

Joanna Gajda

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

ORCID: 0000-0001-9107-0546

Katarzyna Giereło-Klimaszewska

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

ORCID: 0000-0001-9601-8325

**Wizerunek premier Ewy Kopacz i Beaty Szydło
w mediach czeskich na przykładzie portalu iDnes****Wprowadzenie**

Tematyka kształtowania wizerunku przez media w polskiej nauce jest dość dobrze ugruntowana. Zwłaszcza politolodzy i medioznawcy poświęcają jej dużo uwagi i badają różne aspekty kształtowania wizerunku w polityce (Mazur 2002; Ociepka 2002; Cichosz 2003; Jeziński 2005; Dobek-Ostrowska, 2006; Giereło-Klimaszewska 2008). O ile w Polsce poświęca się dużo uwagi scenie politycznej i mediom, nie dzieje się tak w przypadku polityków w mediach zagranicznych – zwłaszcza nieanglojęzycznych. Ponieważ zagadnienia polityki i czeskich mediów w polskiej literaturze badawczej występują dość rzadko, zdecydowano się na podjęcie tej tematyki.

Można przypuszczać, że ze względu na podobne problemy, współpracę obu państw i wspólnotę doświadczeń w XX i XXI w., media czeskie powinny poświęcać dużo uwagi swemu sąsiadowi z północy. Postanowiono więc zbadać jeden z aspektów dotyczących wzajemnych stosunków obu państw, a mianowicie tego, jak czeskie media przedstawiają i kształtują wizerunek medialny premier Beaty Szydło i Ewy Kopacz w Czechach. Na przykładzie publikacji dotyczących obu premier postanowiono sprawdzić, jaki obraz polskich polityk tworzą czeskie media, jakie są ich wizerunki medialne (Gackowski, Łączyński, 2009). Wizerunek polityka będzie tu rozumiany jako jego postrzeganie przez media i to, co wpływa na jego kształtowanie tj. informacje, poglądy, oceny czy wyobrażenia na jego temat (Giereło-Klimaszewska 2008: 29–32).

Założenia analizy

Celem poniższej analizy było przedstawienie wizerunku medialnego premier Kopacz i premier Szydło na przykładzie czeskich mediów. Aby go osiągnąć, wykorzystano

analizę materiałów umieszczonych na portalu informacyjnym. Analizowanym gatunkiem są teksty medialne (Wodak 2011: 34). Do realizacji celów wybrano analizę treści, metodę, która „polega na systematycznym (przeprowadzonym według określonych procedur) analizowaniu treści przekazów wybranego rodzaju w poszukiwaniu pewnych prawidłowości” (Maj 2013: 128), z zastosowaniem klucza kategoryzacyjnego. Wybrano podejście ilościowe koncentrujące się na ilości wystąpień, zwracano uwagę na „jawne treści przekazu”, ale także „treści bezpośrednio niewypowiedziane” (Maj 2013: 128). Zastosowanie tej metody jest celowe w przypadku badania przekazów (Lisowska-Magdżiarz 2004: 15). Poszukiwano najbardziej wpływowego medium, które jest chętnie czytane przez Czechów. Po wstępnym przeglądzie źródeł podjęto decyzję o wyborze tekstów z portalu internetowego gazety *Mladá Fronta Dnes - iDnes* (więcej o decyzji poniżej), uważanego w Czechach za najbardziej opiniotwórczy¹. Wychodząc z założenia, że „im więcej miejsca poświęca się danemu tematowi (...) tym jest on istotniejszy” (Maj 2013: 129) – określono wymiar analizy nazwany *ważność*, który można zestawić z wymiarem *istnienia*, w ramach którego interesują nas, czy dana treść w ogóle pojawia się w przekazie. Trzecim interesującym wymiarem jest *wartościowanie*. Interesujące jest nastawienie nadawcy i wybrany sposób wypowiedzenia treści (Maj 2013: 132–133). Jak wskazuje Małgorzata Lisowska-Magdżiarz „zachowania komunikacyjne mediów nie są niewinne i właściwie nigdy nie mają absolutnie bezinteresownego charakteru” (Lisowska-Magdżiarz 2004: 19). W trakcie analizy poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- jak przedstawiano osoby, które pełnią funkcję premiera (Beatę Szydło i Ewę Kopacz)? Czy bardziej przez stanowisko (pojęcie premier w różnych odmianach oraz synonimy), czy jako osobę?
- jakie tematy w analizowanych artykułach dominowały i powtarzały się?
- jaki kontekst dominował w opisach: zawodowy czy prywatny?
- jakich artykułów jest więcej: pozytywnych, negatywnych, neutralnych czy satyrycznych?
- czy występują stereotypy dotyczące płci?

W analizie wizerunku zwrócono uwagę na następujące elementy klucza kategoryzacyjnego: wizerunek i kontekst, w jakim przedstawiano postać pań premier. Uwzględniono istnienie stereotypów związanych z płcią bowiem: „Mówi się, że media informacyjne odzwierciedlają społeczeństwo, ale tak nie jest. Media informacyjne odzwierciedlają pewne aspekty i kulturę społeczną, i polityczną” (Braden 2015: 2). W przyjętych w analizie założeniach media kształtują kulturę społeczną oraz polityczną, a także mają swoją rolę w kształtowaniu w społeczeństwie percepcji ról płciowych (Krzyżanowska 2012: 205).

Dobór tekstów można opisać jako realizowany metodą *top down approach* (od góry; Mautner 2011: 61), gdzie nazwiska pań premier potraktowano jako słowa

1 iDnes.cz. 2017. „ČTENÁŘI IDNES.CZ”. Dostęp dnia 29 września 2017 roku. https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/A170831_TVE_028_IDNES.PDF.

kluczowe², i można go podzielić na dwa etapy. Najpierw wzięto pod uwagę wszystkie teksty, w których występowały słowa kluczowe i zastosowano procedurę zliczania tekstów zgodnie z założeniami ilościowej analizy treści. Następnie zastosowano cezurę czasową, w ramach której z „uniwersum możliwych tekstów” (Mautner 2011: 59), po wstępnym przeglądzie źródeł, do korpusu analizowanych materiałów zakwalifikowano następujące teksty dotyczące:

- premier Kopacz – wszystkie publikacje, w których pojawiało się jej nazwisko w okresie od pierwszego września 2014 do 31 października 2015 włącznie;
- premier Szydło – wszystkie publikacje, w których pojawiało się jej nazwisko w okresie od pierwszego listopada 2015 do 31 grudnia 2016 włącznie.

W trzeciej fazie zawężono korpus i do szerszej analizy ilościowej oraz wstępnej jakościowej wybrano te artykuły, które bezpośrednio dotyczyły osoby premier Kopacz i Szydło – ich wypowiedzi lub podjętych przez nie działań. Nie skupiano się na pozostałych tekstach, gdzie było wymieniane jedynie ich nazwisko. Żeby uniknąć stronniczości w dobieraniu próby, wszystkie teksty spełniające powyższe kryteria w zaplanowanym okresie stały się materiałem do analizy (Mautner 2011: 61). W efekcie do korpusu „jakościowego” zakwalifikowanych zostało siedem tekstów dotyczących Ewy Kopacz, dziewięć tekstów dotyczących Beaty Szydło oraz dwa teksty, w których występują nazwiska obu pań premier. Łącznie w korpusie znajduje się 18 tekstów, są one dostępne w wersji tekstowej, korpus zapisano w osobnym folderze, który zgodnie z wytycznymi jawności badań może być udostępniony.

Portal iDnes na czeskim rynku prasowym

Analiza wizerunku premier Kopacz i Szydło została przeprowadzona w oparciu o teksty z iDnes.cz – platformy, która jest internetową wersją dziennika *Mladá Fronta DNES*. *Mladá Fronta DNES* obok gazet *Blesk*, *Lidové Noviny* i *Hospodářské Noviny*, jest jedną z głównych i najbardziej poczytnych gazet codziennych w Czechach. Pamiętając o tym, że „aby zrozumieć dyskurs (...) musimy posiadać rozległą wiedzę na temat nadawcy komunikatów” (Krzyżanowska 2012: 234), poniżej kilka najważniejszych faktów dotyczących źródła. Gazeta powstała w 1945 jako *Mladá Fronta*. Od 1990 ukazuje się jako *Mladá Fronta DNES*. Jej średni nakład wynosi około 200 tys. egzemplarzy³. Dziennik plasuje się na drugim miejscu pod względem czytelniczości po tabloidzie *Blesk*⁴.

2 Korzystano z wyszukiwarki dostępnej dla każdego użytkownika portalu internetowego, która umożliwia odnalezienie artykułów wg wybranego słowa – stosowano czeskie zapisy nazwisk i założono, że portal stosuje lematyzację.

3 [brak autora]. “Price List of Printed Publications Valid from 1. 1. 2017”. Media group MAFRA. Dostęp 15 sierpnia 2018 roku. http://data.iDnes.cz/soubory/mafra_all/54A170217_TVE_015_2017_CENIK_MAFRA_2.PDF.

4 [brak autora]. “International Media Representative – Czech republic”. Mercury-publicity. Dostęp 25 sierpnia 2017 roku. <https://www.mercury-publicity.com/czech-republic>.

Właścicielem portalu iDnes jest grupa medialna MAFRA a.s., która oprócz *Mladá Fronta DNES* posiada również takie gazety codzienne jak *Lidové noviny* i *Metro*. Firma została założona w Pradze w 1992 r. Od 1994 r. głównym właścicielem firmy był Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft GmbH. Wraz z rozpoczęciem działalności politycznej przez przedsiębiorcę i drugiego najbogatszego człowieka w Czechach, Andreja Babiša, cała grupa MAFRA została przez niego kupiona w czerwcu 2013 r., co spowodowało, że zaczęto go porównywać do Silvio Berlusconi. W ten sposób biznesmen dołączył do swojego imperium koncern mający w posiadaniu nowe i tradycyjne media, w tym największe gazety w Czechach (takie, jak wspomniane wyżej) czy komercyjne radio i telewizje (np. TV ÓČKO) oraz liczne portale internetowe m.in. iDnes – będącym właśnie źródłem danych, lidovky.cz, a także przedsięwzięcia związane z e-handlem i telefonią komórkową⁵.

Portfolio koncernu jest duże (kilkadziesiąt przedsięwzięć związanych z mediami) i ma duży wpływ na czeską opinię publiczną, stąd też pojawiają się wokół niego kontrowersje i próby ograniczania jego oddziaływania. W 2017 r. zaczęła obowiązywać ustawa o konflikcie interesów, która zakazuje członkom rządu bycia właścicielami mediów, posiadania udziałów w mediach oraz w firmach, w których członek rządu ma 25% udziałów. Należące do nich przedsiębiorstwa wszelkich branż nie mogą ubiegać się o dotacje państwowe czy zamówienia publiczne. Ustawa zwana „lex Babiš” (Groszkowski 2017) miała zmusić właściciela MAFRY do oddania kontroli nad należącymi do niego wpływowymi gazetami i innymi mediami, jeśli będzie chciał zasiadać w rządzie po wyborach w 2017 roku⁶. Tak się nie stało, bowiem miliarder, który był ministrem finansów w rządzie Bohuslava Sobotki (w latach 2014–2017) przekazał oficjalne zarządzanie koncernem MAFRA funduszowi powierniczemu, by uniknąć ustawowego konfliktu interesów⁷. Choć Babiš nie jest już bezpośrednio właścicielem koncernu, to zachował w nim duże wpływy, o czym świadczy „afera taśmowa”, gdzie nagrano miliardera wydającego instrukcje dziennikarzom koncernu dotyczące skompromitowania premiera Sobotki. O wpływach w koncernie może też świadczyć tocząca się w mediach nieustanna kampania wyborcza do czeskiego parlamentu, przedstawiająca miliardera jedynie w pozytywnym świetle.

W Czechach, podobnie jak w innych państwach, prasa papierowa jest w odwrocie i nowe media zajmują jej miejsce. iDnes zastępuje papierowe wydanie *MF Dnes* i zyskuje coraz więcej czytelników. Portal działający od 12 stycznia 1998 roku, ma

5 [brak autora]. „Portfolio MAFRA”. MAFRA. Dostęp 12 sierpnia 2018 roku. <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx>.

6 24 maja 2017 r. Babiš został odwołany ze stanowiska w wyniku czeskiej „wojny na górze” – zob. Groszkowski Jakub. 2017. „Czechy: przedwyborcza «wojna na górze»”. Dostęp 15 sierpnia 2018 roku. <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2017-05-10/czechy-przedwyborcza-wojna-na-gorze>.

7 Zob. struktura własności czeskich mediów „Infografika”, Mediaguru. Dostęp 12 sierpnia 2018 roku. <https://www.mediaguru.cz/2016/03/infografika-aktualizovana-mapa-vlastniku-medii/>.

ponad 4 600 000 czytelników miesięcznie, co w liczącym 10 i pół miliona ludności kraju wydaje się być dobrym wynikiem⁸. iDnes.cz jest portalem informacyjnym, a jego zawartość ściśle współgra z *MF Dnes*⁹. Portal, który po novinky.cz ma drugie miejsce pod względem liczby odwiedzin, jest uważany za najbardziej opiniotwórczy, ma 932 959 256 odsłon stron miesięcznie. Jak podaje koncern MAFRA, w przeważającej części użytkownikami portalu są osoby aktywne zawodowo i o dużym potencjale rynkowym – najwięcej w wieku 30–39 lat – 22% oraz 40–49 lat – 21%; w 53% mężczyźni, 47% kobiety; głównie ze średnich i dużych miast¹⁰.

Przebieg analizy

W pierwszej kolejności 18 tekstów poddano ilościowej analizie treści. Do jej realizacji wykorzystano wsparcie programu Maxqda (licencja wersja demo). W tekstach pominięto zdjęcia i podpisy pod zdjęciami, koncentrując się na treści, a nie formie artykułów. Teksty podzielono na dwie grupy, w ramach których dokonano analizy. Ponieważ artykuł skoncentrowany jest na wizerunku dwóch osób, podjęto próbę analizy porównawczej m.in. zestawiając objętości tekstów, następnie dokonano jakościowa analiza treści.

Początkowo zakładano, że omawiane publikacje w czeskich mediach będą dotyczyły wielu wymiarów wizerunku obu premier oraz polityki polskiej, co powinno składać się na opis i ocenę najważniejszych wydarzeń, zagadnień i projektów właściwych w tym przypadku. Założono, że teksty będą obejmować problematykę związaną z pełnioną funkcją (premierki-polityczki), ale również będą dotyczyły prywatności. Założono także, że podobnie jak to się dzieje w mediach polskich, media czeskie będą postrzegały obie polityczki nie tylko poprzez pełnioną funkcję, ale i wygląd czy atrakcyjność. Ten sposób przekazu powiązany ze stereotypizacją dotyczącą wyglądu, prezencji, mowy ciała (Jeziński 2005: 298–317), umożliwi przedstawianie postaci również jako politycznych celebrytów (tu – celebrytki). Dodatkowo założono, że w wizerunku obu pań będą wstępowały stereotypy dotyczące narodowości lub płci. Dla zadbania o systematyczność i obiektywność realizowanej analizy, dokonano operacjonalizacji pojęć stanowiących klucz kategoryzacyjny:

- **Pozytywny wizerunek** – korzystny, przychylny, wspierający, potrzebny, zasadny, pożądany, wartościowy, wskazany.
- **Negatywny wizerunek** – nieprzychylny, obraźliwy, pejoratywny, krytykujący.

8 [brak autora]. „Výzkum návštevnosti internetu”. ČTENÁŘI IDNES.CZ czerwiec 2017. Dostęp 29 września 2019 roku. https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/A170831_TVE_028_IDNES.PDF.

9 [brak autora]. „Portfolio koncernu MAFRA”. MAFRA. Dostęp 29 września 2019 roku <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-iDnes.htm&cat=internet> [29.09.2017].

10 [brak autora]. „Výzkum návštevnosti internetu”. ČTENÁŘI IDNES.CZ czerwiec 2017. Dostęp 29 września 2019 roku. https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/A170831_TVE_028_IDNES.PDF.

- **Neutralny wizerunek** – obojętny, niekomentujący, dotyczący jedynie faktów.
- **Satyryczny wizerunek** – osoby są prezentowane w sposób humorystyczny, groteskowy, prześmiewczy, „z przymrużeniem oka”, krytykujący nie wprost.
- **Kontekst zawodowy** – wszystkie obowiązki premier wynikające z Konstytucji III Rzeczypospolitej (np. reprezentowanie kraju na arenie międzynarodowej, sprawowanie funkcji szefa Rady Ministrów itp.).
- **Kontekst prywatny** – życie rodzinne, spędzanie wolnego czasu, członkowie rodziny premier, zainteresowania, hobby, praktyki religijne.

W jakościowej analizie treści ważna jest umiejętność odczytywania znaczeń, które związane są ze społecznym i kulturowym tłem. Zrozumienie kontekstu pozwala „interpretować, rozumieć i pamiętać zachowania językowe” (Wodak 2011: 22), jest to ważne przy odczytywaniu przykładów stereotypizacji. Zdecydowano się na rozpoznanie tego tematu, ponieważ, jak wskazuje Anna Pacześniak na podstawie badań ONZ w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, elementy wpływające na rolę i pozycję kobiet są raczej podobne. Można zatem wnioskować, że wzorce kulturowe i sposób postrzegania kobiet jest porównywalny w Polsce i Czechach, również obecnie (Pacześniak 2006: 50). Jedyny bardzo silnie różnicujący czynnik, mogący wpływać na postrzeganie roli kobiet to status Kościoła i religii. Czynnik ten silnie determinuje postrzeganie ról płciowych w społeczeństwach (Fuszara 2006; Pacześniak 2006). Jednak porównując reprezentację kobiet w Polsce i Czechach można wskazać, że w 2006 roku udział kobiet w rządach w Polsce wynosił 14,3%, a w Republice Czeskiej było to 11,4% (Pacześniak 2006: 57)¹¹. Również porównywalny jest procentowy udział w parlamencie: w Polsce w izbie niższej kobiety stanowią 20,4%, w Czechach 15,5%. W izbie wyższej ten rozkład przedstawia się następująco: Polska 13%, Czechy 12,3 (Pacześniak 2006: 57, 63). Porównywalny profil kulturowy i sytuacja pozwala na dokonanie analizy również w obszarze budowania wizerunku płci.

Ponieważ w analizie treści warto zawsze uwzględnić kontekst, podjęto decyzję o przedstawieniu wyliczeń od 1.09.2014 do 31.12.2016 na tle decydentów z krajów grupy Wyszehradzkiej oraz największego sąsiada Czech – Niemiec. Kontekstu nie potraktowano jako quasi śmietnika, „zawierającego nieusystematyzowane i nieprzewidywalne czynniki” (Chomsky 1965), ale raczej jako obraz innych państw i przedstawicieli władzy wykonawczej w tych krajach (Wodak 2011: 22–23). Przyjęto założenie, że wystąpienie słowa kluczowego w danym momencie jest wskaźnikiem zainteresowania mediów tematem¹². By kontekst był nieco szerszy, w analizowanym okresie dokonano również zliczenia artykułów, w których wymieniona jest nazwa poszczególnych krajów oraz nazwiska osób sprawujących władze wykonawczą, czyli w przykładowych krajach premiera i kanclerza. Wartości wskazane są jako określone słowem *około* ponieważ w procesie liczenia publikacji korzystano z dwóch katalogów wyszukiwarki wikiidnes dla *Osobowości Świata*, dostępnej

11 Dla porównania w Niemczech było to 31,5%.

12 W analizie ilościowej przyjmuje się, że ilość wystąpień jest wskaźnikiem „ważności”, co opisano powyżej.

pod adresem <https://wiki.iDnes.cz/osobnosti-svet.aspx> oraz dla *Państwa i regiony* dostępnej pod adresem <https://wiki.iDnes.cz/cestovani.aspx>. W wyszukiwarkach tych nie ma możliwości zastosowania wyszukiwania zaawansowanego i pełnią one rolę pomocniczą. Należy zatem uwzględnić, że wyniki mogą być obciążone błędem. Niniejsze zestawienie pomija kontekst krajowy i międzynarodowy – nie uwzględnia sytuacji w danym kraju, ani nie analizuje tematyki zliczanych artykułów. Są to zatem teksty dotyczące ekonomii, mody, turystyki, sportu, polityki, afer itd. Wyniki przedstawiają się następująco:

Tabela 1. Częstość występowania nazw państw w wyszukiwarce Wiki iDnes

Słowo kluczowe	Występowanie słowa w następujących terminach		Wzrost liczby tekstów
	1.09.2014 do 31.10.2015	1.11.2015 do 31.12.2016	
			Więcej o
Niemcy („Německo”)	ok. 2 752	ok. 3 385	ok. 633
Słowacja („Slovensko”)	ok. 1 624	ok. 1 702	ok. 78
Polska („Polsko”)	ok. 1 161	ok. 1 345	ok. 184
Węgry („Maďarsko”)	ok. 590	ok. 630	ok. 40

Źródło: Zestawienie na podstawie wyników wyszukiwania w bazie *Państwa i regiony* pod adresem <https://wiki.iDnes.cz/cestovani.aspx>.

Na podstawie powyżej prezentowanych danych można wnioskować, że największym zainteresowaniem portali informacyjnych w Czechach cieszą się Niemcy jako najsilniejszy partner gospodarczy i polityczny. Ilość tekstów dotyczących Niemiec jest ponad dwukrotnie większa niż ilość tekstów na temat Polski. Tekstów na temat najbliższego partnera Czech – Słowacji – jest o ok. 500 więcej w obu badanych okresach. Najmniej informacji portal iDnes poświęca Węgrom, w porównaniu do Polski jest ich o ok. połowę mniej. Wzrost liczby publikacji plasuje nas na drugiej pozycji wśród badanych państw. Na podstawie powyższego zestawienia można przypuszczać, że zainteresowanie Polską plasuje nas gdzieś między drugim a trzecim miejscem.

W drugiej kolejności dokonano zliczenia artykułów dotyczących nie tylko obu premier, ale i innych polskich decydentów, aby porównać, czy wyniki w wyszukiwarce będą podobne. Implikował to fakt bardzo małej liczby tekstów zidentyfikowanych już na wstępnym etapie przeglądu materiałów. Sprawdzone czy równie często w omawianym czasie, tj. 14 miesięcy od mianowania na stanowisko szefa Rady Ministrów, występuje obok Ewy Kopacz – Donald Tusk a Beaty Szydło – Jarosław Kaczyński. Przyjęto, że choć Kaczyński nie jest premierem, to jest znaczącym graczem na polskiej scenie politycznej i warto wziąć pod uwagę również jego „popularność”. Tusk od objęcia teki premiera w listopadzie 2007 r. do grudnia 2008 r. w wyszukiwarce iDnes pod hasłem „Donald Tusk” występował 59 razy. Od mianowania na prezesa Rady Ministrów Kopacz, tj. od września 2014 do listopada 2015, nazwisko „Ewa Kopacz” występowało 18 razy. W analogicznym okresie tj. od mianowania na szefa Rady Ministrów Szydło – od października 2015 do grudnia

2016 – hasło „Beata Szydło” występowało 42 razy, a „Jarosław Kaczyński” – 18. Nie można tego samego podsumowania zrealizować dla Jarosława Kaczyńskiego, ponieważ pierwsze informacje na jego temat w wyszukiwarce pojawiają się z marca 2007 roku (wcześniej portal, który istnieje od 1998 r., o nim nie wspomina najprawdopodobniej dlatego, że nie ma dostępu do wcześniejszych tekstów sprzed 2007 r.). Widać tu wyraźną dysproporcję wskazującą na to, że największym zainteresowaniem cieszył się Donald Tusk, natomiast Ewa Kopacz obejmując funkcję kolejnego premiera rządu PO i Beata Szydło – pierwsza premier rządu PiS – nie były już tak popularne, choć wydaje się, że zainteresowanie politykiem/polityczką powinno być proporcjonalnie do ważności sprawowanej funkcji. Przyczyn można się doszukiwać w ówczesnej dobrej współpracy rządów Polski i Czech. W czasie, który obejmują badania, mieliśmy do czynienia z dobrze funkcjonującą Grupą Wyszehradzką i stosunkowo stabilną sytuacją obu krajów. Dziś przekazy w dużej mierze są zdeterminowane skomplikowaną sytuacją wewnętrzną obu państw oraz światowym kryzysem (Ogrodnik 2016; Groszkowski 2017). Poniższa tabela zestawia dane dotyczące osób pełniących funkcje w krajach grupy Wyszehradzkiej i Niemiec.

Tabela 2. Frekwencja nazwisk poszczególnych przedstawicieli władzy wykonawczej na portalu iDnes

Słowo kluczowe	Występowanie słowa w następujących terminach	
	1.09.2014 do 31.10.2015	1.11.2015 do 31.12.2016
„Angela Merkelová” (Angela Merkel)	ok. 266	ok. 382
„Robert Fico”	ok. 90	ok. 93
„Viktor Orbán”	ok. 51	ok. 75
„Beata Szydlová” (Beata Szydło)		ok. 42
„Ewa Kopaczová” (Ewa Kopacz)	ok. 18	

Źródło: Zestawienie na podstawie wyników wyszukiwania w bazie *Osobowości Świata*, pod adresem <https://wiki.iDnes.cz/osobnosti-svet.aspx>

Potwierdza się duża popularność Niemiec. Trzeba wyjaśnić, że wynika to nie tylko z zaszłości historycznych (głównym punktem odniesienia kultury czeskiej są właśnie Niemcy), ale również z współczesnych więzi Czech z tym państwem. Czechy, mimo trudnych sporów dotyczących głównie Niemców Sudeckich, nadal uznają zachodniego sąsiada za kraj atrakcyjny i utrzymują z nim bliskie relacje, nie tylko w sferze gospodarczej, ale i politycznej (Ogrodnik 2016). Wynika to z dość małych możliwości wpływu na politykę międzynarodową (zwłaszcza w Unii Europejskiej), a więc alians z większym partnerem jest jak najbardziej zrozumiały. Tak więc nazwisko Merkelová¹³ pojawia się ponad 200 razy w pierwszym okresie i prawie czterysta

13 Pewną specyfiką języka czeskiego jest sposób zapisu nazwisk żeńskich i męskich. Nazwiska męskie są zapisywane oryginalnym brzmieniu, jedynie bez użycia znaków diakrytycznych. Nazwiska kobiet są zmienione i zapisywane z końcówką -ová, co sprawia, że np. nazwisko Szydło nie zachowuje swego oryginalnego brzmienia i jest przekształcane na Szydlová.

razy w drugim okresie. Robert Fico jest wymieniany prawie stukrotnie częściej, zarówno w pierwszym, jak i w drugim przedziale czasu. Viktor Orbán cieszy się nieco mniejszą popularnością, ale w drugim okresie jego popularność znacznie wzrasta. Najmniej popularne są polskie władze w osobach premier Szydło i premier Kopacz. Potwierdza się brak zainteresowania mediów czeskich polską polityką.

Informacje o polskich premierach na portalu iDnes.cz

Ciekawy, w perspektywie budowania, lub raczej braku budowania wizerunku, jest zbiór informacji, jakie o polskich premierach są dostępne na podstronie wikiIDnes. Strona ta działa na zasadzie zbierania i prezentowania zawartości iDnes, ale także działa podobnie jak wikipedia na zasadach wikinomicznej współpracy (Tapscott, Williams 2008), gdzie autorzy portalu przedstawiają treści jako dostępne źródło informacji. Umieszczone tam opisy mogą świadczyć o wadze danych osób dla społeczności tworzącej i czytającej informacje w portalu.

Na stronie tej, we wspomnianym powyżej katalogu nazwisk, można odnaleźć przez słowo kluczowe związane z nim artykuły (procedura ta była wykorzystana przy zliczeniu artykułów). Natomiast w pierwszych wierszach przed pojawieniem się chronologicznie wyszukiwanych treści prezentowana jest (jeśli jest przygotowana) notatka o danej osobie. I tak, patrząc na opisywane powyżej nazwiska: nie ma żadnych informacji o Donaldzie Tusku, informacje o Jarosławie Kaczyńskim łączą go z bratem i wskazują, że grał główną rolę w filmie „O dwóch takich co ukradli księżyc”. O Viktorze Orbanie są cztery linijki, na temat Roberta Fico półtorej. W bazie nazwisk widać, że kanclerz Niemiec jest ważną dla Czech osobą, jej biogram jest dłuższy (12 linijek) i jako jedyny zawiera zdjęcia tytułowe oraz odnośnik do galerii (28 zdjęć). Pod notką podpisane jest autorstwo portalu, w kolumnie po prawej stronie wpisane są podstawowe informacje rodzinne. Tych elementów organizacji strony nie ma u pozostałych osób. W biogramie na stronie iDnes Merkel przedstawiona jest jako pierwsza kanclerz Niemiec, aktywny polityk („pomagała”, „angażuje się”) oraz kobieta sukcesu („Nazywa się ją faktycznym liderem Unii Europejskiej. Czasopismo *Forbes* wielokrotnie nazywało ją najmocniejszą kobietą na świecie. Magazyn *Time* ogłosił ją w 2015 roku Osobowością Roku”)¹⁴.

Dla porównania, polskie panie premier uzyskują zainteresowanie finalizujące się trzema linijkami tekstu. W opisujących je notkach autorzy odwołują się do panieńskich nazwisk i podają datę urodzin, czego nie ma w przypadku Merkel. Warto zwrócić uwagę, że kobiety zawsze były „piętnowane” za swój stan cywilny (Braden 2015: 7). Widać to w momencie, w którym portal podaje informacje o sytuacji rodzinnej pań premier i pani kanclerz, podczas gdy takich informacji nie znajdziemy w biogramach opisywanych mężczyzn.

14 Hasło: „Angela Merkelová”. WikiIDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.idnes.cz/angela-merkelova-0ka-/osobnosti-svet.aspx?klic=461003>.

Beata Szydło przedstawiona jest jako posłanka na Sejm z ramienia Prawa i Sprawiedliwości oraz szefowa sztabu wyborczego Andrzeja Dudy w wyborach 2015 r. W notce nie ma ani słowa o objęciu funkcji szefowej rządu¹⁵. Ewa Kopacz jest przedstawiona w perspektywie zajmowanych stanowisk: jako druga kobieta premier i marszałek Sejmu¹⁶.

Analiza wizerunków premier Kopacz i Szydło na podstawie tytułów

Przechodząc do tytułów artykułów, można podjąć próbę naszkicowania budowanego przez media wizerunku. Premier Szydło na podstawie tytułów iDnes¹⁷ raczej „może zacząć”, „mówi”, „poprowadzi”, „odpowiedziała”. Pani premier nie *objęła* funkcji premiera, również nie *została* premierem, ale *może zacząć tworzyć rząd*¹⁸ – niska modalność w pewnym sensie wskazuje na niepewność (Mautner 2011: 68). Jak wynika z tekstu prezydent *udzielił jej* mandatu – zatem nie zbudowała rządu i nie uzyskała wymaganego poparcia, tylko jakby otrzymała prezydenckie zezwolenie na podjęcie pracy. Nazwisko Premier Szydło jest wymieniane rzadko, w tytułach analizowanych artykułów – dwa razy. Warto zauważyć, że w również dwa razy pojawia się nazwisko Kaczyńskiego. Użyte w tytułach słowa raczej nie zakładają sprawczości. Należy zauważyć, że jedno słowo wyróżnia się na tle tytułów, ponieważ premier Szydło „odpowiedziała”, „mówi” „powiedziała”, „może”. Tylko raz pojawia się słowo wskazujące na aktywność, ponieważ „poprowadzi”, czyli to ona będzie odpowiedzialna za działania rządu, natomiast w tle tego artykułu pojawia się nazwisko Jarosława Kaczyńskiego. W przypadku pozostałych tytułów, ale także treści artykułów, brak jest opisu podejmowanych działań. Poniżej tabela 3 ze spisem artykułów.

Tabela 3. Lista analizowanych artykułów. Tytuły i dominująca tematyka – B. Szydło

Tytuł – wersja polska	Tytuł oryginalny Oznaczenie w bazie	Dominująca tematyka M – mianowanie na premiera W – wybory ZR – zmiany w rządzie PRz – polityka rządu UE – Unia Europejska	Ilość słów w artykule

¹⁵ Hasło „Beata Szydło”. WikiiDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.iDnes.cz/beata-szydlova-01n-/osobnosti-svet.aspx?klic=461268>.

¹⁶ Hasło „Ewa Kopacz”. WikiiDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.iDnes.cz/ewa-kopaczova-0dm-/osobnosti-svet.aspx?klic=461251> <https://wiki.iDnes.cz/beata-szydlova-01n-/osobnosti-svet.aspx?klic=461268>.

¹⁷ Spis tytułów w Tabeli 3 – Beata Szydło, w Tabeli 4 – Ewa Kopacz; w Tabeli 5 – Kopacz i Szydło.

¹⁸ Tytuł 8: „Szydło może zacząć tworzyć polski rząd, prezydent udzielił jej mandatu” 13.11.2015.

Zjednoczona opozycja jest skandaliczna, odpowiedziała na protesty polska premier 17.12.2016	2 Jednání opozice je skandální, reagovala na protesty polská premiérka 17. prosince 2016	PRz	742
Polski premier mówi o fali nienawiści, opozycja oskarża Marszałka Sejmu 19.12.2016	4 Polská premiérka mluví o vlně nenávisti, opozice žaluje maršálka Sejmu 19. prosince 2016	PRz	284
Polska chce reformy finansów dla organizacji pozarządowych, aktywiści boją się prześladowań 28.11.2016	5 Polsko chce reformu financí pro nevládky, aktivisté se bojí perzekuce 28. listopadu 2016	PRz	348
Nie mamy ustawy o aborcji, powiedziała premier. Minister zbagatelizował protesty 4.10.2016	6 Zákon o potratech nechystáme, řekla premiérka. Ministr zlehčoval protesty 4. října 2016	PRz	363
Polski rząd poprowadzi Szydło, Kaczyński uciął pogłoski, że on go poprowadzi 9.11.2015	7 Polskou vládu povede Szydlová, Kaczyński utnul fámy, že by ji nahradil 9. listopadu 2015	W	366
Szydło może zacząć tworzyć polski rząd, prezydent udzielił jej mandatu 13.11.2015	8 Szydlová může začít sestavovat polskou vládu, prezident jí dal pověření 13. listopadu 2015	W	290
Sankcje są nam niegroźne, komisja nie może nas ukarać, mówi polska premier 14.01.2016	9 Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka 14. ledna 2016	UE	345
Rada Europy skrytykowała Polskę za osłabienie demokracji i praw człowieka 12.03.2016	10. Rada Evropy vytkla Polsku oslabování demokracie a lidských práv 11. března 2016	UE	581
Prawo w Polsce scali funkcję ministra i prokuratora, opozycja to krytykuje 29.01.2016	11 Zákon v Polsku sloučí funkci ministra a prokurátora, opozice to kritizuje 29. ledna 2016	PRz	325

Źródło: Zestawienie i tłumaczenie własne ze strony portalu <http://zprawy.idnes.cz>.

Premier Kopacz – jak wskazują nagłówki tekstów – „nie ma czasu”, „zastąpiła”, „wybrała”, „chce”. Ponieważ Kopacz „wybrała” i „chce” można wnioskować, że w perspektywie mediów ona ma nieco więcej sprawczości jako osoba podejmująca decyzje i mająca własną wolę. Na co warto zwrócić uwagę, jest przedstawiana jako następczyni Donalda Tuska (Grzegorzczuk 2017:337). Nazwisko Kopacz pada w tytułach jeden raz, w tym samym zbiorze tytułów, nazwisko Tusk wspomniane jest dwa razy. Ewa Kopacz w swoim exposé położyła silny nacisk na relacje z sąsiadami (Grzegorzczuk 2017: 344), nie było to jednak widoczne w realizowanej przez nią polityce 100 dni i nie zostało odzwierciedlone przez czeskie media. Jak wskazuje

Agnieszka Grzegorzczuk, mimo, że Kopacz była bardziej wyrazista niż np. Hanna Suchocka, to realizowała „przywództwo bardziej techniczne aniżeli charyzmatyczne” (Grzegorzczuk 2017: 344). Poniżej tabela 4 z listą analizowanych artykułów.

Tabela 4. Lista analizowanych artykułów. Tytuły i dominująca tematyka – E. Kopacz

Tytuł - wersja polska	Tytuł oryginalny Oznaczenie w bazie	Dominująca tematyka M – mianowanie na premiera W - wybory ZR – zmiany w rządzie PRz – polityka rządu UE – Unia Europejska	Ilość słów w artykule
Polska zmierza do powołania drugiego rządu, Tusk zrezygnował z powodu wyjazdu do Brukseli 9.09.2014	1k. Polsko mříí ke druhé premiérce, Tusk kvůli odchodu do Bruselu rezignoval 9. září 2014	M	252
Z polskiego rządu odchodzą trzej ministrowie, rezygnację złożył szef [marszałek] Sejmu Sikorski 10.06.2015	2k Z polské vlády odchází tři ministři, funkci složil i šéf Sejmu Sikorski 10. června 2015	ZM	337
Polska premier chce, by urzędnicy mówili bardziej zrozumiałym językiem 1.08.2015	3k Polská premiérka chce úředníky naučit mluvit srozumitelným jazykem 1. srpna 2015	PRz	217
Polscy eurosceptycy tworzą jednokolorową władzę [rząd], udało się też rockerowi 27.10.2015	6k Polští euroskeptici sestaví jednobarevnou vládu, uspěl i rocker 27. října 2015	W/ZM	297
Na czele Polski stoi kobieta, Tuska zastąpiła marszałek Sejmu 15.09.2014	7k V čele Polska stojí žena, Tuska vystřídala maršálka Sejmu 15. září 2014	M	327
Nowa premier Kopacz wybrała konserwatystów. Aborcję i wojnę. 22.09.2014	8k Nová polská premiérka Kopaczková vytáčí konzervativce. Potraty i válkou 22. září 2014	W	517
Sobotka na szczycie dotyczącym uchodźców zastąpi Polskę. Premier [Kopacz] nie ma czasu 11.11.2015	9k Sobotka na uprchlickém summitu zastoupí i Polsko. Premiérka nemá čas 11. listopadu 2015	PRz, UE	428

Źródło: Zestawienie i tłumaczenie własne ze strony portalu <http://zprawy.idnes.cz>.

Powyższe obserwacje są zgodne z wnioskami z badań wspomnianej kampanii do Parlamentu Europejskiego. Sposób kreowania wizerunku kobiet w polityce jest bardzo podobny w sytuacjach pretendowania do stanowiska i w czasie ich sprawowania. Kobiety w kampaniach przedstawiane są jako outsiderki i wyjątki, nie jako

„pełnoprawne uczestniczki życia politycznego” (Krzyżanowska 2012: 220). Zwraca także uwagę, że kandydatki opisuje się „w nawiązaniu do ich relacji rodzinnych” (Krzyżanowska 2012: 220) i np. „bliskiego związku emocjonalnego z mężczyzną politykiem” (Krzyżanowska 2012: 220). W opisywanych przypadkach mamy zawsze wskazanie powiązania z innym politykiem, nie są to bliskie emocjonalne relacje, ale zawsze pewna zależność, podległość, służba, praca na rzecz. Kobieta w polityce jest jakby w cieniu mężczyzny polityka. Tak jak w notce o Beacie Szydło – jest opisywanie jej pracy w sztabie wyborczym Andrzeja Dudy, ale bez wskazania, że obecnie pełni funkcję prezesa Rady Ministrów. Ten sam przykład pojawia się w charakterystyce Ewy Kopacz: kobieta w cieniu mężczyzny. Kopacz w Polsce odbierana była jako kontynuatorka polityki Tuska, tak też przedstawiają ją analizowane tytuły. Sama w polskiej przestrzeni publicznej podkreślała „swoją niezależność i odpowiedzialność” (Grzegorzczak 2017: 344), nie zostało to jednak dostrzeżone przez czeski portal.

Innym sposobem przedstawiania kobiet w mediach jest wprawdzie odnoszenie się do wyglądu i aspektów komunikacji niewerbalnej, a dopiero później „zamieszczanie opisu jej profesjonalnych umiejętności” (Krzyżanowska 2012: 221). W wybranych tytułach nie ma jednak koncentracji na mało znaczących elementach jak wygląd, sposób ubierania się, itd. Może dlatego, że jak podkreśla Maria Braden: „obecnie studenci dziennikarstwa są uczeni zgodnie z nieformalnym standardem uczciwości, że nie opisują wyglądu kobiety, chyba, że jest to niezbędne i opisałiby w ten sam sposób mężczyznę – np. żeby dobrze przedstawić profil osobowości” (Braden 2015: 8). W analizowanych tytułach i artykułach rzeczywiście zasada ta jest zachowana. Z perspektywy wybranych tytułów obraz obu pań jest mniej sprawczy niż wskazywałaby na to pełniona funkcja. Trudno było odtworzyć wyrazisty wizerunek szefowych rządów. Za Anną Szwed-Walczak można się zgodzić, że kobieta polityk może obecnie skorzystać z następujących wzorców wizerunkowych: „nowoczesnej businesswoman, kobiety tradycyjnej (strażniczki ogniska domowego – matki i żony) kobiety, eksperta, feministki” (Szwed-Walczak 2017: 284). Żaden w powyższych nie jest używany. W przykładowych wzorcach brakuje jeszcze stosowanej w rozmowach kulturalnych i mediach – paprotki¹⁹ – pewnego mało znaczącego dodatku do przestrzeni publicznej, swoistego bezkształtu, niewyraźnego przedstawiania sylwetek kobiet w świecie polityki. Wizerunek pań premier jest właśnie *nijaki*, brakuje wyraźnych cech osobowości, nie ma jasnego obrazu człowieka ani jego sposobu sprawowania

19 Pojęcie to było używane przez Jolantę Kwaśniewską w czasie zapowiedzi I Kongresu Kobiet, za: Grabau Agata. 2009. „Kobiety na piedestał – rozmowa z Jolantą Kwaśniewską”. *Tygodnik Przegląd*, 24. Dostęp 10 sierpnia 2018 roku <https://www.tygodnikprzeglad.pl/kobiety-na-piedestal/>. Określenie to pojawia się również w prasie w czasie wyborów prezydenckich w odniesieniu do Magdaleny Ogórek, *Dziennik.pl*, „Inna forma paprotki. Ostra krytyka Magdaleny Ogórek”, 11.01.2015. Dostęp 10 marzec 2019 roku. <http://wiadomosci.dziennik.pl/polityka/artykuly/479923,nowicka-pogardliwie-o-magdalenie-ogorek-inna-forma-paprotki.html>. Łączy się także z wcześniejszą dyskusją w środowisku feministycznym i hasłem „Dosyć robienia za paprotki u facetów”, więcej: Pawlicka Aleksandra. „Feministki wkurzone”. *Newsweek.pl* 24.03.2013. Dostęp 10 marca 2019 roku. <http://www.newsweek.pl/polska/feministki-wkurzone,102522,1,1.html>.

władzy. Jednym z przykładów tej niewidzialności jest nazwanie Szydło imieniem Ewa w jednym z artykułów²⁰. Problem niewidzialności kobiet zajmujących stanowiska polityczne nie dotyczy tylko krajów Europy Środkowo-Wschodniej, w artykule: *Women politicians in the UK press: not seen and not heard?* Deirdre O'Neill wskazuje na podobny problem w Wielkiej Brytanii (O'Neill, Savigny & Cann 2015). Potwierdza to także szkocki przykład w artykule Sarah Pedersen, *Press Response to Women Politicians. A comparative study of suffragettes and contemporary Scottish Parliament leaders*, który opisuje omawiane powyżej problemy skupiania uwagi na mało istotnych aspektach wyglądu zewnętrznego kobiet (Pedersen 2015).

Artykuły dotyczące obu Pań premier			
Tytuł – wersja polska	Tytuł oryginalny Oznaczenie w bazie	Dominująca tematyka M – mianowanie na premiera W - wybory ZR – zmiany w rządzie PRz – polityka rządu UE – Unia Europejska	Ilość słów
Polacy wybierają między dwoma kobietami. Kaczyński straszy uchodźcami. 21.10.2015	4k Poláci volí mezi dvěma ženami, Kaczyński straší uprchlickými prvoky 21. října 2015	W, UE	770
Polska wybiera premiera. Jeśli wygra opozycja, będzie oddalać się od UE 25.10.2015	5k Polsko vybírá premiérku. Pokud vyhraje opozice, země se odkloní od EU 25. října 2015	W, UE	610

Źródło: Zestawienie i tłumaczenie własne ze strony portalu <http://zpravy.idnes.cz>.

W tytułach rzadko pojawiają się żeńskie nazwiska, częściej męskie, mocno akcentuje się bycie kobietą, a nie predyspozycje do realizowanych funkcji. Skupiano się bardziej na funkcji informacyjnej niż analitycznej i omówieniu wydarzeń związanych z pełnioną przez polityczki funkcją. Komentarze stanowiły mniejszość (w sumie trzy)²¹ i nie dotyczyły samych premier, a sytuacji w Polsce. Dominowały opisy działań obu premier, nie występowały zaś dłuższe formy dziennikarskie jak reportaże czy raporty. W tekstach najczęściej umieszczano streszczenie, a nie przytoczenie

20 IDnes. „Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka”. IDnes. Dostęp 10 marca 2018 roku. https://zpravy.idnes.cz/polska-premierka-k-rozhodnuti-eu-d4w-/zahranicni.aspx?c=A160114_170942_zahranicni_bur.

21 W przypadku E. Kopacz był to jeden komentarz: iDNES.cz, ČTK. „Polští euroskeptici sestaví jednobarevnou vládu, uspěl i rocker”, Dostęp 17 września 2017 roku. http://zpravy.idnes.cz/sestavovani-vlady-v-polsku-dfn-/zahranicni.aspx?c=A151027_061110_zahranicni_jj. W przypadku B. Szydło były to dwa komentarze: iDNES.cz, ČTK. „Szydlová může začít sestavovat polskou vládu, prezident jí dal pověření”. Dostęp 17 września 2017. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151113_140614_zahranicni_aba; ČTK, „Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka”. Dostęp 17 września 2017 roku. http://zpravy.idnes.cz/polska-premierka-k-rozhodnuti-eu-d4w-/zahranicni.aspx?c=A160114_170942_zahranicni_bur.

bezpośrednich wypowiedzi omawianych postaci. Artykuły w pozytywny lub neutralny sposób opisywały obie premier i w przeważającej części w kontekście zawodowym. Teksty nie poruszały tematyki związanej z prywatnością omawianych postaci. Rzadko można było znaleźć osobiste wątki opisujące sylwetki czy cechy osobowościowe – jedynie jeden tekst był poświęcony sylwetkom obu pań i odnotowuje wątki prywatne²². Nie było również fotografii, ilustracji typu infografika lub rysunków, które dotyczyłyby prywatności czy nieoficjalnego wymiaru wydarzeń. Fotografie w formie fotogalerii najczęściej przedstawiały nie tyle same polityczki, ale kontekst, wydarzenia, które było omawiane w tekście. W niektórych przypadkach te same fotografie były powielane jako fotogalerie w różnych tekstach²³. Wynika to zapewne z oszczędności czynionych przez redakcję.

Przyczyną tak niewielu tekstów mogła być też sytuacja obu polityczek w kraju. Obie nie były przedstawiane jako charyzmatyczne przywódczynie, ale raczej funkcjonariuszki, którym posada premier przypadła w skutek procedur danej organizacji. Ewa Kopacz została premierem po odejściu Donalda Tuska, a wcześniej nieznaną szerzej Beata Szydło objęła funkcję po namaszczeniu jej przez Jarosława Kaczyńskiego. Być może dlatego było tak niewiele tekstów dotyczących E. Kopacz w porównaniu z D. Tuskiem – postrzeganym jako rzeczywisty lider polityczny.

Obie premier nie występują jako bezpośredni nadawcy, nie budują strategii komunikacyjnej rozumianej jako budowanie marki produktu (Giereło, 2002: 30–31) i nawet nie starają się o to, bo najważniejsze przekazy, związane z personalizacją polityki są kierowane do własnych obywateli, a wpływ na zagraniczne media jest dość mały. Tak więc miały one znikome możliwości zarządzania wizerunkiem oraz badania czy spełniania oczekiwań obcej opinii publicznej. Nie było więc mowy

22 Aba. „Poláci volí mezi dvěma ženami, Kaczyński straší uprchlickými prvoky”. Dostęp 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/volby-polsko-souboj-zen-0wn-/zahranicni.aspx?c=A151021_134039_zahranicni_aba

23 Te same fotografie u premier Kopacz: iDNES.cz, ČTK. „Polská premiérka chce úředníky naučit mluvit srozumitelným jazykem”. Dostęp 18 września 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/nova-polska-premierka-kopaczova-dax-/zahranicni.aspx?c=A140922_170415_zahranicni_bse. Te same fotografie premier Szydło: ČTK, iDNES.cz, „Polskou vládu povede Szydlová, Kaczyński utnul fámy, že by ji nahradil”. Dostęp 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151109_165211_zahranicni_aba. ČTK, „Zákon v Polsku sloučí funkci ministra a prokurátora, opozice to kritizuje”. Dostęp 18 lipca 2018 roku. [http://zpravy.idnes.cz/polsko-parlamentni-volby-0y3-/zahranicni.aspx?c=A151023_144128_zahranicni_aha](http://zpravy.idnes.cz/polsky-parlament-schvalil-zakon-o-generalni-prokurature-pz4-/zahranicni.aspx?c=A160129_072820_zahranicni_bur; iDNES.cz, ČTK, „Polsko vybírá premiérku. Pokud vyhraje opozice, země se odkloní od EU”. Dostęp 18 lipca 2018 roku. <a href=).

o świadomym kreowaniu wizerunku omawianych postaci. Ich wizerunek był zapośredniczony przez to, jak go przedstawiali korespondenci i inni twórcy treści w mediach, których wizja i przekonania kształtowały ów przekaz w Czechach²⁴.

Czeskie media mają tendencje niezbyt korzystanego przedstawiania kobiet, co można stwierdzić na przykładzie badań R. Rakusanowej i Z. Mansfeldovej z 2004 roku zrealizowanych w czasie kampanii do Parlamentu Europejskiego – nie były one wsparciem dla kobiet starających się o elekcję (Krzyżanowska 2012: 218–219). W opisywanej kampanii, zdaniem autorek raportu, udział kobiet był duży. Warto wspomnieć, że funkcje rzecznika prasowego w startujących w wyborach partii realizowały kobiety, a udział kobiet w staraniu się o stanowiska polityczne systematycznie rośnie (Krzyżanowska 2012: 218–219). Analiza prasy wskazała, że czeskie gazety na przykładzie *Lidové Noviny* i *Mladá Fronta* nie odzwierciedlały zaangażowania kobiet w wyborach, gdzie 25,2% kandydatów to kobiety (Krzyżanowska 2012: 219). Jak wskazywały autorki raportu „we wszystkich materiałach kobiety ukazywane są niejako przez pryzmat pejoratywnych stereotypów, dotyczących kobiet: jako mało zainteresowane wyborami oraz charakteryzujące się swego rodzaju „analfabetyzmem politycznym” (Krzyżanowska 2012: 218–219).

Zakończenie

Autorki chciały zbadać, jak będzie wyglądał wizerunek obu premier w mediach czeskich – czy w obrazie obu polityczek występowały wspólne elementy takie jak świadome sterowanie wizerunkiem czy stereotypy dotyczące narodowości lub płci. Jednak okazało się, że nie miało to miejsca. Wynika to zapewne z tego, że obie premier nie miały bezpośredniego wpływu na treści, które ukazywały się w czeskich mediach, bo jak wspomniano wyżej, ich wizerunek był kształtowany przez korespondentów i innych twórców treści. Poza tym iDnes jest portalem opiniotwórczym, którego treści dotyczące polityki nie są przedstawiane w sposób rozrywkowy.

Analizowane teksty wskazują, że obie panie premier oraz tematyka związana z Polską, nie cieszyły się w Czechach dużym zainteresowaniem. Problematyka tekstów w iDnes z oczywistych względów dotyczy tematów bliskich ich czytelnikom. Dominuje żywo dyskutowana w Czechach tematyka dotycząca uchodźców, korupcji czy relacji z Unią Europejską. Zostało to potwierdzone dzięki analizie treści dotyczących haseł związanych z obiema premier, ale również dzięki porównaniu częstości występowania haseł związanych z innymi przywódcami państw z Grupy Wyszehradzkiej. Największym zainteresowaniem cieszyła się Angela Merkel i Niemcy. Polska w nie jest partnerem strategicznym Czech, więc w porównaniu do Niemiec tekstów nam poświęconych było tak mało.

24 Chodzi tu o zagadnienie *agenda setting* i *gatekeeping*. Media podejmują wybrane tematy, a o innych nie wspominają. Wybiórczo kierują uwagę odbiorców na niektóre wydarzenia. Zob. McCombs M. 2008. *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*. Kraków: Wydawnictwo UJ.

Taki sposób przedstawiania polskich prezesek Rady Ministrów wpływa na postrzeganie rzeczywistości przez odbiorców tych przekazów. Są źródłem informacji nie tylko o samej premier, ale o Polsce. Ma to zapewne znaczenie również dla kształtowania polityki zagranicznej. W analizowanych tekstach jest niewiele informacji o samych osobach i kraju: zaznaczany jest fakt, że na czele rządu stanęły kobiety, ale czytelnikowi trudno dowiedzieć się czegoś więcej – zwłaszcza o sytuacji wewnętrznej Polski czy strategicznych decyzjach. Dopiero w przypadku Beaty Szydło było więcej takich informacji w kontekście protestów i zmian wprowadzanych przez rząd PiS. Skupiano się więc bardziej na funkcji i niektórych wydarzeniach w Polsce, a nie osobistych cechach premier.

Wynika z tego, że czeska opinia publiczna nie jest specjalnie zainteresowana północnym sąsiadem, a obraz polskich premier, i co za tym idzie innych decydentów, jest co najmniej niepełny. Można wnioskować, że nasz kraj nie jest postrzegany jako ważny sąsiad, stąd też tak mało jest tekstów nam poświęconych.

Bibliografia

- Braden Maria. 2015. *Women Politicians and the Media*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Cichosz Marzena. 2004. *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Dobek-Ostrowska Bogusława. 2006. *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fuszara Monika. 2006. *Kobiety w polityce*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Giereło-Klimaszewska Katarzyna. 2008. *Rola telewizji w kształtowaniu wizerunku politycznego*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Grzegorzczak Agnieszka Zofia. 2017. Przywództwo polityczne Ewy Kopacz. Pierwsze 100 dni rządów. W *Kobiety w sferze publicznej*, Magdalena Pataj (red.), 325–347. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Jeziński Marek (red.). 2005. *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*. Toruń: Wydawnictwo Duet.
- Krzyżanowska Natalia. 2012. *Kobiety w (polskiej) sferze publicznej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata. 2004. *Analiza zawartości mediów – przewodnik dla studentów*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Maj Agnieszka. 2013. Analiza treści. W *Analiza danych zastanych*, Marta Makowska (red.), 127–148. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mautner Gerlinde. 2011. Analiza gazet, czasopism i innych mediów drukowanych. W *Jakościowa analiza dyskursy w naukach społecznych*. R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.), 51–85. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ŁOŚGRAF.
- Mazur Marek. 2002. *Marketing polityczny. Studium porównawcze kampanii wyborczych w USA i w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- O'Neill Deirdre, Savigny Heather, Cann Victoria. 2015. „Women politicians in the UK press: Not seen and not heard?”. *Feminist Media Studies* 16(2): 293–307.

- Pedersen Sarah. 2016. „Press Response to Women Politicians. A comparative study of suffragettes and contemporary Scottish Parliament leaders”. *Journalism studies* [online] 2016. Dostęp: <https://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2016.1200953> [10.08.2017] s. 1–17.
- Paczeński Anna. 2006. *Kobiety w Parlamencie Europejskim. Przełamywanie stereotypu w polityce*. Wrocław: Wydawnictwo Atla 2.
- Szwed Walczak Anna. 2017. Wizerunek polityczny Magdaleny Ogórek w programie informacyjnym „Wiadomości” TVP1. W *Kobiety w sferze publicznej*, M. Pataj (red.), 271–288. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Tapscott Don, Williams Anthony. 2008. *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*. Warszawa: Wydawnictwo: Oficyna Wydawnicza ŁOŚGRAF.
- Wodak Ruth. 2011. Wstęp: badania nad dyskursem. W *Jakościowa analiza dyskursy w naukach społecznych*, R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.), 11–48. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ŁOŚGRAF.

Netografia

- iDnes.cz. 2017. „ČTENÁŘI IDNES.CZ”. Dostęp dnia 29 września 2017 roku. https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/A170831_TVE_028_IDNES.PDF.
- Brak autora. “International Media Representative – Czech republic”. Mercury-publicity. Dostęp 25 sierpnia 2017 roku. <https://www.mercury-publicity.com/czech-republic>.
- Mafra. „Portfolio MAFRA”. Media group MAFRA.. Dostęp 12 sierpnia 2018 roku. <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx>.
- Brak autora. „Výzkum návštevnosti internetu”. ČTENÁŘI IDNES.CZ czerwiec 2017. Dostęp 29 września 2019 roku. https://1gr.cz/data/soubory/mafra_all/A170831_TVE_028_IDNES.PDF
- Portfolio koncernu MAFRA”. MAFRA. Dostęp 29 września 2019 roku <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-iDnes.htm&cat=internet> [29.09.2017].
- Hasło „Angela Merkelová”. WikiiDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.idnes.cz/angela-merkelova-0ka-/osobnosti-svet.aspx?klic=461003>.
- Hasło „Beata Szydło”. WikiiDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.iDnes.cz/beata-szydlova-01n-/osobnosti-svet.aspx?klic=461268>.
- Hasło: „Ewa Kopacz”. WikiiDnes. Dostęp 10 sierpnia 2017 roku. <https://wiki.iDnes.cz/ewa-kopaczova-0dm-/osobnosti-svet.aspx?klic=461251> <https://wiki.iDnes.cz/beata-szydlova-01n-/osobnosti-svet.aspx?klic=461268>.
- iDnes. „Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka”. iDnes. Dostęp 10 marca 2018 roku. https://zpravy.iDnes.cz/polska-premierka-k-rozhodnuti-eu-d4w-/zahranicni.aspx?c=A160114_170942_zahranicni_bur.
- iDNES.cz, ČTK. „Polští euroskeptici sestaví jednobarevnou vládu, uspěl i rocker”, Dostęp 17 września 2017 roku. http://zpravy.idnes.cz/sestavovani-vlady-v-polsku-dfn-/zahranicni.aspx?c=A151027_061110_zahranicni_jj.
- iDNES.cz, ČTK. „Szydlová může začít sestavovat polskou vládu, prezident jí dal pověření”. Dostęp 17 września 2017 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151113_140614_zahranicni_aba
- ČTK, „Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka”. Dostęp 17 września 2017 roku. http://zpravy.idnes.cz/polska-premierka-k-rozhodnuti-eu-d4w-/zahranicni.aspx?c=A160114_170942_zahranicni_bur.

Aba, „Poláci volí mezi dvěma ženami, Kaczyński straší uprchlickými prvoky”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/volby-polsko-souboj-zen-0wn-/zahranicni.aspx?c=A151021_134039_zahranicni_aba.

iDNES.cz, ČTK, „Polská premiérka chce úředníky naučit mluvit srozumitelným jazykem”. Dostup 18 września 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsko-chce-uredniky-naucit-mluvit-srozumitelne-fby-/zahranicni.aspx?c=A150801_065951_domaci_cen.

iDNES.cz, ČTK, „V čele Polska stojí žena, Tuska vystřídala maršálka Sejmu”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsky-prezident-bronislav-komorowski-jmenoval-premierkou-ewu-kopaczovou-1vg-/zahranicni.aspx?c=A140915_135407_zahranicni_im.

Bse, ČTK, „Nová polská premiérka Kopaczová vytáčí konzervativce. Potraty i válkou”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/nova-polska-premierka-kopaczova-dax-/zahranicni.aspx?c=A140922_170415_zahranicni_bse.

ČTK, iDNES.cz, „Polskou vládu povede Szydlová, Kaczyński utnul fámy, že by ji nahradil”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151109_165211_zahranicni_aba.

ČTK, „Zákon v Polsku sloučí funkci ministra a prokurátora, opozice to kritizuje”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsky-parlament-schvalil-zakon-o-generalni-prokurature-pz4-/zahranicni.aspx?c=A160129_072820_zahranicni_bur; iDNES.cz.

ČTK, „Polsko vybírá premiérku. Pokud vyhraje opozice, země se odkloní od EU”. Dostup 18 lipca 2018 roku. http://zpravy.idnes.cz/polsko-parlamentni-volby-0y3-/zahranicni.aspx?c=A151023_144128_zahranicni_aha.

Mafra. “Price List of Printed Publications Valid from 1. 1. 2017”. Media group MAFRA. Dostup 15 sierpnia 2018 roku. http://data.iDnes.cz/soubory/mafra_all/54A170217_TVE_015_2017_CENIK_MAFRA_2.PDF.

Aneks

Lista analizowanych artykułów, portal zpravy.idnes.cz.

Dostup 17 września 2018:

Aba, „Poláci volí mezi dvěma ženami, Kaczyński straší uprchlickými prvoky”. http://zpravy.idnes.cz/volby-polsko-souboj-zen-0wn-/zahranicni.aspx?c=A151021_134039_zahranicni_aba.

Ane, „Polsko chce reformu financí pro nevládky, aktivisté se bojí perzekuce” http://zpravy.idnes.cz/polsko-premierka-szydlova-nevladni-neziskove-organizace-financovani-1eo-/zahranicni.aspx?c=A161128_113030_zahranicni_ane.

Brak autora, „Zákon o potratech nechystáme, řekla premiérka. Ministr zlehčoval protesty”. http://zpravy.idnes.cz/zakon-o-potratech-nechystame-rekla-premierka-fnw-/zahranicni.aspx?c=A161004_171807_zahranicni_lve.

Bse, ČTK, „Nová polská premiérka Kopaczová vytáčí konzervativce. Potraty i válkou”. http://zpravy.idnes.cz/nova-polska-premierka-kopaczova-dax-/zahranicni.aspx?c=A140922_170415_zahranicni_bse.

ČTK, iDNES.cz, „Polsko míří ke druhé premiérce, Tusk kvůli odchodu do Bruselu rezignoval”. http://zpravy.idnes.cz/donald-tusk-rezignace-prezident-eu-du0-/zahranicni.aspx?c=A140909_192534_zahranicni_hro

- ČTK, iDNES.cz. „Polskou vládu povede Szydlová, Kaczyński utnul fámy, že by ji nahradil”. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151109_165211_zahranicni_aba.
- ČTK, iDNES.cz. „Sobotka na uprchlickém summitu zastoupí i Polsko. Premiérka nemá čas”. http://zpravy.idnes.cz/sobotka-bude-na-summitu-eu-o-uprchlicich-hajit-take-zajmy-polska-p8k-/zahranicni.aspx?c=A151111_080806_zahranicni_fer.
- ČTK, iDNES.cz. „Z polské vlády odchází tři ministři, funkci složil i šéf Sejmu Sikorski”. http://zpravy.idnes.cz/z-polske-vlady-odchazeji-tri-ministri-i-radoslaw-sikorski-pn1-/zahranicni.aspx?c=A150610_184846_zahranicni_ert.
- ČTK. „Polská premiérka mluví o vlně nenávisti, opozice žaluje maršálka Sejmu”. http://zpravy.idnes.cz/beata-szydlova-polsko-demonstrace-d5y-/zahranicni.aspx?c=A161219_115913_zahranicni_aha.
- ČTK. „Sankce nám nehrozí, komise nás trestat nemůže, tvrdí polská premiérka”. http://zpravy.idnes.cz/polska-premierka-k-rozhodnuti-eu-d4w-/zahranicni.aspx?c=A160114_170942_zahranicni_bur.
- ČTK. „Zákon v Polsku sloučí funkci ministra a prokurátora, opozice to kritizuje”. http://zpravy.idnes.cz/polsky-parlament-schvalil-zakon-o-generalni-prokurature-pz4-/zahranicni.aspx?c=A160129_072820_zahranicni_bur.
- iDNES.cz, ČTK. „Polská premiérka chce úředníky naučit mluvit srozumitelným jazykem”. http://zpravy.idnes.cz/polsko-chce-uredniky-naucit-mluvit-srozumitelne-fby-/zahranicni.aspx?c=A150801_065951_domaci_cen.
- iDNES.cz, ČTK. „Polsko vybírá premiérku. Pokud vyhraje opozice, země se odkloní od EU”. http://zpravy.idnes.cz/polsko-parlamentni-volby-0y3-/zahranicni.aspx?c=A151023_144128_zahranicni_aha.
- iDNES.cz, ČTK. „Polsko vybírá premiérku. Pokud vyhraje opozice, země se odkloní od EU”. http://zpravy.idnes.cz/polsko-parlamentni-volby-0y3-/zahranicni.aspx?c=A151023_144128_zahranicni_aha.
- iDNES.cz, ČTK. „Polští euroskeptici sestaví jednobarevnou vládu, uspěl i rocker”. http://zpravy.idnes.cz/sestavovani-vlady-v-polsku-dfn-/zahranicni.aspx?c=A151027_061110_zahranicni_jj.
- iDNES.cz, ČTK. „Rada Evropy vytkla Polsku oslabování demokracie a lidských práv”. http://zpravy.idnes.cz/rada-evropy-polsko-vlada-demokracie-dbk-/zahranicni.aspx?c=A160311_162551_zahranicni_ert.
- iDNES.cz, ČTK. „Szydlová může začít sestavovat polskou vládu, prezident jí dal pověření”. http://zpravy.idnes.cz/polsko-volby-premierka-szydlova-d4z-/zahranicni.aspx?c=A151113_140614_zahranicni_aba.
- iDNES.cz, ČTK. „V čele Polska stojí žena, Tuska vystřídala maršálka Sejmu”. http://zpravy.idnes.cz/polsky-prezident-bronislav-komorowski-jmenoval-premierkou-ewu-kopaczovou-1vg-/zahranicni.aspx?c=A140915_135407_zahranicni_im.
- San, ČTK. „Jednání opozice je skandální, reagovala na protesty polská premiérka”. http://zpravy.idnes.cz/varsava-protesty-pravo-a-spravedlnost-d90-/zahranicni.aspx?c=A161217_135540_zahranicni_san.

The Image of Prime Ministers Ewa Kopacz and Beata Szydło in the Czech Media as Illustrated by the Example of the iDnes Portal

Abstract

A portal and publications on Prime Ministers Ewa Kopacz and Beata Szydło served as an example of what the image of Polish politicians created by Czech media and what are their media images are. The image of a politician will be understood here as how they are perceived and what influences this perception – information, views, opinions or ideas about them. This will also be about how a person is perceived by the public. The paper analyses the images of Ewa Kopacz and Beata Szydło based on a study of texts appearing in the Czech portal iDnes.cz

Key words: image, prime minister, Ewa Kopacz, Beata Szydło, iDnes, woman, Czech media