

POLITYCZNA STRONNICZOŚĆ POLSKICH MEDIÓW

Rafał Klepka: *Polityka w krzywym zwierciadle mediów. Stronniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. Kraków 2021, s. 396.

Tematem książki krakowskiego badacza Rafała Klepki, nagrodzonej w 2021 r. w kategorii Monografia w konkursie krakowskiego oddziału PTNP o Nagrodę im. prof. Michała Cezarego Rostworowskiego, jest stronniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych. Praca składa się ze wstępu, ośmiu rozdziałów, zakończenia i bibliografii.

Monografia „Polityka w krzywym zwierciadle mediów” ma charakter zarówno teoretyczny, jak i empiryczny. W pierwszych pięciu rozdziałach książki Autor przedstawia teorie, koncepcje i badania dotyczące stronniczości politycznej mediów. Rozdział szósty poświęcono natomiast omówieniu metodologii badań. W ostatnich dwóch rozdziałach publikacji Autor prezentuje wyniki własnych analiz. Zgodnie z deklaracją zawartą we wprowadzeniu do książki głównym celem pracy są „identyfikacja, pomiar i porównanie stronniczości politycznej wybranych polskich mediów w okresie dwóch kolejnych parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku” (Klepka 2021, s. 14). Jak zaznacza Rafał Klepka, celowi temu towarzyszą: 1) cele teoretyczne – związane „z analizą specyficznych cech stronniczości politycznej mediów, typologią zjawiska, identyfikacją jego rozlicznych aspektów przejawiających się w toku powstawania i odbioru treści medialnych, a także z analizą jego mechanizmów i przyczyn” (Klepka 2021, s. 14); 2) cel metodologiczny – stworzenie autorskiej metody do „identyfikacji, pomiaru i porównania stronniczości politycznej w różnych mediach bądź w tym samym medium w różnym czasie” (Klepka 2021, s. 15); 3) badania empiryczne wybranych przekazów medialnych.

Pierwszy rozdział rozpoczyna się od omówienia zmian zachodzących w relacjach między mediami a polityką oraz pomiędzy poszczególnymi aktorami komunikowania politycznego. W swoich rozważaniach Autor odwołuje się m.in. do modelu komunikowania politycznego Briana McNaira i modelu ekosystemu komunikowania politycznego Franka Essera i Barbary Pfetsch. W dalszej części rozdziału Klepka przedstawia trendy obserwowane w sferze działań mediów, aktorów politycznych i obywateli. Jak wskazuje Autor: „Prezentacja trendów rozwoju poszczególnych elementów ekosystemu komunikowania politycznego umożliwi osadzenie zjawiska

stronniczości politycznej mediów w szerszym kontekście oraz uwzględnienie złożoności przeobrażeń mediów, aktorów politycznych i odbiorców mediów” (Klepka 2021, s. 48). Badacz podejmuje również temat mediatyzacji i polityzacji mediów, a następnie nakreśla historię obiektywizmu w mediach, opisuje interpretacje tego zagadnienia i związane z nim dylematy.

Rozdział drugi Autor zaczyna od przeglądu i analizy definicji stronniczości politycznej mediów. W zestawieniu przedstawia m.in. propozycje definicyjne Aldena Williamsa, C. Richarda Hofstettera, Stanisława Michalczyka, Roberta M. Entmana, Denisa McQuaila, Pameli J. Shoemaker i Stephena D. Reese’a czy S. Roberta Lichtera. Następnie wskazuje cechy, które przewijają się w różnych teoriach: „Proponowane definicje często budują pojęcie stronniczości, uwypuklając deficyt elementów takich jak obiektywizm, neutralność czy równowaga. W niektórych koncepcjach wyraźna pozostaje sugestia dotycząca istnienia wzorca, punktu odniesienia, takiego jak czas przeznaczony na określony temat czy partię lub możliwość porównania uwagi poświęconej danej tematyce albo politykowi w różnych mediach. W kilku ujęciach definicyjnych wyraźne pozostaje także wskazanie, że uprzedzenie polegające na faworyzowaniu lub umniejszaniu czyichś cech nie może mieć charakteru incydentalnego czy jednorazowego, ale powinno być względnie trwałe” (Klepka 2021, s. 76–77). Autor zwraca również uwagę na niespójności między proponowanymi definicjami wynikające z odmiennych podejść naukowców do zagadnień intencjonalności i odbioru stronniczości mediów.

W dalszej części rozdziału Rafał Klepka przedstawia i omawia typologie stronniczości politycznej mediów. W swoich rozważaniach odwołuje się m.in. do prac Andrew R. Cline’a, Sendhila Mullainathana i Andreia Shleifera, Benjaminia I. Page’a i Roberta Y. Shapiro, W. Lance’a Bennetta, Denisa McQuaila, Barbary K. Kaye i Thomasa J. Johnsona, Joan L. Connors czy Susan Banducci i Chrisa Hanretty’ego.

Zagadnienia poruszane w ostatnim podrozdziale tej części to czynniki wpływające na tworzenie stronniczych treści medialnych, przejawy stronniczości występujące na różnych etapach powstawania przekazów medialnych oraz czynniki wpływające na sposób postrzegania materiałów medialnych przez odbiorców.

W trzecim rozdziale Autor rozpatruje stronniczość polityczną z perspektyw politycznej, ekonomicznej i osobistej. Jak bowiem słusznie zauważa: „W przypadku stronniczości politycznej mediów odmienną perspektywę przyjmują aktorzy polityczni [...], inną dziennikarze, reporterzy, wydawcy, właściciele przedsiębiorstw medialnych, jeszcze inaczej zaś odbierają zagadnienie odbiorcy, czyli konsumenci treści medialnych” (Klepka 2021, s. 97).

Pierwszy podrozdział tej części pracy został poświęcony relacjom między mediami a polityką. Autor omawia w nim m.in. rolę mediów i czynniki wpływające na ich stronniczość polityczną w różnych systemach politycznych, wpływ władzy na funkcjonowanie mediów publicznych i tworzone przez nie treści, stronniczość polityczną mediów w kontekście medialnego patriotyzmu oraz wpływ stronniczości mediów na działania decydentów politycznych. Pod koniec tej części omówiono również takie kwestie jak wykorzystywanie mediów przez aktorów politycznych podczas kampanii wyborczych oraz oddziaływanie stronniczości politycznej mediów na odbiorców.

Kolejny podrozdział został poświęcony perspektywie ekonomicznej – Autor analizuje w nim relacje między stronniczością polityczną mediów a ekonomią, nawiązując do koncepcji opisowych, rozważań dotyczących mediów oraz mechanizmów popytu i podaży, a także modeli stworzonych przez Sendhila Mullainathana i Andreea Shleifera, Matthew Gentzkowa i Jesse M. Shapiro, Dana Bernhardta, Stefana Krasa i Mattiasa K. Polborna, Yi Xianga i Miklosa Sarvary’ego. W ostatnim podrozdziale tej części pracy Autor rozpatruje stronniczość polityczną mediów z perspektywy osobistej.

Rozdział czwarty dotyczy mechanizmów stronniczości politycznej mediów. Pierwszy z podrozdziałów opisuje selekcję treści. Autor rozpoczyna swoje rozważania od omówienia teorii gatekeepingu, a następnie przedstawia rozwój teorii wartości informacji. Odwołując się do modelu dwuskładnikowej teorii selekcji treści autorstwa Hansa M. Kepplingera i Simone C. Ehmig, Klepka wyjaśnia zależności pomiędzy *czynnikami informacyjnymi*, *wartością informacji* i *wartością czynników informacyjnych*. Następnie prezentuje opracowane dotychczas taksonomie oraz katalogi czynników informacji.

W dalszej części rozdziału zostały omówione koncepcje pseudow wydarzeń¹, wydarzeń medialnych i skandali², rola odbiorców w selekcjonowaniu informacji oraz zjawisko milczenia w mediach³, które, jak wskazuje Autor, „w tym samym stopniu co decyzja o publikacji lub emisji stanowi mechanizm stronniczości” (Klepka 2021, s. 150–151). Drugi podrozdział tej części pracy dotyczy koncepcji *agenda setting*, w ostatnim podrozdziale Autor opisuje zaś koncepcję *ramowania* (ang. *framing*). Klepka rozpoczyna dyskusję od przedstawienia korzeni i definicji tego podejścia oraz omówienia typologii ram, a następnie, odwołując się do modeli autorstwa Roberta M. Entmana, Jörga Matthesa i Lynn Pellicano oraz Claesa H. de Vreese’a, omawia procesy ramowania.

W piątym rozdziale książki Autor dokonuje przeglądu badań nad stronniczością polityczną mediów. Pierwszy podrozdział dotyczy początków i kierunków badań. W drugim podrozdziale Autor dokonuje przeglądu metod stosowanych do badania stronniczości. Wśród nich są m.in. analiza zawartości, analiza ramowania, metaanaliza, formy wnioskowania lub modelowania statystycznego, wywiady, ankiety,

1 Jedną z pierwszych prac, które podejmowały temat pseudow wydarzeń, jest publikacja Hansa Mathiasa Kepplingera (1992). Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich.

2 Na polskim rynku nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Jagiellońskiego ukazała się inna pozycja wspomnianego powyżej autora, która omawia dynamikę powstawania skandali medialnych, zob. H.M. Kepplinger (2008). Mechanizmy skandalizacji w mediach, tłum. A. Kozuch. Kraków.

3 Publikacją, która na stałe weszła do podstawowego kanonu literatury medioznawczej i wciąż zachowuje aktualność, jest „Spirala milczenia” Elisabeth Noelle-Neumann. Pierwotnie moguncka badaczka opisała koncepcję spirali milczenia (niem. Schweigespirale, ang. spiral of silence) w połowie lat 70. XX w. w dwóch artykułach naukowych. Pierwsze wydanie monografii pod tytułem „Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut” ukazało się w 1980 r. nakładem wydawnictwa Piper. Polskie wydanie książki („Spirala milczenia. Opinia publiczna – nasza skóra społeczna”) w przekładzie J. Gilewicz ukazało się w 2004 r. nakładem poznańskiego wydawnictwa Zysk i S-ka.

badania panelowe oraz eksperyment. W ostatniej części piątego rozdziału Autor prezentuje wyniki dotychczasowych badań stronniczości mediów oraz przedstawia propozycje naukowców, które mają na celu zmniejszenie stronniczości politycznej mediów lub osłabienie jej wpływu.

Rozdział szósty („Metodologia badań własnych”) rozpoczyna się od opisu tła polityczno-społecznego parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 r. W pierwszym podrozdziale Autor uzasadnia wybór okresu badawczego, charakteryzuje strategie wyborcze poszczególnych partii politycznych w 2015 i 2019 r. i omawia działania Prawa i Sprawiedliwości po wygranych wyborach w 2015 r. Autor przedstawia również wyniki wyborów parlamentarnych oraz porównuje odsetek zmarnowanych głosów i zakres frekwencji wyborczej w obu badanych okresach.

Kolejny podrozdział poświęcono omówieniu etapów procesu badawczego. Rafał Klepka uzasadnia w nim wybór analizowanych mediów oraz dobór materiału badawczego, nakreśla historię i specyfikę wybranych serwisów informacyjnych („Wiadomości” TVP1, „Fakty” TVN) i tygodników społeczno-politycznych (*Polityka*, *Newsweek*, *W Sieci i Sieci*). Precyzuje również ramy czasowe badań i liczbę analizowanych audycji oraz wydań tygodników. Ostatnia część rozdziału została poświęcona przedstawieniu celów, hipotez badawczych oraz metodologii badań. Klepka opisuje klucz kategoryzacyjny, wyjaśniając przy tym, jak bada się widoczność i wydźwięk materiałów dotyczących uczestników wyborów. Następnie przedstawia wskaźniki służące do analizy i interpretacji uzyskanych wyników oraz opisuje konstrukcję autorskiego narzędzia, które nazywa *indeksem stronniczości politycznej mediów* (ISPM), który „umożliwia syntetyczną ocenę poziomu stronniczości politycznej każdego medium, co pozwala porównać to samo medium w czasie i pozwala uchwycić zmiany czy tendencje w odniesieniu do stronniczości mediów. Ponadto ISPM został skonstruowany tak, by można było dokonywać porównań pomiędzy różnymi mediami. ISPM umożliwia także ocenę tego, który program informacyjny lub tygodnik opinii jest bardziej stronniczy, a który mniej. Istnieje także możliwość porównywania ze sobą różnych mediów, na przykład telewizji i prasy” (Klepka 2021, s. 248).

W ostatnich dwóch rozdziałach książki („Parlamentarne kampanie wyborcze w telewizyjnych programach informacyjnych” i „Parlamentarne kampanie wyborcze w tygodnikach społeczno-politycznych”) przedstawiono rezultaty przeprowadzonych badań. Rozdział siódmy zawiera omówienie wyników analizy 1592 jednostek wypowiedzi medialnej pochodzących z „Wiadomości” i „Faktów” z 2015 i 2019 r. W tej części pracy Autor omawia wnioski dotyczące m.in. liczby i czasu trwania newsów podejmujących tematykę wyborów w kolejnych dniach badania, pozycjonowania newsów w strukturze serwisu, widoczności komitetów wyborczych oraz wydźwięku newsów. W dalszej części rozdziału Autor analizuje wskaźniki *widoczności medialnej*, *ekspozycji medialnej* i *wydźwięku medialnego* poszczególnych komitetów wyborczych w serwisach informacyjnych w 2015 i 2019 r. oraz prezentuje i interpretuje wyniki *indeksu stronniczości politycznej mediów* dla obu badanych programów.

Ósmy rozdział książki prezentuje wyniki analizy tygodników społeczno-politycznych *Newsweek*, *Polityka*, *W Sieci* i jego następcy *Sieci*. Autor dokonuje charakterystyki materiału badawczego i przedstawia wnioski dotyczące m.in. liczby oraz objętości publikacji dotyczących parlamentarnej kampanii wyborczej w obu badanych okresach, przedstawiania tematyki wyborczej na okładkach tygodników, udziału ilustracji w materiałach dotyczących wyborów, widoczności komitetów wyborczych w publikacjach oraz wydźwięku publikacji, ich nagłówków i obecnych w nich ilustracji. Analogicznie do poprzedniego rozdziału Klepka przedstawia również analizę wskaźników *widoczności medialnej*, *ekspozycji medialnej* i *wydźwięku medialnego* poszczególnych komitetów wyborczych oraz wartości *indeksu stronniczości politycznej mediów* ustalone dla badanych tygodników.

W zakończeniu Autor podsumowuje wyniki badań i nakreśla obszary dalszych obserwacji, które warto przeprowadzić w dziedzinie stronniczości politycznej mediów. Na końcu pracy znajdują się bibliografia, wykazy oraz indeks osobowy.

Reasumując przedstawione w pracy rozważania, należy podkreślić, że publikacja „*Polityka w krzywym zwierciadle mediów. Stronniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku*” stanowi przełomowy punkt w badaniu stronniczości politycznej mediów w Polsce. Dzięki przejrzystej konstrukcji książki i nowatorskiej metodzie opracowanej przez Autora czytelnicy mogą nie tylko prześledzić rozwój, poznać definicje, typologie, perspektywy i mechanizmy stronniczości politycznej mediów, lecz także dowiedzieć się, w jaki sposób może być ona badana i porównywana w różnych mediach i w różnym czasie.

Publikacja Rafała Klepki zyskuje nowy wymiar w świetle zbliżających się wyborów parlamentarnych. Ponad wszelką wątpliwość będzie stanowić – także w przyszłości – nieocenione źródło wiedzy dla naukowców badających stronniczość polityczną mediów w Polsce i poza jej granicami. Jej lekturę należy rekomendować badaczom mediów i politologom, ale także wszystkim osobom, które są lub w przyszłości będą uprawnione do głosowania, a tym samym kształtowania przyszłej polskiej sceny politycznej.

Weronika Saran

 orcid.org/0000-0003-2430-0510

