



Kraków, dnia 31 stycznia 2019 r.

RAPORT Z MONITORINGU PROGRAMU TVP INFO

W DNIACH 4-10 CZERWCA 2018 ROKU

DLA POTRZEB RADY PROGRAMOWEJ TVP S.A.

Prezentujemy skrótowy raport z monitoringu programu TVP INFO w dniach 4-10 czerwca 2018 roku dla potrzeb Rady Programowej TVP S.A. w kontekście zasad etycznych i prawnych zawodu dziennikarskiego oraz obowiązków misji publicznej nadawcy publicznego.

Raport został przygotowany w Akademickim Centrum Medialnym w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Raport opracował Zespół pod kierownictwem merytorycznym ks. prof. n. dra hab. Michała Drożdża oraz kierownictwem wykonawczym dr Klaudii Cymanow-Sosin.

1. UWAGI OGÓLNE

Raport został opracowany w kontekście 2 podstawowych czynników ważnych dla funkcjonowania mediów:

- misyjności mediów,
- etyczności działań medialno-dziennikarskich.

1. Problematykę misyjności mediów publicznych ujmujemy z dwóch perspektyw: teoretycznej i praktycznej, czyli z perspektywy aksjologii i etyki mediów oraz z perspektywy praktyki dziennikarskiej. Misyjność to realizowanie określonych zadań, funkcji dla dobra innych, dla dobra wspólnego, to niesienie i przekazywanie określonych wartości, z profesjonalnym zaangażowaniem, więcej, z zawodowym powołaniem. Misyjność mediów rozumiemy podwójnie: po pierwsze to zadania i funkcje mediów w wymiarze społecznym o różnym charakterze: edukacyjnym, wychowawczym, formacyjnym, kulturalnym, charytatywnym, ideologicznym, integracyjnym, ewangelizacyjnym, to wszelkie działania mediów w zakresie spraw ważnych społecznie i aksjologicznie. Ta misja społeczna i publiczna mediów jest czymś oczywistym, wynika z samej natury mediów, jako środków społecznego komunikowania, jako potężnych narzędzi kształtujących współczesną przestrzeń życiową



ludzi, jako instytucji i instancji funkcjonujących w przestrzeni publicznej. Misyjność ta jest różnie definiowana i wpisywana w założenia, cele, struktury i funkcje różnych mediów i różnych nadawców w zależności od ich statusu i miejsca we współczesnym systemie medialnym. Różnie też jest realizowana w mediach publicznych i niepublicznych: komercyjnych, społecznych. Z naszej perspektywy badawczej i praktyki dziennikarskiej wynika wprost, że wszyscy nadawcy funkcjonujący w przestrzeni publicznej, wszystkie media, ze swojej natury są misyjne jako narzędzia i instytucje komunikowania społecznego. Ich misyjność zależy tylko od tego co, jak, komu i kiedy komunikują. Tym samym poszerzamy pojęcie misyjności o wymiar negatywny, gdyż trudno zaprzeczyć, iż istnieje wiele mediów i programów, które z założenia oraz przyjętych celów i strategii wprowadzają w życie publiczne wartości negatywne. Trzeba zatem rozróżnić misyjność w sensie ścisłym, czyli komunikowanie wartości dla dobra człowieka i wspólnoty oraz funkcjonalność mediów, preferujących w zdecydowanej mierze tylko korzyść ekonomiczną czy ideologiczną, wykraczających także w tej funkcjonalności poza granice etycznej odpowiedzialności za dobro odbiorcy.

Po drugie misyjność rozumiemy z perspektywy dziennikarskiej jako odpowiedzialne działanie dziennikarzy i wszystkich osób zaangażowanych w społeczne komunikowanie, czyli misję dziennikarską. Tak rozumiana misyjność bazuje na odpowiedzialności dziennikarskiej, a więc na profesjonalnym i etycznym realizowaniu zawodu dziennikarza jako zawodu zaufania publicznego. Dziennikarz ma prawo do własnych poglądów, do swojego światopoglądu, niemniej jednak cokolwiek wprowadza w obieg publiczny, poprzez określone media, winien czynić z elementarną świadomością misji tego medium a także winien przesiać swoje treści przez „sito” celowości, winien zapytać przede wszystkim, po co to komu? jaką to ma wartość, czemu to służy? Odpowiedź na te pytania będzie punktem wyjścia w odpowiedzialnym realizowaniu misji dziennikarskiej.

Misyjność mediów i misja dziennikarska są korelatywne i komplementarne. To w dużej mierze od jakości dziennikarstwa zależy misyjność mediów. Nie można jednak tej zależności przeceniać i obciążać tylko świat dziennikarzy odpowiedzialnością za realizację misji publicznej i społecznej mediów. Wydaje się bowiem, że misyjność mediów jest często poza zasięgiem dziennikarzy, gdyż zależy ona od struktur właścicielsko-instytucjonalnych, struktur decydenckich, wynika z założonych celów programowych i funkcjonalnych mediów oraz wynika ze sprzężenia mediów ze sferą komercji i polityki. Niemniej jednak dziennikarze winni z całą świadomością i odpowiedzialnością podejmować troskę, na miarę swoich możliwości, by media w których działają, wpisywały się od strony strukturalnej i programowej, w budowanie, a nie niszczenie wartości. Z drugiej strony chodzi również o to,



by dziennikarze funkcjonowali i działali w takich strukturach medialnych, które będą spójne z ich światem wartości, będą gwarantować realizację ich misji dziennikarskiej, zgodnie z ich sumieniem. Co więcej, należy być także elementarnie uczciwym, by swoim działaniem nie stawać „w poprzek” misyjności, czyli by nie niszczyć pozytywnych wartości i nie przeszkadzać w realizacji misyjnych założeń medium, w którym się dziennikarsko angażuje. Pluralizm mediów powinien dawać możliwość odnajdywania się dziennikarzy o różnym zakorzenieniu aksjologiczno-światopoglądowym, a także różnych wizjach misji społecznej mediów. Czyli mówiąc inaczej, dziennikarze winni realizować swoją profesję dziennikarską zgodnie z misją dziennikarską: profesjonalnie, a więc również etycznie, ale także zgodnie ze specyfiką misyjności medium, w którym działają. Te myśli stanowią punkt wyjścia naszego raportu, a zarazem wskazują na istniejący dylemat misyjności mediów. Powstaje bowiem pytanie, gdzie i jaki jest zatem jest ideał, a gdzie jest iluzja misyjności w tym podwójnym znaczeniu, o którym wspominamy. Niniejszy raport opiera monitoring programu TVP INFO na zadaniach misyjności mediów w kontekście potrzeby szacunku dla wartości i godności każdego człowieka.

2. Drugim faktorem stanowiącym nasz punkt odniesienia jest status zawodu dziennikarza. Zawód dziennikarza wpisuje się w społeczeństwach demokratycznych w wolność wypowiedzi, wynikającą z wolności człowieka i istoty społeczeństwa obywatelskiego. Dlatego też wszelkie próby warunkowania pracy dziennikarskiej i określania statusu dziennikarza mogą być traktowane jako zamach na wolność słowa i wolność demokratycznego społeczeństwa. Z drugiej strony nie można mieć wątpliwości, że status i praca dziennikarza jest określona i uwarunkowana i ma swoją specyfikę działań, a dziennikarz posiada swoją tożsamość zawodową. Powstaje zatem kolejne pytanie, czy i gdzie ma uzasadnienie pewność tego twierdzenia. Niniejszy raport stanowi próbę poszukiwania odpowiedzi na to pytanie z perspektywy etyki dziennikarstwa (przedmiotowe ujęcie) i etyki dziennikarskiej (podmiotowe ujęcie), ponieważ ta przestrzeń etycznej refleksji nad pracą dziennikarza stanowi właściwy kontekst odkrywania statusu dziennikarza. Świadczą o tym wszelkie wysiłki prawne, instytucjonalne, kontrolne, regulowanie i monitorowanie pracy dziennikarzy, które zasadniczo posilkują się refleksją i odniesieniami etycznymi, w których z kolei ujawnia się specyfika misji dziennikarskiej. Przeprowadzony raport pokazuje, że niezasadnym jest ucieczka od terminologii misji dziennikarskiej, gdyż jest ona integralnie wpisana w etyczność zawodu dziennikarza i prawne regulacje jego zadań, opartych na prawach i powinnościach zawodowych. Status dziennikarza i jego działania wypływają w zasadniczym wymiarze z etycznych uwarunkowań tej profesji. Środowiska ludzi mediów dysponują bowiem, szczególnie dzisiaj w dobie medialnego postępu technologicznego,



ogromnym potencjałem oddziaływania na ludzi, który źle wykorzystany, może przynieść ogromne szkody moralne i społeczne. Dlatego warto podejmować dyskurs nad statusem dziennikarza z perspektywy etyczności pracy dziennikarzy i ludzi mediów, która określa w zasadniczych ramach przestrzeń misji dziennikarskiej. Ujmowanie tego zagadnienia z takiej właśnie perspektywy wydaje się zasadne z racji różnorodnych procesów, którym podlegają współczesne media, a tym samym status dziennikarza. Etyczny wymiar pracy dziennikarza zdaje się nadążać za tymi zmianami i dostarczać właściwych odpowiedzi do rozwiązywania nowych dylematów dotyczących profesji dziennikarskiej, w której kategorii etyczne stanowią priorytetową podstawę wartościowania, ocen i kierunków zewnętrznych regulacji mediów i pracy dziennikarza. Wartą przytoczenia jest myśl z dokumentu *Etyka w środkach społecznego przekazu* Papieskiej Rady d/s Środków Społecznego Przekazu z roku 2000, która może stanowić ilustrację do tezy o konieczności poszukiwania podstaw, określających status i misję dziennikarza w przestrzeni etycznej. „(...) nadal jesteśmy przekonani, że „rozwiązanie problemów wynikłych z tej nieuregulowanej komercjalizacji i prywatyzacji [mediów: MD] nie polega jednak na kontroli państwa nad mediami, lecz na szerszej regulacji, zgodnej z normami służby publicznej, jak i na możliwie największej odpowiedzialności publicznej. W związku z tym należy zwrócić uwagę, że o ile ramy prawne i polityczne, w jakich funkcjonują media w niektórych krajach, doczekały się wyraźnej poprawy, to jednak istnieją jeszcze miejsca, gdzie interwencja rządowa pozostaje narzędziem ucisku i wykluczenia”. Należy zawsze popierać wolność wyrazu opinii, gdyż „kiedy ludzie idą za swoją naturalną skłonnością do wymiany idei i wyrażają swoje poglądy, nie tylko korzystają ze swego prawa. Spełniają oni równocześnie społeczny obowiązek”. Wszakże to założenie rozpatrywane w perspektywie etycznej nie stanowi normy absolutnej i niezmiennej. Istnieją oczywiste przypadki: zniesławienie, oszczerstwo, kalumnia, podżeganie do nienawiści i konfliktów między jednostkami i grupami, formy obscenii i pornografii, chorobliwe obrazy przemocy – gdzie nie obowiązuje żadne prawo do ich przekazywania. Równie pewne jest to, że prawo do wolnego przekazywania opinii, winno zawsze respektować takie zasady, jak prawda, sprawiedliwość i poszanowanie życia prywatnego” (Papieska Rada d/s Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, Watykan 2000, nr 23). Takie etyczne ujęcie uwarunkowań dziennikarskiej realizacji wolności wypowiedzi świadczy o tym, że praca dziennikarza jest nie tylko prostym wypełnianiem powinności zawodowych wynikających z wielorakiej funkcjonalności mediów, ale zawiera w sobie szczególną potrzebę respektowania wolności i praw osób, do których przekaz dziennikarski dociera, wprowadzony pracą dziennikarza w przestrzeń publiczną. Ten fakt stanowi podstawę tego, co możemy określić misyjnością pracy dziennikarza. Warto przy tym zauważyć, że o misyjności możemy mówić w



sposób właściwy tylko w kontekście etycznym. Poza tym kontekstem „misyjność” traci swój sens.

Misyjność zawodu dziennikarza jest bardzo często przedmiotem lekceważącego banalizowania czy ironicznych uwag. Często także na pytanie o misyjność tego zawodu, można usłyszeć odpowiedź, że dziennikarz nie powinien pełnić jakiejś szczególnej misji, ale solidnie i rzetelnie wypełniać swoje dziennikarskie zadania. Tego typu ujęcia czy zastępcze sformułowania misji dziennikarskiej nie przekreślą istoty statusu dziennikarza i jego zadań wynikających z funkcjonalności społecznej mediów. Jakkolwiek nazwiemy pracę dziennikarza: realizacją misji, wypełnianiem obowiązków zawodowych, zaspokajaniem prawa ludzi do bycia informowanym, spełnianiem oczekiwań społecznych, wykonywaniem zadań zawodu zaufania publicznego itd., nie zanegujemy istoty zawodu dziennikarza, znajdującej swoje odzwierciedlenie w różnych regulacjach prawnych, regulaminowych, a przede wszystkim etycznych.

2. UWAGI O ETYCZNEJ POWINNOŚCI DZIENNIKARZA WOBEC OBYWATELI

Częścią misji publicznej mediów i powinności dziennikarza jest edukacja obywatelska, która się realizuje przede wszystkim w programach informacyjnych i publicystycznych, do których należy program TVP INFO. Realizacja tych zadań traktowana jest także w dokumentach prawnych i etycznych jako obowiązek zawodowy i powinność etyczna:

1. Ustawa o radiofonii i telewizji (opracowano na podstawie: t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1414, 2111, z 2018 r. poz. 650, 915, w związku z ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłatach abonamentowych: Dz. U. z 5.09.2018 roku, poz. 1717.) w art. 1. ustęp 1, pkt 3a mówi, że *zadaniem radiofonii i telewizji jest upowszechnianie edukacji obywatelskiej*. To zadanie obejmuje wszystkie podmioty. W ustępie 1a czytamy: *Zadania radiofonii i telewizji, o których mowa w ust. 1, są realizowane przez dostarczanie usług medialnych*. W art. 13 czytamy: *Nadawca kształtuje program samodzielnie w zakresie zadań określonych w art. 1 ust. 1 i ponosi odpowiedzialność za jego treść*. Można zatem uznać, że to zadanie edukacji obywatelskiej jest powinnością wszystkich podmiotów dostarczających usługi medialne. Jaki jest zakres tej edukacji? Ustawa próbuje definiować zakres edukacji obywatelskiej odnosząc go bezpośrednio do zadań mediów publicznych. Art. 21: *Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i*



niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu. Artykuł 21 uszczegóławia zakres tych zadań, które możemy zaliczyć do edukacji obywatelskiej. W ustępie 2 w punkcie 2, 3 i 4. 2 czytamy: *Programy i inne usługi publicznej radiofonii i telewizji powinny: 2) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą; 3) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej; 4) umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej.* Powinność edukacji obywatelskiej jest zatem zadaniem wpisanym w normatywność prawną. Edukacja obywatelska jest częścią zarówno zadań mediów w ramach tzw. usług medialnych oraz jest częścią misji publicznej, będącej bezpośrednią powinnością ustawową mediów publicznych. Te zadania wynikają z zapisów Ustawy o Radiofonii i Telewizji.

2. Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej zawiera już art. 1 odniesienia do edukacji obywatelskiej. *W nawiązaniu do ustawowych praw i obowiązków zawartych w szczegółowych unormowaniach prawnych, media mają etyczną odpowiedzialność w stosunku do obywateli i społeczeństwa, która musi być wyeksponowana w obecnych czasach, kiedy to informowanie i komunikowanie odgrywają tak bardzo istotną rolę w kształtowaniu postaw obywateli, w rozwoju społeczeństwa i demokratycznych struktur.* Narzędziem i sposobem edukacji obywatelskiej jest zatem, po pierwsze (1), rzetelne przekazywanie informacji, które według tej rezolucji (pkt 4) powinno być oparte na prawdzie, popartej stosowną weryfikacją i udokumentowaniem zebranych materiałów, bezstronnością przekazu zarówno w prezentacji, opisie, jak i narracji. Po drugie (2) edukacja obywatelska realizuje się także poprzez medialne opinie (pkt 5), które dotyczą ocen lub komentarzy na temat aktualnych wydarzeń w formie ogólnych uwag, pomysłów, ocen. **Chociaż opinie są z natury subiektywne i nie mogą być utożsamiane ze standardem pojęcia prawdy, to jednak należy żądać, aby wypowiedane opinie były uczciwe i etyczne.** (pkt 6) **Opinie (...) nie powinny zaprzeczać lub fałszować rzeczywistych faktów i danych. Opinie też muszą być uczciwe!** Dokument Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy przenosi zatem zadania edukacji obywatelskiej realizowanej poprzez informacje i opinie na poziom powinności etycznej. Media mają *etyczną odpowiedzialność w stosunku do obywateli i społeczeństwa,* (pkt 17) *informowania i komunikowania, które przekazywane przez dziennikarzy wszystkich mediów, ze znaczącym wsparciem ze strony nowych technologii, ma niezwykle znaczenie dla rozwoju jednostki i społeczeństwa. Jest niezbędnym warunkiem demokracji, bo pełna demokracja wymaga gwarantowania obywatelom uczestnictwa w sprawach*



publicznych. Należy zaznaczyć, że takie uczestnictwo byłoby niemożliwe, jeżeli obywatele nie mieliby dostępu do informacji dotyczących spraw publicznych, której potrzebują, a która powinna być dostarczana im przez media.

3. Deklaracja Zasad Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy z 1989 roku:
(pkt 1) Szacunek dla prawdy i prawa obywateli do poznania prawdy jest podstawowym obowiązkiem dziennikarza. **(pkt 2)** Spełniając ten obowiązek dziennikarz powinien zawsze bronić zasad wolności poprzez rzetelne zbieranie i publikowanie informacji, a także bronić prawa do uczciwego komentowania i krytyki. Deklaracja ta wskazuje na powinność etyczną dziennikarzy realizowania podstawowego prawa obywateli do poznania prawdy. Dziennikarz ma prawo do własnych poglądów, do swojego światopoglądu, niemniej jednak cokolwiek wprowadza w obieg publiczny, poprzez określone media, powinien czynić z elementarną świadomością misji tego prawa do prawdy i powinności przekazywania prawdy

4. Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu wydała w roku 2000 dokument: *Etyka w mediach*, w którym definiuje zadania z obszaru edukacji obywatelskiej w ten sposób: (nr 8) *Przekaz społeczny służy społeczeństwu, ułatwiając świadomy udział obywateli w procesie politycznym. Środki społecznego przekazu jednoczą ludzi w osiąganiu wspólnych celów i zadań, pomagając im w ten sposób kształtować i podtrzymywać autentyczne wspólnoty polityczne. Środki społecznego przekazu są niezbędne dla dzisiejszych społeczeństw demokratycznych. Zapewniają informacje na temat problemów i wydarzeń. Pozwalają liderom porozumiewać się natychmiast i bezpośrednio z obywatelami w pilnych kwestiach. Są ważnymi narzędziami kształtowania odpowiedzialności, ponieważ wykazują niekompetencję, korupcję i nadużycia, zwracając uwagę na potrzebę kompetencji, ducha obywatelskiego i oddania się obowiązkom. Język tego dokumentu nie ma charakteru normatywnego, ale w tym opisie zadań mediów i dziennikarzy mieści się powinność etyczna takiego tworzenia mediów, które będą służyć dobru osoby i wspólnoty.*

5. Karta Etyczna Mediów w Polsce została podpisana 29 marca 1995 i w preambule tej Karty stanowiącej najważniejszy kodeks etyczny mediów w Polsce czytamy: *Dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy, szanując niezbywalne prawo człowieka do prawdy, kierując się zasadą dobra wspólnego, świadomi roli mediów w życiu człowieka i społeczeństwa obywatelskiego, przyjmują tę kartę oraz deklarują, że w swojej pracy kierować się będą następującymi zasadami. Znamy te zasady, ale pozwolimy sobie wymienić zasadę szóstą, która wskazuje na nieosiągalny ideał: (pkt 6) *zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy – co znaczy, że podstawowe prawa czytelników, widzów i słuchaczy są nadrzędne wobec redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców.* Możemy powiedzieć,*



że ta zasada etyczna wskazuje na potrzebę i konieczność realizacji funkcji medialnych w duchu powinności etycznej troski o dobro odbiorców. Jest to bardzo idealistyczny cel.

6. Kodeks Etyki Dziennikarskiej z 13 października 2001 już we wstępie wskazuje na zadania dziennikarzy i mediów wpisujące się w zakres tego, co wcześniej zostało określone jako edukacja obywatelska. Przyjmując zasady Karty Etycznej Mediów i deklaracji Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy, uznajemy, że: (1) zadaniem dziennikarzy jest przekazywanie rzetelnych i bezstronnych informacji oraz różnorodnych opinii, a także umożliwianie udziału w debacie publicznej, (2) wolności słowa i wypowiedzi musi towarzyszyć odpowiedzialność za publikacje w prasie, radiu, telewizji czy Internecie, (3) dobro czytelników, słuchaczy i widzów oraz dobro publiczne powinny mieć pierwszeństwo wobec interesów autora, redaktora, wydawcy lub nadawcy.

7. Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja w aktualnej wersji z 2019 roku. Preambuła do tego dokumentu określa zasady misji dziennikarzy w telewizji publicznej w sposób jednoznaczny: *dziennikarstwo w Telewizji Polskiej S.A. realizuje idee służby publicznej oparte na rzetelności, uczciwości, bezstronności i obywatelskiej wrażliwości, a także na najlepszych wzorcach i standardach warsztatowych. Wartości te wyznaczają dziennikarzom telewizji publicznej sposób postępowania zawodowego.*

3. UWAGI METODOLOGICZNE RAPORTU

A. Kontekst zasad etycznych i prawnych zawodu dziennikarskiego uwzględnionych w raporcie:

1. Deklaracja Zasad Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy IFJ z 6 czerwca 1989 roku
2. Karta Etyczna Mediów Polskich z 29 marca 1995 roku
3. Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich z 13 października 2001 roku
4. Dziennikarski Kodeks Obyczajowy Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej z 27 września 1991 roku
5. Ustawa o Prawie Prasowym z 26 stycznia 1984 roku z późniejszymi poprawkami
6. Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej.
7. Ustawa o radiofonii i telewizji w tekście ujednoczonym z dnia 29 grudnia 1992 roku z poprawkami od 2 października 2015 roku.



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

8. Etyka w środkach społecznego przekazu Papieskiej Rady d/s Środków Społecznego Przekazu z 4 czerwca 2000 roku.
9. Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja w aktualnej wersji z 2019 roku.



B. Materiał badawczy opinii:

- **Program TVP INFO emitowany w dniach 4 do 10 czerwca 2018 roku dostarczony na nośnikach elektronicznych przez Radę Programową TVP.**
- 168 godzin emisji programu w celu dokonania merytorycznej oceny jakości emitowanych audycji i zgodności z misją nadawcy publicznego.

4. ANALIZA ILOŚCIOWA MONITORINGU PROGRAMU

Łączny czas badań objął wszystkie programy emitowane przez 7 dni – od poniedziałku do niedzieli (4-10 czerwca 2018 roku).

1. Liczba godzin emisji pierwotnej (program nowy) wyniosła w kolejne dni:

Poniedziałek:	20 h 58 min
Wtorek:	20 h 32 min
Środa:	21 h 35 min
Czwartek:	17 h 56 min
Piątek:	21 h 29 min
Sobota:	17h 36 min
Niedziela:	17 h 30 min

2. Liczba i kategorie programów w skali dnia (informacja/publicystyka/inne):

- programy informacyjne: 185 w skali tygodnia (średnio statystycznie) – 26,5 w skali dnia
- programy publicystyczne: 40 w skali tygodnia (średnio statystycznie) – 5,7 w skali dnia
- programy publicystyczno-satyryczne: 10,5 w skali tygodnia (średnio statystycznie) – 1,5 w skali dnia
- inne materiały (m.in. edukacyjne, kulturalne) 18,7 w skali tygodnia (średnio statystycznie) – 2,7 w skali dnia

3. Liczba i łączny czas serwisów informacyjnych:

- liczba serwisów informacyjnych w skali tygodnia: 146
- liczba serwisów informacyjnych w skali dnia (średnio statystycznie): 21



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

- łączny czas trwania serwisów informacyjnych w skali tygodnia: 49,14 h
- łączny czas trwania serwisów informacyjnych w skali dnia (średnio statystycznie): 7,02 h

4. Liczba i czas magazynów informacyjnych:

- liczba magazynów informacyjnych w skali tygodnia: 33
- liczba magazynów informacyjnych w skali dnia (średnio statystycznie): 4,7
- łączny czas trwania magazynów informacyjnych w skali tygodnia: 25 h
- łączny czas trwania magazynów informacyjnych w skali dnia (średnio statystycznie): 3,57 h

5. Liczba i czas programów publicystycznych:

- liczba programów publicystycznych w skali tygodnia: 43
- liczba programów publicystycznych w skali dnia (średnio statystycznie): 6,2
- łączny czas trwania programów publicystycznych w skali tygodnia: 28 h
- łączny czas trwania programów publicystycznych w skali dnia (średnio statystycznie): 4 h

6. Liczba materiałów reporterskich:

- liczba materiałów reporterskich w skali tygodnia (z uwzględnieniem powtórek): 637
- liczba materiałów reporterskich w skali dnia (średnio statystycznie, z uwzględnieniem powtórek): 91

7. Liczba oraz afiliacja osób występujących w programie w charakterze eksperta:

- liczba osób w skali tygodnia (z powtórkami): 550
- liczba osób w skali dnia (średnio statystycznie): 79 osób

Afilacje:

- ośrodki naukowe: Uniwersytet Gdański, Collegium Civitas, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Uniwersytet Jana Kochanowskiego, Państwowy Instytut Spraw Międzynarodowych,
- media: Wprost, KAI, ONET.PL, TVP, TVP - redakcja zagraniczna, Tygodnik Solidarność, TVP Sport, Niedziela, Idziemy, W sieci, Do Rzeczy, wpolityce.pl, Gazeta Polska, Polskie Radio,



- instytucje i organizacje: ministerstwa i agendy rządowe, urzędy państwowe i samorządowe, CBA, prokuratura, Fundacja Republikańska, pogotowie, straż pożarna, etc.

8. Liczba i afiliacja partyjna polityków występujących w programach informacyjnych:

- liczba osób w skali tygodnia: 310 wypowiedzi
- liczba osób w skali dnia (średnio statystycznie): 44 wypowiedzi

w tym:

- koalicja: 157 wypowiedzi w tygodniu, średnio statystycznie – 22,5 wypowiedzi dziennie
- opozycja i inni: 152 wypowiedzi w tygodniu, średnio statystycznie – 22 wypowiedzi dziennie.

9. Proporcja poszczególnych partii z koalicji i opozycji w programach informacyjnych:

- analiza szczegółowa wskazuje na wyraźną dysproporcję pomiędzy wypowiedziami przedstawianymi przez przedstawicieli lub zwolenników koalicji rządzącej a wypowiedziami polityków i zwolenników opozycji
- średnio statycznie miało miejsce 21,25 wypowiedzi polityków i zwolenników koalicji rządzącej
- średnio statycznie miało miejsce 20,75 razy wypowiedzi wszystkich polityków i zwolenników opozycji.

10. Liczba i nazwiska prowadzących: prezenterów, reporterów, dziennikarzy publicystycznych (z powtórkami):

- liczba osób w skali tygodnia: łącznie 653 osoby
- liczba osób w skali dnia (średnio statystycznie): 93 osoby

11. Analiza pasma porannego 6.00-9.00 – goście, tematyka i wydźwięk przeglądu prasy: dobór tytułów i tematów, wydźwięk polityczny: neutralny, pozytywny, negatywny wobec koalicji i opozycji

- w większości materiałów reporterskich o tematyce politycznej pojawiło się słownictwo, które wyrażało aprobatę dla obecnych działań i zamierzeń partii rządzącej, przy bardziej krytycznym stanowisku wobec opozycji,



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

- dobór tematyki był zgodny z aktualnościami i uporządkowany w sposób zgodny z zasadami tworzenia agendy medialnej,
- prezenterzy serwisów byli w przeważającej części neutralni w prezentacji materiałów,
- wydźwięk o charakterze pozytywnym wobec koalicji a negatywny wobec opozycji ujawniał się częściej w materiałach reporterskich niż informacyjnych, zwłaszcza w tematyce i doborze materiałów reporterskich.

12. Analiza pasma wieczornego 19.30-24.00 – goście, tematyka, dobór tytułów i tematów, wydźwięk polityczny: neutralny, pozytywny, negatywny wobec koalicji i opozycji

- gośćmi programu byli politycy zgodnie z agendą tematów wiadomości oraz eksperci i publicyści,
- rozmowy z gośćmi w *Wiadomościach* miały zasadniczo charakter informacyjny z pozytywnym wydźwiękiem dla koalicji,
- publicystyka wieczorna w *Minęła 20* ma zasadniczo charakter komentarzy i opinii do bieżących wydarzeń,
- prowadzenie programu ma zasadniczo charakter neutralny,
- dobór i tematyka materiałów reporterskich do dyskusji publicystycznej oscyluje w kierunku pozytywnego wydźwięku wobec koalicji,
- pozytywny wydźwięk polityczny wobec koalicji wynika z wypowiedzi zaproszonych gości, ekspertów i prawniczych publicystów lub komentatorów (np. Jan Pietrzak, Wojciech Cejrowski),
- prowadzący program publicystyczny dziennikarze ujawniają na poziomie publicystycznych opinii swoje prawnicze poglądy, ale prowadzenie programu ma charakter działania neutralnego, ale dociekliwego moderatora.

13. Wiadomości – analiza wieczornego pasma informacyjnego (tydzień konstruowany: 6 czerwca 2018 r., środa, 19:30–19:57)

- prowadzący: Danuta Holecka
- reporterzy: Karol Jałtuszewski, Jakub Wojtanowski, Marcin Szewczak, Bartłomiej Graczak, Marcin Szypszak, Jan Korab, Zuzanna Falzmann, Maria Stepan
- pierwszy temat: polityka społeczna Prawa i Sprawiedliwości
- pozostałe tematy informacyjne: rozrzutność samorządowców; kłótnia Junckera z Timmermansem o Polskę; obawa o bezstronność sędziów; wyścig polityczny o



Warszawę; amerykańskie bazy niewygodne dla Niemiec; nie będzie ustawy repolonizującej media; co nowa ambasador wie o Polsce?;

- gość *Wiadomości*, tematyka i wydźwięk polityczny: Krzysztof Szczerski – szef Gabinetu Prezydenta RP; tematyka – nowa ambasador; naciski w celu realizacji wobec Polski art. 7. przez UE; protest niepełnosprawnych w Sejmie wykorzystywany przez opozycję, wydźwięk polityczny – pozytywny wobec koalicji

14. *Minęła 20* – analiza wieczornego pasma publicystycznego (tydzień konstruowany: 4 czerwca 2018 r., poniedziałek, 20:12–20:59)

- prowadzący: Adrian Klarenbach
- pierwszy temat: projekt budżetu UE na lata 2021–2027 i podział funduszy europejskich
- goście pierwszego tematu: Bartosz Kownacki – PiS; Grzegorz Furgo – PO; Tomasz Jaskóła – Kukiz'15; Adam Andruszkiewicz – Wolni i Solidarni
- pozostałe tematy publicystyczne: 4 czerwca – rocznica wyborów 1998 r.; budowa CPK w Polsce; Stanisław Pięta zawieszony w PiS; 4 czerwca – rocznica obalenia rządu Jana Olszewskiego
- goście tematów: Adam Borowski – działacz opozycji demokratycznej w PRL; Jan Rulewski – działacz opozycji demokratycznej w PRL
- wydźwięk polityczny: wydźwięk polityczny dyskusji – negatywny w stosunku do postanowień UE; pozytywny względem Jana Olszewskiego; pozytywny względem budowy CPK w Polsce; neutralny względem Stanisława Pięty.

15. *Minęła 20* – analiza wieczornego pasma publicystycznego (tydzień konstruowany: 5 czerwca 2018 r., wtorek, 20:12–20:59)

- prowadzący: Michał Rachoń
- pierwszy temat: podważanie rządu PiS na arenie międzynarodowej przez europosłów z PO; sprzeciw głównie polityków PO wobec reformy sądów; wprowadzenie prowadzącego Michał Rachoń oraz cytaty wypowiedzi Grzegorza Schetyny: Gazeta Wyborcza i temat listy Tuska; Praworządność i przyszłe finansowanie z UE; obawa, że politycy PO szkodzą Polsce, wypowiedź Jarosława Kurskiego (prowadzący zarzuca mu kłamstwo)



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

- goście pierwszego tematu: Dorota Arciszewska-Mielewczyk (PiS), Dobromir Sośnierz (europoseł, Wolność), Piotr Apel (Kukiz'15), Krzysztof Gawkowski (Sojusz Lewicy Demokratycznej)
- pozostałe tematy publicystyczne: precedensowy wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej – nowa definicja małżeństwa; powstaje specjalna Lista Tuska do Parlamentu Europejskiego; wyrok sądu UE – nowa definicja małżeństwa; słowa Jarosława Kurskiego. Środowisko oszukiwało siebie i UE?
- goście pozostałych tematów: Dariusz Szwed (Zielony Instytut), dr Bawer Aondo-Akaa (Prawica Rzeczypospolitej), Łukasz Jankowski (Radio Wnet), Andrzej Skiba (Instytut Debaty Publicznej)
- materiały reporterskie w programie: zdjęcie dnia – były szef BOR podczas przesłuchania Komisji Śledczej; materiał filmowy autorstwa Krzysztofa Jabłońskiego: związki homoseksualne jako małżeństwo, sonda uliczna na temat spraw obyczajowych, wchodzenie w kompetencje poszczególnych państw, kwestie ideologiczne; materiał filmowy autorstwa Krzysztofa Jabłońskiego: sonda uliczna na temat winy dziennikarzy w dzikiej reprzywatyzacji
- wydzźwięk polityczny: wydzźwięk polityczny w dyskusji: spór koalicji z opozycją oparty na emocjonalności i własnych przekonaniach, często przechodzące w kłótnię o niskim poziomie argumentacji merytorycznej, prowadzący również z trudem panuje nad głosem gości, przerywa im w pół zdania i nieraz mówi równocześnie z nimi, ale próbuje zachować neutralność arbitra.

16. Nie da się ukryć – analiza wieczornego pasma reporterskiego (tydzień konstruowany: 5 czerwca 2018 r., wtorek, 21:01–21:28)

- prowadzący: Magdalena Wierzchowska
- tematy i autorzy wykorzystanych w programie materiałów reporterskich: były szef BOR przed Komisją wyjaśniającą przekręt Amber Gold (autor – Magdalena Wierzchowska); dlaczego Polska straciła ponad 260 mld zł? Zbada to komisja ds. afery VAT (autor – Dominik Cierpień); kandydat Platformy wini dziennikarzy za dziką reprzywatyzację w Warszawie (autor – Hanna Mordań); seria pytań do Brejzy o aferę fakturówą (autor – Konrad Wąż); stałe bazy amerykańskich wojsk w Polsce? (autor – Kamil Trzaska)
- pierwszy temat: były szef BOR przed Komisją Śledczą ds. Amber Gold



- wydźwięk polityczny: pozytywny w stosunku do działań Komisji; negatywny w stosunku do rządów PO–PSL (luka VAT-owska); pozytywny względem działań na rzecz baz amerykańskich w Polsce; negatywny w stosunku do kandydata PO na prezydenta Warszawy.

17. W tyle wizji – analiza wieczornego pasma publicystyczno-satyrycznego (tydzień konstruowany: 4 czerwca 2018 r., poniedziałek, 21:48–22:27)

- prowadzący: Marcin Wolski, Rafał Ziemkiewicz
- tematy podejmowane w dyskusji prowadzących: problem migrantów w Europie; budżet UE; Rafał Trzaskowski a PO; afera wokół Stanisława Pięty; „Taniec Eucharystyczny” w Muenster w Niemczech; zmarł Robert Brylewski
- wydźwięk polityczny komentarzy i wypowiedzi prowadzących: negatywny wobec polityki promigracyjnej w UE; pozytywny wobec działań na rzecz nieprzyjmowania uchodźców do Polski; negatywny wobec Rafała Trzaskowskiego; negatywny wobec Stanisława Pięty; negatywny wobec tendencji w Kościele w Niemczech; neutralny wobec Roberta Brylewskiego
- ilość i wydźwięk polityczny telefonów słuchaczy: trzy połączenia (2 krajowe, jedno zagraniczne) – negatywne w stosunku do uchodźców, podatków oraz tendencji w Kościele w Niemczech
- tematyka satyry Marcina Wolskiego: tańce znanych polityków, wydźwięk satyryczny.

18. Minęła 8 – analiza porannego pasma publicystycznego (tydzień konstruowany: 8 czerwca 2018 r., piątek, 8:10–8:59)

- prowadzący: Adrian Klarenbach
- pierwszy temat: emocje wokół sądownictwa w Polsce
- goście pierwszego tematu: Tadeusz Cymański – Solidarna Polska; Wojciech Bakun – Kukiz'15; Tomasz Latos – PiS
- pozostałe tematy publicystyczne: wybory na prezydenta Warszawy; Wojewódzki Sąd Administracyjny rozpoznaje skargi na decyzje komisji weryfikacyjnej
- goście tematów: Sergiusz Trzeciak – politolog, Collegium Civitas; Maciej Chudkiewicz – „Tygodnik Solidarność”; Andrzej Potocki – „W sieci”
- wydźwięk polityczny: negatywny wobec krytyki zmian forsowanych w sądownictwie przez PiS; negatywny wobec kandydatury Rafała Trzaskowskiego na urząd prezydenta



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



akademickie
centrum medialne

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Warszawy (pozytywny wobec kandydatury Patryka Jakiego); neutralny wobec postępowania Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego.



19. Woronicza 17 – analiza niedzielnego pasma publicystycznego (10 czerwca 2018 r., niedziela, 9:50–10:50):

- prowadzący: Michał Rachoń
- pierwszy temat: skarga opozycji i sędziów do Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w Hadze na ustawę o Sądzie Najwyższym
- pozostałe tematy publicystyczne: 4 czerwca – święto wolności w rocznicę wyborów 1989 r., czy rocznica zdrady po obaleniu rządów Jana Olszewskiego?; najnowsze sondaże poparcia dla polskich partii politycznych; odrzucenie wotum nieufności wobec wicepremier Beaty Szydło i minister rodziny Elżbiety Rafalskiej, bronionych przez premiera Mateusza Morawieckiego
- goście: Jerzy Wenderlich – SLD; Jacek Sasin – szef Komitetu Stałego Rady Ministrów, PiS; Łukasz Rzepecki – Kukiz'15; Adam Andruszkiewicz – Wolni i Solidarni; Piotr Guział – Warszawska Wspólnota Samorządowa; Krzysztof Szczerski – szef Gabinetu Prezydenta RP;
- wydźwięk polityczny: prowadzenie nacechowane pozytywnym nastawieniem wobec polityki PiS dotyczącej polskich sądów; prowadzący i politycy prawicowi – pozytywnie wobec Jana Olszewskiego, opozycja – negatywnie.

20. Liczba i czas reklam w skali dnia, częstotliwość i nasilenie czasu reklamowego:

- długość czasu emisji wszystkich reklam w tygodniu – 18 h 48 min
- długość czasu emisji wszystkich reklam w dniu (średnio statystycznie) – 2 h 43 min
- liczba wszystkich reklam w tygodniu – 2322
- liczba wszystkich reklam w dniu (średnio statystycznie) – 332

21. Misyjność programu – tematyka kulturalna, sportowa, edukacyjna, religijna, gospodarcza: liczba i czas programów i materiałów dziennikarskich, jakośc misyjności (informacyjna, opiniotwórcza, edukacyjna, religijna itd.)

- przykładowa realizacja misyjności – **tydzień konstruowany: 7 czerwca 2018 r.**
- tematyka kulturalna – pojawiła się w Teleexpresie: rusza festiwal teatralny, galeria we Francji (2-razy łącznie około minuty) oraz festiwal w Opolu – liczne relacje z przygotowań do Festiwalu – 14 materiałów – 21 minut
- tematyka sportowa – reprezentacja Polski przed mundialem – 18 materiałów – w tym relacja z konferencji prasowej i przylotu Polaków do Poznania – ponad 3 godziny



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

- tematyka religijna – brak
- tematyka edukacyjna – rozmowa na temat bezpieczeństwa w wakacje – 20 minut + w paśmie nocnym magazyn przyrodniczy „Pod skrzydłami motyla” i historyczny „Podróże z historią” – 1,5 h
- tematyka gospodarcza – podpisanie programu „Czyste powietrze” – (relacja) 20 minut + relacja z kongresu 100-lecia polskiej gospodarki – 10 minut. Łącznie: 5 godzin 45 minut 39 materiałów
- jakość misyjności: głównie informacyjna.

22. Liczba godzin emisji powtórkowej

- łączna długość materiałów powtórkowych: 23 h
- analiza powtórek nocnych: (co i ile razy jest powtarzane w nocy)
 - ✓ Serwis INFO – 2
 - ✓ Wiadomości – 1
 - ✓ Gość Wiadomości – 1
 - ✓ Minęła 20 – 2
 - ✓ Nie da się ukryć – 1
 - ✓ Info Wieczór – 1
 - ✓ Widziane z Polski – 1
 - ✓ W tyle wizji – 1
 - ✓ W tyle wizji extra – 1
 - ✓ W akcji – 1
 - ✓ Flesz Info Wieczór – 1
 - ✓ Woronicza 17 – 1
 - ✓ Forum – 1
 - ✓ Salon dziennikarski – 1
 - ✓ Teleexpress – 1
 - ✓ Teleexpress extra – 1



5. WNIOSKI JAKOŚCIOWE Z MONITORINGU PROGRAMU TVP INFO

W DNIACH 4-10 CZERWCA 2018 ROKU

W KONTEKŚCIE STANDARDÓW ETYKI DZIENNIKARSKIEJ I MISJI PUBLICZNEJ

1. Program TVP INFO jest kanałem Telewizji Polskiej o charakterze informacyjno-publicystycznym. Przeprowadzony monitoring pokazuje, że **emitowany program spełnia zadania** postawione w Ustawie o Radiofonii i Telewizji wobec mediów publicznych zawarte w artykule 21:

- program ten w wystarczający sposób umożliwia obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej. Analiza programu pokazuje, że w programach informacyjnych było 157 wypowiedzi przedstawicieli koalicji w tygodniu, średnio statystycznie – 22,5 wypowiedzi dziennie oraz 152 wypowiedzi przedstawicieli opozycji w tygodniu, średnio statystycznie – 22 wypowiedzi dziennie, co spełnia prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk w przekazach informacyjnych (art. 21, ustęp 2 pkt 4),
- program ten sprzyja w wystarczający sposób swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej (art. 21, ustęp 2 pkt 3),
- na poziomie informacyjnym program ten w wystarczający sposób ukazuje całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą (art. 21, ustęp 2 pkt 2),
- na poziomie publicystycznym program ten nacechowany jest pozytywnym nastawieniem wobec działań koalicji rządzącej, przy jednoczesnym bardziej krytycznym nastawieniu do działań partii opozycyjnych, zwłaszcza oceny ich przeszłych działań z okresu 2007-2015, kiedy w publicystycznych przekazach medialnych funkcjonował dominujący paradygmat sprzyjający ówczesnej władzy, zarówno w telewizji publicznej, jak i w telewizjach komercyjnych. To nacechowanie nie jest pierwszorzędnie skutkiem działań dziennikarskich, ale wynika z doboru i wypowiedzi obecnych w programie gości: polityków, ekspertów, komentatorów czy publicystów (art. 21, ustęp 2 pkt 2).

2. Podstawowym zadaniem programy TVP INFO jest przekaz informacji i opinii. Każda z tych funkcji medialnego przekazu odnosi się w sposób bezpośredni i pierwszorzędny do innych kategorii etycznych ocen według zasad etyki dziennikarskiej. Przekazywanie informacji według np. *Rezolucji 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993* powinno być oparte na prawdzie, popartej stosowną weryfikacją i



udokumentowaniem zebranych materiałów, bezstronnością przekazu zarówno w prezentacji, opisie, jak i narracji (pkt 3). Natomiast opinie dotyczą ocen lub komentarzy na temat aktualnych wydarzeń w formie ogólnych uwag, pomysłów, ocen i komentarzy. Opinie są ze swojej natury subiektywne i nie mogą być utożsamiane ze standardem pojęcia prawdy, to jednak należy żądać, aby wypowiedzane opinie były uczciwe i etyczne (pkt 6). Uczciwość opinii polega na tym, że nie powinny one zaprzeczać lub fałszować rzeczywistych faktów i danych. Analizując jakościowo wybrany fragment programu TVP INFO należy zatem próbować odpowiedzieć na dwa podstawowe pytania: czy przekaz informacyjny TVP INFO spełnia standardy przekazu prawdziwego i czy prezentowane opinie spełniają standardy przekazu uczciwego. Na oba pytania należy odpowiedzieć twierdząco, z zachowaniem metodologicznych różnic w ocenie informacji i opinii. Na poziomie informacji o wydarzeniach przekaz TVP INFO **spełnia standardy przekazu prawdziwego, natomiast w ich doborze, jak i narracji nacechowany jest pozytywnym nastawieniem wobec działań koalicji rządzącej, co należy uznać za przejaw opinii równoważącej subiektywne preferencje w całościowym przekazie telewizyjnym w Polsce.**

3. Ważnym faktorem w ocenie tego zjawiska jest odróżnienie między potrzebą prawdziwości i obiektywności w informowaniu a potrzebą uczciwości w subiektywności opinii. Tymczasem prosta analiza programów informacyjno-publicystycznych **wszystkich polskich telewizji** w kontekście zasad etycznych i prawnych zawodu dziennikarskiego oraz obowiązków nadawcy publicznego i obowiązków pozostałych nadawców w ramach tzw. usług medialnych, pokazuje tendencję mieszania tych dwóch czynników komunikowania, odsłaniając przesuwające się granice subiektywności na poziom informacji, co oczywiście mieści się w standardach wolności wypowiedzi, ale jest już wątpliwe w kontekście obiektywności i bezstronności dziennikarskiej. Również w obszarze opinii subiektywność nabiera cech stronniczości, co oczywiście mieści się w standardach uczciwości opinii, ale może być wykorzystane jako argument przeciwko wiarygodności bezstronnego nadawcy publicznego. Przejawem takiej subiektywności opinii mogą być:

- preferencja tematów i zapraszanych gości w dającej się zidentyfikować precyzyjnie opcji światopoglądowo-politycznej,
- autorski i subiektywny dobór materiału reporterskiego ilustrującego omawiane tematy,
- używanie sugestywnych i preferencyjnych pytań wobec rozmówców, zależnych od własnych tez dziennikarskiej opinii,
- mimowolne wtrącanie własnych komentarzy i opinii w kontekst wypowiedzi rozmówców, odsłaniających stanowisko dziennikarza wobec ich poglądów, itd.



4. Żyjemy w czasach spolaryzowanego świata dziennikarskiego, obejmującego także TVP INFO. Czy należy to uznać za symptom negatywnych zjawisk i tendencji. Można to zjawisko potraktować jako gwarancję pluralizmu mediów i wolności słowa w przekazie dziennikarskim. Programy publicystyczne w programie TVP INFO należy uznać w dużej mierze za programy autorskie, będące wyrazem osobistych poglądów i preferencji redaktorów i dziennikarzy prowadzących program, np. *W tyle wizji*, *Minęła 20*, *Minęła 8*, *Nie da się ukryć*. Każdy dziennikarz ma prawo do swoich poglądów i preferencji politycznych, prywatnych opinii i ocen. Musi być jednak świadomy korelacji pomiędzy subiektywnością własnych ocen i opinii a powinnością dziennikarskiej obiektywności. Pierwszą konsekwencją jakości tej korelacji jest wiarygodność dziennikarza, natomiast drugą konsekwencją jest jakość realizacji misji publicznej, w której dziennikarz uczestniczy. Ta korelacja wskazuje na potrzebę obiektywizacji materiałów dziennikarskich również na poziomie komentarzy i opinii, żeby korelacja pomiędzy subiektywnością opinii dziennikarza nie przeszkadzała w realizacji zadań mediów publicznych, do których należy Telewizja Polska. Analiza programu TVP INFO pokazuje kilka tendencji w tym zakresie:

- **informacyjne materiały reporterskie w programach informacyjnych** spełniają standardy przekazu prawdziwego, ale ich dobór i agenda prezentacji mogą czasem rodzić wątpliwości co do zasady bezstronności przekazu zarówno w prezentacji, opisie, jak i narracji, bezstronności, która chroni obiektywność przekazu informacyjnego,
- **informacyjne materiały reporterskie w programach publicystycznych** spełniają standardy przekazu prawdziwego, ale ich dobór i agenda prezentacji mają charakter autorski preferujący subiektywność opinii, co nie narusza standardów uczciwości, ponieważ są one głosem w opinii publicystycznej. Należy bowiem wyraźnie odróżnić cele materiałów reporterskich w programach publicystycznych od celów materiałów reporterskich w programach informacyjnych. Te ostatnie muszą spełniać standardy bezstronności przekazu zarówno w prezentacji, opisie, jak i narracji, natomiast materiały reporterskie w programach publicystycznych są przejawem subiektywności opinii na fundamencie uczciwości. Nasza analiza pokazuje, że dobór i tematyka materiałów reporterskich do dyskusji publicystycznej oscyluje w kierunku pozytywnego wydźwięku wobec koalicji,
- prowadzenie programu informacyjnego i publicystycznego ma charakter neutralny,



Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

- prowadzący program publicystyczny dziennikarze ujawniają na poziomie publicystycznych opinii swoje poglądy, ale ich prowadzenie programu ma charakter działania neutralnego, ale dociekliwego moderatora,
- preferencyjny wydźwięk programów publicystycznych oscylujący w kierunku stronniczości wynika najczęściej z doboru i wypowiedzi obecnych w programie gości: polityków, ekspertów, komentatorów czy publicystów (np. Jan Pietrzak, Wojciech Cejrowski),
- rozmowy z gośćmi w *Wiadomościach* mają zasadniczo charakter informacyjny, w niektórych sytuacjach są one nacechowane pozytywnym wydźwiękiem dla koalicji rządzącej,
- publicystyka wieczorna w *Minęła 20* ma zasadniczo charakter komentarzy i opinii do bieżących wydarzeń,
- autorski program wieczornego pasma reporterskiego *Nie da się ukryć* – ma charakter publicystyczny; dobór i tematyka materiałów reporterskich oscyluje w kierunku pozytywnego wydźwięku wobec koalicji rządzącej,
- autorski program wieczornego pasma publicystyczno-satyrycznego *W tyle wizji* ma charakter ironizująco-satyrycznego komentarza do bieżących wydarzeń wszystkich aktorów sceny politycznej, oscylującego w kierunku negatywnego wydźwięku wobec szeroko ujętych działań opozycji.

5. Jest niewątpliwym faktem, że demokratyczna zmiana władzy w 2015 roku zmieniła także obraz rzeczywistości ukazywany przez informacje i publicystykę w telewizji publicznej. Należy krytycznie oceniać poglądy, że nastąpiło wtedy upolitycznienie czy nawet upartyjnienie telewizji publicznej, ponieważ media publiczne podlegają uwarunkowaniom instytucji ustawodawczych, wykonawczych, regulatywnych, a te są politycznie kontrolowalne w ramach demokracji. W latach poprzedniej władzy obraz rzeczywistości przekazywany przez informacje i publicystykę w telewizji publicznej korespondował w przeważającej mierze z obrazem rzeczywistości ukazywanym przez informacje i publicystykę w pozostałych telewizjach komercyjnych w Polsce. Zmiana władzy umożliwiła realny pluralizm medialnych obrazów rzeczywistości na poziomie przekazów telewizyjnych. Fakt, że telewizja publiczna została włączona w ten proces pluralizacji, nie jest działaniem zwyczajnym i słusznym, gdyż media publiczne powinny ze swojej natury być mediami „złotego środka”. Ale w sytuacji dominacji jednej narracji medialnej w Polsce, niejako obowiązkiem mediów publicznych było zrównoważenie proporcji telewizyjnych obrazów medialnych, poprzez stworzenie takiego obrazu rzeczywistości, który ukazał nową



agendę informacyjną na poziomie informacji, a na poziomie opinii ukazał poglądy korelatywne i korespondujące z przekonaniem dużej części społeczeństwa. Takie działania przyczyniły się do urealnienia pluralizmu telewizji w Polsce. Jesteśmy przekonani, że ta sytuacja powinna być przejściowa do czasu, kiedy tę funkcję gwarantującą realny pluralizm przejmą inne kanały telewizji komercyjnych i prywatnych.

Należy przy tym zauważyć, że wszystkie media, w tym także media publiczne, nie funkcjonują poza ramami bieżącej polityki. Jest przejawem swoistego współczesnego mitu medialnego tendencja przypisywania mediom etykiety wyidealizowanej apolityczności. Media żyją z polityki i polityka żyje z mediów. Mitologizację rozumiemy w sensie szerszym jako próbę traktowania pewnych spraw i problemów w sposób odbiegający od rzeczywistości. Jedną z takich tendencji mitologizujących jest teza, że **media są niezależne**. Od czego są media niezależne: od polityki, od struktur właścicielskich, od etosu odbiorców, od subiektywnych upodobań i poglądów dziennikarzy, od struktur selekcji tzw. gate-keeperów, od opinii publicznej, od zamierzonych celów, od preferowanych wizji światopoglądowo-aksjologicznych, od ambicji i konkurencji dziennikarzy, od reklamy itd. Media funkcjonują jako czwarta władza w strukturach wielu zależności. W społeczności lokalnej, dla przykładu, media funkcjonują w warunkach różnorodnych zależności od władz lokalnych: finansowych, politycznych, prestiżowo-wpływowych, koleżeńskich, itd. Niektórych z nich się nie da uniknąć, ale **media o tyle pozostaną niezależne, o ile wszystkie zależności mediów będą podporządkowane jednej podstawowej zależności: zależności od prawdy i uczciwości. Priorytet prawdy czyni dopiero media niezależnymi i obiektywnymi**.

Drugą z tych tendencji mitologizujących jest teza, że **media są wolne**, a wolność słowa jest dla mediów wartością nadrzędną. Wolność mediów, która może urastać do rangi mitu, w świadomości wielu czytelników, słuchaczy i widzów utożsamiana jest automatycznie z prawdziwością i obiektywizmem informacji. Media powinny być wolne (nie oceniamy tutaj stanu faktycznego mediów w Polsce, ale podkreślamy postulatowy charakter tego twierdzenia), ale to nie znaczy, że mogą być wolne od odpowiedzialności. „Żadna wolność, w tym także wolność wypowiedzania się, nie jest absolutna: napotyka bowiem granicę w postaci obowiązku poszanowania godności i uprawnionej wolności innych. Nie należy pisać, tworzyć i nadawać programów, jeśli wyrządza to szkodę prawdzie: mam tu na myśli nie tylko prawdę o faktach, o których informujecie, ale także „prawdę o człowieku”, godność człowieka we wszystkich jego wymiarach” (Jan Paweł II, 2000).

6. Niniejszy raport jest przygotowany także w kontekście powinności misji publicznej, jaką powinna realizować Telewizja Polska. Ocena programu TVP INFO z tej perspektywy **nie może nie uwzględniać całości narracji informacyjno-publicystycznej wszystkich**



polskich telewizji w porównywalnym czasie. Telewizja publiczna pełni, miejmy nadzieję tylko czasowo, funkcję telewizji równoważącej dotychczasowe dominujące opinie w całościowym przekazie telewizyjnym w Polsce. Ten przekaz gwarantuje dla dużej części społeczeństwa proporcjonalność i reprezentatywność opinii w skali społecznych oczekiwań na komentarze. Informacje i opinie TVP INFO w połączeniu z informacjami innych telewizji komercyjnych **dają realną możliwość dotarcia przez odbiorców-obywateli do zbiektywizowanego obrazu rzeczywistości, reprezentatywnego dla poglądów wszystkich obywateli.**

7. Niezależnie od przedstawionych wyżej wniosków o nacechowaniu programu TVP INFO, tworzącego korelatywny obraz rzeczywistości do innych przekazów telewizyjnych, należy docenić niewątpliwe walory informacyjne i publicystyczne tego kanału, przyciągającego coraz więcej widzów, posiadającego swój autorski wizerunek i tworzonego przez dziennikarzy o nieprzeciętnych możliwościach dziennikarskich. Profesjonalizm dziennikarski nie jest jednak tylko kwestią warsztatową, ale jego integralną częścią jest etyczność działań dziennikarskich, które w polskich i międzynarodowych kodeksach etyki dziennikarskiej, również w Telewizji Polskiej, wyznaczają wysokie standardy profesjonalizmu dziennikarskiego, do którego wszyscy dziennikarze muszą sięgać i go realizować, ponieważ, jak czytamy w *Deklaracji Zasad Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy*, dziennikarz godny tego miana powinien uważać za swój obowiązek przestrzeganie zasad etyki dziennikarskiej.

w imieniu Zespołu

kierownik merytoryczny raportu
ks. dr hab. Michał Drożdż, prof. UPJPII

kierownik wykonawczy raportu
dr Klaudia Cymanow-Sosin