

JAK POLITYCY WIDZĄ MEDIA I ODWROTNIE?

Katarzyna Brzoza, Dagmara Głuszek-Szafraniec, Patrycja Szostok-Nowacka: „Cóż tam, panie, w polityce”, Czyli o wzajemnym postrzeganiu dziennikarzy i polityków w mediach, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2019, s. 198.

Najnowsza monografia badaczek katowickich jest pokłosiem projektu zatytułowanego „Powiązania pomiędzy elitami sfery mediów i polityki w Polsce w perspektywie doświadczeń niemieckich”, który realizowano w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego. Zgodnie z deklaracją, którą Autorki zawarły we wstępie pracy, celem książki była rekonstrukcja wizerunku powiązań polskich elit politycznych i medialnych, prezentowanego czytelnikom w przekazie ogólnopolskich tygodników opinii. Praca składa się z prologu, pięciu rozdziałów, wniosków (zawierających wskazania kierunku przyszłych badań) oraz bibliografii.

Rozdział pierwszy poświęcono refleksji teoretycznej na temat złożoności wzajemnych relacji mediów i polityki oraz opisowi roli tygodników opinii w kształtowaniu świadomości politycznej obywateli. Rozważania na ten temat Autorki rozpoczynają od wyróżnienia dwóch podsystemów komunikacji, tj. komunikacji masowej i indywidualnej, przyporządkowując interesujący je obszar wzajemnych relacji polityków i mediów poziomowi komunikacji indywidualnej. Szczególny status tygodników opinii warunkowany jest z kolei w opinii Auterek specyficznym kręgiem ich odbiorców (w tym zwłaszcza obecnością wśród ich audytorium takich grup społecznych, jak politycy oraz dziennikarze innych mediów) oraz pozycją ich przekazu, który często stanowi ważny punkt odniesienia także dla innych mediów. Sytuacja ta powoduje, że ich oddziaływanie społeczne znacznie wykracza poza krąg bezpośrednich odbiorców. W dalszej części podrozdziału Autorki wprowadzają pojęcie formalnej i materialnej opinii publicznej, wyznaczając zakres działań przynależnych mediom, całość rozważań opierając na koncepcji Hansa Mathiasa Kepplingera, wedle którego media dominują w systemie politycznym. Związki zachodzące pomiędzy kulturą dziennikarską a systemem mediów Autorki uczyniły tematem rozdziału 2.1. Rozważania w tym zakresie rozpoczynają one od przywołania trzech czynników, które zgodnie z koncepcją Thomasa Hanitzscha określają kulturę dziennikarską danego kraju, tj. *interwencjonizmu, stopnia zdystansowania od władzy oraz urynkowienia*. Szczególną uwagę Autorki poświęcają przy

tym czynnikowi drugiemu, zgodnie z którym dziennikarstwo postrzega się „jako przeciwwagę dla ośrodków władzy (społecznej, politycznej, gospodarczej)” (s. 14). Następnie Autorki charakteryzują pokrótce brytyjską i niemiecką kulturę dziennikarską, a także empiryczny i obiektywny wymiar dziennikarstwa, a wreszcie zakres znaczeniowy terminów „kultura polityczna” i „kultura komunikacji politycznej”. W odniesieniu do ostatniego terminu przybliżona zostaje czytelnikowi jego typologia według Barbary Pfetsch, na którą składają się komunikacja zorientowana na media, komunikacja zorientowana na partię i PR-owska komunikacja polityczna. Przebieg procesu mediatyzacji polityki jest tematem trzeciego podrozdziału tej części pracy, a Autorki starają się w nim odpowiedzieć na pytanie o stopień racjonalności działań polityków i dziennikarzy.

W rozdziale drugim badaczki śląskie dokonują wprowadzenia do badań, prezentując charakterystykę uwarunkowania relacji elit medialnych i politycznych w Polsce tak w wymiarze koncepcji teoretycznych, jak i uwag natury metodologicznej. Pierwszy podrozdział tej części pracy poświęcono rozważaniom na temat kierunków rozwoju współczesnego polskiego dziennikarstwa. Ich punktem wyjścia Autorki uczyniły krótkie omówienie wyróżnionych wcześniej w literaturze przedmiotu modeli i typologii dziennikarstwa, autorstwa m.in. Daniela Halina i Paolo Manciniego, ale także innych badaczy. Następnie wprowadzone zostaje pojęcie „paralelizmu politycznego”, które Autorki uważają za kluczowe w kontekście istniejącego na polskim rynku światopoglądowego podziału mediów, a także „zewnętrznego” i „wewnętrznego pluralizmu” mediów. Analizę kończy omówienie kolejnych etapów rozwoju polskiego rynku mediów i wnikliwa analiza ich skutków społecznych, zwłaszcza w odniesieniu do ostatnich kilku lat, co powoduje, że jest to szczególnie ciekawy element recenzowanej monografii.

Kolejny podrozdział (2.2) poświęcono z kolei charakterystyce roku 2015 (który objęły ramy czasowe badań prezentowanych w pracy) nie tylko jako roku podwójnych wyborów w Polsce i zdominowanego przekazem wyborczym dyskursu polskich mediów, ale znacznie szerzej, z uwzględnieniem sytuacji na świecie. Omówienie rozpoczyna szczegółowe kalendarium wydarzeń roku 2015, na które złożyły się m.in. seria ataków terrorystycznych, jakich dokonano w różnych zakątkach Europy i świata; fala uchodźców syryjskich; spotkania na szczycie światowych przywódców dotyczących różnorodnych problemów; legalizacja małżeństw jedнопłciowych w Irlandii itd. Analizie wydarzeń polskich tegoż roku towarzyszy natomiast bardzo ciekawa prezentacja wyników raportu z monitoringu wyborczego telewizyjnych audycji wyborczych (badanie zlecone przez KRRiT), a także przegląd literatury przedmiotu, która ukazała się w naszym kraju w odniesieniu do badanej problematyki, tj. obu kampanii wyborczych wtedy przebiegających. Sposób prowadzenia wywodu, prezentowane w nim wydarzenia (w szczególności te dotyczące dokonywanych w końcu 2015 roku zmian regulacji prawnych odnoszących się do mediów publicznych), bogato ilustrowanego opiniami ekspertów sprawiają, że również ta część pracy ma nie tylko dużą wartość poznawczą, lecz także dokumentacyjną i z całą pewnością będzie bardzo przydatna wszystkim tym badaczom, którzy w przyszłości będą chcieli odtworzyć klimat polityczny tamtych wydarzeń.

Podrozdział 2.3 Autorki monografii zdecydowały się poświęcić prezentacji tytułów prasowych, które objęła analiza zawartości zrealizowana w ramach projektu. Prezentacja ta objęła zarówno ich pozycję w polskim krajobrazie mediów, jak i wysokość ich nakładów oraz sprzedaży, a także historię każdego z analizowanych tygodników, tj. *Polityki*, *Newsweeka*, *Wprost* oraz *Do Rzeczy*. Kończąc swój przegląd, Autorki dokonały omówienia również polskich badań medioznawczych, których przedmiotem były tygodniki opinii, dowodząc ostatecznie zasadności własnego doboru tytułów do próby badawczej. Ostatni podrozdział tej części pracy zawiera wskazanie metody badawczej wykorzystanej w projekcie (analiza zawartości) oraz szczegółowe omówienie konstrukcji klucza kategorizacyjnego. Z zaprezentowanego w pracy opisu narzędzia wynika, że zrealizowana w projekcie analiza zawartości mediów miała bardzo złożony charakter i ponad wszelką wątpliwość była bardzo poważnym i niezwykle czasochłonnym przedsięwzięciem badawczym.

Rozdział trzeci monografii ma charakter empiryczny i poświęcony został prezentacji wyników badań w zakresie wizerunku polityki i mediów w przekazach polskich tygodników opiniotwórczych w 2015 roku. Pierwszy podrozdział tej części pracy dotyczy wskaźnika upolitycznienia przekazu badanych mediów, o którym w opinii Auterek świadczy m.in. obecność polityki także w przekazach bezpośrednio jej nie dotyczących. W swoich rozważaniach Autorki odwołują się m.in. do dorobku badaczy norweskich (Johana Galtunga i Mari Holmboe Ruge) oraz niemieckich (m.in. Barbary Pfetsch i Hansa Mathiasa Kepplingera). Uzyskane rezultaty jednoznacznie wskazują, że odsetek publikacji poświęconych polityce w badanych tytułach okazał się zbliżony i wyniósł ok. 1/3 przekazu. Podobna była również optyka patrzenia na politykę, którą postrzegano jako źródło polskich bolączek, a także obszar działań pozbawionych etyki i zorientowanych na korzyść osobistą polityka miast interesu ogółu społeczeństwa. W porównaniu z polityką obraz mediów i dziennikarzy, konstruowany w przekazach badanych tytułów, wcale nie okazał się być lepszy. Jak wskazują Autorki, z wyników badań „można wnioskować, że degradacji ulega także jakość współczesnego dziennikarstwa, które koncentruje się na sensacji, rezygnując z merytorycznego przekazu” (s. 60). Kolejne podrozdziały tej części pracy poświęcono prezentacji wyników analizy tematycznej oraz sposobowi relacjonowania przez badane tygodniki życia politycznego. Mają one zatem charakter raportu z badań. Rezultaty badań pokazują, jak ujmują to Autorki, „pewne zróżnicowanie kierunków zainteresowania tygodników kwestiami politycznymi” (s. 76), tzn. działalnością partii rządzącej (PiS) najbardziej interesowano się w *Newsweeku*, a najczęściej ignorowano ją w *Do Rzeczy*, które z kolei chętniej zajmowało się działalnością opozycji. Na podstawie tych wyników Autorki wyprawdzają koncepcję „stronniczego milczenia”.

Rozdział czwarty recenzowanej monografii ma również charakter empiryczny i dotyczy sposobu komentowania polskiego życia politycznego na łamach badanych tygodników opiniotwórczych. Pierwszy z podrozdziałów (4.1) poświęcono jakości wizerunku polityki konstruowanego w treści komentarzy, które w roku 2015 zostały opublikowane w analizowanych tytułach prasowych. W świetle zaprezentowanych wyników najbardziej zrównoważona wydaje się publicystyka

tygodnika *Polityka*, najbardziej zróżnicowana *Wprost*, najbardziej zaś krytyczna *Newsweeka*. Komentarze *Do Rzeczy* charakteryzuje „najmniejszy odsetek wypowiedzi neutralnych, dość niski poziom satyry, prawie najwyższy krytycznych i aprobatywnych wypowiedzi”, co w opinii Auterek pozwala „powiedzieć, że na łamach tego tygodnika formułowano najbardziej zdecydowane, wyraźne emocjonalnie opinie” (s. 121). W sumie analizowane komentarze opublikowane we wszystkich badanych tytułach przedstawiają świat polityki jako negatywny, wrogi do tego stopnia pełny mankamentów i problemów, że może to budzić w opinii Auterek poczucie bezradności czytelnika, zwłaszcza że autorzy komentarzy nie wskazują recept na poprawę sytuacji (s. 122). Podrozdział kolejny (4.2) poświęcono diagnozie wizerunku polskich mediów w przekazie badanych tygodników. W 2015 roku sporo uwagi polskie tygodniki poświęciły problemom Kamila Durczoka, dziennikarza TVN oskarżonego o mobbing i molestowanie. Poza tym publikacje dotyczące mediów objęły ok. 3% całości badanego przekazu. Najwięcej miejsca, gdyż blisko 5% całości przekazu, tematyka ta zajęła na łamach tygodnika *Do Rzeczy*. Wyniki analizy tematycznej przekazu na temat mediów zawiera podrozdział 4.3. Rezultaty badań pokazują, że tematyka tych przekazów odnosiła się przede wszystkim do kondycji polskiego dziennikarstwa i sytuacji mediów w naszym kraju i objęła takie kwestie, jak regulacje prawne dotyczące mediów, zmiany personalne w mediach, opinie na temat jakości i sposobu pracy mediów konkurencyjnych, udział mediów i dziennikarzy w aferach politycznych itp. Podrozdział 4.4. poświęcono natomiast ocenom dziennikarstwa i mediów wyrażanym na łamach badanych tygodników. Jego lektura powie wiele na temat kondycji ludzkiej współczesnego polskiego dziennikarstwa, nie będzie to jednak opowieść przyjemna. Niestety w niewielkim stopniu może być przy tym pociechą, że – wedle jednej z nielicznych w badanym okresie pozytywnych opinii na temat polskiego dziennikarstwa – „poziom dziennikarstwa jest w Polsce mimo wszystko wyższy niż poziom polityki. Zwłaszcza tej mainstreamowej” (s. 135). Wpływ mediów na otoczenie opisano w podrozdziale 4.5. W tej części monografii zaprezentowano wyniki analizy tych spośród objętych badaniem wypowiedzi, które dotyczyły relacji wzajemnych mediów i polityki. W ich świetle wyraźnie widać, że trendem dominującym jest wzajemne oskarżanie się poszczególnych mediów o stronniczość polityczną. Publicystykę analizowanych tytułów łączy natomiast przekonanie o istnieniu wpływu mediów na politykę (zaledwie w co dwudziestej publikacji na ten temat obecne było stanowisko przeciwne). Tym, w jaki sposób w świetle badanych przekazów rysuje się wpływ otoczenia na media, Autorki zajęły się w podrozdziale 4.6. Tylko ok. 5% zakodowanych w tej kategorii wypowiedzi reprezentowało pogląd, że media pozostają niezależne od wpływów z zewnątrz. Dominowała zatem opinia, że media takowym wpływom podlegają, co pozwoliło Autorkom na sformułowanie następującego wniosku: „Media są zależne i to zależne przede wszystkim od świata polityki. Sporadycznie pojawiają się głosy o innych kierunkach zależności” (s. 148).


Rozdział piąty monografii prezentuje wyniki badań dotyczących wizerunku i ocen polityki prezentowanych w przekazie badanych mediów. Pierwszy z podrozdziałów w tej części pracy poświęcono modelowi dziennikarstwa uprawianego

w Polsce. W jego ramach Autorki omawiają pierwsze wnioski płynące z badań, a dotyczące (1) rangi polityki w przekazie badanych mediów, (2) stronniczości polskich mediów, (3) postaw wrogości wyrażanej w publicystyce (i niekonstrukttywnej krytyce), (4) braku odniesienia w prezentowanych materiałach do działań popieranej opcji politycznej, (5) medialnego autowizerunku, tj. obrazu mediów w przekazie mediów, (6) treści opinii dziennikarskich prezentowanych w publicystyce oraz (7) medialnego wizerunku wzajemnych relacji pomiędzy mediami i polityką. W podrozdziale ostatnim (5.2) scharakteryzowano modele dziennikarstwa reprezentowane i realizowane w każdej z badanych redakcji.

Podsumowanie wniosków płynących z badań przeprowadzonych w ramach zrealizowanego projektu Autorki pracy zawarły w ostatniej części monografii, zatytułowanej „Wnioski i kierunki dalszych badań”. Według nich „w polskim dziennikarstwie opinii dominuje model niekonstrukttywnej czwartej władzy, z dominacją krytycznego podejścia do polityki, ale bez pokazywania wzorców do naśladowania [...]”, a „polscy dziennikarze także nie jawią się jako strażnicy demokracji”, choć „również w Polsce pojawiają się formy *adversarial journalism*” (s. 170). Autorki zauważają również, że „wydźwięk wypowiedzi dziennikarskich także wskazuje najczęściej na brak neutralności [...]”, a następnie konkludują: „Polskie tygodniki opinii nie tylko są krytyczne wobec polityki, są również wysoce stronnicze w wyrażaniu swoich sympatii i antypatii politycznych [...]” (s. 171). Na końcu pracy zamieszczona została bibliografia oraz podsumowanie w języku angielskim i niemieckim.

Reasumując rozważania na temat omawianej publikacji, wskazać należy, że jest ona przede wszystkim bardzo obszernym studium przekazu polskich mediów w kluczowym dla obecnej sytuacji w Polsce roku wyborczym 2015. Podwójne wybory, które w rezultacie przyniosły tzw. *dobrą zmianę*, stanowiły moment, w którym polityczne karty w rozgrywce o przyszłość Polski i kierunek jej dalszego rozwoju zostały rozdane na nowo. W tej sytuacji główna wartość książki oddawanej do rąk czytelników odnosi się do jej wymiaru dokumentacyjnego. Jej treść składa się bowiem na niezwykle wnikliwy opis czasu, w którym ta zmiana się dokonywała. Opis ponad wszelką wątpliwość rzetelny i bezstronny, a o takie publikacje dzisiaj najtrudniej. Jestem przekonana, że książka ta jest interesująca dla nas nie tylko dziś, ale będzie stanowić niezwykle cenne źródło informacji na temat historycznego dla Polski roku 2015 dla wielu przyszłych pokoleń badaczy polskiej sfery publicznej oraz relacji wzajemnych mediów i polityki. Jej lektura powinna zaś dać do myślenia nie tylko tym medioznawcom i politologom, ale nade wszystko właśnie ludziom mediów i samym politykom.

Agnieszka Szymańska

 orcid.org/0000-0002-4186-0862

