoringu Mediów i Instytucie Wychowania. Dlaczego reporter użył dalekiego od neutralnego określenia „kontrowersyjne”? Jest to kolejny dowód na to, że informacja przekazywana przez dziennikarza bywa odzwierciedleniem nie tyle prawdziwej lecz medialnej rzeczywistości.

W serwisie pojawił się kolejny „niezależny” ekspert, który skomentował stopień realizowanej przez rząd idei taniego państwa. Ryszard Petru, główny ekonomista Banku BPH, znany komentator gospodarczy, wiązany z PO, wypowiedział się następująco: *„Obawiam się niestety, że większość tych działań mających na celu niby wprowadzenie tańszego państwa ma na celu wymianę starych, że tak powiem członków ciał na nowe.”*

W dalszej części serwisu kontynuowany był temat cięć w wydatkach na administrację publiczną. Reporter doniósł, że *„Parlament głosami koalicji odrzucił niemal wszystkie poprawki do budżetu, które radykalnie obcinały wydatki na administrację.”* Jako widz tego serwisu i jednocześnie podatnik wołałabym, by w miejsce użytych przez dziennikarza słów *”niemal”* i *„radykalnie”* przytoczone były konkretne liczby. Miałabym wówczas poczucie, że zostałam rzetelnie i bezstronnie poinformowana o planowanych przez rząd wydatkach na administrację publiczną.

Dziennikarz na postawione pytanie : *„Gdzie są zatem zapowiadane oszczędności?”* poszukał odpowiedzi u wiarygodnego źródła, uprzedzając wypowiedź eksperta następującymi słowami: *„Nawet doradca ekonomiczny Premiera przyznaje, że nie wszystko udało się zrobić.”* Fragment wypowiedzi Marka Zuberka potwierdził wcześniejszą zapowiedź reportera: *„Oszczędności w ramach poszczególnych ministerstw są, ale rzeczywiście to nie są oszczędności na miarę miliardów złotych, do których chcemy dążyć.”* Kolejny cytat przytoczony przez dziennikarza również poprzedzony był krótkim komentarzem: *„Według szefowej finansów państwowych*

wieczne odchudzanie może się nie skończyć dla państwa dobrze.” Dalej można było usłyszeć cytowaną w wielu mediach barwną wypowiedź Minister Finansów, prof. Zyty Gilowskiej: *„Trzeba pilnować, żeby pacjent przy okazji tych działań, zapędów reformatorskich, żeby stan się jego nie pogorszył, żeby przeżył”*. Użyty tu fragment pochodził z konferencji prasowej rządu podsumowującej 100 dni pracy gabinetu Kazimierza Marcinkiewicza.

Konkluzją serwisu była sformułowany przez jego twórcę, Krzysztofa Skórzyńskiego, komentarz: *„Pewne jest jedno, im więcej się obiecuje, tym większe są wobec obiecującego wymagania”* . Wymowność komentarza spotęgował materiał filmowy, który ukazał Kazimierza Marcinkiewicza, który wchodzi na posiedzenie rady ministrów, niosąc słynnego pluszaka, użytego przez PiS w negatywnej reklamie wyborczej skierowanej przeciw Paltformie Obywatelskiej. Pluszak był bowiem symbolem zapowiadanego przez PiS solidarnego, pro rodzinnego państwa. **Jest to spektakularny przykład manipulacji obrazem. W tym przypadku obraz nie tylko uwiarygodnił poprzedzający go komentarz, ale stał się również uzasadnieniem dla wystawionej przez dziennikarza gabinetowi Kazimierza Marcinkiewicza negatywnej oceny.**

Powyższy serwis informacyjny był wyemitowany w setnym dniu działania rządu Kazimierza Marcinkiewicza. Serwis trwał około 2 min 7 sek. 73’. Łączny czas wypowiedzi Kazimierza Marcinkiewicza to 14 sek. 74’, czas wypowiedzi Ministra Finansów to 8 sek. 23’, eksperci-komentatorzy zabierali głos w łącznym czasie 27 sek. 81’. Tak jak w poprzednich wiadomościach, tak i tutaj **głos reportera zdominował serwis informacyjny: czas wypowiedzi antenowej dziennikarza to 1 min 10 sek. 72’. Pozytywne aspekty poruszanych w materiale zagadnień zajęły zaledwie 9 sek. 39’, pozostała część serwisu tj. 1 min 58 sek. 34’. miała wydźwięk zdecydowanie krytyczny.**

Podsumowanie:

Twórcy programów telewizyjnych poruszających sprawy polityki coraz częściej stosują zabiegi manipulacyjne mające na celu bądź to uatrakcyjnić przekaz informacyjny, bądź wypełnić zobowiązania względem właścicieli stacji. Dziennikarze coraz częściej forują na antenie telewizyjnej własne komentarze i opinie. Tworzą z nich nowe fakty medialne ukierunkowane na sensację i kontrowersję. Przyczyn sztucznego dynamizowania polityki przez reporterów należy doszukiwać się w jej statycznym charakterze. Nic więc dziwnego, że w serwisach informacyjnych, wywiadach, debatach eksperckich były przytaczane jedynie fragmenty zapisów pierwszego w historii otwartego dla mediów, stu-dniówkowego posiedzenia rządu Kazimierza Marcinkiewicza. Jakkolwiek nie byłoby ono uroczyste i wyjątkowe, to wciąż posiedzenie rządu, na którym ministrowie „składają meldunki” ze swoich działań i planów. Dla zwykłego „zjadacza telewizji” takie programy są nudne i częstokroć niezrozumiałe. Zresztą nie tylko dla przeciętnego człowieka śledzenie posiedzenia Rady Ministrów jest udręką. Kiedyś prezydent Stanów Zjednoczonych, Ronald Reagan stwierdził: *„Obudźcie mnie bez względu na wszystko, nawet jeśli będzie to środek posiedzenia rządu”*. Warto się obudzić na czas serwisu informacyjnego czy jakiegokolwiek innego programu poświęconego sprawom polityki, a już na pewno warto się na nim „przebudzić” i nie dać zwieść licznym manipulacjom telewizyjnym.

Doskonałym podsumowaniem tej części pracy jest wypowiedź senatora RP i byłego scenarzysty filmów Kieślowskiego, Krzysztofa Piesiewicza:

„Trzeba uczyć się oglądania współczesnej telewizji, by odszyfrować jej język, zamierzone lub niezamierzone mechanizmy, które nami manipulują...” cyt. za [5]

Bibliografia:

- [1] Addato K. „*Sound Bite Democracy. Network Evening News Presidential Campaign Covers, 1968 and 1988*”. John F. Kennedy School of Government, Harvard University. Research Paper R-2, 1990.
- [2] Adamowski J., Golka B., Stasiak-Jazukiewicz E. „*Wybrane zagraniczne systemy informacji masowej*”, Warszawa 1996.
- [3] Bauer Z., Chudziński E., „*Dziennikarstwo i świat mediów*”. Kraków 2000.
- [4] Benoit W.L., Benoit P.J. „*The Virtual Campaign. Presidential Primary Websides in Campaign 2000*”, University of Missouri 2000.
- [5] Drzycimski A., Abramczyk G. S. (red.): „*Komunikatorzy. Wpływ Wrażenie Wizerunek.*”, Warszawa – Bydgoszcz 2000.
- [6] Francuz P. (red.): „*Psychologiczne aspekty odbioru telewizji II*”. Lublin 2004.
- [7] Fuksiewicz J. „*Anatomia telewizji w USA*”, Warszawa 1973.
- [8] Goban-Klas T. „*Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu.*”. Kraków 2000.
- [9] Godzic W. „*Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie*”. Kraków 2004.
- [10] Gwóźdź A. „*Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*”. Kraków 1997.
- [11] Gwóźdź A. „*Między obrazem a narracją. Szkice z teorii telewizji.*”. Wrocław 1990.
- [12] Iyengar S., Kinder D. „*News That Matters: Television and Public Opinion*”. University of Chicago Press, 1987.
- [13] Kuczera Z. „*Tyrania informowania*”. www.reporterzy.info
- [14] Michalczyk S. „*Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu.*” Katowice 2005.
- [15] Patterson T. „*Doing well and Doing Good. How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It*”. Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. John F. Kennedy School of Government. Harvard University 2000.
- [16] Robinson M. „*Over the Wire and on TV. CBS and UPI in Campaign ‘80*”, October 1983.