



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU

KTO MA PRZEWAGĘ W POLSKIM DYSKURSIE MEDIALNYM?

2023



AUTORZY

RADOSŁAW SOJAK
ANDRZEJ MELER
BEATA KRÓLICKA
BARTŁOMIEJ BALCERZAK

Kto ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?

RAPORT

SPIIS TREŚCI

Streszczenie	2
Summary	2
Wstęp	3
Podziały polityczne.....	3
Zasięgi mediów	4
Metodologia.....	6
Hipotezy	7
Struktura prezentacji wyników	7
Telewizja	8
Radio	14
Portale internetowe.....	19
Profile ideowe portali na podstawie autoidentyfikacji użytkowników	24
Prasa	26
Kto ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?	31
Podsumowanie	36
Literatura	37
Spis wykresów	39
Spis tabel	40
Załącznik 1: Baza z monitoringu audycji TV i radia	41
Załącznik 2: Baza z monitoringu prasy.....	42

STRESZCZENIE

- Celem badania było ustalenie, który profil ideologiczno-polityczny dominuje w polskiej infosferze. Poszukiwano proporcji w dostępie do mediów przedstawicieli partii politycznych: (1) lewicowych/liberalnych – PO/KO, Lewica Razem, Nowa Lewica; (2) centrowych – Polska2050, PSL – KP (PSL) i (3) prawicowych/konserwatywnych – Zjednoczona Prawica (PiS, Solidarna Polska, Partia Republikańska, OdNowa, Kukiz'15), Konfederacja.
- Monitoringiem w okresie od 1 stycznia do 30 kwietnia 2023 roku objęto: 19 audycji publicystycznych nadawanych przez 3 nadawców telewizji; 10 audycji publicystycznych emitowanych przez 6 nadawców radiowych; 8 portali internetowych oraz 9 tytułów prasowych. Zidentyfikowano 4245 pojedynczych obecności zrealizowanych przez 516 gości.
- W segmencie telewizyjnym dominuje światopogląd prawicowy (46%), nad lewicowo-liberalnym (36%) i centrowym (18%). W segmencie radiowym analiza ujawniła taki sam rozkład dostępu środowisk politycznych jak w telewizji. W segmencie internetowym światopogląd lewicowo-liberalny zajmuje ponad połowę przekazu (52%), dominując nad prawicowym (33%) i centrowym (15%). Prasa jest niemal równo podzielona między światopogląd prawicowy i lewicowo-liberalny (po 46%), z niewielkim marginesem dla centrum (8%).
- Polską przestrzeń medialną można uznać za spolaryzowaną w zbalansowany sposób, światopogląd lewicowo-liberalny zajmuje w niej bowiem 43% przekazu, prawicowy 41%, a centrowy 16%. Infosferę równoważą, z jednej strony, media publiczne, dostarczające przekazu prawicowego, z drugiej zaś – portale internetowe, zapewniające perspektywę lewicowo-liberalną.
- Czynniki zmiany tej względnej równowagi mogą być: (1) zmiana profilu mediów publicznych; (2) dalsza stopniowa utrata znaczenia przez prasę i telewizję, głównie na rzecz Internetu.

SUMMARY

- The aim of the study was to determine which ideological and political profile dominates the Polish infosphere. The concentrated on access to the media by representatives of political parties: (1) leftist/liberal – PO/KO, Lewica Razem, Nowa Lewica; (2) centrist – Polska2050, PSL – KP (PSL) and (3) rightist/conservative – Zjednoczona Prawica (PiS, Solidarna Polska, Partia Republikańska, OdNowa, Kukiz'15), Konfederacja.
- The monitoring from January 1 to April 30, 2023 included: 19 journalistic broadcasts aired by 3 television broadcasters; 10 journalistic broadcasts aired by 6 radio broadcasters; 8 Internet portals and 9 newspaper titles. Total of 4245 individual presences made by 516 politician guests were identified.
- In television, right-wing worldview dominates (46%), over left-liberal (36%) and centrist (18%) ones. In radio, the analysis revealed the same distribution of access of political backgrounds as in television. In online segment of the media market, the left-liberal worldview occupies more than half of the message (52%), dominating the right-wing (33%) and centrist (15%) ones. Press is almost evenly divided between the right-wing and the left-liberal worldviews (46% each), with a small margin for the centre (8%).
- The Polish media space can be considered polarized in a balanced way, with the left-liberal worldview occupying 43% of the message, the right-wing 41% and the centrist 16%. The infosphere is balanced, on the one hand, by the public media, providing a right-wing message, and on the other, by Internet portals, providing a left-liberal perspective.
- Factors for changing this relative balance could be: (1) a change in the profile of the public media; (2) further gradual loss of importance by the press and television, mainly in favour of the Internet.

WSTĘP

Skargi na stronniczość mediów są stałym elementem życia politycznego współczesnych demokracji. Niezależnie od rytualnego charakteru, trzeba je najprawdopodobniej uznać za adekwatny opis stanu zmediatyzowanej sfery publicznej (Lundby 2014; Kriesi i in. 2013; Mrozowski 2020) rządzonej logiką wojen kulturowych (Hunter 1991; 1994). Jest wiele studiów przekonująco argumentujących, że podsycanie emocji, stronniczość, tożsamościowy charakter nadawców to nie tyle przejściowe cechy czy stany mediów, ale raczej biznesowe modele sprawdzające się w kapitalistycznych grach (Bartoszewicz i Gołębiowski 2021; Taibbi 2020). Trudno więc oczekiwać, by sytuacja uległa w najbliższym czasie jakiegokolwiek poprawie. Tym bardziej na znaczeniu zyskuje **próba sformułowania systematycznej i zobiektywizowanej odpowiedzi na pytanie o to, która ze stron ideologicznego sporu ma obecnie w Polsce przewagę w przestrzeni medialnej**. Zadanie to napotyka jednak natychmiast na dwa przynajmniej poważne problemy o charakterze merytorycznym. Pierwszy dotyczy tego, jakie kategorie światopoglądowe wybrać do opisu podziałów przestrzeni publicznej oraz jak następnie kategorie te zoperacjonalizować. Drugi wiąże się ze sformułowaniem miar zasięgu poszczególnych nadawców, które pozwoliłyby na intersubiektywne porównywanie ze sobą różnych typów mediów.

Podziały polityczne

Próby uporządkowania współczesnych podziałów politycznych ujawniają najczęściej trudną do okiełznania złożoność (zob. np. Żukowski 1993; Jasiewicz 1997; Godlewski 1998; Flis i Kwiatkowska 2018). Większość z nich wychodzi od użycia jednowymiarowych, bipolarnych skal, takich jak: lewica/prawica; konserwatyści/liberałowie, tradycjoniści/progresywiści, zwolennicy sekularyzacji i ortodoksi czy nacjoniści i zwolennicy kosmopolityzmu. Często jednak złożenia dwóch takich skal tworzą czteropolowe matryce pozwalające „przeźrenie” zidentyfikować różnice polityczne i światopoglądowe. W polskich analizach wyborczych długą tradycję ma podział zaproponowany przez Mariusza Kowalskiego (2000) opierający się na osiach lewica/prawica i liberałowie/ludowcy. W kontekście międzynarodowym bodaj najbardziej znaną konceptualizację zawdzięczamy badaniom Ronalda Ingleharta (Inglehart 2018; Norris i Inglehart 2012), opartą na osiach wartości tradycyjnych/sekularnych oraz przetrwania/autoekspresji. Niezależnie od różnych sformułowań czteropolowe matryce na różne sposoby odtwarzają i nazywają podobny w gruncie rzeczy podział. Jedna z osi zazwyczaj dotyczy zróżnicowania sfery szeroko rozumianych poglądów religijnych i metafizycznych, druga koncentruje się na zagadnieniach adaptacyjno-wspólnotowych związanych z pozyskiwaniem zasobów (gospodarka) i relacjach między wspólnotą a jednostką (podporządkowanie/niezależność).

Odtworzenie tego schematu w kontekście współczesnych podziałów polityczno-swiatopoglądowych w Polsce wydaje się jednak problematyczne i to co najmniej z dwóch powodów. Po pierwsze, jak zauważył Ben Stanley (2014), przynajmniej od 2005 roku tracił na znaczeniu w polskiej polityce podział postkomunistyczny, dość dobrze wpisujący się w dwuwymiarowe, matrycowe ujęcia. Po drugie, badania CBOS przeprowadzone w 2015 roku ujawniły zaskakujące wyniki dotyczące poglądów na gospodarkę współczesnych Polaków. Okazało się na przykład, że osoby identyfikujące się jako ‘prawicowe’ są częściej zwolennikami wysokich świadczeń socjalnych czy własności państwowej w gospodarce (CBOS 2015, s. 2–3). Konkluzja raportu wskazuje, że jedynymi zagadnieniami w sposób

statystycznie istotny różnicującymi zwolenników lewicy i prawicy w Polsce są zagadnienia dotyczące związków partnerskich, relacji państwo-Kościół, aborcji oraz integracji europejskiej.

Dlatego **w poniższej analizie odwołamy się do jednowymiarowego podziału uwzględniającego lewicę, centrum i prawicę**. Najogólniej rzecz ujmując, lewicę będziemy kojarzyć z liberalnym indywidualizmem, prawicę zaś z konserwatywnym kolektywizmem.

Podział ten zostanie zoperacjonalizowany poprzez przynależność gości rozumianą jako reprezentowanie określonej partii lub stanowiska uzyskanego z nadania partyjnego¹ według poniższego schematu.

Partie:

- **lewicowe** (liberalne): Platforma Obywatelska (PO) / Koalicja Obywatelska (KO), Lewica Razem, Nowa Lewica
- **centrowe**: Polska2050, Polskie Stronnictwo Ludowe – Koalicja Polska (PSL)
- **prawicowe** (konserwatywne): Zjednoczona Prawica (zawierająca Prawo i Sprawiedliwość, Solidarną Polskę, Partię Republikańską, OdNowa, Kukiz'15), Konfederacja

Dodatkowo, dla pełniejszego obrazu polskiej infosfery, przedstawimy równolegle dane zagregowane według podziału na rządzących i opozycję. Wychodzimy bowiem z założenia, że biorąc pod uwagę złożoność polskiej sceny politycznej, spotykane niekiedy utożsamianie 'prawicy' ze Zjednoczoną Prawicą jest błędem.

Zasięgi mediów

Profile ideologiczne zostały określone dla poszczególnych nadawców² na podstawie ich programów o charakterze publicystycznym, przy czym w przypadku niektórych nadawców oznacza to oparcie profilu na jednym programie. Porównywalne określenie zasięgów poszczególnych nadawców i typów mediów nie jest proste przynajmniej z trzech powodów. Po pierwsze, poszczególne rodzaje mediów mają bardzo niewspółmierne zasięgi (prasa i portale internetowe są tu przypadkami skrajnymi). Po drugie, każdy typ mediów charakteryzuje się innym modelem użytkowania i współużytkowania. Po trzecie, w Polsce nie są prowadzone badania, które monitorowałyby w sposób jednokanałowy wszystkie typy mediów. Co prawda, mamy badanie nazywane się jednokanałowym i jest to Mediapanel prowadzony od roku 2020 przez firmę Gemius, ale obejmuje ono media internetowe, radio i telewizję, pomijając prasę. Poza tym prowadzone są osobne badania dla stacji radiowych (RadioTrack realizowane przez Opinia24) oraz pomiar telemetryczny telewizji przez Nielsen. Zasięg prasy jest mierzony przez Polskie Badania Czytelnictwa realizowane przez Kantar Polska, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna. Szacunki zasięgów w projekcie uwzględniły wszystkie te źródła z największym udziałem ogólnodostępnych danych z badania Mediapanel ze względu na spójną metodologię obejmującą największy zakres badanych przez nas mediów. Dane dotyczące prasy zostały zaczerpnięte z badania PBC³. Media uwzględnione w analizie obejmują ponad 99% zasięgu wśród dorosłej populacji Polski⁴.

¹ Na przykład prezydentowi Andrzejowi Dudzie przypisano profil prawicowy, mimo że formalnie urząd Prezydenta RP jest niepartyjny.

² W rozumieniu art. 4 pkt 5 Ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 roku, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.

³ Polskie Badania Czytelnictwa za: wirtualnemedial.pl

⁴ Mediapanel kwiecień 2023, realni użytkownicy – indywidualne zamówienie PBI.

Miarą pozwalającą na porównanie ze sobą zasięgów poszczególnych mediów będzie liczba odbiorców określona w wymiarze miesięcznym, który traktowany jest zwykle jako maksymalny raportowalny zasięg mediów. W naszym badaniu uwzględniono nadawców o sumarycznym miesięcznym zasięgu przekraczającym 300 mln osób (blisko ośmiokrotność populacji Polski). Pozwala to nam założyć, że z jednej strony wybrane zostały do analizy media reprezentatywne dla polskiego rynku medialnego, z drugiej zaś, że badanie *implicite* uwzględni mechanizm współużytkowania mediów przez odbiorców.

Tabela 1. Zasięg badanych mediów

TYP	Nadawca	Odbiorcy (zasięg miesięczny w mln)	Udział zajmowanej uwagi odbiorców
TV	TVP	21,2	23%
	Polsat	19,4	
	TVN	18,5	
Radio	RMF FM	31,4	35%
	Radio Zet	24,6	
	Polskie Radio	18,2	
	TOK FM	11,2	
	Radio Plus	5,6	
Portale	wp.pl	17,4	40%
	onet.pl	16,8	
	interia.pl	15,6	
	gazeta.pl	13,9	
	se.pl	11,7	
	radiozet.pl	10,1	
	tvn24.pl	9,4	
	fakt.pl	9,3	
Prasa	Fakt	1,2	2%
	Super Express	0,8	
	Polityka	0,5	
	Gazeta Wyborcza	0,5	
	Newsweek	0,3	
	Dziennik Gazeta Prawna	0,2	
	Sieci	0,2	
	Gazeta Polska	0,1	
	Do Rzeczy	0,2	

Oszacowanie własne

Metodologia

Podstawowe pytanie badawcze projektu brzmi: Który profil ideologiczno-polityczny ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?

Projekt odnosi się do proporcji, w jakich dyskurs medialny jest podzielony między uczestników reprezentujących partie polityczne: lewicowe (liberalne), centrowe oraz prawicowe (konserwatywne).

Zakres analizy obejmował materiały medialne (audycje TV, radiowe, publikacje prasowe, portale internetowe), w okresie **od 1 stycznia do 30 kwietnia 2023 roku**.

Dla każdego z wziętych pod uwagę mediów został określony profil ideowy na linii podziału lewica-centrum-prawica uwzględniający proporcje dostępu do tych mediów przedstawicieli poszczególnych partii.

1. Dla **radia, telewizji i części portali internetowych** (onet.pl, wp.pl, gazeta.pl) zostały użyte dane z monitoringu Centrum Monitorowania Dyskursu Publicznego (CMDP – cmdp.umk.pl), w którym w sposób systematyczny (codziennie, nieprzerwanie od 2015 roku) prowadzona jest obserwacja obecności gości w audycjach publicystycznych oraz trzech największych portali internetowych (onet.pl, wp.pl, gazeta.pl). Obserwacje dla telewizji i radia prowadzone są w dwóch pasmach: porannym (7.00–9.00) i wieczornym (17.30–21.00).
2. Dla **prasy** został przeprowadzony monitoring dostępu przedstawicieli partii politycznych w formie wywiadów oraz autorskich felietonów w tygodnikach opinii i tzw. wydaniach magazynowych głównych, ogólnopolskich dzienników prasowych.
3. Dla **pozostałych portali internetowych** przeprowadzono półautomatyczne przeszukiwanie treści przy użyciu fraz na przykład: „powiedział/a Interii” albo „dla Interii”, a uzyskane w ten sposób nazwiska zestawiono z bazą CMDP.

Uzyskane w ten sposób profile ideologiczne zostały zważone w ramach każdego segmentu mediów (telewizja, radio, Internet, prasa) ze względu na udział w rynku konkretnego nadawcy.

Badanie uzupełniono ponadto o profil największych domen informacyjno-publicystycznych w polskim Internecie, oszacowany na podstawie metody wykorzystującej schematy obserwowania kont mediów internetowych w serwisie Twitter. Podejście skalowania wykorzystuje model ‘mediascores’ autorstwa Eady’ego i Lindera⁵, który opiera się na założeniu homofilii. Metoda ta zakłada, że użytkownicy mediów społecznościowych są bardziej skłonni do dzielenia się wiadomościami z kont mediów informacyjnych bliskich im ideologicznie. Ocena preferencji ideologicznych użytkowników pochodzi z badania 939 polskich użytkowników Internetu (Wojcieszak i in. 2022). Ideologia oceniana była na skali, wg której uczestnicy badania sami oceniali ideologię swoich głównych źródeł informacji (1 oznaczało skrajną lewicę, 10 skrajną prawicę). Uczestnicy badania byli monitorowani ze względu na korzystanie z Internetu, w tym ze względu na otwierane i odwiedzane strony. W badaniu uwzględniono osiem największych domen informacyjnych w polskim Internecie.

⁵ <https://github.com/SMAPPNYU/mediascores>

Hipotezy

Raport weryfikuje następujące hipotezy:

H0. Żadna ze stron (lewica/prawica) nie ma przewagi w dyskursie medialnym. Oznacza to rozkład normalny (w rozumieniu statystycznym) dyskursu, w którym występuje przewaga mediów centrowych, bez klarownej afiliacji ideologicznej, przy zbliżonym potencjale zasięgu mediów tzw. lewicowych i prawicowych.

H1. Przewagę mają tzw. prawicowe media. Oznacza to rozkład zasięgów, w którym prawicowe media mają istotnie wyższe dotarcie niż tzw. lewicowe media. W weryfikacji tej hipotezy uwzględniono też pozycję mediów centrowych, np.: czy zasięg mediów centrowych jest niższy niż suma zasięgów mediów prawicowych i lewicowych razem.

H2. Przewagę mają tzw. media lewicowe. Oznacza to rozkład zasięgów, w którym lewicowe media mają istotnie wyższe dotarcie niż prawicowe media. W weryfikacji tej hipotezy należy uwzględnić też pozycję mediów centrowych, np.: czy zasięg mediów centrowych jest niższy niż suma zasięgów mediów prawicowych i lewicowych razem.

Struktura prezentacji wyników

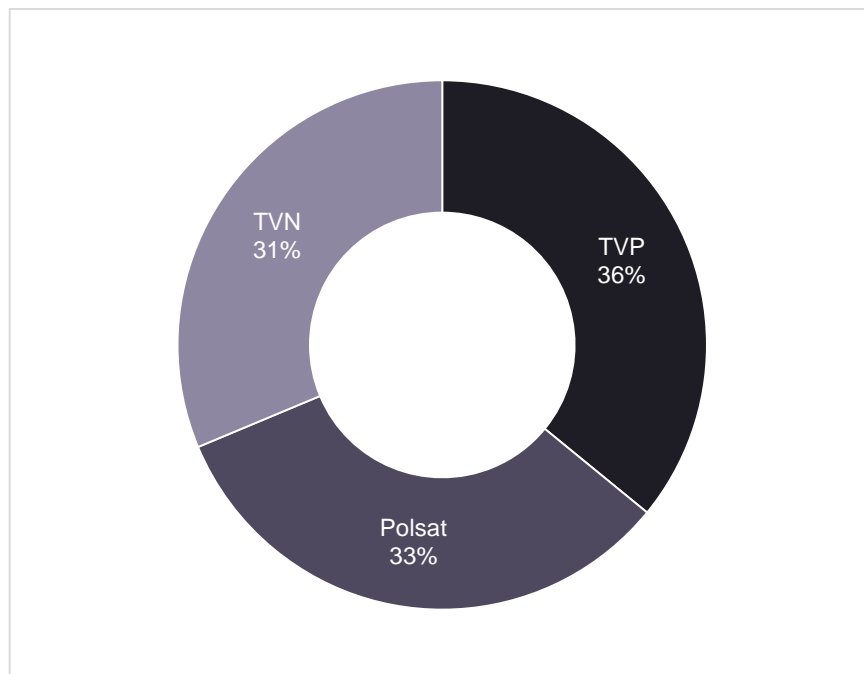
Prezentacja wyników została uporządkowana według następującego schematu. Dla każdego typu mediów (telewizja, radio, Internet, prasa) przedstawiono:

1. informacje na temat danych, na podstawie których dokonano analizy;
2. zasięgi poszczególnych nadawców/portali/tytułów prasowych;
3. profil ideologiczny poszczególnych nadawców/portali/tytułów prasowych;
4. dane o profilach ideologicznych poszczególnych audycji (telewizja, radio);
5. zestawienie 20 najczęstszych gości w badanym okresie;
6. bilans profili światopoglądowych w ramach danego typu mediów uwzględniający udział poszczególnych nadawców/portali/tytułów prasowych;
7. zasięg poszczególnych profili światopoglądowych dla danego typu mediów;
8. porównanie wpływów rządu i zagregowanej opozycji w danym typie mediów.

TELEWIZJA

Portret nadawcy odzwierciedla siłę mediów względem konkurencji. Największy zasięg posiada TVP, następnie Polsat, najsłabsza z trzech dominujących jest TVN (wykres 1).

Wykres 1. Zasięg nadawców telewizyjnych – udział w ogólnej uwadze odbiorców

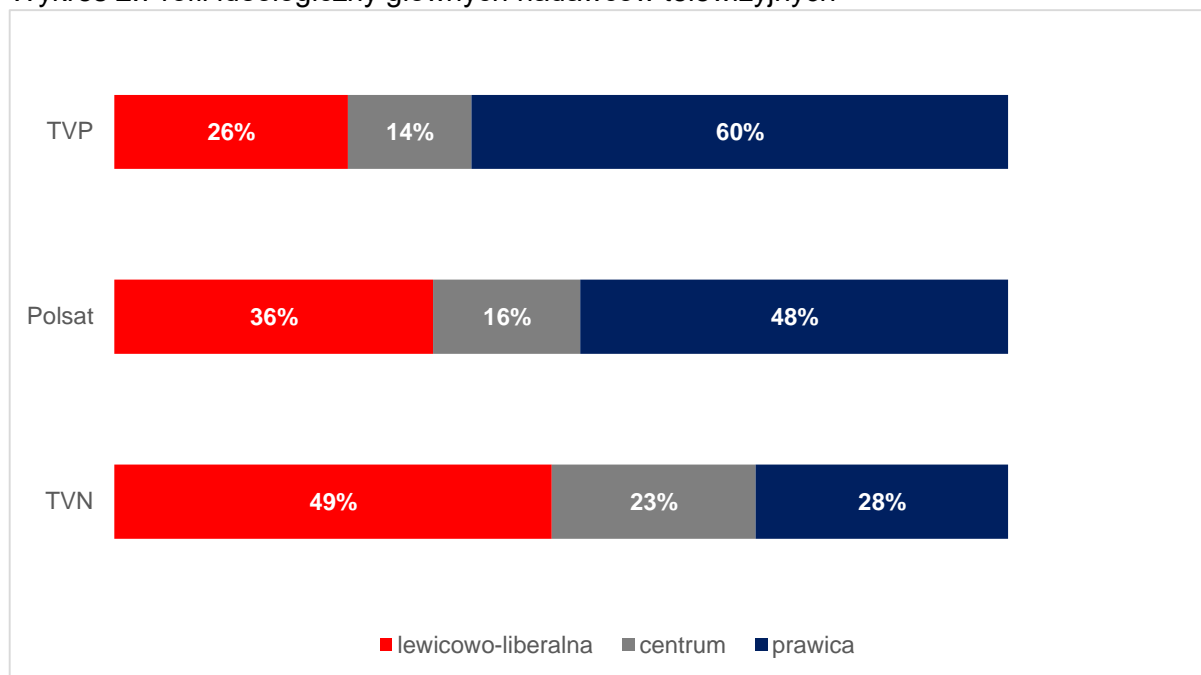


PRÓBA

W badanym okresie monitoringowi poddano w sumie 19 audycji publicystycznych (wykres 3), obejmujących 2289 pojedynczych obecności. Powyższa suma indywidualnych obecności została zrealizowana przez 399 gości.

U dwóch nadawców telewizyjnych o największym zasięgu (TVP i Polsat) dominuje, w różnym natężeniu, profil prawicowy, natomiast w TVN – lewicowo-liberalny. U wszystkich trzech najsłabiej obecny jest profil centrowy (wykres 2), chociaż warto zaznaczyć, że to TVN zdecydowanie najchętniej udziela głosu przedstawicielom ugrupowań centrowych. Jednocześnie – niezależnie od dominacji profilu prawicowego – to Polsat w badanym okresie najbardziej zbliżył się do zbilansowanego, choć jednocześnie spolaryzowanego profilu. Zdecydowanie najbardziej niezrównoważony jest profil TVP, w której przedstawiciele ugrupowań prawicowych realizują 60% zarejestrowanych obecności.

Wykres 2. Profil ideologiczny głównych nadawców telewizyjnych

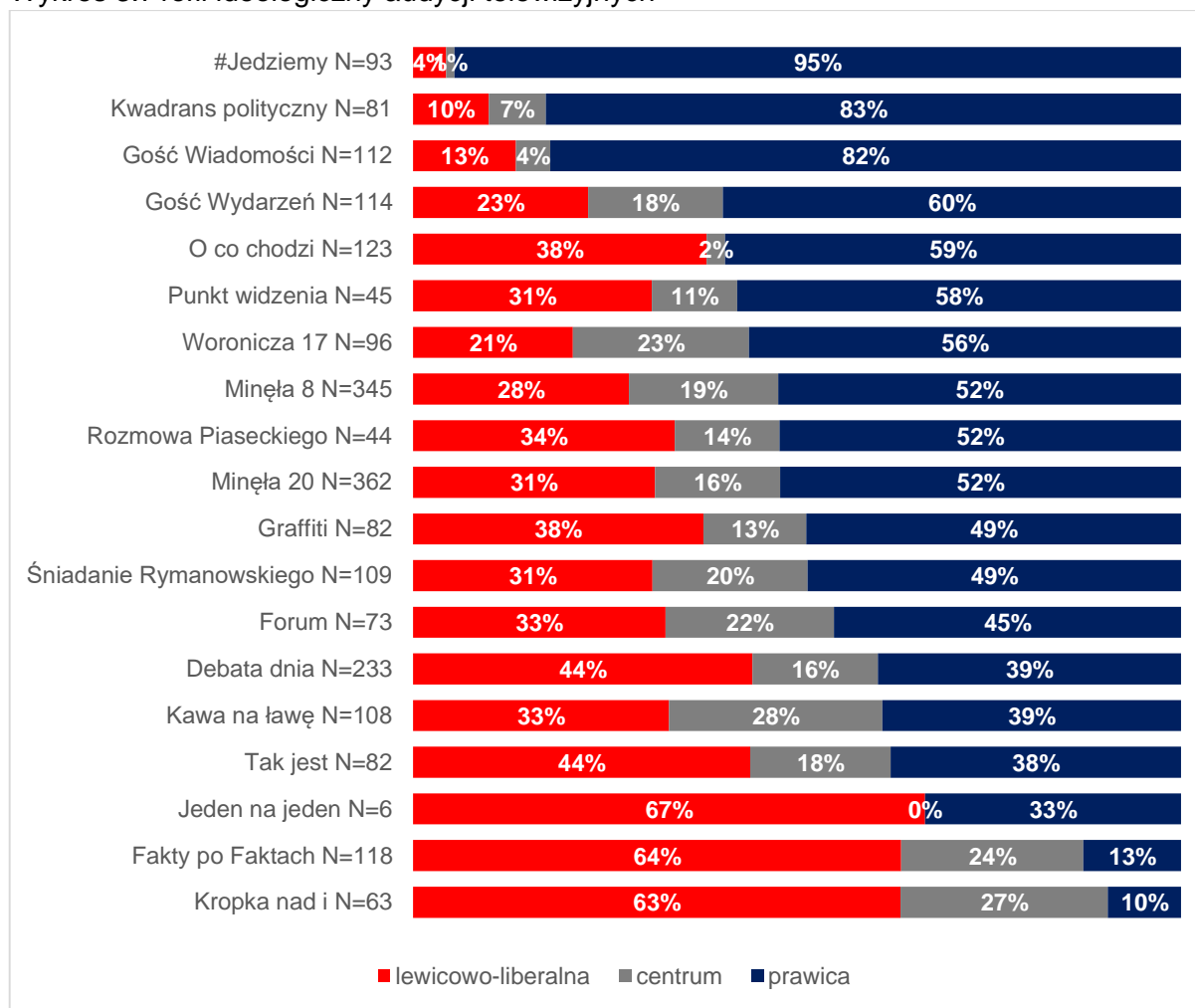


Posortowano wg zasięgu

Profil ideologiczny poszczególnych audycji telewizyjnych jest bardziej spolaryzowany niż całego profilu nadawców. Najbardziej prawicowe audycje w TVP mają ponad 80% udziału w dostępie polityków prawicowych, natomiast najbardziej lewicowe ponad 60% udziału polityków lewicowych (wykres 3).

Czynnikiem mogącym wyjaśniać różnice profili ideologicznych poszczególnych nadawców, jak również audycji, jest struktura kapitałowa, z jednej strony, oraz nisza rynkowa, z drugiej. Na polskim rynku telewizyjnym dominuje kapitał rodzimy częściowo w formie telewizji publicznej, częściowo zaś – grupy kapitałowej Polsat. Nadawcy ci walczą o podobnego odbiorcę i niespecjalnie mogą opierać swoją strategię na dywersyfikacji lub obecności niszowej. Przewaga profilu prawicowego w TVP sugeruje, że proces postępującej polaryzacji spektrum politycznego spycha media publiczne w stronę specjalizacji. Z kolei TVN, będąc elementem amerykańskiej grupy kapitałowej i profilując się wyraźnie w stronę publiczności o wyższym statusie społecznym, może – wobec dwóch większych graczy – przyjmować strategię specjalizacyjną

Wykres 3. Profil ideologiczny audycji telewizyjnych



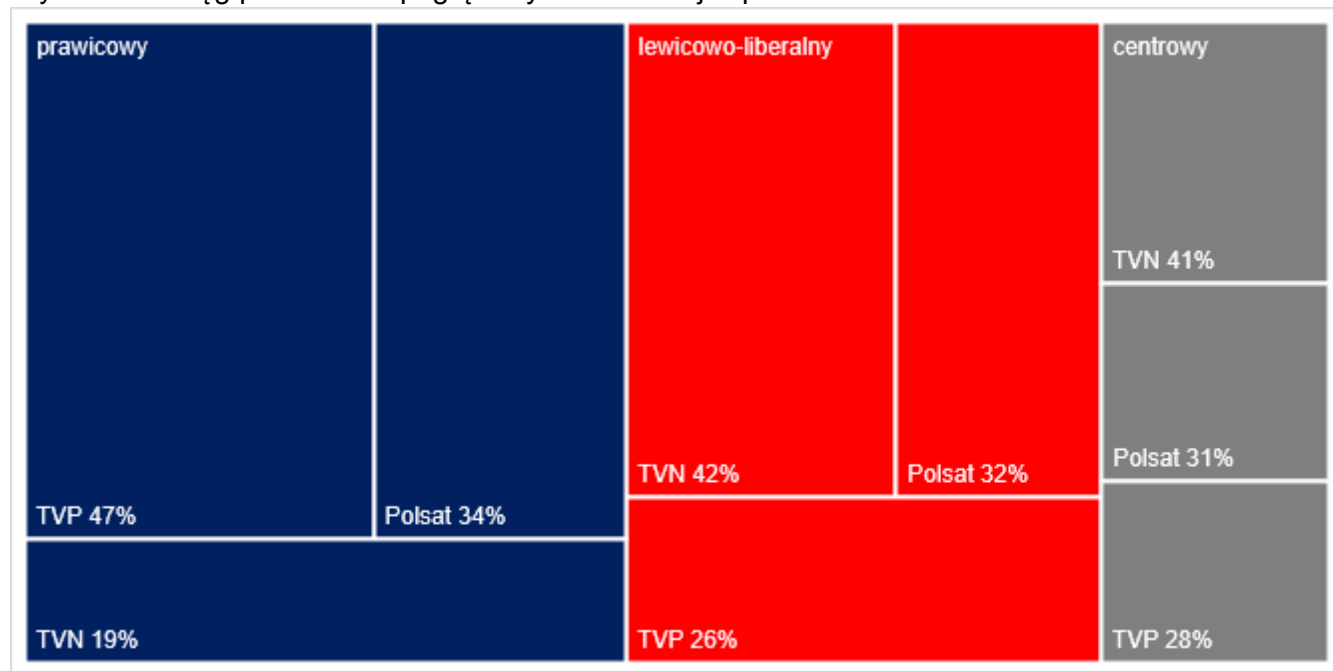
Najaktywniejszym gościem studiów telewizyjnych w analizowanym czteromiesięcznym okresie był Jarosław Sachajko (prawica), który udzielił 42 wywiadów (niemal wszystkich TVP). Na trzecim miejscu w rankingu znajduje się najaktywniejszy z polityków centrum – Piotr Zgorzelski (29 obecności), natomiast najaktywniejszy z polityków lewicowo-liberalnych, Andrzej Szejna, zajmuje dopiero ósme miejsce w rankingu ogólnym (tabela 2).

Tabela 2. TOP 20 obecności polityków w telewizji w analizowanym okresie

Osoba	Formacja	TVP	Polsat News	TVN24	Ogółem
Jarosław Sachajko	prawica	39	3		42
Olga Semeniuk-Patkowska	prawica	21	6	2	29
Piotr Zgorzelski	centrum	4	14	11	29
Marcin Przydacz	prawica	14	8	6	28
Piotr Wawrzyk	prawica	22	1		23
Adam Andruszkiewicz	prawica	22			22
Stefan Krajewski	centrum	19	2	1	22
Andrzej Szejna	lewicowo-liberalna	17	3		20
Marcin Porzucek	prawica	12	4	4	20
Piotr Müller	prawica	9	9	1	19
Piotr Borys	lewicowo-liberalna	13	6		19
Marek Formela	lewicowo-liberalna	19			19
Jacek Ozdoba	prawica	12	6		18
Paweł Bejda	centrum	16	2		18
Paulina Hennig-Kłoska	centrum	1	7	10	18
Włodzimierz Czarzasty	lewicowo-liberalna		11	7	18
Artur Soboń	prawica	5	5	7	17
Wanda Nowicka	lewicowo-liberalna	16	1		17
Jan Pietrzak	prawica	16			16
Władysław Teofil Bartoszewski	centrum	9	6	1	16

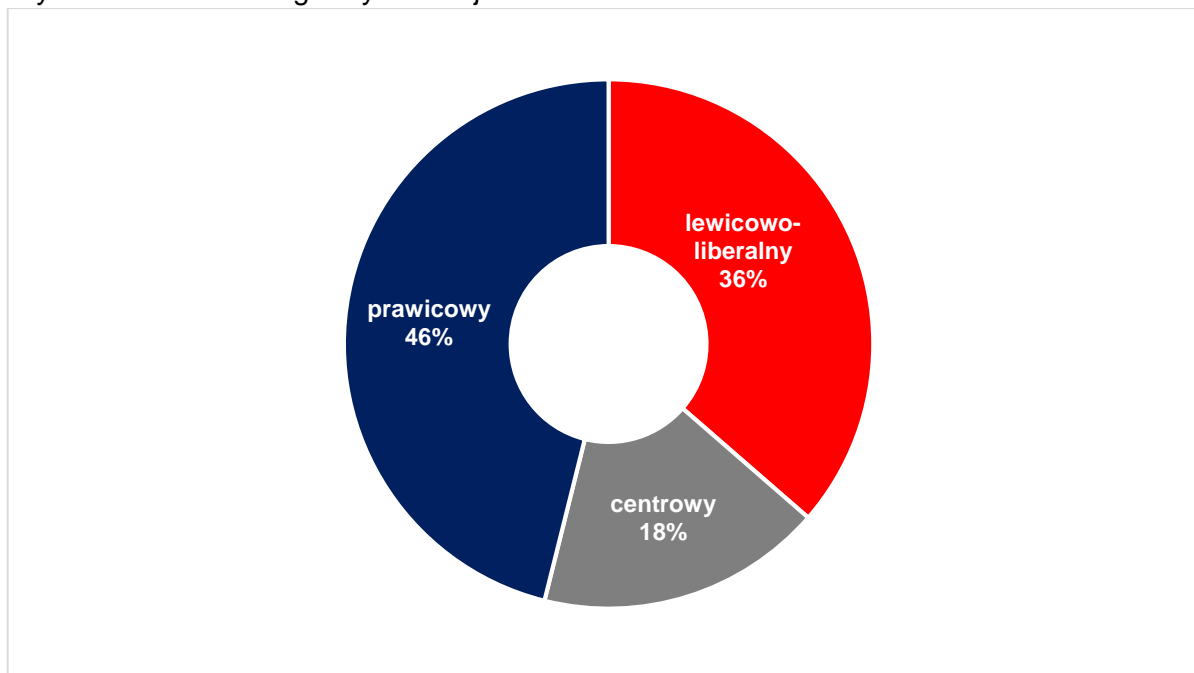
Jeżeli spojrzymy na profil ideowy telewizji, to dominuje w nich światopogląd prawicowy, z tym że blisko połowa prawicowego przekazu pochodzi od jednego nadawcy – TVP. Drugim profilem z największym zasięgiem jest lewicowo-liberalny, dostarczany głównie dzięki TVN (wykres 4).

Wykres 4. Zasięg profili światopoglądowych w telewizji z podziałem na nadawców



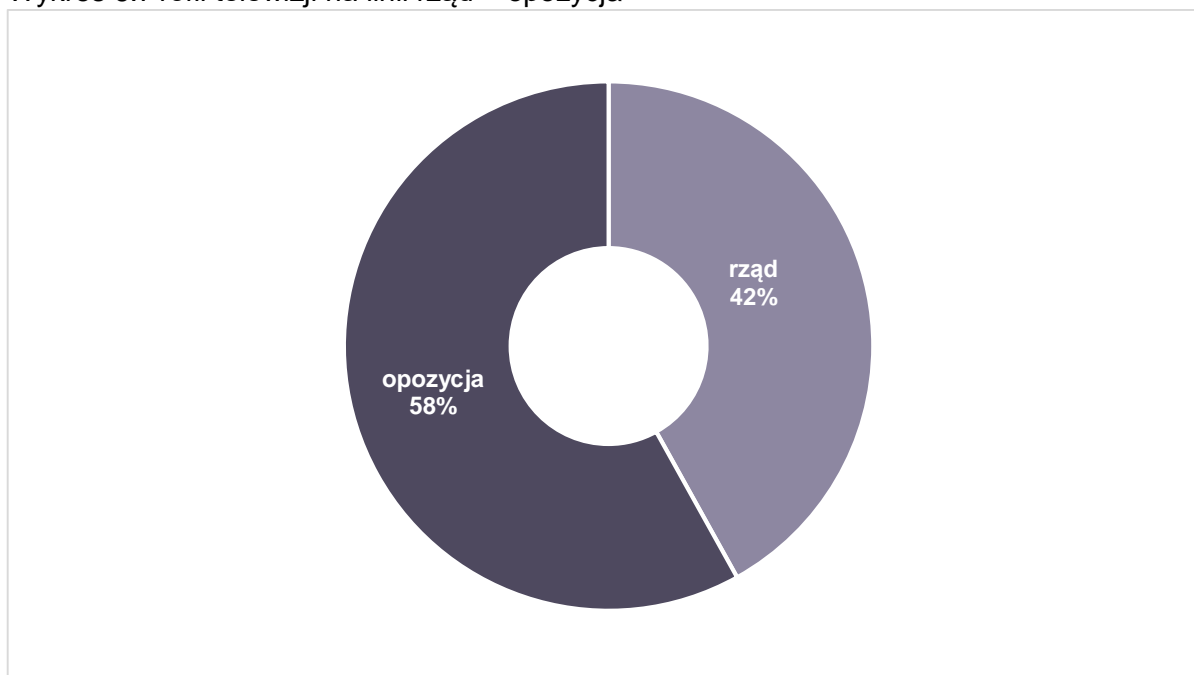
Telewizyjny segment rynku medialnego w Polsce jest przede wszystkim prawicowy (46%), profil lewicowo-liberalny traci blisko 10 p.p., natomiast orientacja centrowa zajmuje tylko 18% przekazu (wykres 5).

Wykres 5. Profil ideologiczny telewizji



Jednocześnie jest to segment polskiej infosfery, w którym stosunkowo najbliżej do równowagi pomiędzy rządem a opozycją, choć i tu różnica na korzyść partii opozycyjnych wynosi 16 p.p. (wykres 6).

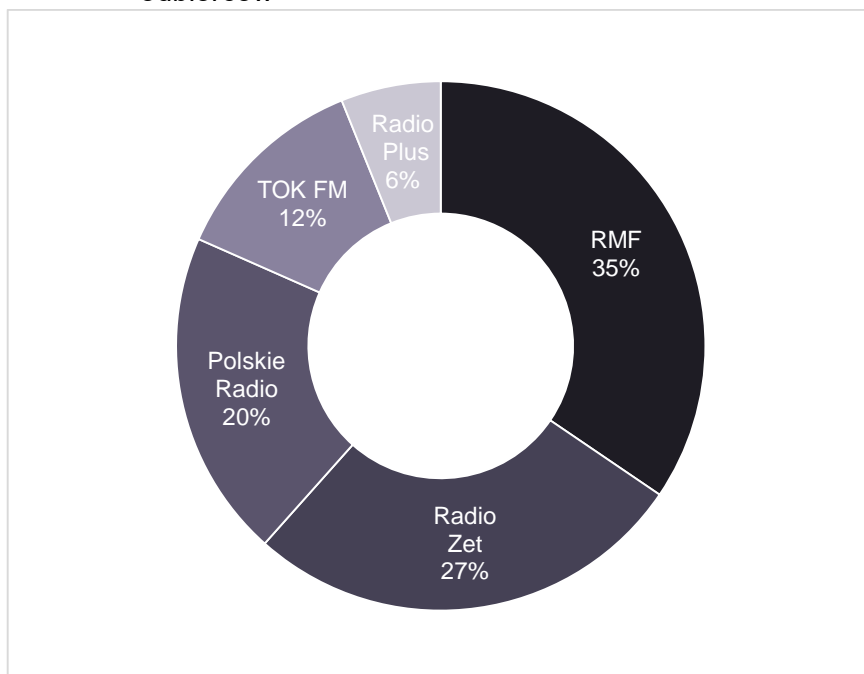
Wykres 6. Profil telewizji na linii rząd – opozycja



RADIO

W odróżnieniu od telewizji, w której największym nadawcą jest publiczna TVP, w segmencie radiowym dwa największe podmioty są prywatne (RMF FM i Radio Zet) i łącznie obejmują ponad 60% rynku. Nadawca publiczny w tym segmencie zajmuje tylko jedną piątą uwagi (wykres 7).

Wykres 7. Zasięg nadawców radiowych – udział w ogólnej uwadze odbiorców



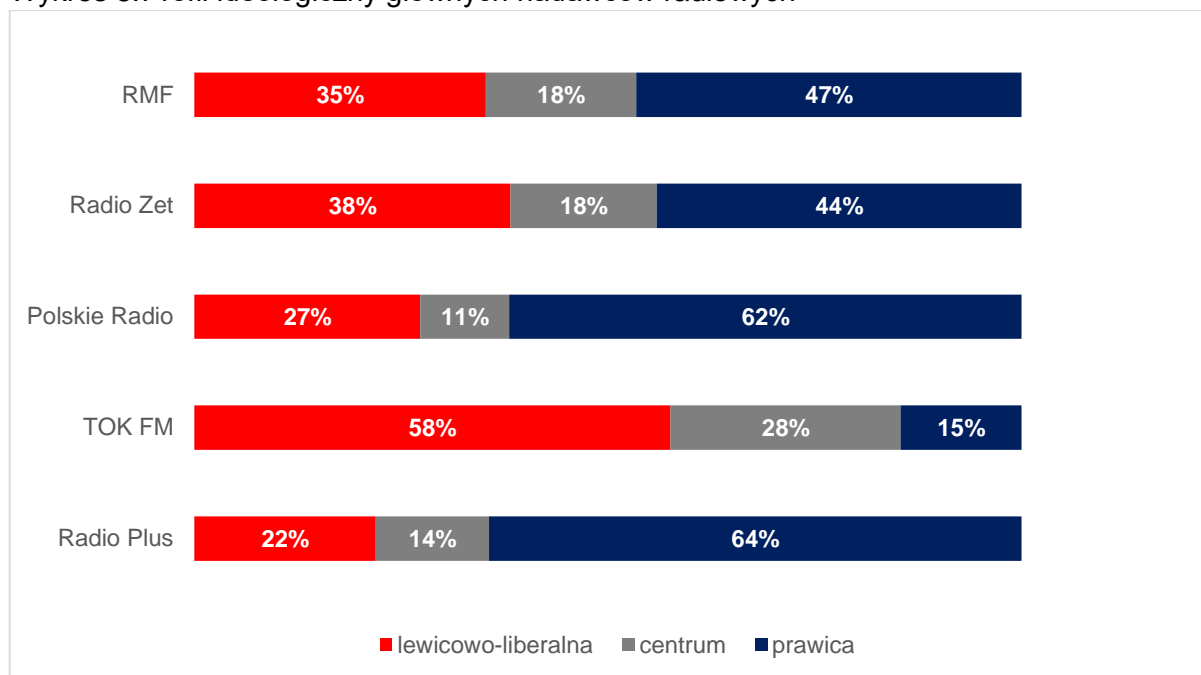
PRÓBA

W badanym okresie monitoringowi poddano w sumie 10 audycji publicystycznych (wykres 9), obejmujących 928 pojedynczych obecności. Powyższa suma indywidualnych obecności została zrealizowana przez 238 gości.

Rozgłośnie radiowe ze względu na ich profil można pogrupować na następujące segmenty:

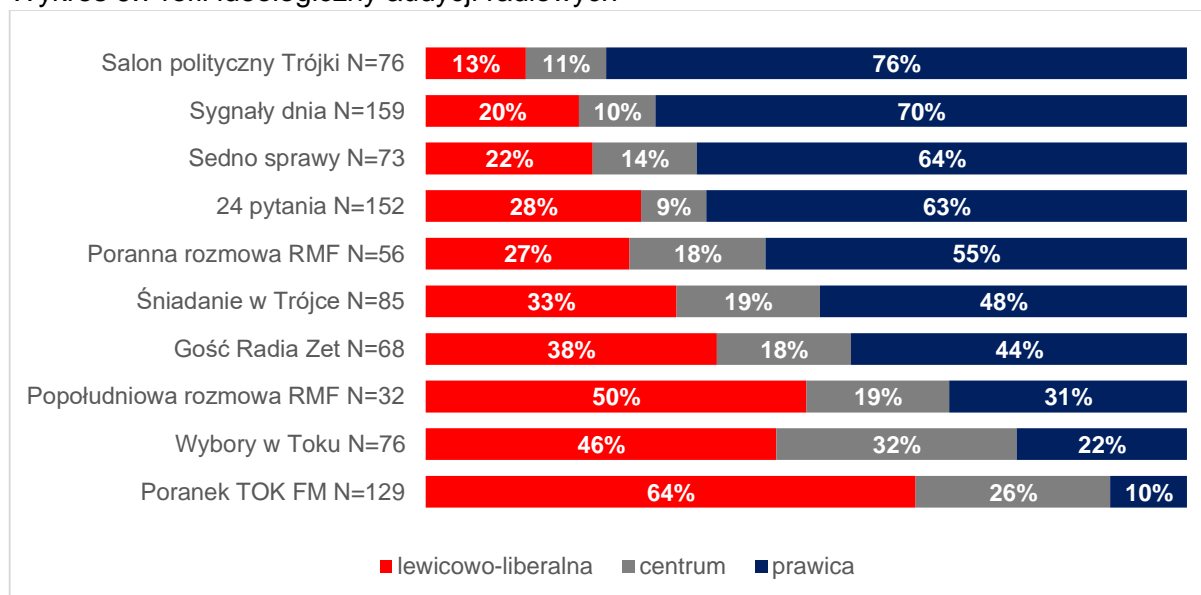
- dwa największe podmioty komercyjne, w których wprawdzie dominuje perspektywa prawicowa, ale formacje lewicowe i centrowe razem mają większe udziały (w sumie zasięg 62%);
- zdecydowanie prawicowe radio publiczne oraz Plus (w sumie zasięg 26%);
- zdecydowanie lewicowo-liberalne TOK FM (zasięg 12%) (wykres 8).

Wykres 8. Profil ideologiczny głównych nadawców radiowych



Posortowano wg zasięgu

Wykres 9. Profil ideologiczny audycji radiowych



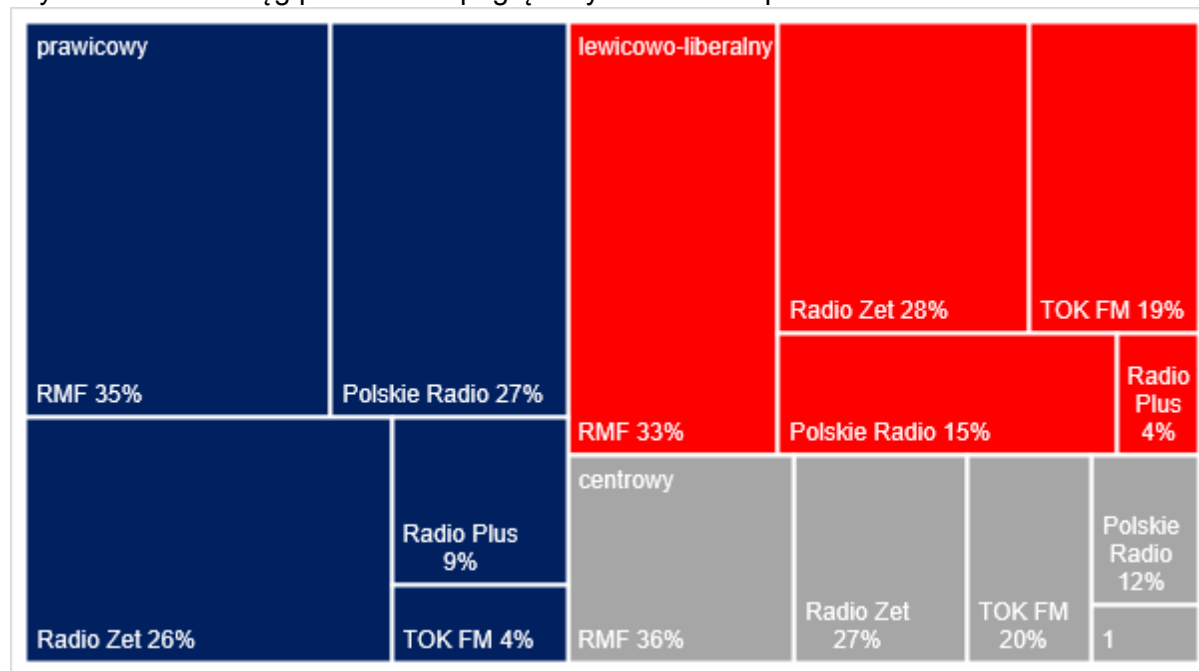
Politykiem, który w analizowanym okresie najczęściej udzielał wywiadów w audycjach radiowych, był Marek Sawicki reprezentujący polityczne centrum, z czego najwięcej z jego 23 wizyt miało miejsce w Polskim Radiu (tabela 3).

Tabela 3. TOP 20 obecności polityków w radiu w analizowanym okresie

Osoba	Formacja	PR	TOK	RMF FM	Plus	Zet	Ogółem
Marek Sawicki	centrum	16	4	1	1	1	23
Marcin Przydacz	prawica	10		4		3	17
Bartosz Machalica	lewicowo-liberalna	16					16
Krzysztof Sobolewski	prawica	13			2		15
Grzegorz Schetyna	lewicowo-liberalna	6	2	4	1	2	15
Arkadiusz Mularczyk	prawica	13		1			14
Jarosław Sellin	prawica	14					14
Radosław Fogiel	prawica	10		2		1	13
Piotr Zgorzelski	centrum	3	3	1	2	3	12
Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna	7	2	1	1	1	12
Wojciech Skurkiewicz	prawica	11			1		12
Paweł Jabłoński	prawica	8		2	1		11
Rafał Bochenek	prawica	8			2	1	11
Marcin Kierwiński	lewicowo-liberalna	6	3			2	11
Anna Maria Żukowska	lewicowo-liberalna	2	4	2	1	1	10
Szymon Szynkowski vel Sęk	prawica	7			2	1	10
Maciej Gdula	lewicowo-liberalna	4	5	1			10
Paulina Hennig-Kloska	centrum	1	4	4		1	10
Katarzyna Lubnauer	lewicowo-liberalna	5	4		1		10
Włodzimierz Czarzasty	lewicowo-liberalna	2	2	3		3	10

Dominacja RMF FM na rynku radiowym jest tak duża, że nadawca ten buduje w największym stopniu zasięg każdego z trzech profili ideologicznych. Różnice pojawiają się w drugim szeregu. W profilu prawicowym ważny jest wpływ Polskiego Radia, natomiast w lewicowo-liberalnym i centrowym – Radia Zet i TOK FM (wykres 10).

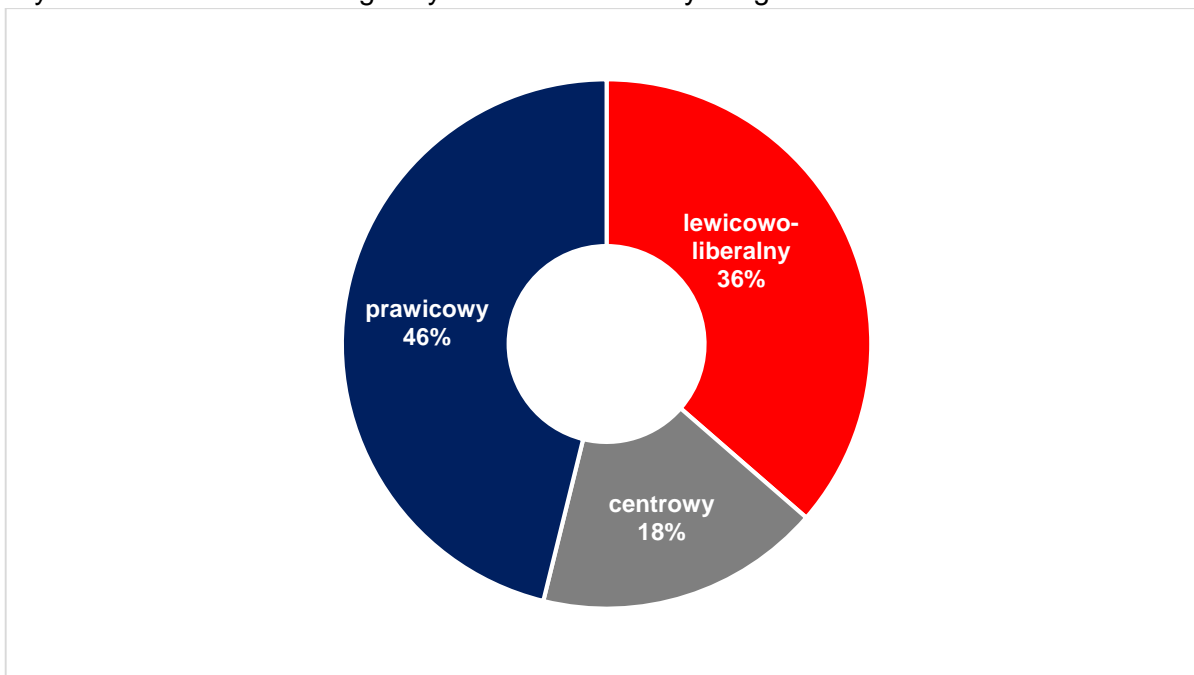
Wykres 10. Zasięg profili światopoglądowych w radiu z podziałem na nadawców



1 – Radio Plus 5%

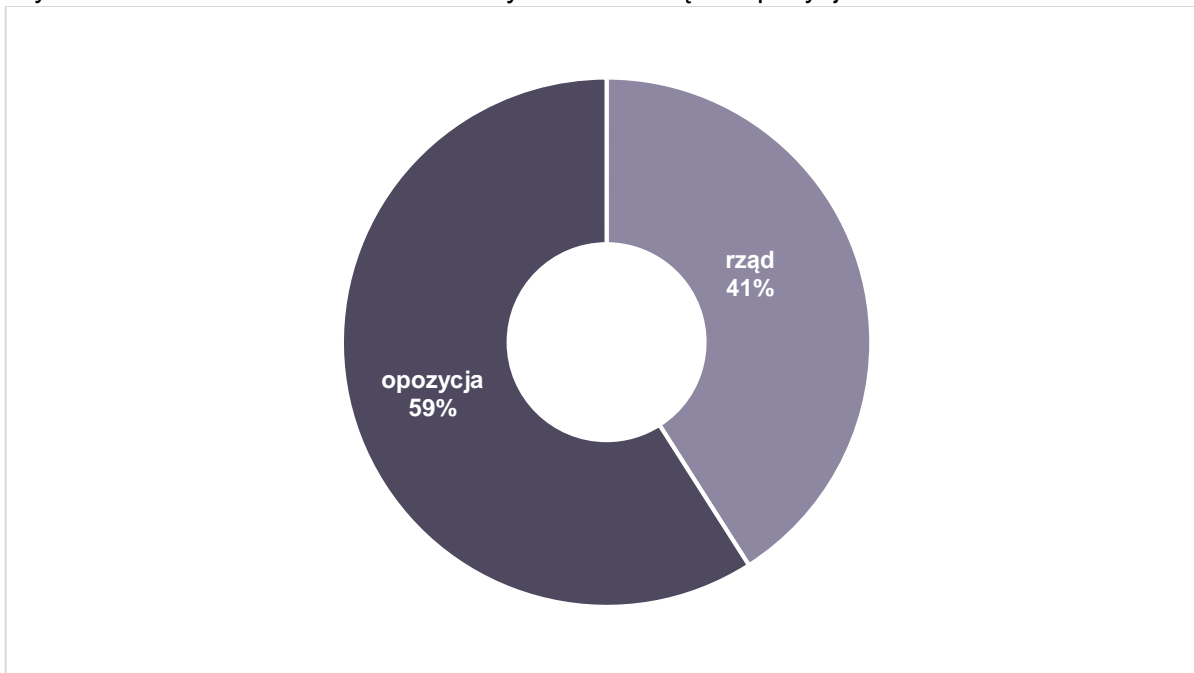
Wydawałoby się, że ze względu na różnice w strukturze segmentów telewizyjnego i radiowego (pod względem liczby nadawców i typów właścicielskich, rozproszenia geograficznego itp.) będą się one różnić, gdy chodzi o dominujące profile światopoglądowe. Tymczasem analiza ujawnia dokładnie taki sam rozkład dostępu wyróżnionych środowisk politycznych. Być może należy traktować to jako efekt podlegania tych dwóch typów mediów regulacjom takich instytucji, jak np. KRRiT, a co za tym idzie – zachowywania pewnej równowagi na poziomie *gate keeping* odzwierciedlającej w dużym stopniu kształt sceny politycznej (zob. Piechocka, Królicka i Sojak 2018) (wykres 11).

Wykres 11. Profil ideologiczny nadawców radiowych ogółem



W świetle powyższych uwag, nie dziwi, że profil segmentu radiowego polskiego rynku medialnego w podziale na rząd i opozycję bliźniaczo przypomina proporcje ustalone dla segmentu telewizyjnego. Różnica jest drobna – w przypadku radia przedstawiciele opozycji mają przewagę nad rządem o 18 p.p. (o 2 p.p. więcej niż w przypadku telewizji) (wykres 12).

Wykres 12. Profil nadawców radiowych na linii rząd – opozycja



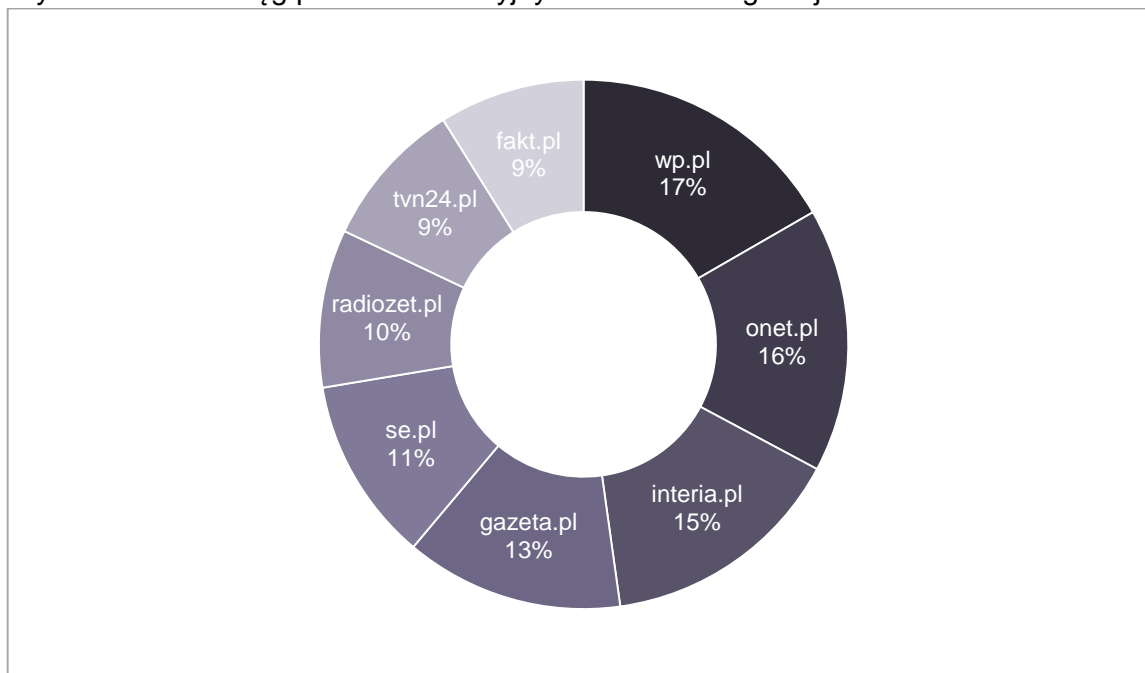
PORTALE INTERNETOWE

W badanym okresie monitoringowi poddano osiem portali w internetowym segmencie polskiego rynku medialnego. Trzy z nich to „suwerenne” portale, natomiast kolejnych pięć to serwisy informacyjne wyrosłe z tradycyjnych mediów: prasy (gazeta.pl, se.pl, fakt.pl), telewizji (tvn24.pl) oraz radia (radiozet.pl). Można dodać, że również interia.pl w początkach istnienia była silnie związana z głównym nadawcą radiowym (RMF FM), a obecnie jest powiązana kapitałowo i częściowo redakcyjnie z Polsatem. Niemniej charakter portali oraz profil ich odbiorców sprawia, że są one niejako systemowo zmuszane do uzyskiwania pewnej autonomii od mediów macierzystych, jeżeli takie występują (wykres 13).

PRÓBA

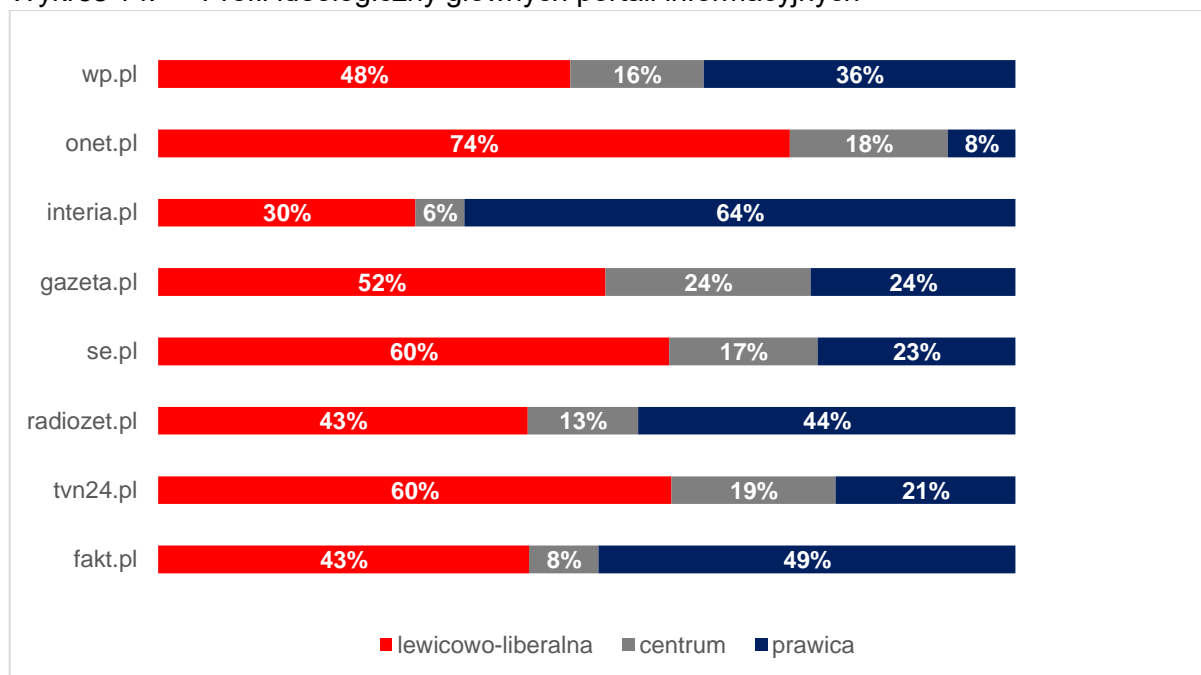
Analiza obejmuje
861 pojedynczych obecności.
Powyższa suma
indywidualnych obecności
została zrealizowana przez
230 polityków goszczących
na podstronach portali.

Wykres 13. Zasięg portali informacyjnych – udział w ogólnej uwadze odbiorców



W analizowanym zestawie portali informacyjnych występuje tylko jeden zdecydowanie prawicowy (interia.pl) i dwa zbalansowane (radiozet.pl i fakt.pl). Wszystkie pozostałe w większym (tvn24.pl) lub mniejszym (fakt.pl) stopniu są lewicowo-liberalne (wykres 14).

Wykres 14. Profil ideologiczny głównych portali informacyjnych



Posortowano wg zasięgu

Warto zwrócić uwagę, że dwa zbalansowane portale są internetowymi odpowiednikami mediów tradycyjnych. Jest to czynnik sprzyjający zapewne równowadze, ale daleki od jej zagwarantowania. Ciekawy przykład strategii pozycjonowania medialnego ujawnia bowiem portal se.pl, który w naszym zestawieniu uzyskał profil wyraźnie lewicowy (60%), tymczasem papierowe wydanie Super Expressu charakteryzuje się przechyłem w prawą stronę w niemal dokładnie takich samych proporcjach (61%) (wykres 20). Traktujemy te dane jako świadectwo wyraźnej dywersyfikacji strategii rynkowych oraz pośrednie potwierdzenie wyniku określającego przestrzeń internetową jako wyraźnie zdominowaną przez profil lewicowo-liberalny.

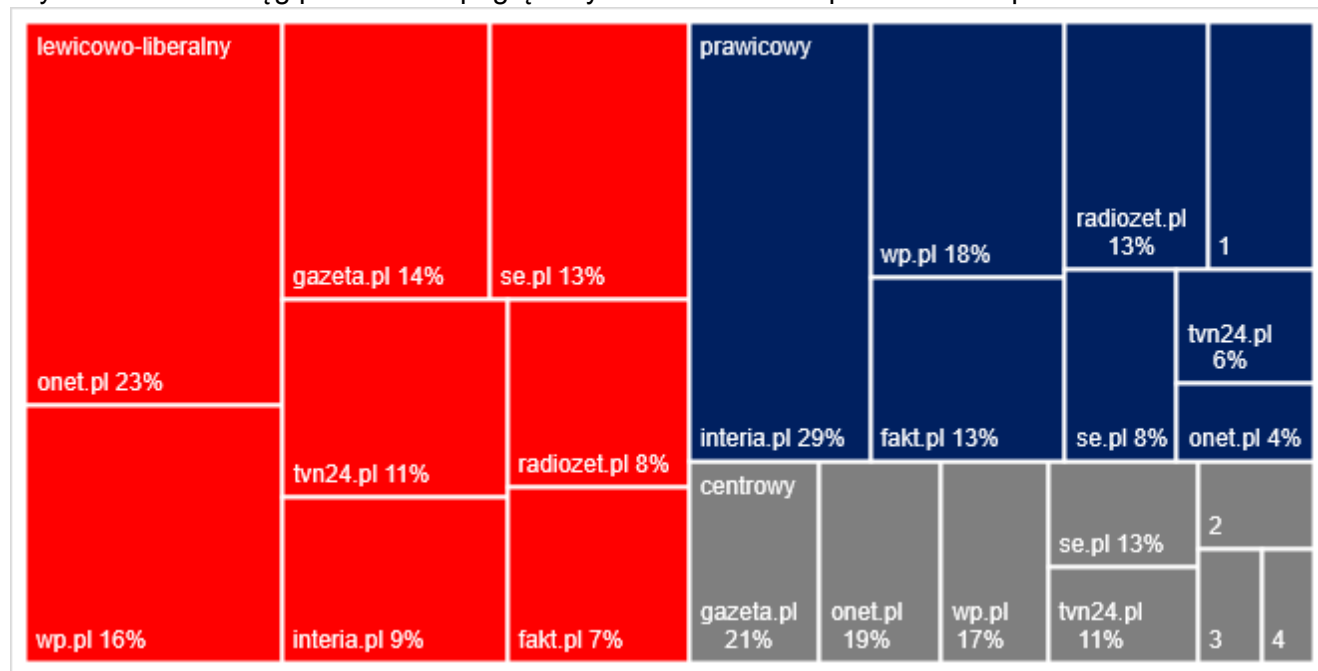
Najaktywniejszym politykiem na portalach jest Krzysztof Gawkowski, reprezentujący światopogląd lewicowo-liberalny, a kolejne dwa miejsca w rankingu zajmują politycy centrum (tabela 4).

Tabela 4. TOP 20 obecności polityków na portalach w analizowanym okresie

Osoba	Formacja	tvn24.pl	interia.pl	radiozet.pl	wp.pl	onet.pl	se.pl	gazeta.pl	fakt.pl	Ogółem
Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna	8	1	3	4	1	4	1		22
Piotr Zgorzelski	centrum	8		3	2	4	3	1		21
Władysław Kosiniak-Kamysz	centrum	7	4		1	2			2	16
Marek Sawicki	centrum	5	2	3	2		3	1		16
Artur Soboń	prawica	9		1	3		2		1	16
Katarzyna Lubnauer	lewicowo-liberalna	5		3	2	2	1	2		15
Michał Kamiński	centrum	11		1		2				14
Robert Biedroń	lewicowo-liberalna	3		1	2	4	3	1		14
Cezary Tomczyk	lewicowo-liberalna	9			2	1		1		13
Barbara Nowacka	lewicowo-liberalna	7		2		3	1			13
Marcin Przydacz	prawica	6	2	3					2	13
Szymon Hołownia	centrum	9		1	1		1			12
Tomasz Trela	lewicowo-liberalna	6		2		2	2			12
Paweł Kowal	lewicowo-liberalna	8			2		1	1		12
Tomasz Siemoniak	lewicowo-liberalna	6		1		3		1	1	12
Dariusz Joński	lewicowo-liberalna	4	4		1	2			1	12
Grzegorz Schetyna	lewicowo-liberalna	5		2	1	2	1			11
Jacek Ozdoba	prawica			4	4	1	1	1		11
Joanna Kluzik-Rostkowska	lewicowo-liberalna	6		1		1		2		10
Paulina Hennig-Kłoska	centrum	4		1	3		1	1		10
Bronisław Komorowski	lewicowo-liberalna	4		2					4	10
Marcin Kierwiński	lewicowo-liberalna	3		1	3		3			10
Włodzimierz Czarzasty	lewicowo-liberalna	5	1	2		2				10

O lewicowo-liberalnym charakterze polskiego Internetu decyduje w największym stopniu onet.pl, wp.pl i gazeta.pl, światopogląd prawicowy reprezentowany jest najbardziej przez interia.pl i wp.pl, a centrowy przez gazeta.pl (wykres 15).

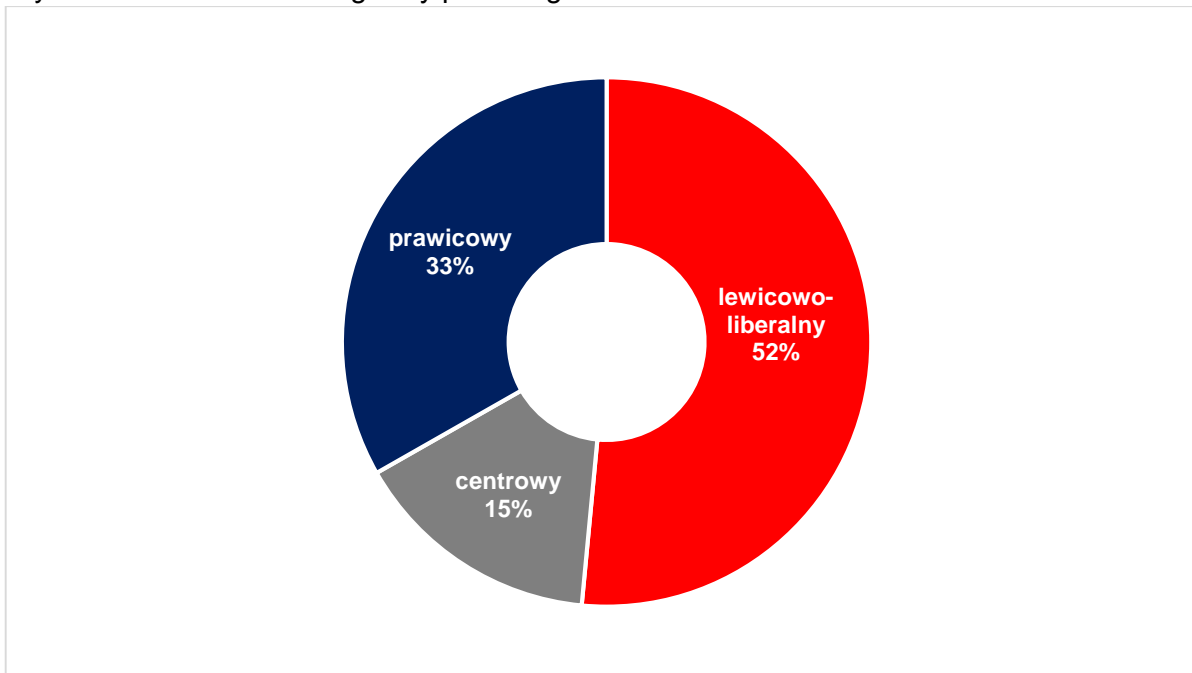
Wykres 15. Zasięg profili światopoglądowych w Internecie z podziałem na portale



1 – gazeta.pl 10%; 2 – radiozet.pl 8%; 3 – interia.pl 6%; 4 – fakt.pl 5%

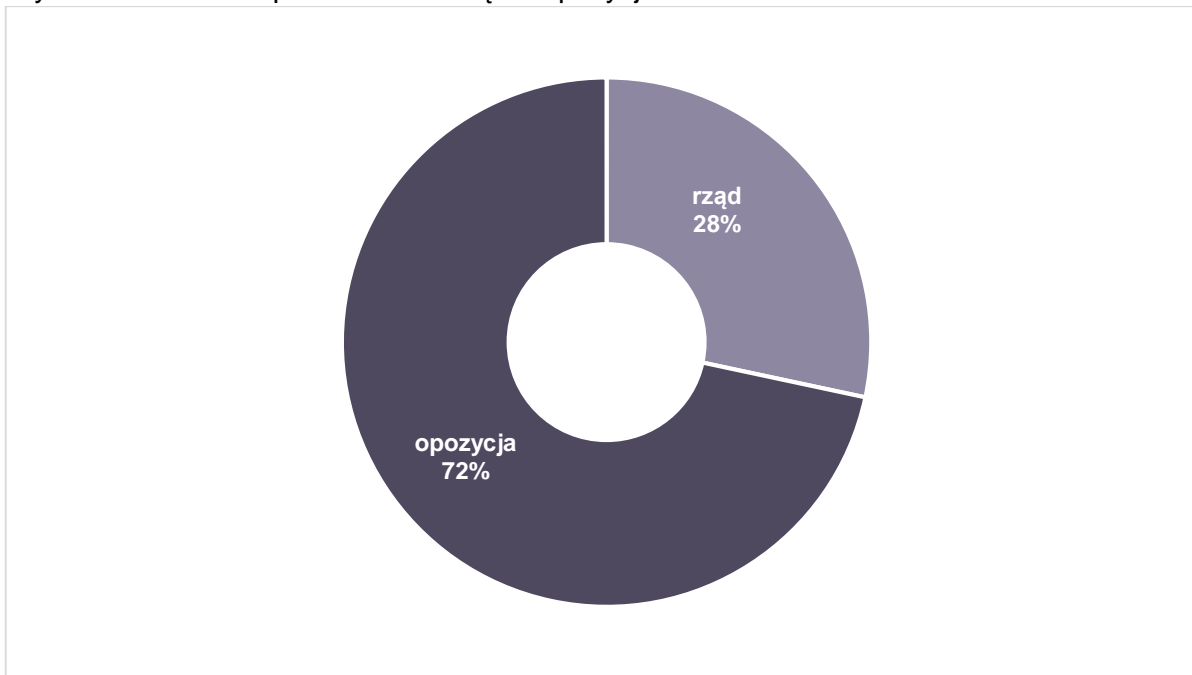
Sfera internetowa to jedyny typ mediów, w którym udział jednego światopoglądu, w tym przypadku lewicowo-liberalnego, przekracza połowę, dominując tym samym nad pozostałymi. Warto dodać, że chodzi o typ medium, który ma największy (40%) udział w kształtowaniu obrazu całej infosfery (wykres 16).

Wykres 16. Profil ideologiczny portali ogółem



Powyższa struktura światopoglądowo-ideologiczna wyraźnie koreluje ze zdecydowaną przewagą opozycji w przestrzeni internetowej (wykres 17). Jest to jedyny segment rynku medialnego w Polsce, w którym reprezentacja rządzących nie przekracza jednej trzeciej.

Wykres 17. Profil portali na linii rząd – opozycja



Profile ideowe portali na podstawie autoidentyfikacji użytkowników

Przeprowadzona dotąd analiza sugeruje, że portale internetowe stanowią najbardziej niezrównoważony pod względem światopoglądowo-ideologicznym segment polskiego rynku medialnego. Jedyne, w którym opcja lewicowa zajmuje ponad 50% ekspozycji oraz jedyne, w którym rządzący są reprezentowani poniżej 30%.

Warto w związku z tym pokusić się o dodatkową analizę, przeprowadzoną w oparciu o autoidentyfikacje ideologiczne użytkowników Internetu oraz ich zarejestrowane praktyki używania portali informacyjnych (tabela 5).

Tabela 5. Profil ideologiczny portali internetowych

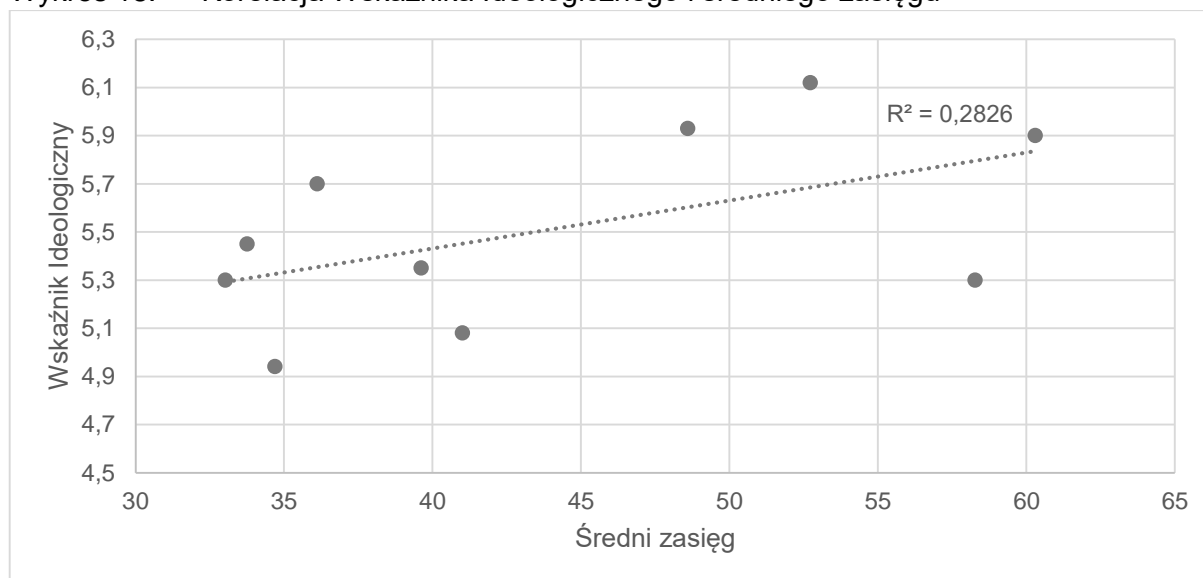
URL	Indeks Ideologiczny	maj.23	kwi.23	mar.23	lut.23	sty.23	gru.22	lis.22	Średnia
interia.pl	6,12	53,79	52,6	53,37	50,34	52,97	52,92	53,03	52,72
gazeta.pl	5,93	46,08	46,68	49,22	50,05	50,21	49,66	48,2	48,59
wp.pl	5,9	58,68	58,59	60,89	59,79	61,45	61,66	61,04	60,3
radiozet.pl	5,7	37,92	33,93	37,01	36,83	34,92	N/A	N/A	36,12
fakt.pl	5,45	35,46	31,24	33,55	34,77	N/A	N/A	N/A	33,76
se.pl	5,35	38,17	39,07	37,9	38,14	40,96	42	41,09	39,62
tvn24.pl	5,3	32,04	N/A	N/A	N/A	33,43	33,73	32,86	33,02
onet.pl	5,3	57,73	56,65	58,4	57,64	59,16	58,76	59,57	58,27

Badanie uwzględnia strony internetowe skoncentrowane na wiadomościach oraz publicystyce, które znalazły się w czołówce najczęściej odwiedzanych stron w danym miesiącu. Strony te mają zasięg od 30 do 60 procent, co pozwala potraktować je jako obraz głównego nurtu w mediach internetowych w Polsce.

Wartości wskaźnika ideologicznego sugerują, że ów główny nurt jest bardzo blisko centrum (wskaźnik opisany jest na skali od 1 – skrajna lewica do 10 – skrajna prawica). Przeciętna wartość wskaźnika dla ponad 191 domen medialnych w Polsce wynosi 5,97. Wartość zaobserwowana w podzbiorze objętym badaniem wynosi 5,5. Różnica między tymi wartościami jest istotna statystycznie na poziomie istotności 0,05. Może to sugerować, że dominujące media informacyjne w polskiej przestrzeni internetowej są bliższe ideologicznemu centrum niż ogół mediów w Polsce. Wciąż jednak zarówno jeden, jak i drugi zbiór wskazuje na dominację orientacji centrowej.

Postanowiono sprawdzić, czy wartość wskaźnika ideologicznego przekłada się na zmiany w wynikach zasięgu. Przeprowadzono w związku z tym test z użyciem wskaźnika R Pearsona. Obliczono współczynnik korelacji pomiędzy wartością wskaźnika ideologicznego a średnim zasięgiem z czasu prowadzenia badania (wykres 18).

Wykres 18. Korelacja Wskaźnika Ideologicznego i średniego zasięgu



Otrzymano wartość współczynnika R Pearsona równą 0,53. Sugeruje to, że istnieje pozytywna korelacja pomiędzy wartością wskaźnika ideologicznego a zasięgami. Innymi słowy, im bardziej prawicowe jest dane źródło, tym wyższy jego przewidywany zasięg. Wynik ten jednak nie jest istotny statystycznie (wartość $p = 0,11$). Co więcej, analizę przeprowadzono na wąskim wycinku mediów z głównego nurtu, co nie pozwala ekstrapolować tej korelacji na całe spektrum ideologiczne.

W wyniku badania przeprowadzonego powyższą metodą nie widzimy podstaw do stwierdzenia, aby media prawicowe bądź lewicowe przeważały w obszarze mediów internetowych. W związku z tym, można przyjąć hipotezę, że w kontekście mediów internetowych w Polsce wiodącą rolę odgrywają media centrowe.

Taki wynik stoi w sprzeczności z ustaleniami uzyskanymi przy użyciu metody bazującej na dostępie przedstawicieli poszczególnych obozów polityczno-światopoglądowych do portali internetowych. Nasuwają się przynajmniej dwa możliwe wyjaśnienia takiej sytuacji. Po pierwsze, błędne może być wyjściowe założenie homofilii, a internauci o prawicowych poglądach, np. w trybie krytycznym, okazują się śledzić portale lewicowe. Sugeruje to chociażby pozycja portalu gazeta.pl, jako drugiego najbardziej prawicowego. Po drugie, wynik może być efektem błędnych (auto)identyfikacji ideologicznych internautów. Jak wskazywaliśmy we wstępie, pewne tradycyjne linie podziałów na prawicę i lewicę straciły w Polsce na znaczeniu.

PRASA

Krajobraz polskiej prasy jest zdominowany przez dwa tabloidy, których łączny zasięg wynosi 51% (wykres 19).

Wykres 19. Zasięg tygodników prasowych i magazynowych wydań dzienników prasowych – udział w ogólnej uwadze odbiorców

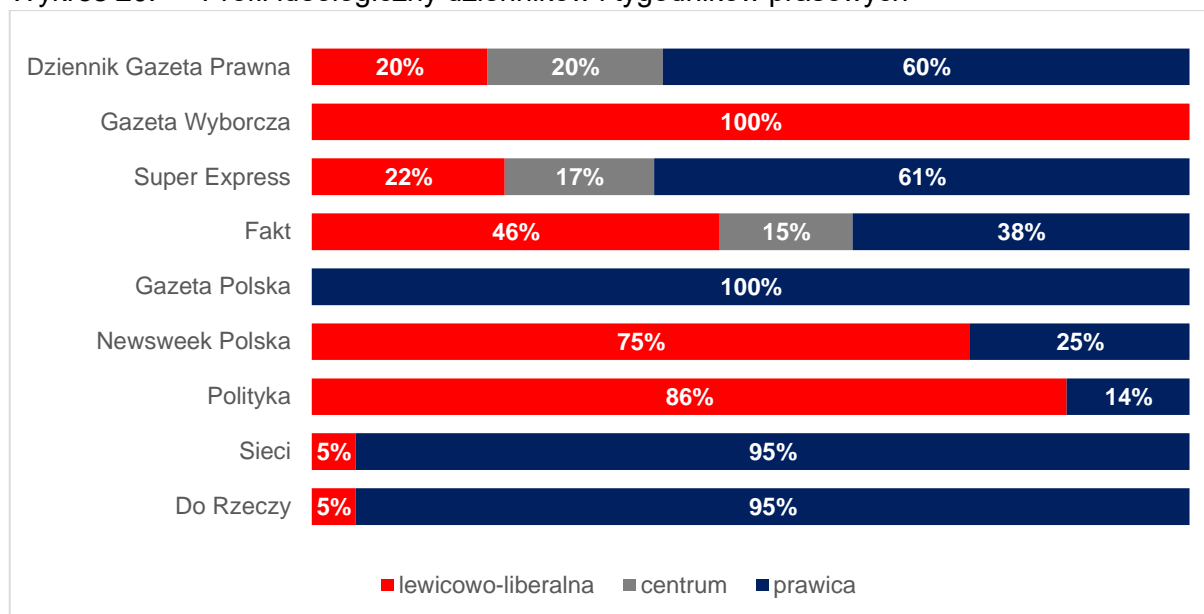


PRÓBA

W badanym okresie monitoringowi poddano 9 tytułów, w tym 4 dzienniki prasowe (ich tzw. wydania magazynowe) oraz 5 tygodników opinii, obejmujących 137 wydań i 168 pojedynczych obecności. Powyższa suma indywidualnych obecności została zrealizowana przez 109 gości.

Na podstawie czteromiesięcznego monitoringu możemy stwierdzić, że prasa jest najbardziej spolaryzowanym typem mediów w Polsce. Niemal wszystkie z tytułów są albo bardzo jednoznacznie prawicowe, albo lewicowo-liberalne (wykres 20). Warto w tym miejscu przypomnieć, że profile zostały sporządzone na podstawie obecności polityków na łamach tych mediów w formie wywiadów lub felietonów pisanych przez polityków dla danego tytułu.

Wykres 20. Profil ideologiczny dzienników i tygodników prasowych



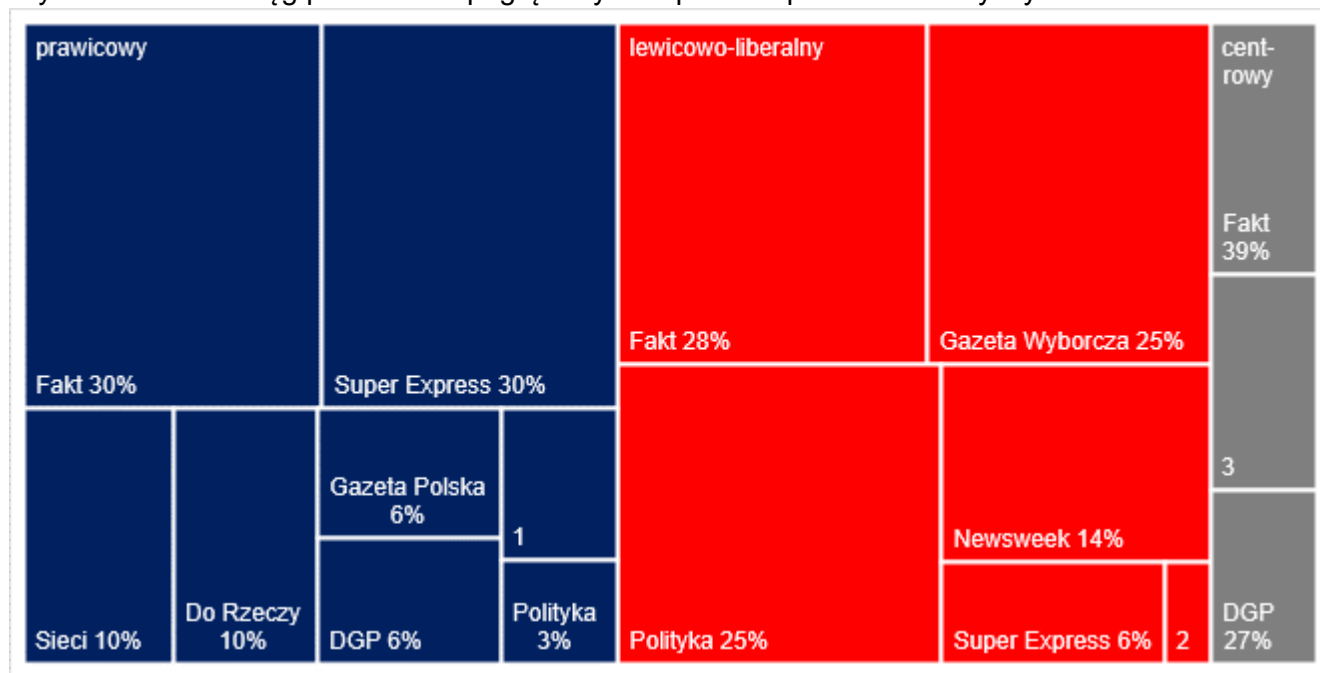
Tylko w segmencie prasy zdarzają się tytuły (Gazeta Wyborcza, Gazeta Polska), które w badanym okresie udostępniły swoje łamy (w trybie wywiadów bądź zamawianych felietonów) politykom jednej opcji światopoglądowo-politycznej. Dwóm innym tytułom (Sieci, Do Rzeczy) do takiej sytuacji zabrakło zaledwie 5%. Warto też zauważyć, że dwa największe tygodniki opinii (Polityka i Newsweek Polska) notują nierównowagę na korzyść opcji lewicowo-liberalnej na poziomie powyżej 70%. Można zaryzykować w tym kontekście tezę, że obecność polityków prawicy na ich łamach jest niemal wyłącznie efektem sprawowania przez nich urzędów i stanowisk państwowych i po ewentualnej zmianie układu rządowego i te tytuły osiągnęłyby poziom niemal pełnej dominacji przez jeden profil.

Czołówkę obecności polityków w prasie stanowią trzej felietoniści Gazety Polskiej, którzy jednocześnie prowadzą działalność polityczną (tabela 6).

Tabela 6. TOP 20 obecności polityków w prasie w analizowanym okresie

Osoba	Formacja	Sieci	Polityka	Dziennik	Super Express	Do Rzeczy	Gazeta Polska	Fakt	Gazeta Wyborcza	Ogółem
Marek Jurek	prawica					12				12
Ryszard Czarnecki	prawica	1				1	8	1		11
Joanna Lichočka	prawica						7			7
Artur Soboń	prawica	1					2			3
Sławomir Mentzen	prawica	1		1		1				3
Radosław Sikorski	lewicowo-liberalna		3							3
Marek Borowski	lewicowo-liberalna		2						1	3
Jarosław Kaczyński	prawica	1					1			2
Piotr Gliński	prawica	1					1			2
Szymon Hołownia	centrum			1	1					2
Waldemar Buda	prawica			2						2
Grzegorz Puda	prawica	1			1					2
Andrzej Duda	prawica	1					1			2
Anna Moskwa	prawica	1			1					2
Marek Sawicki	centrum				1			1		2
Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna							2		2
Michał Jach	prawica							2		2
Władysław Kosiniak-Kamysz	centrum				1			1		2
Grzegorz Napieralski	lewicowo-liberalna							1		1
Paweł Szefernaker	prawica	1								1

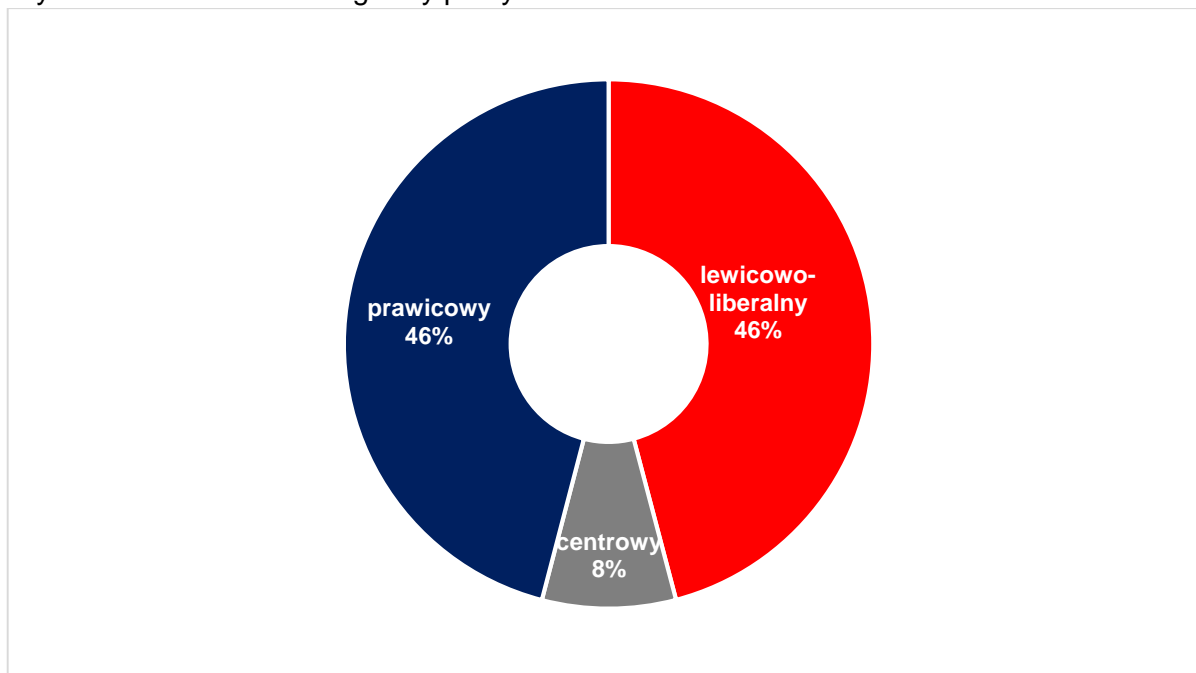
Wykres 21. Zasięg profili światopoglądowych w prasie z podziałem na tytuły



1 – Newsweek Polska 5%; 2 – DGP 1%; 3 – Super Express 34%

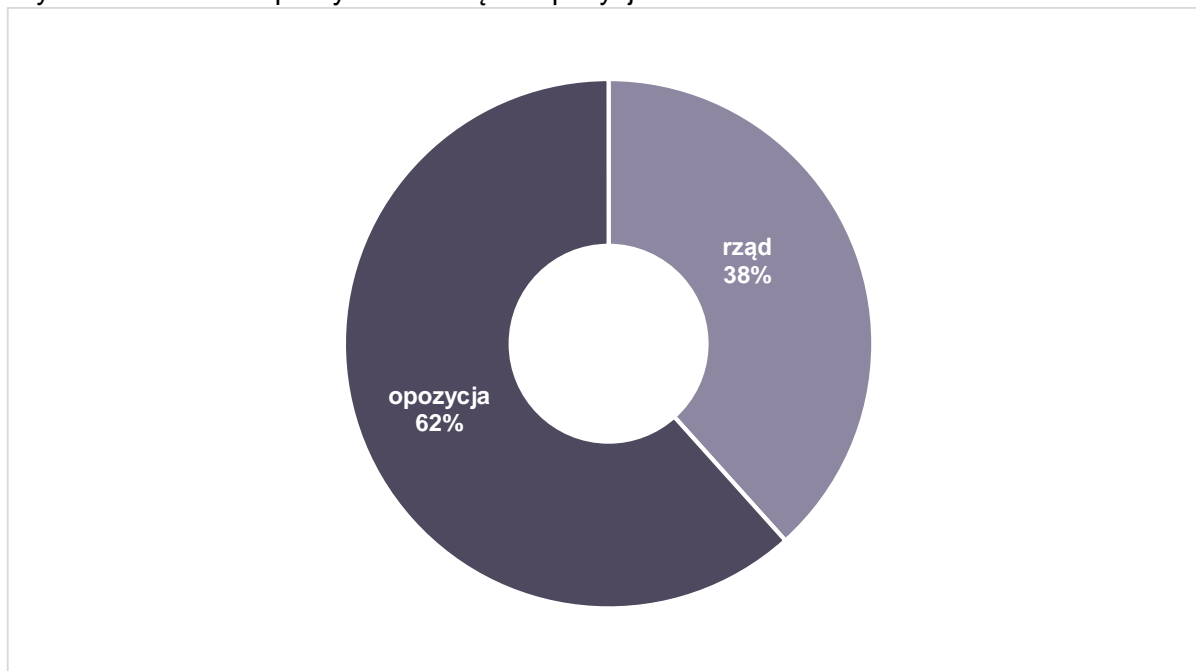
Prasa w Polsce jest niemal równo podzielona między światopoglądy prawicowe i lewicowo-liberalne (po 46%), z niewielkim marginesem dla centrum (8%) (wykres 22). Być może ta polaryzacja wynika z faktu, iż prasa jest medium schodzącym – walka o czytelnika wymaga jednoznacznego pozycjonowania i toczy się *de facto* w ramach światopoglądowych nisz. Taką hipotezę zdaje się pośrednio potwierdzać profil największego gracza na rynku prasowym – tabloidu Fakt. Jest on jedynym stosunkowo najbardziej zbliżonym do modelu zrównoważonej polaryzacji (tylko 8 p.p. przewagi profilu lewicowego nad prawicowym). Można to interpretować w ten sposób, że tylko największy gracz (31%) segmentu prasy może pozwolić sobie na szerokie profilowanie przekazu.

Wykres 22. Profil ideologiczny prasy



Zrównoważenie ideologiczne nie przekłada się na równowagę na linii rząd – opozycja, także w segmencie prasowym wyraźną przewagę (24 p.p.) ma ta ostatnia (wykres 23).

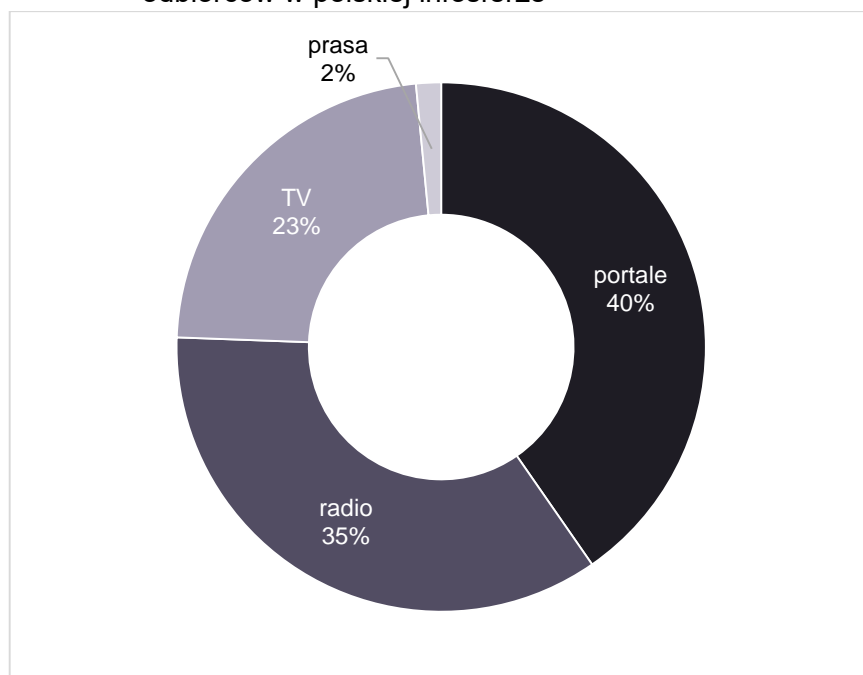
Wykres 23. Profil prasy na linii rząd – opozycja



KTO MA PRZEWAGĘ W POLSKIM DYSKURSIE MEDIALNYM?

W polskiej infosferze największy zasięg mają portale internetowe, którym o kilka p.p. ustępuje radio. Niemal o połowę mniejszy zasięg niż portale internetowe ma natomiast telewizja. Zasięg prasy można uznać za minimalny (wykres 24). Poniższy podział traktujemy jako jedno ze świadectw stopniowej utraty znaczenia przez prasę i telewizję. W kolejnych latach spodziewamy się pogłębienia tego trendu.

Wykres 24. Zasięg typów mediów – udział w ogólnej uwadze odbiorców w polskiej infosferze

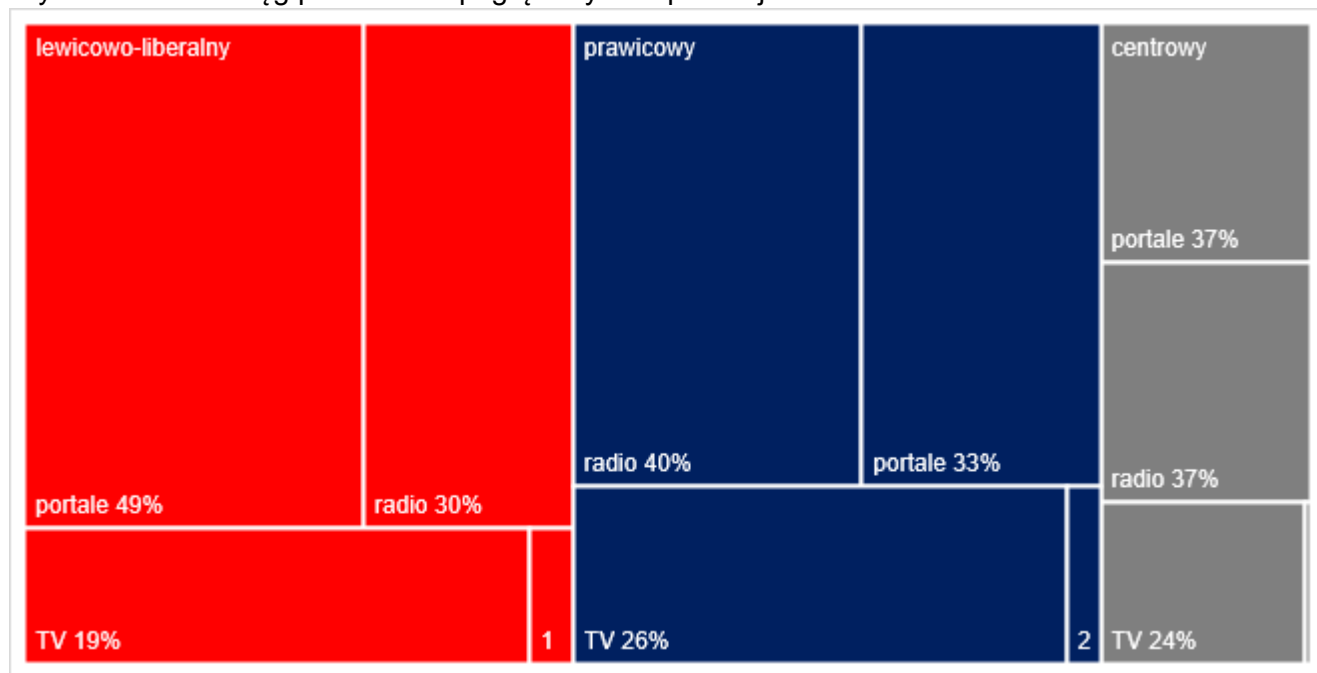


Przy niewielkiej różnicy pomiędzy zasięgiem światopoglądu lewicowo-liberalnego i prawicowego w polskiej infosferze występuje znaczne zróżnicowanie udziału obu światopoglądów w poszczególnych typach mediów. Bardziej zrównoważony udział ma w nich natomiast profil centrowy (wykres 25).

PRÓBA

Mapowanie polskiej infosfery zostało wykonane na podstawie monitoringu obejmującego 47 brandów medialnych (audycji, portali, tytułów), obejmujących 4245 pojedynczych obecności. Powyższa suma indywidualnych obecności została zrealizowana przez 516 gości.

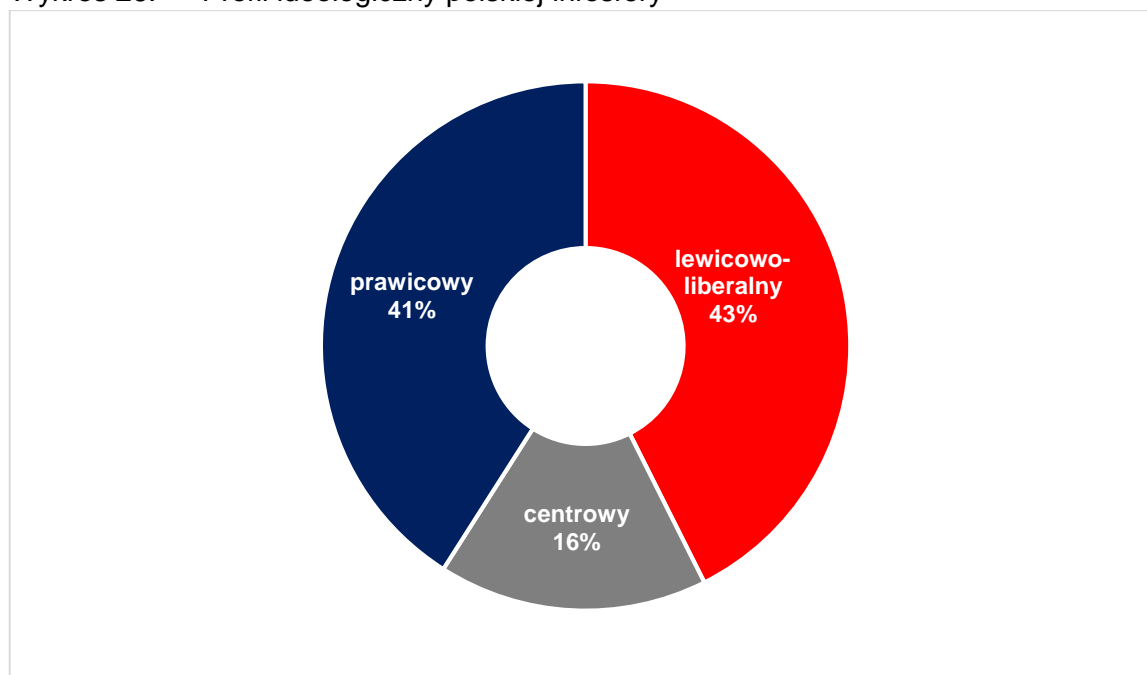
Wykres 25. Zasięg profili światopoglądowych w polskiej infosferze



1 – prasa 2%; 2 – prasa 2%

W świetle przeprowadzonej analizy **polską infosferę należy uznać za spolaryzowaną w zbalansowany sposób**. Różnica 2 p.p. pomiędzy profilem lewicowo-liberalnym i prawicowym nie uprawnia do stwierdzenia dominacji któregośkolwiek z nich. Oznacza to również, że **żadna z wyjściowych hipotez naszej analizy nie została zweryfikowana pozytywnie**. Najbliżej prawidłowego opisu polskiej infosfery była hipoteza H0, przy czym wbrew oczekiwaniom nie oznacza to dominacji profilu centrowego. Prócz innych czynników taki kształt infosfery należy najprawdopodobniej uznać za efekt silnej polaryzacji sceny politycznej (wykres 26).

Wykres 26. Profil ideologiczny polskiej infosfery



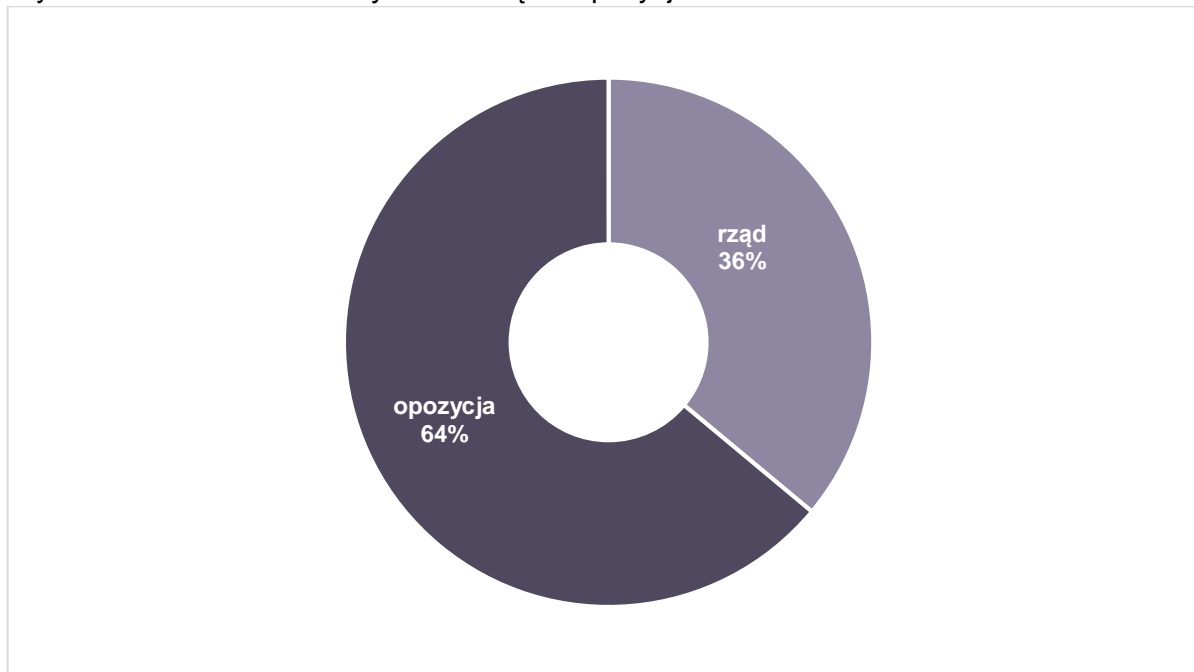
Dyskusję tych wyników należy rozpocząć od zwrócenia uwagi na pewne oczywiste, ale i zrozumiałe ograniczenia przyjętej metodologii. Operacjonalizacja profili ideologicznych poprzez obecność przedstawicieli konkretnych środowisk politycznych ma dość jasne zalety. Po pierwsze, afiliacje polityczne można łatwo ustalić i zweryfikować. Po drugie, dane są stosunkowo proste do uzyskania i agregowania. Po trzecie, koncentracja na obecności w audycjach publicystycznych (a nie na analizie serwisów informacyjnych na przykład) daje elementarną gwarancję możliwości prezentacji własnych (partyjnych, środowiskowych) poglądów przez zaproszonych gości. W kontekście tych zalet trzeba jednak wskazać na dwa ograniczenia.

Po pierwsze, bycie zaproszonym do audycji nie musi wcale oznaczać równych i niezależnych od reprezentowanego światopoglądu szans na zaprezentowanie własnego stanowiska. Sama obecność nie mówi nam nic na przykład na temat czasu antenowego, jaki mogli zagospodarować zaproszeni goście. Podobnie, nie mamy informacji, na ile postawa prowadzącego różnicuje możliwość swobodnego przedstawiania poglądów. Wreszcie ogólne nastawienie ideologiczne nadawcy może tworzyć swoistą – negatywną bądź pozytywną – ramę interpretacyjną dla słów i poglądów zapraszanych gości⁶. Tego aspektu funkcjonowania mediów opiniotwórczych nie da się, naszym zdaniem, uwzględnić bez pogłębionej analizy o charakterze jakościowym bądź badania opartego na zautomatyzowanych algorytmach. Jest to więc ograniczenie, o którym warto pamiętać, ale badanie całej polskiej infosfery uwzględniające ten wymiar musiałoby być przedmiotem zespołowego, wieloletniego wysiłku badawczego podjętego najprawdopodobniej we współpracy przez kilka ośrodków akademickich. Nie zmienia to jednak faktu, że **zapraszanie przedstawicieli konkretnych środowisk politycznych oraz ich gotowość do uczestniczenia w audycjach stanowi dobry wskaźnik strategii rynkowej i światopoglądowej poszczególnych nadawców.**

⁶ Zagadnienie to, jakkolwiek zauważane, nie stało się dotąd przedmiotem systematycznych analiz (zob. np. Sojak 2009). Dobrze ugruntowane teorie *gate-keeping* skupiają się raczej na selekcji informacji niż sposobie ich ramowania i interpretacji.

Po drugie jednak, operacjonalizacja profili światopoglądowych poprzez obecność sprawia, że ich reprezentacja staje się do pewnego stopnia funkcją liczebności poszczególnych środowisk politycznych. Tak wyjaśnić można chociażby słabą obecność profilu centrowego. Skoro jest on reprezentowany przez przedstawicieli dwóch zaledwie partii politycznych (jedna z nich ma właściwie charakter pozaparlamentarny), trudno oczekiwać, aby zgodnie z H0 był to profil dominujący. Ten efekt jest trudny do oszacowania. Ponieważ jednak **w przypadku konkretnych nadawców rejestrujemy bardzo wyraźne odchylenia na korzyść profili skrajnych, można więc uznać, iż efekt liczebności nie wpływa znacząco na proporcje między prawicą i lewicą.**

Wykres 27. Profil infosfery na linii rząd – opozycja



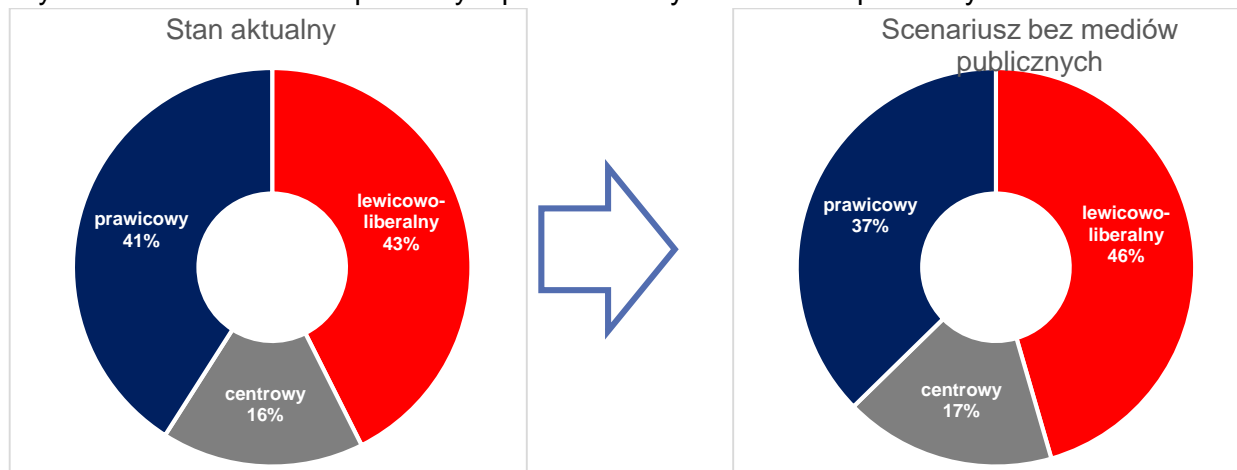
Warto zastanowić się też na możliwych scenariuszach zmiany sytuacji w polskiej przestrzeni medialnej. W tym celu trzeba zwrócić uwagę, że stan spolaryzowanego balansu osiągnany jest poprzez dwa wyraźne czynniki. Z jednej strony **profil prawicowy wyraźnie zyskuje dzięki przekazowi mediów publicznych**, z drugiej zaś **lewicowy jest wyraźnie „doważany” poprzez segment internetowy**. Jak wyraźny jest to wpływ, widać na poniższych wykresach, w których na tych samych danych i przy użyciu tej samej metodologii zaprezentowano udział poszczególnych profili światopoglądowych raz z wyłączeniem nadawców publicznych (wykres 28), a raz z wyłączeniem portali internetowych (wykres 29). Pozwala to wyraźnie określić dwa czynniki zmiany, z których jeden ma charakter krótkoterminowy i potencjał do wygenerowania zmiany gwałtownej, drugi zaś jest procesualny i wytwarza efekty ewolucyjne.

Pierwszym czynnikiem zmiany jest polityczna kontrola nad mediami publicznymi. Jeżeli po wyborach na jesieni 2023 roku zmieni się układ rządowy i tym samym inny ośrodek polityczny będzie nadzorował media publiczne, najprawdopodobniej polska infosfera przesunie się w stronę modelu niezrównoważonego spolaryzowania z korzyścią dla profilu lewicowego. Zakładamy, że pozostanie

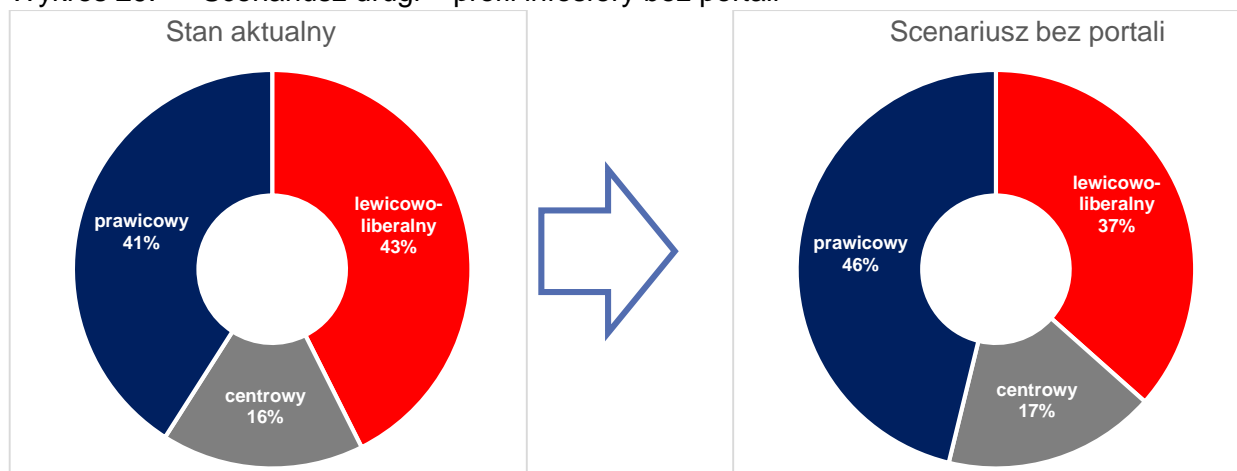
przy władzy Zjednoczonej Prawicy (nawet w szerszym układzie koalicyjnym) nie doprowadzi do wyraźnej zmiany i należy się spodziewać zachowania modelu zrównoważonej polaryzacji.

Drugim czynnikiem zmiany będzie stopniowa utrata znaczenia przez prasę i telewizję, głównie na rzecz treści dystrybuowanych za pośrednictwem Internetu. Jeżeli struktura kapitałowo-właścicielska tego segmentu rynku medialnego nie ulegnie znaczącej modyfikacji, należy się spodziewać powolnego wzrostu ekspozycji profilu lewicowego w nadchodzących latach. Proces ten z definicji nie będzie miał charakteru gwałtownego, a jego skumulowane efekty będą obserwowalne wyraźnie dopiero wtedy, gdy przewagę w populacji Polski uzyskają roczniki z lat 1975–1995.

Wykres 28. Scenariusz pierwszy – profil infosfery bez mediów publicznych



Wykres 29. Scenariusz drugi – profil infosfery bez portali



PODSUMOWANIE

Polska przestrzeń medialna na początku 2023 roku znajdowała się w stanie zrównoważonej polaryzacji pomiędzy prawicowym i lewicowym profilem światopoglądowo-politycznym. Polaryzacja ta przekłada się na niską obecność profilu centrowego. Czynnikiem równoważącymi infosferę były, z jednej strony, media publiczne silnie promujące przekaz prawicowy, z drugiej zaś – portale internetowe, dostarczające perspektywy lewicowej. Ten stan względnej równowagi światopoglądowo-ideologicznej będzie najprawdopodobniej ulegał stopniowemu zachwianiu na korzyść opcji lewicowo-liberalnej ze względu na rosnące znaczenie przekazów internetowych (Alvarez-Monzoncillo 2022). Proces ten może zostać gwałtownie przyspieszony przez zmianę profilu mediów publicznych.

LITERATURA

- Alvarez-Monzoncillo, José M. 2022. *Watching the Internet: the Future of TV?* Media XXI.
- Bartoszewicz, Mateusz i Filip Antoni Gołębiowski. 2021. Paradoks opłacalności. Stronniczość polityczna na polskim rynku medialnym – próba syntezy. *Zarządzanie Mediami* 1, 55–80.
- CBOS, 2015. Co różni zwolenników lewicy, centrum i prawicy?, oprac. Michał Feliksiak. *Komunikat z Badań* 139.
- Flis, Jarosław i Agnieszka Kwiatkowska. 2018. Polski system partyjny – idee i identyfikacje. W: *Zmierzch demokracji liberalnej*, red. Adam Wojtaszczyk, Paweł Stawarz i Justyna Wiśniewska-Grzelak. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, s. 587–606.
- Godlewski, Tadeusz. 1998. *Od PRL do III RP. Zmiany systemu politycznego*. Olsztyn: Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Olsztynie.
- Hunter, James Davison. 1991. *Culture wars: The struggle to define America*. New York: Basic Books.
- Hunter, James Davison. 1994. *Before the shooting begins: Searching for democracy in America's culture war*. New York: Free Press.
- Inglehart, Ronald F. 2018. *Cultural evolution: People's motivations are changing, and reshaping the world*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jasiewicz, Krzysztof. 1997. Wybory prezydenckie 1995 roku a kształtowanie się polskiego systemu partyjnego. W: *Prognozy i wybory. Polska demokracja '95*, red. Lena Kolarska-Bobińska i Radosław Markowski. Warszawa: Wydawnictwa Sejmowe, s. 109–146.
- Kowalski, Mariusz. 2000. *Geografia wyborcza Polski – przestrzenne zróżnicowanie zachowań wyborczych Polaków w latach 1989–1998*. Warszawa: IGiPZ PAN.
- Kriesi, Hanspeter, Sandra Lavenex, Frank Esser, Jörg Matthes, Marc Bühlmann i Daniel Bochsler. 2013. *Democracy in the age of globalization and mediatization*. London: Palgrave Macmillan.
- Lundby, Knut, red. 2014. *Mediatization of communication*. Berlin – Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110272215>.
- Mrozowski, Maciej. 2020. *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Norris, Pippa i Ronald Inglehart. 2012. *Sacred and secular. Religion and politics worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Piechocka, Anna, Beata Królicka i Radosław Sojak. 2018. Medialna sfera publiczna we współczesnej Polsce – ocena z perspektywy modelu liberalno-przedstawicielskiego. *Studia Socjologiczne* 3, 127–152.

Sojak, Radosław. 2009. Przestrzeń dialogu czy pole bitwy? Quasi-etnometodologiczna analiza telewizyjnych programów publicystycznych na przykładzie „Kropki nad i...”. W: *Za kulisami spektaklu. Medialne wizerunki polityki*, red. Marek Sokołowski. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 261–274.

Stanley, Ben. 2014. The dynamics of party-system supply and demand in Poland, 1997–2007. Cleavage change or shapeless shifting? *Europe-Asia Studies* 66 (8), 1295–1322.

Taibbi, Matt. 2020. *Nienawiść sp. z o.o. Jak dzisiejsze media każą nam gardzić sobą nawzajem*. Przekład Tomasz S. Gałązka. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.

Wojcieszak, Magdalena, Bernhard Clemm von Hohenberg, Andreu Casas, Ericka Menchen-Trevino, Sijfra de Leeuw, Alexandre Gonçalves i Miriam Boon. 2022. Null effects of news exposure: a test of the (un) desirable effects of a ‘news vacation’ and ‘news binging’. *Humanities and Social Sciences Communications* 9 (1), 1–10.

Żukowski, Tomasz. 1993. Polska scena polityczna w latach 1991–92 w świetle wyników wyborów: ciągłość i zmiany. W: *Polska scena polityczna a wybory*, red. Stanisław Gebethner. Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Inicjatyw Społecznych „Polska w Europie”.

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1.	Zasięg nadawców telewizyjnych – udział w ogólnej uwadze odbiorców	8
Wykres 2.	Profil ideologiczny głównych nadawców telewizyjnych.....	9
Wykres 3.	Profil ideologiczny audycji telewizyjnych	10
Wykres 4.	Zasięg profili światopoglądowych w telewizji z podziałem na nadawców	12
Wykres 5.	Profil ideologiczny telewizji	13
Wykres 6.	Profil telewizji na linii rząd – opozycja	13
Wykres 7.	Zasięg nadawców radiowych – udział w ogólnej uwadze odbiorców	14
Wykres 8.	Profil ideologiczny głównych nadawców radiowych.....	15
Wykres 9.	Profil ideologiczny audycji radiowych	15
Wykres 10.	Zasięg profili światopoglądowych w radiu z podziałem na nadawców	17
Wykres 11.	Profil ideologiczny nadawców radiowych ogółem.....	18
Wykres 12.	Profil nadawców radiowych na linii rząd – opozycja	18
Wykres 13.	Zasięg portali informacyjnych – udział w ogólnej uwadze odbiorców	19
Wykres 14.	Profil ideologiczny głównych portali informacyjnych	20
Wykres 15.	Zasięg profili światopoglądowych w Internecie z podziałem na portale	22
Wykres 16.	Profil ideologiczny portali ogółem.....	23
Wykres 17.	Profil portali na linii rząd – opozycja	23
Wykres 18.	Korelacja Wskaźnika Ideologicznego i średniego zasięgu	25
Wykres 19.	Zasięg tygodników prasowych i magazynowych wydań dzienników prasowych – udział w ogólnej uwadze odbiorców	26
Wykres 20.	Profil ideologiczny dzienników i tygodników prasowych	27
Wykres 21.	Zasięg profili światopoglądowych w prasie z podziałem na tytuły.....	29
Wykres 22.	Profil ideologiczny prasy	30
Wykres 23.	Profil prasy na linii rząd – opozycja.....	30
Wykres 24.	Zasięg typów mediów – udział w ogólnej uwadze odbiorców w polskiej infosferze	31
Wykres 25.	Zasięg profili światopoglądowych w polskiej infosferze	32
Wykres 26.	Profil ideologiczny polskiej infosfery.....	33
Wykres 27.	Profil infosfery na linii rząd – opozycja	34
Wykres 28.	Scenariusz pierwszy – profil infosfery bez mediów publicznych	35
Wykres 29.	Scenariusz drugi – profil infosfery bez portali.....	35

SPIS TABEL

Tabela 1.	Zasięg badanych mediów	5
Tabela 2.	TOP 20 obecności polityków w telewizji w analizowanym okresie.....	11
Tabela 3.	TOP 20 obecności polityków w radiu w analizowanym okresie	16
Tabela 4.	TOP 20 obecności polityków na portalach w analizowanym okresie	21
Tabela 5.	Profil ideologiczny portali internetowych	24
Tabela 6.	TOP 20 obecności polityków w prasie w analizowanym okresie	28

ZAŁĄCZNIK 1: BAZA Z MONITORINGU AUDYCJI TV I RADIA

Dane obejmujące obecności w telewizji, radiu i niektórych portalach są ogólnodostępne na stronie www.cmdp.umk.pl

Lista audycji TV i radiowych uwzględnionych w analizie

Typ	Audycja	Program	Liczba obecności
TV	Minęła 20	TVP Info	362
	Minęła 8	TVP Info	345
	Debata dnia	Polsat News	233
	O co chodzi	TVP Info	123
	Fakty po faktach	TVN24	118
	Gość Wydarzeń	Polsat News	114
	Gość Wiadomości	TVP Info	112
	Śniadanie Rymanowskiego	Polsat News	109
	Kawa na ławę	TVN24	108
	Woronicza 17	TVP Info	96
	#Jedziemy	TVP Info	93
	Tak jest	TVN24	82
	Graffiti	Polsat News	82
	Kwadrans polityczny	TVP1	81
	Forum	TVP Info	73
	Kropka nad i	TVN24	63
	Punkt widzenia	Polsat News	45
	Rozmowa Piaseckiego	TVN24	44
	Jeden na jeden	TVN24	6
Radio	Sygnaly dnia	PR1	159
	24 pytania	PR24	152
	Poranek	TOK FM	129
	Śniadanie w Trójce	PR3	85
	Wybory w Toku	TOK FM	76
	Salon polityczny Trójki	PR3	76
	Sedno sprawy	Radio Plus	73
	Gość Radia Zet	Radio Zet	68
	Poranna rozmowa	RMF FM	56
	Popołudniowa rozmowa	RMF FM	32
	Debata poranka	PR24	22

ZAŁĄCZNIK 2: BAZA Z MONITORINGU PRASY

ID	Tytuł prasowy	Data	Typ publikacji	Osoba	Formacja	Strona	Tytuł publikacji
2	Sieci	27.12.2022 – 08.01.2023	Wywiad	Paweł Szefernaker	prawica	36–39	Faza samodzielności – wywiad przeprowadzili: Jacek i Michał Karnowscy
10	Sieci	16.01.2023 – 22.01.2023	Wywiad	Jacek Sasin	prawica	20–24	Plan PO to wielka grabież – wywiad przeprowadzili: Jacek i Michał Karnowscy
17	Sieci	23.01.2023 – 29.01.2023	Wywiad	Piotr Gliński	prawica	30–34	Na nienawiści nie zbuduje się ładu społecznego – wywiad przeprowadzili: Jacek i Michał Karnowscy
27	Sieci	30.01.2023 – 05.02.2023	Wywiad	Norbert Maliszewski	prawica	35–38	Michał Karnowski – przeprowadził wywiad
40	Sieci	13.02.2023 – 19.02.2023	Felieton	Edward Siarka	prawica	78–79	Walczymy o polskie lasy
43	Sieci	20.02.2023 – 26.02.2023	Wywiad	Jarosław Kaczyński	prawica	20–27	Plan opozycji leży w gruzach – wywiad przeprowadzili: Jacek i Michał Karnowscy
48	Sieci	27.02.2023 – 05.03.2023	Wywiad	Andrzej Duda	prawica	23–30	„Musimy być silni” – przeprowadzili wywiad Michał Karnowski i Marcin Wikło
60	Sieci	06.03.2023 – 12.03.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	36–38	Jest plan A, jest plan B – wywiad przeprowadził Michał Karnowski
62	Sieci	06.03.2023 – 12.03.2023	Felieton	Jan Parys	prawica	54–56	Spokojne lata w Europie już minęły
77	Sieci	20.03.2023 – 26.03.2023	Wywiad	Beata Szydło	prawica	20–25	Tusk nie wciągnie nas w bagno brudnej kampanii – wywiad przeprowadził Michał Karnowski
86	Sieci	27.03.2023 – 02.04.2023	Wywiad	Dominik Tarczyński	prawica	26–27	wywiad przeprowadził Wojciech Biedroń
90	Sieci	27.03.2023 – 02.04.2023	Wywiad	Janusz Cieszyński	prawica	44–47	Dworczyk był celem tej operacji
96	Sieci	03.04.2023 – 10.04.2023	Wywiad	Ryszard Terlecki	prawica	26–29	wywiad przeprowadzili Jacek i Michał Karnowscy
103	Sieci	11.04.2023 – 16.04.2023	Wywiad	Joachim Brudziński	prawica	26–30	wywiad przeprowadzili Jacek i Michał Karnowscy
105	Sieci	11.04.2023 – 16.04.2023	Wywiad	Sławomir Mentzen	prawica	34–36	wywiad przeprowadził Konrad Kołodziejski
108	Sieci	11.04.2023 – 16.04.2023	Wywiad	Grzegorz Puda	prawica	59–61	wywiad przeprowadził Maciej Wośka
118	Sieci	24.04.2023 – 07.05.2023	Felieton	Jan Pietrzak	prawica	12	Oddać Tuska Niemcom
126	Sieci	24.04.2023 – 07.05.2023	Wywiad	Michał Wójcik	prawica	62–65	wywiad przeprowadziła Dorota Łosiewicz
127	Sieci	24.04.2023 – 07.05.2023	Wywiad	Artur Soboń	prawica	88–90	wywiad przeprowadzili Michał Karnowski i Maciej Wólka
128	Sieci	24.04.2023 – 07.05.2023	Wywiad	Anna Moskwa	prawica	91	Kompanie przeciwko polskim lasom udaremnione

144	Polityka	11.01.2023 – 17.01.2023 / Tygodnik 3	Felieton	Radosław Sikorski	lewicowo- liberalna	9	Dwa traktaty, trzy patriotyzmy
145	Polityka	11.01.2023 – 17.01.2023 / Tygodnik 3	Felieton	Cezary Michalski	lewicowo- liberalna	16–18	Kampania wojenna
179	Polityka	08.02.2023 – 14.02.2023 / Tygodnik 7	Felieton	Cezary Michalski	lewicowo- liberalna	23–25	Powyborcze scenariusze
201	Polityka	01.03.2023 – 07.03.2023 / Tygodnik 10	Felieton	Radosław Sikorski	lewicowo- liberalna	10	Wojenny audyt
212	Polityka	08.03.2023 – 14.03.2023 / Tygodnik 11	Felieton	Marek Borowski	lewicowo- liberalna	9	Rozkręcać, a nie nakręcać
236	Polityka	28.03.2023 – 04.04.2023 / Tygodnik 14	Felieton	Radosław Sikorski	lewicowo- liberalna	9	Co łączy Irak z Ukrainą
239	Polityka	28.03.2023 – 04.04.2023 / Tygodnik 14	Wywiad	Adam Zieliński	prawica	34–36	Wywiad z żoną, czyli Adamem Zielińskim
245	Polityka	05.04.2023 – 11.04.2023 / Tygodnik 15	Felieton	Cezary Michalski	lewicowo- liberalna	12–14	Wstrząśnięci i niez miesza ni
254	Polityka	12.04.2023 – 18.04.2023 / Tygodnik 16	Felieton	Marek Borowski	lewicowo- liberalna	8	Mój projekt uchwały ws Jana Pawła II
257	Polityka	12.04.2023 – 18.04.2023 / Tygodnik 16	Felieton	Piotr Łukasiewicz	lewicowo- liberalna	15-17	Sny o potędze
284	Dziennik Gazeta Prawna	20.01.2023 – 22.01.2023 nr 14 / 23	Wywiad	Sławomir Mentzen	prawica	a6–a7	Wywiad ze Sławomirem Mentzenem
299	Dziennik Gazeta Prawna	17.02.2023 – 19.02.2023 nr 34 / 23	Wywiad	Szymon Hołownia	centrum	a2–a3	Wywiad z Szymonem Hołownią
304	Dziennik Gazeta Prawna	24.02.2023 – 26.02.2023 nr 39 / 23	Felieton	Waldemar Buda	prawica	a16	Polska może być centrum logistycznym na rzecz odbudowy z Ukrainy
305	Dziennik Gazeta Prawna	24.02.2023 – 26.02.2023 nr 39 / 23	Felieton	Waldemar Buda	prawica	a17	Intensywnie działamy na rzecz rozwoju współpracy
313	Dziennik Gazeta Prawna	17.03.2023 – 19.03.2023 nr 54 / 23	Wywiad	Maciej Świrski	prawica	a20– a22	Wywiad z Maciejem Świrskim
331	Dziennik Gazeta Prawna	14.04.2023 – 16.04.2023 nr 74 / 23	Wywiad	Krzysztof Kwiatkowski	lewicowo- liberalna	a6–a7	Prawica nie ma monopolu na obronność – wywiad z Michałem Sutowskim

340	Super Express	24.02.2023	Felieton	Mateusz Morawiecki	prawica	2	Ukraińcy biją się za wolność swoją, Polski i Europy
341	Super Express	28.04.2023	Wywiad	Donald Tusk	lewicowo-liberalna	2	Po wygranych wyborach skłonimy prezydenta Dudę do współpracy
342	Super Express	21.04.2023	Wywiad	Sławomir Nitras	lewicowo-liberalna	4	PO ma jednego lidera i jest nim Tusk
343	Super Express	21.04.2023	Wywiad	Krzysztof Bosak	prawica	4	Nie wierzę już w żadne słowo polityków PiS
344	Super Express	14.04.2023	Wywiad	Anna Moskwa	prawica	4	Czeka nas kolejna katastrofa na Odrze
346	Super Express	07.04.2023	Wywiad	Zbigniew Ziobro	prawica	4	Zrobimy wszystko aby nie dopuścić Tuska do władzy
347	Super Express	07.04.2023	Wywiad	Jan Krzysztof Ardanowski	prawica	6	Wieś odwróciła się od PiS. Możemy przegrać wybory
348	Super Express	31.03.2023	Wywiad	Szymon Hołownia	centrum	4	Jesteśmy w impasie na opozycji. Czekam na propozycje ws. jednej listy
350	Super Express	24.03.2023	Wywiad	Sebastian Kaleta	prawica	4	Reformę sądownictwa zrobimy po wyborach
351	Super Express	10.03.2023	Wywiad	Marek Sawicki	centrum	4	PiS boi się przyszłości
353	Super Express	17.02.2023	Wywiad	Witold Waszczykowski	prawica	3	Cierpię na nieuleczalną chorobę
354	Super Express	17.02.2023	Wywiad	Stanisław Szwed	prawica	3	Robimy dużo dla seniorów
355	Super Express	10.02.2023	Wywiad	Grzegorz Puda	prawica	4	Pieniądze dla Polski z funduszy europejskich są zagrożone
356	Super Express	27.01.2023	Wywiad	Tadeusz Cymański	prawica	2	Oddaj pieniądze niepełnosprawnym
357	Super Express	27.01.2023	Felieton	Wojciech Skurkiewicz	prawica	4	Będzie kolejna rosyjska ofensywa na Ukrainę
358	Super Express	03.02.2023	Wywiad	Krzysztof Kwiatkowski	lewicowo-liberalna	4	Rządzi nami banda nieudaczników
359	Super Express	03.02.2023	Wywiad	Artur Dziambor	prawica	4	PiS czuje, że traci władzę
360	Super Express	03.02.2023	Wywiad	Jacek Ozdoba	prawica	5	Sikorski powinien być izolowany
361	Super Express	20.01.2023	Wywiad	Władysław Kosiniak-Kamysz	centrum	4	PSL najpewniej wystartuje pod własnym szyldem
362	Super Express	13.01.2023	Wywiad	Paweł Kowal	lewicowo-liberalna	5	Polityka ukraińska to najmocniejsza strona prezydenta Dudy
363	Super Express	05.01.2023	Wywiad	Marlena Małąg	prawica	4	Nie zabraknie pieniędzy na wysoką waloryzację
364	Super Express	05.01.2023	Wywiad	Robert Biedroń	lewicowo-liberalna	7	Porzućcie limuzyny, wsiądźcie do tramwaju
365	Super Express	05.01.2023	Wywiad	Arkadiusz Mularczyk	prawica	6	Niemcy nie chcą słyszeć o reparacjach
366	Do Rzeczy	24.04.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Ambaras z Konstytucją
367	Do Rzeczy	24.04.2023	Wywiad	Robert Winnicki	prawica	22–23	Idzie nowe
368	Do Rzeczy	24.04.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	24–25	Granice polityki polskiej
370	Do Rzeczy	17.04.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Jak rośnie potęga
371	Do Rzeczy	11.04.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Nie najlepszy ze światów
372	Do Rzeczy	11.04.2023	Wywiad	Sławomir Mentzen	prawica	26–27	Mówimy jasno: Morawiecki musi odejść

374	Do Rzeczy	03.04.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Order dla Bąkiewicza
376	Do Rzeczy	27.03.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Zróbcie coś razem
378	Do Rzeczy	13.03.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Jak demontować historię
381	Do Rzeczy	06.03.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	UB i lepszy świat
382	Do Rzeczy	06.03.2023	Wywiad	Krzysztof Wyszowski	prawica	27–28	Skradziona solidarność
383	Do Rzeczy	27.02.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	8	Fundamentalna rewizja trwa
384	Do Rzeczy	27.02.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	50–51	Polskie przedmurze
385	Do Rzeczy	27.02.2023	Wywiad	Marcin Romanowski	prawica	64–65	Wolność wyznania a LGBT
387	Do Rzeczy	06.02.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	21	Czego przypilnuje Nitras?
392	Do Rzeczy	30.01.2023	Wywiad	Szymon Szynkowski vel Sęk	prawica	24–25	Gryzienie trawy
393	Do Rzeczy	30.01.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	54–55	Niemcy i nowy porządek świata
394	Do Rzeczy	23.01.2023	Wywiad	Anna Siarkowska	prawica	28–29	I ty możesz zostać ruskim agentem
395	Do Rzeczy	16.01.2023	Felieton	Marek Jurek	prawica	46–47	W okopach prawdy
396	Do Rzeczy	09.01.2023	Wywiad	Marcin Warchoń	prawica	32–33	Nikogo nie będę przepraszał
399	Gazeta Polska	26.04.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	17	Sztokholm, Belin – oddajcie zagrabione
400	Gazeta Polska	26.04.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	30	Polska jest jedna
401	Gazeta Polska	19.04.2023	Wywiad	Artur Soboń	prawica	62–63	Podajemy wiele działań poprawiających sytuację życiową polskich rodzin
402	Gazeta Polska	12.04.2023	Wywiad	Daniel Obajtek	prawica	26–27	Od Rosjan już nic nie kupujemy
403	Gazeta Polska	12.04.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	52	Polityka solidarności
404	Gazeta Polska	12.04.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	55	Rosja i grzechy Macrona
406	Gazeta Polska	05.04.2023	Felieton	Jarosław Kaczyński	prawica	2	Szanowni Państwo – Czytelnicy „Gazety Polskiej”
407	Gazeta Polska	05.04.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	48	Wojna hybrydowa POstkomuny
408	Gazeta Polska	05.04.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	49	Strażak-piroman i akrobata Tusk
411	Gazeta Polska	22.03.2023	Wywiad	Adam Bielan	prawica	24–25	Wierzę w mądrość wyborców
412	Gazeta Polska	22.03.2023	Wywiad	Joanna Lichočka	prawica	28	Dziedzictwo departamentów SB
413	Gazeta Polska	22.03.2023	Wywiad	Paweł Wdówik	prawica	36–37	Robimy największą reformę opiekunów osób niepełnosprawnych
414	Gazeta Polska	22.03.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	39	UE: Śmiech zamiera na ustach
416	Gazeta Polska	15.03.2023	Wywiad	Piotr Gliński	prawica	22–24	Atak na św. Jana Pawła II to opozycyjna taktyka spalonej ziemi
417	Gazeta Polska	15.03.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	25	Nasz papież – ich hańba
418	Gazeta Polska	01.03.2023	Wywiad	Andrzej Duda	prawica	6	Ta wojna zaczęła się od ataku Białorusi na naszą granicę

419	Gazeta Polska	01.03.2023	Wywiad	Janusz Wojciechowski	prawica	22–24	Tak radykalnych propozycji, jak Trzaskowskiego w sprawie mięsa, jeszcze nie słyszałem
420	Gazeta Polska	01.03.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	29	Sklep marzeń PO
421	Gazeta Polska	22.02.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	40	Gwarancja klęski POstkomuny
422	Gazeta Polska	15.02.2023	Wywiad	Małgorzata Golińska	prawica	16–19	Jeśli zmieni się rząd, będziemy podani na tacy eurokratom
423	Gazeta Polska	15.02.2023	Wywiad	Zbigniew Rau	prawica	26–30	Dotychczas to my walczyliśmy o siebie i innych, dziś jest inaczej – Ukraińcy walczą za nas. Mamy szczęście
424	Gazeta Polska	15.02.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	43	Putin i... Pink Floyd
425	Gazeta Polska	15.02.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	42	Totalni na zakręcie
426	Fakt	30.03.2023	Wywiad	Andrzej Rozenek	lewicowo-liberalna	2	Nie wiem za co dostali te pieniądze
427	Fakt	23.03.2023	Wywiad	Grzegorz Napieralski	lewicowo-liberalna	5	Niebezpieczne narzędzie w ręku rządu
428	Fakt	23.03.2023	Wywiad	Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna	5	Ten projekt idzie w dobrą stronę
429	Fakt	23.03.2023	Wywiad	Robert Gontarz	prawica	5	E-usługi są niezwykle ważne
430	Fakt	23.03.2023	Wywiad	Bogdan Zdrojewski	lewicowo-liberalna	9	Żal wielki po śmierci Pawła
432	Fakt	02.03.2023	Wywiad	Krzysztof Kwiatkowski	lewicowo-liberalna	3	Łapię się za głowę
433	Fakt	02.03.2023	Wywiad	Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna	3	Teraz ministerstwo się wstydzi
434	Fakt	02.03.2023	Wywiad	Marek Sawicki	centrum	3	Ma w nosie opinię publiczną
435	Fakt	02.03.2023	Wywiad	Michał Woś	prawica	3	Ministerstwo ma poczucie humoru
436	Fakt	02.03.2023	Wywiad	Michał Jach	prawica	2	Jesteśmy przygotowani
437	Gazeta Polska	01.02.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	19	Demokracja i antydemokratyczna POstkomuna
438	Gazeta Polska	01.02.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	35	Romans głupoty z opozycją
439	Gazeta Polska	01.02.2023	Felieton	Artur Soboń	prawica	62	Artur Soboń z nagrodą
440	Gazeta Wyborcza	05.01.2023	Felieton	Janusz Lewandowski	lewicowo-liberalna	12–13	Res publica w ruinie
442	Gazeta Wyborcza	20.01.2023	Wywiad	Krzysztof Śmiszek	lewicowo-liberalna	8	Grubej kreski nie będzie
444	Gazeta Wyborcza	03.02.2023	Wywiad	Sławomir Nitras	lewicowo-liberalna	6–7	Nitras: Wybory mogą być nieuczciwe
446	Gazeta Wyborcza	17.02.2023	Wywiad	Dariusz Joński	lewicowo-liberalna	6	PiS potraktował Polskę jak łup, postanowił ją ukraść
447	Gazeta Wyborcza	17.02.2023	Wywiad	Michał Szczerba	lewicowo-liberalna	6	PiS potraktował Polskę jak łup, postanowił ją ukraść
448	Gazeta Wyborcza	24.02.2023	Wywiad	Rafał Trzaskowski	lewicowo-liberalna	6–7	Ukraińcy zostaną z nami na dłużej
449	Gazeta Wyborcza	03.03.2023	Wywiad	Marek Borowski	lewicowo-liberalna	6–7	W polityce wygrywa ten komu uda się zaskoczyć przeciwnika

450	Gazeta Wyborcza	03.03.2023	Felieton	Janusz Onyszkiewicz	lewicowo-liberalna	17	Wojna w Ukrainie – Jak mogą się zakończyć walki?
451	Fakt	12.01.2023	Wywiad	Grzegorz Schetyna	lewicowo-liberalna	3	Zamiatanie sprawy pod dywan
453	Fakt	12.01.2023	Wywiad	Marek Biernacki	lewicowo-liberalna	3	Zlekceważyli komisję
454	Fakt	19.01.2023	Wywiad	Maciej Gdula	lewicowo-liberalna	3	Są inne możliwości
455	Fakt	19.01.2023	Wywiad	Artur Dziambor	prawica	3	„Tak” dla zmian
456	Fakt	19.01.2023	Wywiad	Władysław Kosiniak-Kamysz	centrum	3	Nie potrzeba zmian
457	Fakt	19.01.2023	Wywiad	Michał Jach	prawica	3	Ten pomysł to kpina
458	Fakt	19.01.2023	Wywiad	Małgorzata Tracz	lewicowo-liberalna	3	Samolot może się przydać
459	Fakt	02.02.2023	Wywiad	Wiesław Szczepański	lewicowo-liberalna	5	Wysłałem Szymczykowi zaproszenie
462	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Elżbieta Rafalska	prawica	3	Decyzja zapadnie na Nowogrodzkiej
463	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Krzysztof Gawkowski	lewicowo-liberalna	2	Opozycja do prezydenta: Spotkajmy się zanim przyjedzie Biden
464	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Dariusz Joński	lewicowo-liberalna	2	Opozycja do prezydenta: Spotkajmy się zanim przyjedzie Biden
465	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Marek Suski	prawica	2	Opozycja do prezydenta: Spotkajmy się zanim przyjedzie Biden
466	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Ryszard Czarnecki	prawica	2–3	Opozycja do prezydenta: Spotkajmy się zanim przyjedzie Biden
467	Fakt	16.02.2023	Wywiad	Mariusz Błaszczak	prawica	2	Polacy popierają pobór do wojska
470	Fakt	16.03.2023	Wywiad	Szymon Hołownia	centrum	3	Najwięcej płacą na PiS
471	Fakt	16.03.2023	Wywiad	Joachim Brudziński	prawica	3	Najwięcej płacą na PiS
472	Fakt	16.03.2023	Wywiad	Beata Kempa	prawica	3	Najwięcej płacą na PiS
480	Newsweek	16.01.2023	Wywiad	Marek Belka	lewicowo-liberalna	56–59	Pieniądze miały płynąć, a nie płyną
483	Newsweek	06.02.2023	Wywiad	Katarzyna Lubnauer	lewicowo-liberalna	14–18	Czarnek i skok na kasę
485	Newsweek	13.02.2023	Wywiad	Marek Zagrobelny	prawica	6–10	Jak się fałszuje wybory
486	Newsweek	13.02.2023	Wywiad	Sławomir Sierakowski	lewicowo-liberalna	20–23	Nie będzie jednej listy
494	Newsweek	13.03.2023	Wywiad	Anonim z partii rządzącej	prawica	14–18	Czy minister używa prokuratury do nacisku na prezesa PiS?
499	Newsweek	03.04.2023	Wywiad	Krzysztof Brejza	lewicowo-liberalna	8–12	Opowieść o walce z państwem PiS
503	Newsweek	24.04.2023	Wywiad	Janusz Palikot	lewicowo-liberalna	16–19	Interesy Janusza Palikota
506	Gazeta Polska	08.03.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	34	UE, szczepionki i ciuciubabka
507	Gazeta Polska	08.03.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	35	Niedyplomacja

509	Gazeta Polska	02.01.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	21	Wygra wspólnota wolnej Polski
510	Gazeta Polska	02.01.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	41	Jak grano z państwem polskim w bambuko
511	Gazeta Polska	11.01.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	23	Pewnego razu w „Hameryce”
513	Gazeta Polska	18.01.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	38	Potrzebny kompromis, a i kłopot totalnych
514	Gazeta Polska	18.01.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	47	Briand, totalsi i uchodźcy
515	Gazeta Polska	25.01.2023	Wywiad	Dominik Tarczyński	prawica	6–10	Łapkówkarze z UE zablokowali pieniądze dla Polaków
516	Gazeta Polska	25.01.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	25	Starożytni w boju
517	Gazeta Polska	25.01.2023	Wywiad	Janusz Cieszyński	prawica	28–29	Technologie też mają narodowość
518	Gazeta Polska	25.01.2023	Felieton	Joanna Lichočka	prawica	35	Garść prostych pytań
519	Gazeta Polska	25.01.2023	Wywiad	Piotr Gliński	prawica	78–81	Międzynarodowe instytucje zawodzą
520	Gazeta Polska	08.02.2023	Wywiad	Anna Moskwa	prawica	10–13	Lasy to sprawa naszej suwerenności
521	Gazeta Polska	08.02.2023	Felieton	Jan Olszewski	prawica	36–37	Zamykam ten bilans z przekonaniem, że... było warto
522	Gazeta Polska	08.02.2023	Felieton	Ryszard Czarnecki	prawica	38	CDU-CSU w butach PiS