



Rafał Leśniczak, *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2015–2020)*

Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2023, ss. 304, ISBN 978-83-8281-133-9

Krzysztof Stępiak

k.stepniak@uksw.edu.pl

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID: 0000-0001-9716-8835

Monografia Rafała Leśniczaka *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2015–2020)*, opublikowana w 2023 r. nakładem Wydawnictwa Naukowego Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, wpisuje się w obszar badań nad wizerunkiem prasowym liderów politycznych.

Autor książki jest profesorem uczelni i wykładowcą Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW oraz kierownikiem Katedry Komunikacji Społecznej, Public Relations i Nowych Mediów. Zajmuje się badaniami z zakresu komunikowania politycznego, mediatyzacji i religii. Jako młody, ale doświadczony naukowiec podejmuje w swoich pracach tematy i zagadnienia aktualne i ważne, związane choćby z inwazją Federacji Rosyjskiej na Ukrainę, pandemią COVID-19, komunikowaniem politycznym czy wizerunkiem medialnym takich polityków, jak premier Mateusz Morawiecki, prezydent Andrzej Duda czy minister Łukasz Szumowski. Jest autorem monografii *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, która stanowi studium medialnego obrazu osób konsekrowanych w wybranych tytułach polskiej prasy świeckiej i katolickiej. Badania prasoznawcze zajmują ważne miejsce w dorobku publikacyjnym tego warszawskiego naukowca. Tym razem zajął się tekstami opublikowanymi w krakowskim „Tygodniku Powszechnym” (TP), stawiając sobie za cel rekonstrukcję wyłaniającego się z nich wizerunku Prezydenta RP.

Książka, którą rekomenduję badaczom takich dyscyplin jak komunikacja społeczna i media czy politologia, a także studentom kierunków studiów o takim profilu, jest monografią, którą zasadniczo należy sytuować w obrębie dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach, choć podjęte w niej zagadnienia i problemy odnoszą się także do teorii komunikowania, *public relations* czy nauk o polityce.

Odpowiedź na pytanie, dlaczego Rafał Leśniczak sięgnął po „Tygodnik Powszechny”, by analizować wizerunek prezydenta Dudy, związanego z obozem polskiej prawicy, można znaleźć w rozdziale 3.1 zatytułowanym „Tygodnik Powszechny” jako katolickie pismo społeczno-kulturalne. Przedstawia w nim historię tego periodyku, puentując ją twierdzeniem:

„Wśród medioznawców nie ma jednoznacznego stanowiska w sprawie uznania »Tygodnika Powszechnego« za pismo katolickie. Periodyk krakowski, w odróżnieniu od »Niedzieli«, »Gościa Niedzielnego« czy »Idziemy«, nie reprezentuje oficjalnego instytucjonalnego stanowiska Kościoła katolickiego, tj. organów diecezjalnych, nie posiada również asystenta kościelnego. »Tygodnik Powszechny«, choć w nazwie deklaruje, że jest katolickim pismem społeczno-kulturalnym, formalnie nie ma nic wspólnego z Kościołem hierarchicznym, ponieważ nie reprezentuje stanowiska Konferencji Episkopatu Polski ani żadnych władz czy struktur kościelnych” (s. 120–121).

Leśniczak przyjmuje definicję mediów katolickich zaproponowaną przez Damiana Guzka (2016) i klasyfikuje TP w gronie mediów katolickich. Czy słusznie? Zapewne można by dyskutować. Z jednej strony, jeśli przyjmujemy kryteria „katolickości” proponowane przez Leśniczaka za Guzkim, w których dużą wagę przypisuje się zasadzie eklezjalności, tj. funkcjonowaniu za zgodą lub przy poparciu kompetentnej władzy kościelnej, to pojawia się pytanie, czy rzeczywiście TP cieszy się takim poparciem. Z drugiej strony, to prawda, że nigdy żadna władza kościelna nie odebrała „Tygodnikowi” dookreślającego go przymiotnika „katolicki”. I tu warto dla młodego pokolenia czytelników przypomnieć w wielkim skrócie historię tego krakowskiego pisma.

„Tygodnik” miał burzliwe koleje losu, które różni badacze jego historii opisują czy zamykają w kilku okresach (Żakowski, 1999; Bereś, Burnetko, & Podsadecka, 2012; Stępiak, 2018, 2019). „Pierwszy Tygodnik”, założony przez Jerzego Turowicza i ks. Jana Piwowarczyka, od momentu powstania na przełomie lutego i marca 1945 r. był jedynym pismem w Polsce, które nie próbowało „ochrzcić marksizmu”, lecz na swoich łamach prowadziło z nim ideologiczne polemiki i debaty. W latach 50., po uchwaleniu nowej konstytucji (1952), w momencie narastającego konfliktu między władzą ludową a Episkopatem, był jedyną „butelką tlenową” podawaną społeczeństwu w atmosferze ciężkiej propagandy. Ówczesni twórcy pisma potrafili, mimo wzmożonej cenzury, zachować redakcyjny imperatyw: nie kłamać. „Drugi Tygodnik”, od powrotu prawowitej redakcji w roku 1957 do zawieszenia w stanie wojennym w grudniu 1981 r., był pismem chętnie czytany przez duchownych i intelektualistów. Do dobrego tonu należało jego prenumerowanie i kolportowanie w parafiach. Pisali w nim Turowicz i ludzie z jego środowiska: Zawieyski, Słonimski, Hannelowa, Żychiewicz, Mamoń, Kisiel i inni. „Trzeci Tygodnik” – od odwieszenia w maju 1982 r. po zwycięstwo wyborcze „Solidarności” w czerwcu 1989 r. – był pismem poza konkurencją. W intelektualnych kręgach uchodził za sztandar wolnej i głębokiej myśli, można go było dostać jedynie w ramach prenumeraty lub w kioskach spod lady. Gdy w pierwszych demokratycznych wyborach „Tygodnik” jednoznacznie poparł Tadeusza Mazowieckiego, rezygnując tym samym z zasady politycznego nieangażowania się, pismo znalazło się w mniej lub bardziej otwartym konflikcie z większością biskupów i częścią kleru. Jego nakład spadł wówczas ze 100 tys. do ok. 30 tys. egzemplarzy. Śmierć Turowicza 27 stycznia 1999 r. zamknęła rozdział „czwartego Tygodnika”. Dziś można chyba mówić o „piątym Tygodniku”, wyrzuconym z Wiślniej (2021) i niekochanym przez Kościół, któremu przecież wiernie służył, także poprzez swojego ojca założyciela, kard. Sapięgę, czy ks. Andrzeja Bardeckiego, asystenta kościelnego, od 1951 r. przez dziesięciolecia oddanego pismu. Dzisiejsza Redakcja swoje poglądy określa jako „otwarty katolicyzm”, stara się godzić wartości liberalizmu z zasadami wiary, prezentuje ekumeniczny nurt polskiego katolicyzmu, kieruje się zasadą dialogu, często zapraszając do debaty na swoich łamach osoby o poglądach innych niż katolickie.

We *Wprowadzeniu* autor recenzowanej monografii wyraźnie określa cele swojej pracy:

„Książka [...] stawia sobie dwa cele teoretyczne i jeden praktyczny. Pierwszy cel teoretyczny to poddanie analizie osiągnięć Andrzeja Dudy podczas jego pierwszej kadencji jako prezydenta, drugi zaś – wyjaśnienie pojęć z obszaru teorii komunikowania w kontekście badań nad wizerunkiem lidera politycznego, m.in. teorii wartości informacji, mediatyzacji polityki, selekcji informacji, *framing analysis*. Celem praktycznym zaś jest rekonstrukcja wizerunku Dudy w »Tygodniku Powszechnym« na podstawie metodologii nauk o komunikacji społecznej i mediach (m.in. ocena deklarowanych osiągnięć prezydentury: prezydent konfliktu vs. prezydent zgody; prezydent społecznego interesu, prezydent jako polityk odpowiedzialny; prezydent jako ekonomista; relacje Dudy ze Zjednoczoną Prawicą i PiS; stosunek Dudy do wartości chrześcijańskich; stopień przyporządkowania kategorii negatywizmu do osoby polityka” (s. 22).

Warszawski badacz, posługując się metodami ilościowymi i jakościowymi, analizuje 255 wydań cyfrowych TP, z których 356 tekstów stanowi reprezentatywną próbę badawczą. Na tej podstawie konstruuje sześć hipotez badawczych:

„H1. »Tygodnik Powszechny« obszernie podjął temat osoby i działań politycznych Andrzeja Dudy podczas jego pierwszej kadencji jako Prezydenta RP w latach 2015–2020;

H2. Dominującą ramą była rama polityczna, życie prywatne polityka zostało [...] na łamach analizowanego periodyku potraktowane marginalnie;

H3. »Tygodnik« zasadniczo legitymizował osiągnięcia prezydentury Andrzeja Dudy w obszarze prowadzonej polityki zagranicznej, polityki bezpieczeństwa, pogłębienia relacji ze strukturami NATO, polityki społecznej, w obszarze legislacji i polityki prawodawczej oraz polityki historycznej;

H4. »Tygodnik Powszechny« szeroko omówił kwestie kryzysowe związane z prezydenturą Dudy, m.in. jego rolę w kontekście kryzysu konstytucyjnego w Polsce w 2015 roku i kryzysu sądowniczego w Polsce w 2017 roku;

H5. Wizerunek prasowy prezydenta eksponuje szacunek głowy państwa dla instytucji Kościoła katolickiego i dla wartości chrześcijańskich, jak również ścisłą relację prezydenta Dudy z liderami polskich ugrupowań prawicowych oraz jego aprobatę dla działań liderów Zjednoczonej Prawicy;

H6. Istotnym kryterium selekcji informacji w analizowanym tytule prasowym była asocjacja negatywizmu i personalizacji w kontekście badań nad wizerunkiem Prezydenta RP” (s. 128).

Autor monografii jest uważnym obserwatorem sceny politycznej. W podjętej analizie wykorzystuje wiedzę z obszaru procesów stereotypizacji, przywództwa politycznego, mediatyzacji polityki, teorii wartości informacji i teorii ram interpretacyjnych, jak również *public relations* i marketingu politycznego. Zachowuje jednak dystans emocjonalny wobec omawianych zagadnień. A warto podkreślić, że Leńniczak konfrontuje deklarowane dokonania Andrzeja Dudy w obszarze polityki zagranicznej, polityki historycznej, bezpieczeństwa militarnego, polityki społecznej, procesu legislacyjnego z wizerunkiem prasowym tego polityka.

Jaki zatem wizerunek Prezydenta RP, związanego ściśle z partią rządzącą, wyłania się z pisma, które tak, a nie inaczej się definiuje? Jak słusznie zauważają polscy medioznawcy, m.in. Guzek (2019) i także sam Leńniczak (2021, 2022), polskie media katolickie dość wyraźnie wspierają Zjednoczoną Prawicę. Tym bardziej istotna wydaje się próba odpowiedzi na pytanie, czy TP niemal bezkrytycznie prezentował działalność prezydenta Andrzeja Dudy jako polityka wspierającego działania Prawa i Sprawiedliwości. Czy też może z tygodnikowych tekstów wyłania się inny obraz tego polityka?

We wnioskach z badań opartych na analizie ramowej autor podkreśla, że dominującą ramą była rama polityczna (s. 239). Tygodnik nie zajmował się życiem prywatnym Andrzeja Dudy, a jeśli już, to w sposób marginalny. Zasadniczo legitymizował jego osiągnięcia w obszarze polityki zagranicznej, historycznej i społecznej, w kontekście pogłębiania relacji ze strukturami NATO. Z analizowanych tekstów wyłania się obraz Prezydenta RP jako człowieka, który odwołuje się do wartości chrześcijańskich, szanującego instytucję Kościoła katolickiego, pozostającego w ścisłych relacjach z liderami ugrupowań prawicowych. Duda aprobuje także politykę i działania przywódców Zjednoczonej Prawicy. „Tygodnik” szeroko omawiał jego działania i postawę w związku z kryzysem konstytucyjnym i sądowniczym, co pokazuje, że istotną strategią budowania wizerunku głowy państwa była asocjacja kategorii negatywizmu (s. 239).

Ciekawe są także wnioski końcowe, które wyprowadza Leśniczak ze swoich badań, w kontekście historii i obecnej polityki redakcyjnej „Tygodnika”. W *Podsumowaniu* czytamy:

„krakowski periodyk przestrzega wysokich standardów dziennikarskich. Autorzy »Tygodnika Powszechnego« reprezentują dziennikarstwo deontologiczne. Respektując linię redakcyjną tygodnika oraz prawo do własnego światopoglądu, potrafiли rzetelnie, i co ważne, merytorycznie, z emocjonalnym dystansem, przedstawić sylwetkę i aktywność polityczną Prezydenta RP. [...] Periodyk dostrzegł słabe i mocne strony prezydentury Dudy i czynił to w odniesieniu do takich fundamentalnych wartości, jak demokracja, praworządność, wolne media. [...] Analizowany tytuł prasowy dowiódł, że szuka odpowiedzi na niełatwe pytania stawiane przez współczesność, a jego ambicją jest »dialog ze światem i odważne podejmowanie kontrowersyjnych spraw w życiu Kościoła i społeczeństwa w Polsce i na świecie«” (s. 241).

Warto jeszcze zauważyć, że monografia Rafała Leśniczaka nie jest jedyną jego pracą badawczą dotyczącą wizerunku Andrzeja Dudy w polskiej prasie. Wcześniej sięgał po takie tygodniki katolickie, jak „Gość Niedzielny” i „Niedziela”, w celu oceny stopnia zainteresowania tych tytułów krakowskim politykiem jako prezydentem elektem, analizując ich wydania z okresu od 25 maja do 15 sierpnia 2015 r. Recenzowana książka wpisuje się w pewien ciąg badań nad wizerunkiem prezydenta Dudy w polskiej prasie podejmowanych także przez innych autorów.

Monografia profesora UKSW jest godna polecenia nie tylko ze względu na wyłaniający się z niej wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy czy z racji warsztatu badawczego, ale także dlatego, że przedstawia analizę tekstów zawartych w piśmie przez lata będącym wzorem rzetelnego dziennikarstwa, a jednocześnie wzbudzającym wiele kontrowersji, także w łonie Kościoła hierarchicznego (mimo że wśród jego autorów znajdujemy i biskupów, i duchownych intelektualistów). To książka naukowa, z bogatą bibliografią, napisana dobrym językiem, choć chwilami trudnym dla osób nieobeznanych z terminologią medioznawczo-politologiczną.

Bibliografia

- Bereś, W., Burnetko, K., & Podsadecka, J. (2012). *Krąg Turowicza. Tygodnik, czasy, ludzie. 1945–1999*. Kraków–Limanowa: Fundacja „Świat Ma Sens”.
- Guzek, D. (2019). *Mediatizing Secular State. Media, Religion and Politics in Contemporary Poland*. Berlin: Peter Lang.
- Leśniczak, R. (2021). Personalizacja wizerunku prasowego obozu Zjednoczonej Prawicy w okresie pandemii COVID-19. Analiza medioznawcza „Tygodnika Powszechnego”, „Niedzieli” i „Gościa Niedzielnego”. W M. Sokołowski (Red.), *Zatruta studnia? Media w czasach pandemii COVID-19* (s. 307–334). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Leśniczak, R. (2022). Asocjacja negatywizmu i personalizacji jako narzędzie komunikowania politycznego podczas kampanii parlamentarnej w Polsce w 2019 r. *Zeszyty Prasoznawcze*, 250(2), 27–44. DOI: 10.4467/22996362PZ.22.014.15605.

StępniaK, K. (2018). *Tadeusz Żychiewicz*. Kraków: Wydawnictwo Petrus.

StępniaK, K. (2019). *Zapomniany redaktor Tygodnika Powszechnego*. Pułusk: Akademia Humanistyczna im. A. Gieysztor.

Żakowski, J. (2019). *Pół wieku pod włos czyli życie codzienne „Tygodnika Powszechnego” w czasach heroicznych*. Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.



Rafał Leśniczak, *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2015–2020)*

Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2023, ss. 304, ISBN 978-83-8281-133-9

Krzysztof Stępniak

k.stepniak@uksw.edu.pl

Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw

ORCID: 0000-0001-9716-8835

Rafał Leśniczak's monograph *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego (2015–2020)* (*The Image of President Andrzej Duda in Tygodnik Powszechny magazine 2015–2020*), published by the Scientific Publishing House of Cardinal Stefan Wyszyński University in 2023, is part of the research on press image of political leaders.

The author of the book is an associate professor and lecturer at the Institute of Media Education and Journalism at the Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw (UKSW) and head of the Chair of Social Communication, Public Relations and New Media. He conducts research in the field of political communication, mediatization and religion. As a young yet experienced researcher, in his works he addresses current and important topics and issues, such as Russian Federation invasion of Ukraine, COVID-19 pandemic, political communication and media image of politicians like Prime Minister Mateusz Morawiecki, President Andrzej Duda and Minister Łukasz Szumowski. He is the author of the monographic publication on the press image of religious orders, *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, which is a study of the media image of consecrated persons in the selected titles of Polish secular and Catholic press. As can be seen from his publications, press studies occupy an important place in the achievements of this Warsaw lecturer and researcher. This time, he studied texts published in the Kraków weekly *Tygodnik Powszechny* (TP) in order to reconstruct the image of the Polish President emerging from the magazine's articles.

The book, which I recommend to researchers in such fields as social communication and media or political science as well as students pursuing degree programs in these fields, is a monograph that should basically be placed in the discipline of social communication and media science although the issues and problems raised here apply also to the theory of communication, public relations and political sciences.



An answer to the question why Rafał Leśniczak reached for *Tygodnik Powszechny* to analyze the image of the right-wing President Duda in its digital editions can be found in chapter 3.1 titled *Tygodnik Powszechny as a Catholic social and cultural magazine*, in which the author presents the history of the magazine, ending it with the statement:

There is no unambiguous position among media experts on recognizing *Tygodnik Powszechny* as a Catholic magazine. Unlike *Niedziela*, *Gość Niedzielny* or *Idziemy*, the Kraków weekly does not represent the official institutional position of the Catholic Church, i.e. its diocesan bodies, and does not have a Church assistant. Despite describing itself as a Catholic social and cultural periodical in its very name, formally *Tygodnik Powszechny* has nothing to do with the hierarchical Church because it does not represent the position of the Polish Episcopal Conference or any other church authorities or structures (pp. 120–121).

Following Damian Guzek (2016), Leśniczak adopts a definition of Catholic media allowing him to classify TP as a Catholic periodical. Is he right? The answer can surely be debated. If we accept the criteria of „Catholicity” proposed by Leśniczak after Guzek, which emphasize the principle of ecclesiality, or functioning with the consent or support of the competent church authority, then does TP really enjoy such support? On the other hand, it is true that no church authority has ever deprived the weekly of its defining adjective „Catholic”. The history of the Kraków periodical is worth recalling in brief for the benefit of young readers.

Tygodnik Powszechny had turbulent turns of fate, which its various researchers describe in several periods or chapters (Żakowski, 1999; Bereś, Burnetko, & Podsadecka, 2012; Stępnik, 2018, 2019). The first TP, founded by Jerzy Turowicz and Fr. Jan Piwowarczyk, was from the very beginning at the turn of February and March 1945 the only periodical in Poland which did not attempt to “christening of Marxism” but instead conducted ideological polemics and debates with it in its pages. In the 1950’s, after the adoption of the new Constitution in 1952 and amid growing conflict between communist authorities and the Episcopate, it was the only “oxygen bottle” offered to society in the atmosphere of heavy propaganda. Despite the increased censorship, editors of the TP manager to maintain the editorial imperative: Do not lie. The second TP, published from the return of the legitimate editorial board in 1957 until its suspension under martial law in December 1981, was a magazine avidly read by clergy and intellectuals. Subscribing to it and distributing it in parishes was in good taste at the time. Among its authors was Turowicz and people from his circle: Zawieyski, Słonimski, Hannelowa, Żychiewicz, Mamoń, Kisiel and others. The third TP, from the end of suspension in May 1982 until the electoral victory of Solidarity in June 1989, was a magazine beyond any competition. In intellectual circles, it was considered a banner of free and deep thought and could only be purchased by subscription or under the counter. The next chapter began when the TP unambiguously supported Tadeusz Mazowiecki in the first democratic elections, thereby resigning from the principle of political disengagement and finding itself in more or less open conflict with the majority of bishops and part of clergy. At that time, the magazine’s circulation fell from 100,000 to 30,000. The fourth period in TP’s history ended with Turowicz’s death on January 27, 1999. Today we can perhaps talk about the fifth TP, evicted from its office on Wiślna in 2021 and unloved by the Church it has faithfully served, having Cardinal Sapieha as its founding father and Fr. Andrzej Bardecki as its church assistant since 1951, devoted to the weekly for decades. Today, the Editorial Board describes its views as „open Catholicism”, which tries to reconcile the values of liberalism with the principles of faith, presents the ecumenical trend of Polish Catholicism and is guided by the principle of dialogue with representatives of non-Catholic views, who are often invited to participate in debates.

In *Introduction*, the author of the reviewed monograph clearly defines the goals of his work:

“The book [...] has two theoretical goals and a practical one. The first theoretical goal is to analyze the achievements of Andrzej Duda during his first term as president, and the second – to explain certain concepts from the field of the theory of communication in the context of research on the image of a political leader, such as theory of information value, mediatization of politics, information selection and framing analysis. In turn, the practical goal is to reconstruct the image of President Duda in *Tygodnik Powszechny* on the basis of the methodology of social communication and media sciences, including the assessment of the declared achievements of the presidency, president of conflict vs president of consent. President as a reasonable politician, president as an economist, Duda’s relations with the United Right and Law and Justice, Duda’s attitude to Christian values, and the degree of assigning the category of negativism to a politician” (p. 22).

Using both quantitative and qualitative methods, the Warsaw researcher analyzes 255 digital editions of TP, of which 356 texts constitute a representative research sample. On this basis, he constructs six research hypothesis:

„H1. *Tygodnik Powszechny* extensively covered the person and political activities of Andrzej Duda during his first term as the Polish President in the years 2015–2020;

H2. The dominant frame was the political frame, while the politician’s private life was of marginal interest to magazine editors;

H3. *Tygodnik Powszechny* generally legitimized the achievements of Andrzej Duda’s presidency in the field of foreign policy, security policy, deepening relations with the NATO structures, social policy, legislation and legislative policy and historical policy;

H4. *Tygodnik Powszechny* extensively discussed the crisis issues related to Duda’s presidency, including his role in the constitutional crisis in Poland 2015 and the judicial crisis in Poland in 2017;

H5. The President’s press image shows the head of state’s respect for the institutions of the Catholic Church and Christian values, as well as the close relationship of President Duda with leaders of the Polish right-wing parties and his approval of the actions of the leaders of the United Right;

H6. An important criterion for the information selection in the analyzed press title was the association of negativism and personalization in the context of research on the image of the President of Poland” (p. 128).

The author of the monograph is a careful observer of the political scene. In undertaken analysis, he uses knowledge in the field of stereotyping processes, political leadership, mediatization of politics, the theory of information value and the theory of interpretative frames, as well as public relations and political marketing. However, he maintains an emotional distance towards the issues raised. And it is worth mentioning that Leśniczak confronts the declared achievements of the President in the area of foreign policy, historical policy, military security, social policy and the legislative process with the press image of this politician.

So what image of the President of Poland, closely related to the ruling party, emerges from a magazine which defines itself as Catholic? As rightly noted by Polish Media experts, including Guzek (2019) and Leśniczak himself (2021, 2022), Polish Catholic media quite clearly support the United Right. It seems all the more important to attempt to answer the question whether TP almost uncritically presented the activity of Andrzej Duda as a politician legitimizing the activity of Law and Justice, or whether a different image of this politician will emerge from the weekly’s text?

In his research findings the author emphasizes that the dominant frame in the magazine's framing analysis was the political frame (p. 239). *Tygodnik Powszechny* did not deal with the private life of Andrzej Duda in any other way than marginal. Generally, the weekly legitimized his achievements in the field of foreign policy, politics of memory and social policy as well as in the context of deepening relationships with the NATO's organizational structures. The image of President Duda that emerges from the analyzed texts portrays him as a person who refers to Christian values, respects the institution of the Catholic Church, and stays in close relations with the leaders of right-wing groups. Duda also approves of the policy and activity of the United Right leaders. The *Tygodnik* extensively discussed Andrzej Duda's actions and attitude in relation to the constitutional and judicial crises, which shows that associating the category of negativity was an important strategy for building the image of the head of state (p. 239).

The final conclusions drawn by Leśniczak from his research are also interesting in the context of the history and current editorial policy of the weekly. In *Conclusion*, the author states:

“The Kraków magazine adhere to high journalistic standards. The authors of *Tygodnik Powszechny* represent deontological journalism. Respecting the editorial line of the weekly and the right to their own worldview, they were able to reliably and more importantly, substantively and with an emotional distance present the figure and political activity of the President of Poland. [...] The magazine noticed the strengths and weaknesses of Duda's presidency and did so in reference to such fundamental issues as democracy, rule of law and free media. [...] The analyzed periodical proved that it is looking for answers to difficult questions posed by our time, and that its ambition is indeed ‘conducting a dialogue with the world and taking up controversial issues in the life of the Church and society in Poland and the world.’” (p. 241).

It is also worth noting that Rafał Leśniczak's monograph is not his only research publication on the image of Andrzej Duda in the Polish press. Previously, he reached for such Catholic weeklies as *Gość Niedzielny* and *Niedziela* in order to examine the degree of their interest in the person of the Kraków politician as president-elect. At that time, he analyzed the issues of these weeklies published between May 25 and August 15, 2015. The reviewed book is therefore part of a series of studies on the image of President Andrzej Duda in the Polish press undertaken also other authors.

The publication of the UKSW professor is worth recommending not only because of the image of President Andrzej Duda that emerges from it or the research instruments used, but also because it analyzes the texts published in a magazine which has been a paradigm of reliable journalism for years, and at the same time arousing much controversy including in the bosom of the hierarchical Church despite the fact that among its authors we find both bishops and intellectual clergy. It is a scholarly book, with an extensive bibliography, written in good language, which however may pose some difficulty to readers unfamiliar with media and political science terminology.

Bibliography

- Bereś, W., Burnetko, K., & Podsadecka, J. (2012). *Krąg Turowicza. Tygodnik, czasy, ludzie. 1945–1999*. Kraków–Limanova: Fundacja „Świat Ma Sens”.
- Guzek, D. (2019). *Mediatizing Secular State. Media, Religion and Politics in Contemporary Poland*. Berlin: Peter Lang.
- Leśniczak, R. (2021). Personalizacja wizerunku prasowego obozu Zjednoczonej Prawicy w okresie pandemii COVID-19. Analiza medioznawcza „Tygodnika Powszechnego”, „Niedzieli” i „Gościa Niedzielnego”. W M. Sokołowski (Red.), *Zatruta studnia? Media w czasach pandemii COVID-19* (s. 307–334). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

- Leśniczak, R. (2022). Asocjacja negatywizmu i personalizacji jako narzędzie komunikowania politycznego podczas kampanii parlamentarnej w Polsce w 2019 r. *Zeszyty Prasoznawcze*, 250(2), 27–44. DOI: 10.4467/22996362PZ.22.014.15605.
- StępniaK, K. (2018). *Tadeusz Żychiewicz*. Kraków: Wydawnictwo Petrus.
- StępniaK, K. (2019). *Zapomniany redaktor Tygodnika Powszechnego*. Pułtusk: Akademia Humanistyczna im. A. Gieysztor.
- Żakowski, J. (2019). *Pół wieku pod włos czyli życie codzienne „Tygodnika Powszechnego” w czasach heroicznych*. Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.