

MAJA BRODNICKA

*Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa*

## **WIZERUNEK PRASOWY JAROSŁAWA KACZYŃSKIEGO W WYBRANYCH TYGODNIKACH OPINII PODCZAS POLSKIEJ KAMPANII PARLAMENTARNEJ W 2015 R.<sup>1</sup>**

**Słowa kluczowe:** Jarosław Kaczyński, wizerunek prasowy, kampania parlamentarna w Polsce 2015

1. Wprowadzenie metodologiczne i hipotezy badawcze. 2. Zagadnienia teoretyczne: wizerunek prasowy – osoba lidera PiS – kampania i wybory 2015 r. – klucz kategorizacyjny – charakterystyka tygodników. 3. Wyniki analizy ilościowej. 4. Wyniki analizy jakościowej. 4.1. Weryfikacja hipotez badawczych. 4.2. Wnioski i ich interpretacja

### **1. WPROWADZENIE METODOLOGICZNE I HIPOTEZY BADAWCZE**

W niniejszym artykule uwaga badawcza zostaje skoncentrowana na kampanii, która poprzedziła wybory do Parlamentu Rzeczypospolitej Polskiej w 2015 r. Tematem analizy stał się wizerunek prasowy lidera partii Prawo i Sprawiedliwość – Jarosława Kaczyńskiego. Przedmiotem badań uczyniono teksty opublikowane w prasie opinii, a mianowicie w tygodnikach: „Newsweek Polska” oraz „W Sieci”. Zdecydowano się przeanalizować w obu tytułach teksty, które relacjonowały osobę Jarosława Kaczyńskiego. Zbadano artykuły znajdujące się w pięciu edycjach tygodnika „Newsweek Polska” oraz również pięciu wydaniach tygodnika „W Sieci”, co dało łącznie dziesięć numerów periodyków. Teksty, którymi się zajęto, pochodziły z tygodników ukazujących się cyklicznie w każdy poniedziałek. Pierwsze numery zarówno tygodnika „Newsweek Polska”, jak i tygodnika „W Sieci”, które poddano

---

<sup>1</sup> Artykuł powstał na bazie pracy licencjackiej zatytułowanej *Wizerunek prasowy Jarosława Kaczyńskiego w wybranych tygodnikach opinii podczas polskiej kampanii parlamentarnej w 2015 r.* napisanej i obronionej przez autorkę niniejszego artykułu na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja społeczna, na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie 19 czerwca 2018 r.

analizie, zostały wydane 21 września 2015 r. Natomiast ostatnie, co również dotyczy obu tytułów, ukazały się 19 października 2015 r.

Przedmiotem badań stało się poszukiwanie odpowiedzi na problem badawczy, w jaki sposób tygodnik „Newsweek Polska” oraz tygodnik „W Sieci” przedstawiały osobę Jarosława Kaczyńskiego?

Przygotowano cztery pytania badawcze, na które starano się znaleźć odpowiedź w trakcie badań:

1. Jaka jest ekspozycja i objętość tekstów, relacjonujących osobę Jarosława Kaczyńskiego?
2. Jaka jest ilustracyjność tekstów odnoszących się do Jarosława Kaczyńskiego?
3. Jakiego rodzaju teksty w przeważającej większości odnoszą się do osoby Jarosława Kaczyńskiego?
4. W jakich kontekstach przedstawiana jest postać Jarosława Kaczyńskiego?

Odnosząc się do postawionych pytań badawczych, sformułowano cztery hipotezy badawcze, które odpowiadają na przypuszczenia:

1. Zarówno „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci” poświęcają stosunkowo dużo eksponowanego miejsca osobie Jarosława Kaczyńskiego.
2. Ilustracyjność tekstów jest stosunkowo duża.
3. Jarosław Kaczyński jest w większości przedstawiany w tekstach publicystycznych.
4. O Jarosławie Kaczyńskim pisze się głównie w kontekście polityczno-społecznym.

Wymienione powyżej tezy zostały rozwinięte oraz sprawdzono ich prawdziwość.

Wybrano ten temat z uwagi na fakt, że wybory do Parlamentu w 2015 r. zakończyły się wynikiem, który w Polsce nie znajduje precedensu we wszystkich wcześniejszych głosowaniach po 1989 r. Mianowicie, obóz Zjednoczonej Prawicy zdobył taką liczbę głosów, która pozwoliła mu na sprawowanie samodzielnych rządów. Do tej pory żadna z poprzednich ekip nie była w stanie sprawować władzy bez utworzenia po wyborach koalicji z inną partią. Liderem rządzących jest Jarosław Kaczyński. To polityk wytrawny i jeden z najbardziej doświadczonych na polskiej scenie politycznej. Żeby mieć większe szanse na zwycięstwo przed wyborami parlamentarnymi zjednoczył prawicę, dzięki czemu jego partia wraz z partiami Zbigniewa Ziobry i Jarosława Gowina wystartowały razem w wyborach. Mimo dzielących je różnic Jarosławowi Kaczyńskiemu udało się stworzyć obóz, który zwyciężył w wyborach i to z ogromnym poparciem społecznym, utrzymującym się stale w sondażach. Jarosław Kaczyński jako lider polityczny był i jest wielokrotnie przedstawiany, a jego wizerunek kreowany przez różne media. Z pewnością miało to poniekąd wpływ na decyzję wyborców. Z tych właśnie powodów uznano, że jest to temat niezwykle aktualny i ważny.

Na temat wizerunku i jego analizy powstało wiele publikacji. Jedną z nich jest praca pod tytułem: *Metody badania wizerunku w mediach*, napisana przez Tomasza

Gackowskiego i Marcina Łączyńskiego<sup>2</sup>. Zagadnienia te poruszyła także Krystyna Wojcik w *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*<sup>3</sup>. Nie odnaleziono natomiast badań, które porównywałyby ze sobą sposób przedstawiania wizerunku lidera Prawa i Sprawiedliwości – Jarosława Kaczyńskiego w kampanii parlamentarnej w 2015 r. w tygodnikach „Newsweek Polska” i „W Sieci”. Pozwala to przypuszczać, że temat niniejszej pracy, w kontekście owych tygodników, nie był wcześniej podejmowany.

Do zbadania podjętych zagadnień wybrano metody: ilościową oraz jakościową. W naukach społecznych są one stosowane często i powszechnie. Aby w sposób dokładny i wiarygodny dokonać analizy zawartości, należy wykorzystać te dwie metody. Zastosowanie pierwszej pozwala na określenie parametrów liczbowych, które opisują badany problem. Są one niezwykle ważne i odpowiadają na pytanie „ile”. Metoda jakościowa doprowadza do zrozumienia omawianego zjawiska. Uzyskane wyniki są odpowiedziami na stawiane w badaniach pytania. Dzięki badaniom jakościowym możliwe jest wyciągnięcie wniosków i zrozumienie badanego zjawiska, w szerszej perspektywie. Przeprowadzenie analizy zawartości pozwala na dokładne i dogłębne zbadanie wybranego materiału. Badaniu poddano teksty prasowe, które w tytule lub w tekście głównym, zawierają zwrot: „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”. Przedmiotem analizy są zarówno teksty dotyczące bezpośrednio kampanii parlamentarnej, jak i te, które przedstawiają Jarosława Kaczyńskiego w innych sytuacjach i kontekstach. Badane są teksty, które skupiają się wyłącznie na osobie Jarosława Kaczyńskiego, ale również te, w których nie jest on postacią pierwszoplanową. Przeanalizowano również, czy i na ilu okładkach wybranych wydań znalazł się Jarosław Kaczyński. Zbadano także, jak został przedstawiony.

Źródłami pracy uczyniono wersje papierowe tygodników „Newsweek Polska” i „W Sieci”, które ukazywały się w wybranym do badania przez autorkę okresie. Wykorzystano również polską literaturę przedmiotu, traktującą o podejmowanych w badaniach problemach i zagadnieniach.

## **2. ZAGADNIENIA TEORETYCZNE: WIZERUNEK PRASOWY – OSOBA LIDERA PIS – KAMPANIA I WYBORY 2015 R. – KLUCZ KATEGORYZACYJNY – CHARAKTERYSTYKA TYGODNIKÓW**

Autorka w artykule przyjmuje, zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego* rozumienie słowa „wizerunek”: który jest tym samym, co *image*<sup>4</sup>, czyli „wykreowany przez daną osobę, np. artystę, polityka (lub na jej użytek przez innych) obrazem własnej osobowości”. Image to także „wypracowane (często przez specjalistów w tym

<sup>2</sup> T. Gackowski, M. Łączyński, *Metody badania wizerunku w mediach*, Warszawa 2009.

<sup>3</sup> K. Wojcik, *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa 2013.

<sup>4</sup> B. Dunaj, *Słownik języka polskiego*, Poznań 2014, 543.

zakresie) publiczne oblicze firmy, przedsiębiorstwa, organizacji itp.; publiczny wizerunek”<sup>5</sup>. Specjaliści od public relations przyjęli, że na wizerunek osoby czy instytucji składają się pewne grupy czynników, które są skutkiem naszych czynów, wypowiedzianych słów i opinii innych ludzi na nasz temat. Zatem połączenie „stanu organizacji”, „komunikowanie o stanie” oraz „społeczny rezonans” w aspekcie racjonalnym, emocjonalnym oraz społecznym, tworzy image danego podmiotu<sup>6</sup>.

Jarosław Kaczyński jest liderem Prawa i Sprawiedliwości i niezmiennie startuje z jej list w wyborach do parlamentu, ubiegając się o mandat poselski. W 2001 r. PiS zdobyło w wyborach parlamentarnych 9,5% głosów<sup>7</sup>, a sam Jarosław Kaczyński, startując z okręgu warszawskiego, uzyskał 144 343 głosy<sup>8</sup>. W 2005 r., Jarosław Kaczyński poprowadził Prawo i Sprawiedliwość do zwycięstwa. Pod jego wodzą partia wygrała z poparciem 26,99%<sup>9</sup>, natomiast Jarosław Kaczyński ponownie uzyskał mandat posła w okręgu stołecznym, zdobywając 171 129 głosów<sup>10</sup>, co było najlepszym wynikiem indywidualnym. W 2005 r. również został członkiem Rady Bezpieczeństwa Narodowego, działającej przy prezydencie Rzeczypospolitej, którym był do 2010 r. Po odejściu z rządu premiera Kazimierza Marcinkiewicza jego stanowisko zajął Jarosław Kaczyński. Desygnowany 10 lipca 2006 r. przez prezydenta Lecha Kaczyńskiego.

Po katastrofie w Smoleńsku, w której zginęło 96 osób, w tym prezydent Lech Kaczyński, nastąpiła konieczność przeprowadzenia przedterminowych wyborów prezydenckich. Jarosław Kaczyński ogłosił, że zdecydował się ubiegać o urząd prezydenta RP. Z wynikiem 36,46%<sup>11</sup> głosów, na drugim miejscu przeszedł do drugiej tury głosowania. Zmierzył się w niej z Bronisławem Komorowskim, zdobywając 46,99%<sup>12</sup>, co oznaczało wygraną kontrkandydata.

<sup>5</sup> Tamże, 141.

<sup>6</sup> K. Wojcik, dz.cyt., 43.

<sup>7</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 26 września 2001 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 23 września 2001 r.*, [http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186\\_01.pdf](http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186_01.pdf) [dostęp: 16.05.2018], 8062.

<sup>8</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 26 września 2001 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 23 września 2001 r.*, [http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186\\_03.pdf](http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186_03.pdf) [dostęp: 16.05.2018], 8184.

<sup>9</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 27 września 2005 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 25 września 2005 r.*, [http://pkw.gov.pl/pliki/1456227733\\_obwieszczenie\\_sejm.pdf](http://pkw.gov.pl/pliki/1456227733_obwieszczenie_sejm.pdf) [dostęp: 16.05.2018], 2.

<sup>10</sup> Tamże, 163.

<sup>11</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 21 czerwca 2010 r. o wynikach głosowania i wyniku wyborów Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, zarządzonych na dzień 20 czerwca 2010 r.*, <http://prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL.pdf> [dostęp: 16.05.2018], 1.

<sup>12</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 5 lipca 2010 r. o wynikach ponownego głosowania i wyniku wyborów Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej*, [http://www.prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL\\_2.pdf](http://www.prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL_2.pdf) [dostęp: 8.06.2018], 1.

W wyborach parlamentarnych w 2011 r. Prawo i Sprawiedliwość zdobyło 29,89% głosów<sup>13</sup>, co dało partii drugie miejsce w wyścigu o zwycięstwo. Jarosław Kaczyński ponownie wystartował z okręgu warszawskiego, zdobywając 202 297 głosów poparcia<sup>14</sup>. Uzyskał drugi, po Donaldzie Tusku<sup>15</sup>, najlepszy indywidualny wynik.

Decyzją prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Bronisława Komorowskiego z 17 lipca 2015 r.<sup>16</sup>, która została zmieniona postanowieniem z 3 sierpnia 2015 r., wybory do Sejmu i Senatu wyznaczono na 25 października 2015 r.<sup>17</sup>.

W wyborach do Sejmu zwyciężył Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość, zdobywając 5 711 687 głosów, czyli 37,58% głosów wyborców<sup>18</sup>. Zwycięskiej partii dało to 235 miejsc w sali sejmowej<sup>19</sup> i bezwzględną większość. Dzięki temu PiS mogło samodzielnie zacząć sprawować władzę bez konieczności wchodzenia w koalicję z inną partią. Ważny jest również fakt, że z list Prawa i Sprawiedliwości do Sejmu startowali także kandydaci z Solidarnej Polski i Polski Razem<sup>20</sup>, którzy po wyborach wstąpili do Klubu Parlamentarnego PiS. Był to kolejny czynnik, który pozwolił zwycięskiej partii na samodzielne rządy. Komitet do zwycięstwa poprowadził Jarosław Kaczyński, który w okręgu stołecznym zdobył 202 424 głosy<sup>21</sup>, został posłem VIII kadencji. Ponownie był to drugi, po Ewie Kopacz<sup>22</sup>, indywidualny wynik w kraju.

W wyborach do Senatu zdecydowanym zwycięzcą tego głosowania zostało Prawo i Sprawiedliwość, które zdobyło 61 mandatów do Senatu.

Na czas kampanii wyborczej poprzedzającej wybory parlamentarne w 2015 r., Prawo i Sprawiedliwość utworzyło stronę internetową o adresie: [wybierzpis.org.pl](http://wybierzpis.org.pl).

---

<sup>13</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 11 października 2011 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 9 października 2011 r.*, [http://wybory2011.pkw.gov.pl/templates/kbw/doc/pkw\\_obwieszczenie\\_sejm\\_wyciag.pdf](http://wybory2011.pkw.gov.pl/templates/kbw/doc/pkw_obwieszczenie_sejm_wyciag.pdf) [dostęp: 16.05.2018], 2.

<sup>14</sup> Tamże, 16.

<sup>15</sup> Tamże, 16.

<sup>16</sup> *Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 17 lipca 2015 r. w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20150001017/O/D20151017.pdf> [dostęp: 16.05.2018].

<sup>17</sup> *Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 3 sierpnia 2015 r. zmieniające postanowienie w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20150001131/O/D20151131.pdf> [dostęp: 16.05.2018].

<sup>18</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 27 października 2015 r. o wynikach wyborów do Sejmu...*, [http://parlament2015.pkw.gov.pl/pliki/1445959303\\_obwieszczenie\\_sejm\\_wybory\\_wyniki.pdf](http://parlament2015.pkw.gov.pl/pliki/1445959303_obwieszczenie_sejm_wybory_wyniki.pdf) [dostęp: 17.05.2018], 2.

<sup>19</sup> *Wyniki wyborów do Sejmu RP*, [http://parlament2015.pkw.gov.pl/349\\_Wyniki\\_Sejm](http://parlament2015.pkw.gov.pl/349_Wyniki_Sejm) [dostęp: 17.05.2018].

<sup>20</sup> *Jarosław Kaczyński podpisał porozumienie ze Zbigniewem Ziobro i Jarosławem Gowinem*, <https://wiadomosci.wp.pl/jaroslaw-kaczynski-podpisal-porozumienie-ze-zbigniewem-ziobro-i-jaroslawem-gowinem-6027733158241409a> [dostęp: 17.05.2018].

<sup>21</sup> *Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 27 października 2015 r. o wynikach wyborów do Sejmu...*, [http://parlament2015.pkw.gov.pl/pliki/1445959303\\_obwieszczenie\\_sejm\\_wybory\\_wyniki.pdf](http://parlament2015.pkw.gov.pl/pliki/1445959303_obwieszczenie_sejm_wybory_wyniki.pdf) [dostęp: 17.05.2018], 170.

<sup>22</sup> Tamże, 172.

Umieszczano na niej aktualności związane z bieżącymi działaniami podejmowanymi przez partię, gdzie opisywano oraz prezentowano za pomocą zdjęć i materiałów video spotkania polityków PiS z wyborcami. Pierwszy w tej rubryce wpis pojawił się 17 sierpnia 2015 r., a ostatni prezentujący listę posłów i senatorów, którzy dostali się do Parlamentu z list PiS, 28 października 2015 r.<sup>23</sup>

Na stronie znalazła się także lista kandydatów do Parlamentu z ramienia PiS. Każdy wyborca mógł wyszukać interesującego go kandydata<sup>24</sup>.

Poprzez stronę wyborcy mogli zapoznać się także z programem PiS, zaprezentowanym w formie materiałów video oraz plików do pobrania, które umożliwiały przeczytanie proponowanych projektów ustaw<sup>25</sup>.

Zamieszczono także kalendarium, w którym znajdowała się godzina, data, miejsce oraz informacja, jakie działanie podejmuje dany polityk. Pierwszy wpis pojawił się 11 sierpnia 2015 r., natomiast ostatni 23 października 2015 r.<sup>26</sup>

Poprzez stronę wyborcy mogli także zostać członkami „Drużyny PiS” i osobiście pomagać partii w prowadzeniu kampanii wyborczej, poprzez rozdawanie ulotek czy aktywność w mediach społecznościowych<sup>27</sup>.

Postacią najbardziej eksponowaną podczas kampanii parlamentarnej Prawa i Sprawiedliwości była Beata Szydło. 20 czerwca 2015 r., na konwencji partii, prezes PiS Jarosław Kaczyński ogłosił, że jeżeli partia wygra wybory, to premierem zostanie właśnie wiceprezes partii Beata Szydło<sup>28</sup>. Na stronie wybierpis.org.pl została jej poświęcona rubryka, w której przedstawiono jej życiorys oraz karierę polityczną<sup>29</sup>.

Kampania Prawa i Sprawiedliwości oparła się głównie na spotkaniach Beaty Szydło w całym kraju z wyborcami, którzy reprezentowali różne grupy społeczne. Po Polsce jeździł także prezes partii Jarosław Kaczyński, opowiadając o programie i celach PiS. Sztab Prawa i Sprawiedliwości przygotował także spoty wyborcze, które pojawiały się w telewizji i Internecie, m.in. spot pt. „Praca, nie obietnice”<sup>30</sup> czy „Powiedzmy to sobie szczerze”<sup>31</sup>.

Sztandarowymi propozycjami Prawa i Sprawiedliwości w kampanii wyborczej w 2015 r. był m.in. „Program Rodzina 500+”, „Ustawa o zmianie ustawy o minimalnym wynagrodzeniu za pracę” czy podatek od sklepów wielkopowierzchniowych.

---

<sup>23</sup> *Aktualności*, <http://wybierpis.org.pl/aktualnosc> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>24</sup> *Znajdź kandydata*, <http://wybierpis.org.pl/kandydaci> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>25</sup> *Materiały Programowe*, <http://wybierpis.org.pl/materiały-programowe> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>26</sup> *Kalendarz Wyborczy*, <http://wybierpis.org.pl/kalendarz> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>27</sup> *Drużyna Prawa i Sprawiedliwości*, <http://wybierpis.org.pl/druzyna-pis> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>28</sup> *Beata Szydło kandydatem PiS na premiera. „Jest zupełnie niezwykłą, a jednocześnie zwykłą polską kobietą”*, <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/beata-szydlo-kandydatem-pis-na-premiera,553202.html> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>29</sup> *Beata Szydło*, <http://wybierpis.org.pl/beata-szydlo> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>30</sup> *Beata Szydło – Praca, nie obietnice*, <https://www.youtube.com/watch?v=7kTtgC3Jx0Q> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>31</sup> *Powiedzmy to sobie szczerze*, <https://www.youtube.com/watch?v=o2d5K4gXkY0> [dostęp: 19.05.2018].

Podczas kampanii w 2015 Prawo i Sprawiedliwość posługiwało się kilkoma hasłami wyborczymi. Były to m.in. słowa „Damy radę”<sup>32</sup> czy „Praca, nie obietnice”<sup>33</sup>.

Kampanię parlamentarną w 2015 r. Prawo i Sprawiedliwość oparło m.in. na toposie lęku i niepewności przed zrujnowaną Polską. Hasło wyborcze „Polska w ruinie” stwarzało wrażenie, że Polska potrzebuje odbudowy, której nie dokona ówczesny wówczas rząd. Toposem obecnym w kampanii PiS był również lęk i niepewność przed imigrantami. Politycy tej partii budowali wrażenie, że uchodźcy są dla Polski zagrożeniem<sup>34</sup>.

Kandydatka PiS na premiera Beata Szydło podsumowała kampanię wyborczą, stwierdzając, że wraz ze współpracownikami przebyła tysiące kilometrów i odbyła tysiące spotkań. Ostatnim punktem, kończącym kampanię była miejscowość Chrzanów<sup>35</sup>.

W badaniu stworzono klucz kategoryzacyjny, czyli pewnego rodzaju kwestionariusz, zawierający katalog pytań<sup>36</sup>, według którego dokonano analizy ilościowej oraz jakościowej badanych tygodników. Próba badawcza, którą wybrano, odnosi się do Jarosława Kaczyńskiego i pozwala na analizę jego wizerunku w omawianym zakresie. W badaniu posłużono się następującym kluczem:

1. Tytuł tygodnika, tytuł artykułu, numer strony, data – podstawowe informacje na temat badanego materiału.
2. Ekspozycja tekstu – czyli, w której części danego tygodnika umieszczony został artykuł przywołujący Jarosława Kaczyńskiego.
3. Objętość tekstu – czyli, ile stron zajmowały artykuły, w których pojawił się Jarosław Kaczyński.
4. Ilustracyjność materiału – czyli, czy umieszczono zdjęcie lub rysunek z wizerunkiem Jarosława Kaczyńskiego przy tekstach, które go dotyczą.
5. Rodzaj tekstu – czyli, czy był to tekst informacyjny, publicystyczny, czy inny.
6. Dominujący kontekst, w jakim został przedstawiony Jarosław Kaczyński – polityczno-społeczny, osobisty, inny lub wiele kontekstów.

Analiza ilościowa to metoda, która za cel stawia sobie wyjaśnienie badanego zjawiska<sup>37</sup>. Przeprowadzone badanie polegało na wskazaniu tekstów, w któ-

---

<sup>32</sup> Beata Szydło przedstawiła nowe hasło wyborcze PiS: „Damy radę”, <https://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1492960.Beata-Szydlo-przedstawila-nowe-haslo-wyborcze-PiS-Damy-rade> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>33</sup> PiS zaprezentowało nowe hasło wyborcze: „Praca, nie obietnice”, <http://archiwum.radiozet.pl/Wybory-2015/Wybory-parlamentarne-2015.-PiS-zaprezentowalo-nowe-haslo-wyborcze-00011057> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>34</sup> A. Walecka-Rynduch, *Lęk i niepokój jako elementy politycznych strategii komunikacyjnych. Analiza kampanii prezydenckiej w parlamentanej w 2015 roku*, w: *Oblicza kampanii wyborczych 2015*, red. M. Kułakowska, P. Borowiec, P. Ścigaj, Kraków 2016, 336–343,

<sup>35</sup> *Spełnijmy razem nasze marzenia!*, <http://wybierzpis.org.pl/aktualnosci/spelnijmy-razem-nasze-marzenia> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>36</sup> T. Gackowski, M. Łączyński, dz.cyt., 68.

<sup>37</sup> K. Stemplewska-Żakowicz, *Metody jakościowe, metody ilościowe: Hamletowski dylemat czy różnorodność do wyboru?*, *Roczniki Psychologiczne* 13 (2010), nr 1, 88.

rych pojawia się zwrot „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”. Badaniu poddano wszystkie teksty znajdujące się w danym numerze, bez względu na ich objętość i miejsce, które zajmują w strukturze gazety. Analiza miała za zadanie porównać zawartość numerów tygodników między sobą, a nie porównanie konkretnych treści w jednym numerze w stosunku do pozostałych tekstów. Wobec czego nie przeprowadzono statystyk co do procentowego udziału artykułów, w których pisano o Jarosławie Kaczyńskim, w stosunku do wszystkich tekstów w danym numerze.

W ramach analizy ilościowej zbadano także ekspozycję, objętość oraz ilustracyjność tekstów, które spełniały postawione przez autorkę kryterium, czyli obecność zwrotu „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”.

Z kolei analiza jakościowa to metoda, która służy do zrozumienia danego zjawiska<sup>38</sup>. Autorka, przeprowadzając badania, wyodrębniła dwa kryteria, które pomagają w tym procesie. Pod uwagę wzięto rodzaj tekstu oraz kontekst, ramę interpretacyjną, w której osadzony został Jarosław Kaczyński.

Według deklaracji wydawcy, „Newsweek Polska” jest to „nowoczesny” tygodnik opinii. Poruszane w nim kwestie dotyczące polityki, społeczeństwa, kultury i nauki, przedstawiane są w sposób „atrakcyjny, rzetelny i przystępny”. Tygodnik prezentuje bieżące wydarzenia zarówno z Polski, jak i ze świata, zachowując przy tym rzetelność. Mocnymi stronami „Newsweeka Polska” mają być rozbudowane materiały, wywiady z osobami specjalizującymi się w różnych dziedzinach, felietony pisane przez znane postaci, a także profesjonalny zespół, przygotowujący tygodnik<sup>39</sup>.

Od lutego 2012 r. redaktorem naczelnym tygodnika „Newsweek Polska” jest Tomasz Lis<sup>40</sup>, który nie kryje się ze swoimi politycznymi poglądami i bierze udział w manifestacjach organizowanych przez przeciwników Prawa i Sprawiedliwości<sup>41</sup>. Po objęciu przez niego stanowiska w piśmie zaczęły ukazywać się felietony. Stało się zauważalne, że tygodnik zdecydowanie popiera stronę Platformy Obywatelskiej, co przejawiało się szczególnie w tekstach Tomasza Lisa<sup>42</sup>.

„Sieci”, które wcześniej nosiły nazwę „W Sieci”<sup>43</sup>, to tygodnik, który pierwszy raz ukazał się w listopadzie 2012 r.<sup>44</sup>

---

<sup>38</sup> Tamże, 88.

<sup>39</sup> *Raport prasa+ Newsweek Polska*, <https://www.prasaplus.pl/titlesReports/titleReport/6849/11/8> [dostęp: 20.05.2018].

<sup>40</sup> *Tomasz Lis to nowy redaktor naczelny Newsweek Polska*, <http://www.poranny.pl/polska-i-swiat/art/5431334,tomasz-lis-to-nowy-redaktor-naczelnny-newsweek-polska,id,t.html> [dostęp: 09.06.2018].

<sup>41</sup> *Tomasz Lis przemawiał na manifestacji KOD. „Nigdy nie zamkną nam ust”*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tomasz-lis-przemawial-na-manifestacji-kod-nigdy-nie-zamkna-nam-ust-video> [dostęp: 09.06.2018].

<sup>42</sup> T. Mielczarek, *Tabloidyzacja prasy opinii*, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy* 8/19 (2016), 33.

<sup>43</sup> „*WSieci*” znów jako „*Sieci*” wkutek sporu sądowego z *Gremi Media*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/w-sieci-jako-sieci-wskutek-sporu-sadowego-z-gremi-media> [dostęp: 20.05.2018].

<sup>44</sup> *Sieci – największy konserwatywny tygodnik opinii w Polsce*, <https://www.wsieciprawdy.pl/o-tygodniku.html> [dostęp: 06.06.2018].



Według wydawcy „Sieci” to największy w Polsce „konserwatywny” tygodnik opinii. Czytelnicy mają cenić tygodnik za „wyrazistość opinii, rzetelne teksty”, a także dziennikarstwo śledcze reprezentujące „wysoki poziom”. Zaletami pisma są pracujący w nim dziennikarze oraz teksty felietonistów czy znanych polityków i biznesmenów. W każdym numerze przeczytać można również wywiady ze „znakomitymi rozmówcami” oraz znaleźć artykuły o kulturze czy historii<sup>45</sup>.

Tygodnik „W Sieci” powstał w wyniku odejścia dziennikarzy z pisma „Uważam Rze”. Zaważyło to na profilu nowego tytułu, który usytuował się po stronie konserwatywnej. W „W Sieci” publikowane były również teksty takich osób, jak np. prof. Andrzej Zybertowicz czy Jan Pietrzak. Tygodnik krytykował Donalda Tuska, Bronisława Komorowskiego czy Adama Michnika, często posługując się wizerunkami tych osób przedstawianymi w formie karykatur<sup>46</sup>.

Tygodnik „Newsweek” kategoryzowany jest jako liberalno-lewicowy, natomiast pismo „W Sieci” zaliczane jest do grona konserwatywnych. Te różnice najwyraźniej widać w tekstach odnoszących się do polityki. To właśnie za jej sprawą media, zatem również badane tygodniki, opowiadają się za którąś z politycznych stron. Poglądy polityczne autorów przejawiają się w krytyce konkretnych partii. „Newsweek Polska” piętnuje poczynania polityków usytuowanych na prawicy, natomiast „W Sieci” krytykuje ugrupowania liberalne i lewicowe. Dodatkowo, nawet jeśli autorzy podejmują ten sam temat, to prezentują go inaczej. Powoduje to, że różnice między profilami tygodników są łatwo zauważalne. Analizując zawartość obu tygodników, nasuwa się stwierdzenie, że znajdują się one po różnych stronach politycznej barykady<sup>47</sup>.

### 3. WYNIKI ANALIZY ILOŚCIOWEJ

Spośród wszystkich tekstów znajdujących się w tygodnikach „Newsweek Polska” i „W Sieci”, w analizowanym okresie, postawione przez autorkę kryteria spełnia łącznie 65 z nich, spośród których 26 tekstów ukazało się w tygodniku „Newsweek Polska”, a 39 w „W Sieci”. W każdym z tych tekstów przynajmniej raz pojawił się zwrot „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”.

Zarówno w „Newsweek Polska”, jak i w „W Sieci” teksty relacjonujące osobę Jarosława Kaczyńskiego pojawiały się z odmienną częstotliwością. Statystyki ukazujące to zjawisko przedstawiono w tabeli 1 i 2. Umieszczono w nich numery oraz daty ukazywania się danych tytułów w porządku chronologicznym.

---

<sup>45</sup> *Raport prasa+ Sieci*, <https://www.prasaplus.pl/titlesReports/titleReport/7401/11/8> [dostęp: 20.05.2018].

<sup>46</sup> T. Mielczarek, *Tabloidyzacja...*, art.cyt., 35–37.

<sup>47</sup> *Felietony w tygodnikach opinii – bieżące spory przez pryzmat idei?*, <http://www.medioznawca.com/16-aktualnosci/218-felietony-w-tygodnikach-opinii> [dostęp: 09.06.2018].

Tabela 1. Liczba tekstów prasowych spełniających kryteria analizy w kolejnych edycjach tygodnika „Newsweek Polska”

Tytuł/Numer	39, 21 IX 2015	40, 28 IX 2015	41, 5 X 2015	42, 12 IX 2015	43, 19 IX 2015
„Newsweek Polska”	6	5	7	3	5

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2. Liczba tekstów prasowych spełniających kryteria analizy w kolejnych edycjach tygodnika „W Sieci”

Tytuł/Numer	38, 21 IX 2015	39, 28 IX 2015	40, 5 X 2015	41, 12 IX 2015	42, 19 IX 2015
„W Sieci”	10	7	5	7	10

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie otrzymanych wyników, autorka nie wyróżnia rosnącej czy malejącej tendencji, według której teksty się ukazywały. Nie nastąpił bowiem ani gwałtowny wzrost, ani gwałtowny spadek w liczbie ukazujących się tekstów. W opinii autorki teksty ukazywały się stosunkowo równomiernie.

Kolejnym kryterium, według którego dokonano analizy zawartości badanego materiału, była ekspozycyjność tekstu. Podany termin, według autorki, oznacza miejsce, które w danym numerze tygodnika zajął tekst zawierający zwrot „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”.

Wyróżniono dwie kategorie ekspozycyjności – tekst główny oraz tekst poboczny. W tygodniku „Newsweek Polska” za tekst główny uznano ten, który znajduje się w rubryce „Temat z okładki” lub w rubryce „Polska”. Za tekst poboczny uznano natomiast każdy inny tekst, który nie znalazł się w wymienionych wyżej rubrykach.

Natomiast w tygodniku „W Sieci” za tekst główny uznano ten, który znalazł się w rubryce „Temat tygodnia” lub „Kraj”. Pozostałe teksty, które umieszczono w innych rubrykach, uznane zostały za teksty poboczne.

Łącznie, w przeanalizowanych numerach tygodnika „Newsweek”, znalazło się 17 tekstów uznanych za główne i 9 tekstów pobocznych.

Z kolei w tygodniku „W Sieci” znalazło się również 17 tekstów głównych i 22 teksty poboczne.

Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli 3 i 4.

Tabela 3. Liczba tekstów prasowych w „Newsweek Polska”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących ekspozycyjności

Tytuł/Numer	39, 21 IX 2015	40, 28 IX 2015	41, 5 X 2015	42, 12 IX 2015	43, 19 IX 2015
„Newsweek Polska” – teksty główne	4	4	4	2	3
„Newsweek Polska” – teksty poboczne	2	1	3	1	2

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 4. Liczba tekstów prasowych w „W Sieci”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących ekspozycyjności

Tytuł/Numer	38, 21 IX 2015	39, 28 IX 2015	40, 5 X 2015	41, 12 IX 2015	42, 19 IX 2015
„W Sieci” – teksty główne	4	5	3	2	3
„W Sieci” – teksty poboczne	6	2	2	5	7

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie uzyskanych wyników stwierdzić można, że tygodniki zamieszczają podobną liczbę tekstów głównych. Można również uznać, że tygodniki publikowały teksty z wyrównaną częstotliwością. Natomiast tygodnik „W Sieci” umieścił ponad dwukrotnie więcej tekstów pobocznych, szczególnie w dwóch ostatnich numerach, które poprzedzały wybory parlamentarne, czyli z 12 października i 19 października.

Podobna liczba tekstów głównych i częstotliwość publikowania może oznaczać, że dla obu tygodników postać Jarosława Kaczyńskiego jest równie ważna.

Następnym kryterium z klucza kategoryzacyjnego, według którego badano zgromadzony materiał, była objętość analizowanych tekstów. Przez objętość rozumie się liczbę stron w danym numerze, które zajął artykuł zawierający zwrot „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”. Wyróżniono w tym celu trzy podgrupy. Pierwsza z nich, czyli „objętość mała”, oznacza, że tekst swoją objętością nie przekracza jednej strony. „Objętość średnia” odnosi się do tekstu, który zajmuje od jednej do trzech stron łącznie. Natomiast „objętość duża” charakteryzuje tekst, który znalazł się na więcej niż trzech stronach.

W badanym okresie tygodnik „Newsweek Polska” opublikował łącznie 6 tekstów o objętości małej, 10 tekstów o objętości średniej oraz 10 tekstów o objętości dużej. Z kolei tygodnik „W Sieci” opublikował w tym samym czasie 20 tekstów o objętości małej, 16 tekstów o objętości średniej oraz 3 teksty o objętości dużej.

Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli 5 oraz 6.

Tabela 5. Liczba tekstów prasowych w „Newsweek Polska”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących objętości

Tytuł/Numer	39, 21 IX 2015	40, 28 IX 2015	41, 5 X 2015	42, 12 IX 2015	43, 19 IX 2015
„Newsweek Polska” – objętość mała	2	0	1	1	2
„Newsweek Polska” – objętość średnia	2	2	5	1	0
„Newsweek Polska” – objętość duża	2	3	1	1	3

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 6. Liczba tekstów prasowych w „W Sieci”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących objętości

Tytuł/Numer	38, 21 IX 2015	39, 28 IX 2015	40, 5 X 2015	41, 12 IX 2015	42, 19 IX 2015
„W Sieci” – objętość mała	5	2	2	4	7
„W Sieci” – objętość średnia	5	4	3	2	2
„W Sieci” – objętość duża	0	1	0	1	1

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że tygodnik „Newsweek Polska” preferuje pisanie o Jarosławie Kaczyńskim w tekstach dużych i średnich. Natomiast tygodnik „W Sieci” publikuje przede wszystkim teksty małe i średnie. Oba tygodniki publikują teksty z wyrównaną częstotliwością.

Ostatnim kryterium z klucza kategoryzacyjnego, którego użyto do przeprowadzenia analizy ilościowej jest ilustracyjność materiału. Autorka przyjęła, że ilustrowanie

cyjność oznacza, czy przy danym tekście, dotyczącym Jarosława Kaczyńskiego, umieszczone zostało jego zdjęcie – samego lub z innymi osobami. Do kategorii ilustracyjności zaliczono również rysunek, który w sposób wyraźny i jednoznaczny pokazuje, że narysowana osoba to Jarosław Kaczyński, np. portret. Do kryterium ilustracyjności nie zaliczono natomiast rysunku satyrycznego, uznając, że może on budzić zbyt duże wątpliwości, co do osoby przedstawionej.

W badanym kryterium wyróżniono dwie podgrupy, według których oceniono ilustracyjność tekstu. Pierwsza z nich, czyli „opatrzone materiałem ilustracyjnym”, oznacza teksty, przy których umieszczono zdjęcia lub rysunki z wizerunkiem samego Jarosława Kaczyńskiego lub z innymi osobami. Natomiast podgrupa „nieopatrzone materiałem ilustracyjnym” oznacza teksty, przy których nie znalazły się zdjęcia lub rysunki przedstawiające samego Jarosława Kaczyńskiego czy w towarzystwie innych osób.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że spośród wszystkich badanych tekstów, znajdujących się w tygodniku „Newsweek Polska”, 9 z nich opatrzone były materiałem ilustracyjnym, a 17 nie zostało opatrzone owym materiałem.

Natomiast w tygodniku „W Sieci” jedynie przy 4 tekstach umieszczono materiał ilustracyjny, a przy 35 nie znalazł się materiał ilustracyjny, ukazujący postać Jarosława Kaczyńskiego.

Uzyskane wyniki umieszczono w tabeli 7 oraz 8.

Tabela 7. Liczba tekstów prasowych w „Newsweek Polska”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących ilustracyjności

Tytuł/Numer	39, 21 IX 2015	40, 28 IX 2015	41, 5 X 2015	42, 12 IX 2015	43, 19 IX 2015
„Newsweek Polska” – opatrzone materiałem ilustracyjnym	5	2	0	1	1
„Newsweek Polska” – nieopatrzone materiałem ilustracyjnym	1	3	7	2	4

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 8. Liczba tekstów prasowych w „W Sieci”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących ilustracyjności

Tytuł/Numer	38, 21 IX 2015	39, 28 IX 2015	40, 5 X 2015	41, 12 X 2015	42, 19 X 2015
„W Sieci” – opatrzone materiałem ilustracyjnym	1	2	0	1	0
„W Sieci” – nieopatrzone materiałem ilustracyjnym	9	5	5	6	10

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując przeprowadzone badania na temat ilustracyjności tekstów w obu tygodnikach, można wysnuć wniosek, że zarówno „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci”, nie przywiązują dużej wagi do materiału ilustracyjnego i umieszczają go w bardzo ograniczonych przypadkach. Dzieje się tak szczególnie w tygodniku „W Sieci”, który jedynie w 4 na 35 publikacji umieścił wizerunek Jarosława Kaczyńskiego.

Jeśli materiał ilustracyjny już się pojawia, to z dość regularną częstotliwością.

#### 4. WYNIKI ANALIZY JAKOŚCIOWEJ

Pierwszym kryterium, według którego dokonano analizy jakościowej, jest gatunek dziennikarski, za pomocą którego zaprezentowano dany przekaz, a w nim przywołano zwrot „Jarosław Kaczyński” lub „Kaczyński”. W tym punkcie wyróżniono cztery rodzaje tekstu, według których poddawano analizie zawartość tygodników. Badając tekst, sprawdzano, do której z poniższych kategorii należy:

Tekst informacyjny, czyli tekst, który nie zawiera osobistych opinii i poglądów jego autora, a jedynie suche, rzetelne fakty. Tekst ten nie jest nacechowany emocjonalnie.

Tekst publicystyczny, czyli tekst, który zawiera osobiste opinie i poglądy jego autora, pokazane w sposób jasny i swobodny. Autor wyraża w nim swoje emocje i oceny w danej sprawie.

Wywiad, czyli tekst, w którym dziennikarz danego tygodnika przeprowadza rozmowę ze swoim gościem, na różne tematy.

Tekst inny, czyli wszelkie inne formy, które nie klasyfikują się do wyżej wymienionych.

Autorka sporządziła podział zbadanych tekstów, który przedstawiła w tabeli 9.

Tabela 9. Liczba tekstów prasowych w „Newsweek Polska” i „W Sieci”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących rodzaju tekstu

Tytuł/Rodzaj tekstu	Informacyjny	Publicystyczny	Wywiad	Inny
„Newsweek Polska”	0	21	3	2
„W Sieci”	0	33	5	1

Źródło: Opracowanie własne.

Wyniki badań pokazują, że w analizowanych materiałach zarówno w tygodniku „Newsweek Polska”, jak i w „W Sieci” najczęściej znalazło się tekstów publicystycznych. Było ich aż 54 na 65 badanych. Na drugim miejscu uplasowały się wywiady, których było w sumie 8. Trzecią pozycję zajęły teksty o innym charakterze, których było 3.

By uwiarygodnić swoje badania, autorka przytoczy fragmenty tekstów, które będą przykładami reprezentującymi badane gatunki dziennikarskie.

Gatunek publicystyczny reprezentują m.in. następujące teksty prasowe:

Cezary Michalski, *Polityka strachu*, „Newsweek Polska”, 21 IX 2015, nr 39, s. 38–40: *Kaczyński bynajmniej nie z niewiedzy rozbudza lęk przed imigrantami i pogardę dla instytucji unijnych czy rządów liberalnego Zachodu. To z jego strony świadoma zagrywka polityczna. On się imigrantów nie boi; on tym lękiem na zimno zarządza.*

Łukasz Warzecha, *Imigranci i polskie wybory*, „W Sieci”, 28 IX, nr 39, s. 24–25: *W swoim ostrym sejmowym przemówieniu Jarosław Kaczyński nie tylko jasno zarysował linię swojego ugrupowania, lecz także sięgnął daleko ku prawej stronie, zahaczając i o część dotychczasowych, a dziś osieroconych zwolenników Kukiza, i zapewne o część wahających się potencjalnych wyborców partii KORWiN. Zagrał zarazem na obawach podzielanych nawet przez umiarkowanych wyborców.*

Wywiad reprezentowany jest m.in. przez następujące publikacje:

Rafał Kalukin, *Mam co innego do roboty*, „Newsweek Polska”, 28 IX 2015, nr 40, s. 34–36: Rafał Kalukin rozmawia z byłym premierem Włodzimierzem Cimoszewiczem. W wywiadzie padają pytania m.in. o Unię Europejską, Sojusz Lewicy Demokratycznej, liderów politycznych, a także „żywność” Jarosława Kaczyńskiego. Zadawane pytania stawiają Cimoszewicza w świetle dojrzałego, doświadczonego polityka, który o scenie politycznej wie wszystko.

Michał i Jacek Karnowscy, *Ludzie Platformie już nie uwierzą*, „W Sieci”, 28 IX, nr 39, s. 34–36: w rozmowie z senatorem PiS Henrykiem Cichonim, pytają m.in. o politykę w sprawie imigrantów, bezpieczeństwo w Europie i przyszłość Polski. Poruszony jest temat zdania Jarosława Kaczyńskiego w tych kwestiach.

Gatunkiem o innym charakterze posłużono się m.in. w:

Michał Krzymowski, *Chłód*, „Newsweek Polska”, 28 IX 2015, nr 40, s. 21–24: tygodnik zaprezentował fragment książki Michała Krzymowskiego *Jarosław. Tajemnice Kaczyńskiego*.

(red.), *Porządek Miłosierdzia*, „W Sieci”, 21 IX 2015, nr 38, s. 20–21: tygodnik zaprezentował wystąpienie Jarosława Kaczyńskiego podczas sejmowej debaty o uchodźcach.

Zdaniem autorki żaden z badanych tekstów nie nosił znamion *stricte* informacyjnego. Każdy z tekstów przepełniony był osobistymi poglądami i ocenami piszących, które miały przemówić do czytelnika. Teksty jasno opowiadały się po konkretnej stronie politycznej barykady. Wobec czego autorka uznała, że w analizowanym materiale teksty informacyjne się nie znalazły.

W tym miejscu autorka wymieni przykłady tekstów, które jego zdaniem, z uwagi na podjęty temat, powinny zachować obiektywizm. Tak się jednak nie stało, co spowodowało, że teksty stały się publicystyczne.

Aleksandra Pawlicka, Michał Krzymowski, *Ekipa Prezesa*, „Newsweek Polska”, 19 X 2015, nr 43, s. 14–18: *Miejsca starczy dla wszystkich, bo PiS zapowiada wielką reformę mediów. Mają być przekształcone ze spółek w instytucje wyższej użyteczności publicznej, a tym samym podlegać ministrowi kultury. W ten sposób proste stanie się odwoływanie i mianowanie nowych prezesów radia i telewizji.*

Rafał Kalukin, *Dlaczego prezes uwolnił pana Hyde’a*, „Newsweek Polska”, 12 X 2015, nr 42, s. 26–28: *W miarę zbliżania się wyborów różowa chmura socjalnych obietnic kampanii PiS opada i zaczynają wylaniać się coraz wyraźniejsze, znajome kształty IV Rzeczypospolitej.*

Wyniki badań pokazują, że oba tygodniki są zainteresowane relacjonowaniem osoby Jarosława Kaczyńskiego przede wszystkim za pomocą publicystyki. Mniej chętnie zapraszają gości do wywiadów lub korzystają z innych gatunków dziennikarskich.

Drugim kryterium, według którego dokonano analizy jakościowej, był dominujący kontekst, rama interpretacyjna, w jakiej osadzony i przedstawiony został Jarosław Kaczyński w poszczególnych artykułach. Wizerunek polityka w prasie jest pokazywany z różnych perspektyw, jednak przeważnie jedna z nich dominuje. Właśnie ten aspekt zbadała autorka. Przeanalizowano, jaki kontekst zdominował dany artykuł, w którym mowa była o Jarosławie Kaczyńskim.

Autorka dokonała podziału i wyróżniła 4 konteksty, według których oceniała poszczególne teksty. Kontekst rozumie się jako dominującą rolę, funkcję, w jakiej przedstawiany jest Jarosław Kaczyński w danym tekście. Poniżej przedstawiono owe konteksty:

1. Kontekst polityczno-społeczny, czyli pisanie o Jarosławie Kaczyńskim jako o polityku, strategu, przywódcy i liderze.
2. Kontekst osobisty, czyli pisanie o Jarosławie Kaczyńskim w kwestiach dotyczących jego życia prywatnego, rodziców, brata, przyjaciół.



3. Kontekst inny, czyli każdy poza wymienionymi wyżej.
4. Wiele kontekstów, czyli połączenie kilku dominujących kontekstów, w jakich przedstawiany jest Jarosław Kaczyński w jednym tekście.

Przygotowano podział zbadanych tekstów, który umieszczono w tabeli 10.

Tabela 10. Liczba tekstów prasowych w „Newsweek Polska” i „W Sieci”, oceniona wg ustanowionych przez autorkę kryteriów dotyczących dominującego kontekstu, w jakim pokazany został Jarosław Kaczyński

Tytuł/Kontekst	Polityczno-społeczny	Osobisty	Inny	Wiele kontekstów
„Newsweek Polska”	21	3	0	2
„W Sieci”	38	0	1	0

Źródło: Opracowanie własne.

Jak pokazują wyniki analizy, zarówno tygodnik „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci” przedstawiają Jarosława Kaczyńskiego przede wszystkim w kontekście polityczno-społecznym. Tekstów z takim wizerunkiem jest najwięcej. Było ich aż 59 na 65 badanych.

Aby dowieść swoich wniosków, autorka zaprezentuje poniżej kilka przykładów tekstów, które relacjonowały osobę Jarosława Kaczyńskiego głównie w kontekście polityczno-społecznym.

Michał Krzymowski, *Poskramianie Szydło*, „Newsweek Polska”, 28 IX 2015, nr 40, s. 16–19: *O ile wybór kandydatów na posłów od zawsze należał w PiS do prezesa, o tyle skład przyszłego gabinetu powinna – przynajmniej teoretycznie – ustalać kandydatka na premiera. Tyle że kilka dni po ogłoszeniu rekomendacji dla Szydło Kaczyński zapowiedział na spotkaniu z parlamentarzystami PiS, że chce, by wiceszefem rządu został przewodniczący rady programowej partii prof. Piotr Gliński.*

Jacek Karnowski, *Wypaleni muszą odejść*, „W Sieci”, 5 X 2015, nr 40, s. 3: *Medialni przyjaciele Platformy próbują się chwytać ostatniej, „tęczowej” deski ratunku. „Tęczowa” koalicja miałaby połączyć wszystkie partie poza PiS, o ile Jarosław Kaczyński nie zdobędzie samodzielnej większości.*

Jeśli chodzi o inne konteksty, to ten osobisty jako dominujący przedstawił tygodnik „Newsweek Polska”. Zrobił to trzykrotnie. Poniżej przykład owej ramy.

Michał Krzymowski, *Mama nie może się dowiedzieć*, „Newsweek Polska”, 21 X 2015, nr 39, s. 18–24: *Legenda wyczerpie się 25 maja. Jarosław planuje rozmowę z mamą bardzo dokładnie. Radzi się znajomego profesora psychologii, ściągają do Warszawy bratanicę Martę i razem z nią jedzie do szpitala.*

Z kolei tylko tygodnik „W Sieci” raz pokazał Jarosława Kaczyńskiego w ramie innej niż wymienione. Poniżej przedstawiono przykład.

Robert Mazurek, *Żelazny puch*, „W Sieci”, 28 IX 2015, nr 39, s. 94: *Można by nawet rzec, iż w sprawie niekompetencji dama, która na sporcie zna się jak Kaczyński na tańcach tadżyckich, jest niebywale kompetentna.*

W wielu kontekstach jednocześnie pokazał Jarosława Kaczyńskiego dwukrotnie tygodnik „Newsweek Polska”. Poniżej zaprezentowano przykład.

Tomasz Lis, *Lękajcie się!*, 21 X 2015, „Newsweek Polska”, nr 39, s. 2: *To opis prezesowi zapewne miły – widzimy syna, który po śmierci brata otacza matkę niemal obsesyjną, w najlepszym sensie tego słowa, troską. Kaczyński budzi szacunek, może nawet podziw. Niestety, w życiu publicznym prezes objawia głównie swą mroczną stronę. Tak jak w zeszłym tygodniu, gdy wygłosił w Sejmie haniebne przemówienie na temat uchodźców. Jak niemal zawsze, odwoływał się nie do ludzkich nadziei i aspiracji, lecz do nietolerancji i nienawiści.*

#### 4.1. WERYFIKACJA HIPOTEZ BADAWCZYCH

Na początku podjętej analizy postawiono 4 pytania badawcze, by na ich podstawie sformułować 4 hipotezy. Prowadzone badania miały na celu ich weryfikację i sprawdzenie prawdziwości.

Weryfikacja pierwszej hipotezy badawczej, postawionej przez autorkę dowodzi, że zarówno „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci” poświęcają stosunkowo dużo ekspozowanego miejsca osobie Jarosława Kaczyńskiego. Na podstawie zgromadzonych przez autorkę materiałów można uznać, że oba tygodniki publikują podobną liczbę tekstów, które zaklasyfikowano jako „główne”, czyli te bardziej wyeksponowane. W obu tygodnikach stanowią one mniej więcej połowę ukazujących się tekstów. Oba tygodniki publikują również z podobną częstotliwością. Autorka uznaje zatem postawioną przez siebie tezę za prawdziwą.

Kolejna postawiona hipoteza badawcza stanowiła, że ilustracyjność tekstów zamieszczanych w obu tygodnikach jest stosunkowo duża. Badania przeprowadzone przez autorkę obaliły tę tezę, wykazując, że liczba tekstów opatrzonych materiałem ilustracyjnym, ukazujących się zarówno w „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci”, w badanym okresie jest minimalna. Na podstawie uzyskanych wyników można jednak stwierdzić, że materiał ilustracyjny ukazuje się z równomierną częstotliwością.

Według trzeciej poddanej weryfikacji hipotezy, w badanych tygodnikach Jarosław Kaczyński jest przedstawiany głównie w tekstach publicystycznych. Kierując się kryteriami przyjętymi przez autorkę, z całą pewnością można stwierdzić prawdziwość postawionej tezy. Wśród wyróżnionych gatunków dziennikarskich, publicystyka zdecydowanie dominuje. Prym wiedzie zarówno w tygodniku „Newsweek”, jak i „W Sieci”. Prawdziwość hipotezy wzmocniono konkretnymi fragmentami z badanych tekstów. Postawiona teza była prawdziwa i trafna.

Ostatnia badana hipoteza stwierdza, że o Jarosławie Kaczyńskim pisze się przede wszystkim w kontekście polityczno-społecznym. W weryfikacji chodzi-

ło o sprawdzenie, czy wymieniona rama dominuje i determinuje postrzeganie Jarosława Kaczyńskiego jako polityka i osobę zaangażowaną w życie społeczne. Postawiona hipoteza okazała się w pełni prawdziwa. Zarówno tygodnik „Newsweek”, jak i „W Sieci”, przedstawiają Jarosława Kaczyńskiego przede wszystkim w tym kontekście. Jest on obecny w zasadzie każdym artykule. Trafność tezy potwierdziły zamieszczone fragmenty tekstów.

#### 4.2. WNIOSKI I ICH INTERPRETACJA

Na podstawie przeprowadzonej analizy zawartości tekstów, które ukazały się w tygodnikach „Newsweek” i „W Sieci”, autorka wysunęła kilka wniosków.

Po pierwsze, polityka to jeden z najważniejszych obszarów życia społeczeństwa. Determinuje ona znaczną część przekazu medialnego i dyskurs publiczny. Wydaje się zasadne wkomponować podjęty temat pracy w obszar badań nad mediatyzacją polityki. W literaturze naukowej powszechnie znane są publikacje europejskich politologów i medioznawców, takich jak: Winfried Schulz, Stig Hjarvard, Friedrich Krotz, Andreas Hepp, Jesper Strömbäck<sup>48</sup>. Również w obszarze polskich badań medioznawczych nie sposób pominąć prac: Agnieszki Hess, Małgorzaty Mołędy-Zdziech, czy też Małgorzaty Adamik-Szysiak<sup>49</sup>. Media, w tym prasa opinii, przyczyniają się do poszerzenia granic ludzkiego komunikowania, czyniąc to w sposób zapośredniczony. Środki masowego komunikowania przenikają politykę, zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę okres kampanii wyborczej, w której współuczestniczą. Kampania 2015 r. ukazała w szczególności sposób wsparcia polityczne dokonane przez poszczególne tytuły prasy opinii poszczególnym liderom i ugrupowaniom politycznym, co dowiodła podjęta analiza. Warto zwrócić uwagę, że także prasa katolicka nie pozostała neutralnym aktorem politycznym, jeśli wziąć pod uwagę rozpatrywaną kampanię parlamentarną w Polsce w 2015 r. oraz poprzedzającą ją kampanię prezydencką<sup>50</sup>. W komunikowaniu politycznym przyjmuje się dziś jako dość oczywistą tezę Sidneya Blumenthala o kampanii permanentnej<sup>51</sup>. Politycy zmuszeni są nieustannie zabiegać o poparcie wyborcze, tym bardziej w okresie kampanii i z wykorzystaniem mediów.

---

<sup>48</sup> W. Schulz, *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, *European Journal of Communication* 19 (2004) 1, 87–101; S. Hjarvard, *The mediatization of society*, *Nordicom review* 29 (2008) 2, 102–131; F. Krotz, *Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change*. Vol. 21, Berlin 2014.

<sup>49</sup> A. Hess, *Mediatyzacja organizacji pozarządowych w procesie komunikacji politycznej*, *Zeszyty Prasoznawcze* 57 (2014), nr 2 (218), 251–272; *Polityka w zmediatyzowanym świecie. Perspektywa politologiczna i medioznawcza*, red. M. Adamik-Szysiak, Lublin 2016; M. Mołęda-Zdziech, *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa 2013.

<sup>50</sup> R. Leśniczak, *Polish Catholic press and political communication of the Church on the basis of the 2000–2015 presidential election*. *Political Preferences* nr 18, 2018, 37–56.

<sup>51</sup> S. Blumenthal, *The Permanent Campaign: inside the World of Elite Political operatives*, Michigan 1980.

Nasuwa się także wniosek, że osoba Jarosława Kaczyńskiego to jedna z najważniejszych, jeśli nie najważniejsza postać na polskiej scenie politycznej. Świadczy o tym liczba, ekspozycyjność oraz objętość tekstów, w których jest o nim mowa. Wniosek potwierdza również charakter artykułów na jego temat. Publicyści nie są wobec tej postaci obojętni i każdy z nich zajmuje określone stanowisko w stosunku do jego osoby. Dowodem na pozycję Kaczyńskiego jest także fakt, że trudno napisać tekst na jego temat, w oderwaniu od polityki, przedstawiając go w innych ramach kategoryzacyjnych. W opinii autorki wynik analizy, wysoki poziom zainteresowania prasy opinii Jarosławem Kaczyńskim, dowodzi nasilających się procesów personalizacji w mediach. Przywódca jest głównym podmiotem kreowanej idei czy reprezentowanej partii<sup>52</sup>. Dorota Piontek w podjętej refleksji nad personalizacją, zauważa za fińskim badaczem Lauri Karvonem, że pojedynczy aktorzy polityczni są dziś ważniejsi niż partia i ciała kolektywne. To w stronę indywidualnych polityków, najczęściej liderów partii, skierowana jest zasadnicza uwaga mediów<sup>53</sup>. Analiza prasoznawcza ukazała, że bez względu na profil pisma zarówno tygodnik „Newsweek Polska”, jak i „W Sieci” są zainteresowane osobą Jarosława Kaczyńskiego. Publicyści uznają go za istotną postać na scenie politycznej.

Autorka stwierdza, że wysoka ekspozycyjność materiałów w obu tygodnikach ukazuje, jak ważna jest postać Jarosława Kaczyńskiego w dyskursie publicznym. Według rankingu „Polityk roku 2016 w Polsce i na świecie”, przygotowanego przez Centrum Badania Opinii Społecznej, tytuł polityka 2016 r. przyznało Jarosławowi Kaczyńskiemu 4% badanych, co oznacza, że uzyskał trzecią pozycję w omawianym zestawieniu<sup>54</sup>. Ten wynik dodatkowo wzmacnia wniosek autorki.

Po przeprowadzeniu badań, autorka stwierdza również, że tygodnik „Newsweek Polska” preferuje przedstawianie Jarosława Kaczyńskiego w tekstach o „dużej objętości”, natomiast tygodnik „W Sieci” pisze o Kaczyńskim w tekstach krótszych, tych o „średniej objętości” i „małej objętości”.

Podjęta praca dowodzi, że badania medioznawcze wizerunku polityków są badaniami interdyscyplinarnymi, korzystającymi z osiągnięć nauk o mediach i nauk o polityce.

## BIBLIOGRAFIA

### 1. Źródła internetowe

*Aktualności*, <http://wybierzpis.org.pl/aktualnosci> [dostęp: 19.05.2018].

Beata Szydło kandydatem PiS na premiera. „Jest zupełnie niezwykłą, a jednocześnie zwykłą polską kobietą”, <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/beata-szydlo-kandydatem-pis-na-premiera,553202.html> [dostęp: 19.05.2018].

<sup>52</sup> M. Brenner, *Zjawisko personalizacji politycznej*, Studia Politologiczne nr 16, 2010, 118.

<sup>53</sup> D. Piontek, *Personalizacja jako efekt mediatyzacji polityki*, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne nr 3, 2015, 93.

<sup>54</sup> Komunikat z badań nr 2/2017 „Polityk roku 2016 w Polsce i na świecie”, Warszawa, styczeń 2017, [https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K\\_002\\_17.PDF](https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K_002_17.PDF) [dostęp: 16.06.2018], 1.

- Beata Szydło przedstawiła nowe hasło wyborcze PiS: „Damy radę”*, <https://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1492960.Beata-Szydlo-przedstawiła-nowe-hasło-wyborcze-PiS-Damy-rade> [dostęp: 19.05.2018].
- Beata Szydło*, <http://wybierzpis.org.pl/beata-szydlo> [dostęp: 19.05.2018].
- Beata Szydło – Praca, nie obietnice*, <https://www.youtube.com/watch?v=7kTtgC3Jx0Q> [dostęp: 19.05.2018].
- Drużyna Prawa i Sprawiedliwości*, <http://wybierzpis.org.pl/druzyna-pis> [dostęp: 19.05.2018].
- Felietony w tygodnikach opinii – bieżące spory przez pryzmat idei?*, <http://www.medioznawca.com/16-aktualnosci/218-felietony-w-tygodnikach-opinii> [dostęp: 09.06.2018].
- Jarosław Kaczyński podpisał porozumienie ze Zbigniewem Ziobro i Jarosławem Gowinem*, <https://wiadomosci.wp.pl/jaroslaw-kaczynski-podpisal-porozumienie-ze-zbigniewem-ziobro-i-jaroslawem-gowinem-6027733158241409a> [dostęp: 17.05.2018].
- Kalendarz Wyborczy*, <http://wybierzpis.org.pl/kalendarz> [dostęp: 19.05.2018].
- Komunikat z badań nr 2/2017 „Polityk roku 2016 w Polsce i na świecie”*, Warszawa, styczeń 2017, [https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K\\_002\\_17.PDF](https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K_002_17.PDF) [dostęp: 16.06.2018].
- Materiały Programowe*, <http://wybierzpis.org.pl/materiały-programowe> [dostęp: 19.05.2018].
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 26 września 2001 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 23 września 2001 r.*, [http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186\\_01.pdf](http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186_01.pdf) [dostęp: 16.05.2018].
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 26 września 2001 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 23 września 2001 r.*, [http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186\\_03.pdf](http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20011091186/O/D20011186_03.pdf) [dostęp: 16.05.2018].
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 27 września 2005 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 25 września 2005 r.*, [http://pkw.gov.pl/pliki/1456227733\\_obwieszczenie\\_sejm.pdf](http://pkw.gov.pl/pliki/1456227733_obwieszczenie_sejm.pdf) [dostęp: 16.05.2018].
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 21 czerwca 2010 r. o wynikach głosowania i wyniku wyborów Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, zarządzonych na dzień 20 czerwca 2010 r.*, <http://prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL.pdf> [dostęp: 16.05.2018], 1.
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 5 lipca 2010 r. o wynikach ponownego głosowania i wyniku wyborów Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej*, [http://www.prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL\\_2.pdf](http://www.prezydent2010.pkw.gov.pl/ALL/pliki/DOKUMENTY/komunikaty/ObwieszczeniePOL_2.pdf) [dostęp: 08.06.2018].
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 11 października 2011 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 9 października 2011 r.*, [http://wybory2011.pkw.gov.pl/templates/kbw/doc/pkw\\_obwieszczenie\\_sejm\\_wyciag.pdf](http://wybory2011.pkw.gov.pl/templates/kbw/doc/pkw_obwieszczenie_sejm_wyciag.pdf) [dostęp: 16.05.2018].
- PiS zaprezentowało nowe hasło wyborcze: „Praca, nie obietnice”*, <http://archiwum.radiozet.pl/Wybory-2015/Wybory-parlamentarne-2015.-PiS-zaprezentowalo-nowe-haslo-wyborcze-00011057> [dostęp: 19.05.2018].
- Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 17 lipca 2015 r. w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20150001017/O/D20151017.pdf> [dostęp: 16.05.2018].
- Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 3 sierpnia 2015 r. zmieniające postanowienie w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20150001131/O/D20151131.pdf> [dostęp: 16.05.2018].
- Powiedzmy to sobie szczerze*, <https://www.youtube.com/watch?v=o2d5K4gXkY0> [dostęp: 19.05.2018].
- Raport prasa+ Newsweek Polska*, <https://www.prasaplus.pl/titlesReports/titleReport/6849/11/8> [dostęp: 20.05.2018].
- Raport prasa+ Sieci*, <https://www.prasaplus.pl/titlesReports/titleReport/7401/11/8> [dostęp: 20.05.2018].

- Sieci – największy konserwatywny tygodnik opinii w Polsce*, <https://www.wsieciprawdy.pl/o-tygodniku.html> [dostęp: 6.06.2018].
- Spełnijmy razem nasze marzenia!*, <http://wybierzpis.org.pl/aktualnosci/speelnijmy-razem-nasze-marzenia> [dostęp: 19.05.2018].
- Tomasz Lis to nowy redaktor naczelny Newsweek Polska*, <http://www.poranny.pl/polska-i-swiat/art/54-31334,tomasz-lis-to-nowy-redaktor-naczelnny-newsweek-polska,id,t.html> [dostęp: 9.06.2018].
- Tomasz Lis przemawiał na manifestacji KOD. „Nigdy nie zamkną nam ust”*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tomasz-lis-przemawial-na-manifestacji-kod-nigdy-nie-zamkna-nam-ust-wideo> [dostęp: 9.06.2018].
- „WSieci” znów jako „Sieci” w skutek sporu sądowego z Gremi Media*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/w-sieci-jako-sieci-wskutek-sporu-sadowego-z-gremi-media> [dostęp: 20.05.2018].
- Wyniki wyborów do Sejmu RP*, [http://parlament2015.pkw.gov.pl/349\\_Wyniki\\_Sejm](http://parlament2015.pkw.gov.pl/349_Wyniki_Sejm) [dostęp: 17.05.2018].
- Znajdź kandydata*, <http://wybierzpis.org.pl/kandydaci> [dostęp: 19.05.2018].

## 2. Literatura

- Blumenthal S., *The Permanent Campaign: inside the World of Elite Political operatives*, Michigan: Beacon Press 1980.
- Brenner M., *Zjawisko personalizacji politycznej*, *Studia Politologiczne* nr 16, 2010, 117–131.
- Dunaj B., *Słownik języka polskiego*, Poznań: Wydawnictwo IBIS 2014.
- Gackowski T., Łączyński M., *Metody badania wizerunku w mediach*, Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o. 2009.
- Hess A., *Mediatyzacja organizacji pozarządowych w procesie komunikacji politycznej*, *Zeszyty Prasoznawcze* 57 (2014), nr 2 (218), 251–272.
- Hjarvard S., *The mediatization of society*, *Nordicom review* 29 (2008) 2, 102–131.
- Krotz F., *Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change*, Vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouton 2014.
- Leśniczak R., *Polish Catholic press and political communication of the Church on the basis of the 2000–2015 presidential election*, *Political Preferences* nr 18, 2018, 37–56.
- Mielczarek T., *Tabloidyżacja prasy opinii*, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy* 8/19, (2016), 25–43.
- Molęda-Zdziech M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa: Wydawnictwo Difin 2013.
- Piontek D., *Personalizacja jako efekt mediatyzacji polityki*, *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne* nr 3, 2015, 91–103.
- Polityka w zmediatyzowanym świecie. Perspektywa politologiczna i medioznawcza*, red. Adamik-Szybiak, Lublin: Wydawnictwo UMCS 2016.
- Schulz W., *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, *European Journal of Communication* 19 (2004) 1, 87–101.
- Stemplewska-Żakowicz K., *Metody jakościowe, metody ilościowe: Hamletowski dylemat czy różnorodność do wyboru?*, *Roczniki Psychologiczne* 13 (2010), nr 1, 87–96.
- Walecka-Rynduch A., *Lęk i niepokój jako elementy politycznych strategii komunikacyjnych. Analiza kampanii prezydenckiej w parlamentarnej w 2015 roku*, w: *Oblicza kampanii wyborczych 2015*, red. M. Kułakowska, P. Borowiec, P. Ścigaj, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2016, 336–343.
- Wojcik K., *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa: Wolters Kluwer Polska SA 2013.

## **PRESS IMAGE OF JAROSLAW KACZYNSKI PRESENTED IN SELECTED WEEKLY MAGAZINES THROUGHOUT THE POLISH PARLIAMENTARY CAMPAIGN IN 2015**

### Summary

This paper presents Jaroslaw Kaczyński's press image during the parliamentary campaign in 2015. The analysis focuses on the texts that were published in this period in weekly magazines "News-week Polska" and "Siec". The aim of this investigation was to compare the image of Jaroslaw Kaczyński presented in those selected publications.

**Key words:** press image, Jarosław Kaczyński, parliamentary campaign

### Nota o Autorce

**Maja BRODNICKA** – studentka I roku studiów II stopnia na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna oraz III roku studiów I stopnia na kierunku Politologia na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. W lipcu 2018 r. ukończyła studia licencjackie na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na UKSW w Warszawie. Od 2017 r. zdobywa doświadczenie w branży public relations.

Kontakt e-nauk: [m-brodnicka@wp.pl](mailto:m-brodnicka@wp.pl)