

RAFAŁ LEŚNICZAK

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa

RAMA NEGATYWIZMU A WIZERUNEK POLSKIEJ KAMPANII PARLAMENTARNEJ 2019 R. NA ŁAMACH KATOLICKIEGO TYGODNIKA „IDZIEMY”

Słowa kluczowe: negatywizm, personalizacja, prasa, wizerunek, kampania parlamentarna

1. Wprowadzenie: *Status quaestionis*. 2. Metodologia badań. 3. Wyniki analizy ilościowej i jakościowej. 4. Weryfikacja hipotez badawczych. Wnioski

1. WPROWADZENIE: *STATUS QUAESTIONIS*

Badania nad koncepcją ramowania, która jest jedną z prób wyjaśnienia zmediatyzowanego świata, sięgają swoimi początkami do prac Ervinga Goffmana. Podjął on zagadnienia analizy ramowej m.in. w publikacji *Frame analysis: An essay on the organization of experience*¹. Krzysztof Wasilewski oraz Marek Czyżewski, studiując myśl amerykańskiego socjologa, zauważają, że nie zdefiniował on wyrażen „rama” – „ramowanie” w sposób ścisły². Dla Goffmana *frame* przybierał podwójne znaczenie: stanowił schemat poznawczy, za pomocą którego umysł kategoryzował krótki odcinek interakcji oraz stanowił tryb postępowania w trakcie owego wycinka interakcji³. Ramy są wypadkową współpracy twórców komunikatu i ich odbiorców w obszarze semantyki. Ich znaczenie jest przedmiotem negocjacji podczas komunikacyjnej interakcji⁴. Znaczący wkład w badania nad teorią ramowania wnieśli tacy przedstawiciele nauk społecznych jak: Robert Entman, Denis McQuail, Claes de Vreese,

¹ E. Goffman, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Cambridge 1974.

² K. Wasilewski, *Framing i analiza ramowa – stan badań we współczesnym medioznawstwie. Przegląd stanowisk badawczych*, Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 14 (2018) 1, 92–93; M. Czyżewski, *Analiza ramowa, czyli „co tu się dzieje?”*, w: E. Goffman, *Analiza ramowa*, tłum. S. Burdziej, Kraków 2010, VII.

³ M. Czyżewski, dz.cyt., XXIV, cyt. za: K. Wasilewski, dz.cyt. 93.

⁴ I. Kecskes, *The paradox of communication: Socio-cognitive approach to pragmatics*, *Pragmatics and Society* 1 (1), 2010, 50–73; K. Fischer, *Beyond the sentence: Constructions, frames and spoken interaction*, *Constructions and frames* 2 (2), 2010, 185–207.

Dennis Chong, James Druckman⁵. W polskiej literaturze medioznawczej prace naukowe nad koncepcją ramowania, w szczególnością nad ramą negatywizmu, podejmuje wielu badaczy, do których można zaliczyć m.in. Marka Palczewskiego, Bartłomieja Łódzkiego, Rafała Riedla, Ewę Nowak, Małgorzatę Adamik-Szysiak⁶.

Prowadzone są także analizy dotyczące kryteriów selekcji informacji, które wpływają na decyzje redakcyjne o umieszczeniu w swoich agendach określonych zagadnień. Do takich kryteriów należą m.in. personalizacja i negatywizm. Ich wzajemna asocjacja funkcjonuje w literaturze naukowej jako *scandals*⁷.

Andrea Chlebcová Hečková, opierając się na analizie wydarzeń polityki krajowej i międzynarodowej w mediach słowackich, wskazuje, że negatywizm jest kluczowym kryterium selekcji informacji, którego nie można pominąć w prawidłowym rozumieniu zmediatyzowanych form komunikowania politycznego⁸. Podobne wnioski prezentują Florina Crețu – stosując medioznawczą analizę wyborów prezydenckich w Rumunii w 2009 r.⁹, Winfried Schulz i Reimar Zeh – na podstawie relacjonowanych kampanii wyborczych w Niemczech w latach 1990–2002¹⁰, czy też

⁵ R. Entman, *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, Journal of Communication 43 (4) (1993), 51–58; R. Entman, *Framing bias: Media in the distribution of power*, Journal of Communication 57 (1) 2007, 163–173; D. McQuail, *Comm research—views from Europe reflections on paradigm change in communication theory and research*, International Journal of Communication 7 (2013), 216–229; C. De Vreese, *News framing: Theory and typology*, Information Design Journal & Document Design 13 (1), 2005, 51–62; C. De Vreese, *New avenues for framing research*, American Behavioral Scientist 56 (3), 2012, 365–375; D. Chong, J. Druckman, *Framing theory*, Annual Review Political Science 10 (2007), 103–126.

⁶ M. Palczewski, *Rama negatywizmu w tabloidowych newsach i jej forma językowa*, Media – Kultura – Społeczeństwo nr 11–12, 2016–2017, 111–116; tenże, *Selekcja informacji w mediach—zasady, wartości, manipulacje*, Naukowy Przegląd Dziennikarski nr 2, 2015, 85–101; B. Łódzki, *Medialny obraz naukowca na przykładzie polskiej prasy opiniotwórczej*, Horyzonty Wychowania 16 (39), 2017, 97–114; tenże, *Medialny obraz rzeczywistości*, Studia Socialia Cracoviensia 9 (1), 2017, 121–136; E. Nowak, R. Riedel, *Agenda setting, priming, framing—TV news in Poland during election campaigns 2005 and 2007. Comparative analysis*, Central European Journal of Communication 3 (2010), 2 (5), 237–252; E. Nowak, *Koncepcja primingu w studiach nad komunikowaniem politycznym*, Studia Medioznawcze 2 (49), 2012, 117–128; R. Leśniczak, *Kategoria negatywizmu a wizerunek prasowy Kościoła katolickiego w kontekście premiery filmu Wojciecha Smarzowskiego „Kler”*, Studium medioznawcze polskich tygodników opinii, Łódzkie Studia Teologiczne 28 (2019) 2, 153–172; tenże, *Wizerunek Festiwalu „Łódź Czterech Kultur” w łódzkich dziennikach w perspektywie framing analysis*, Studia Medioznawcze 4 (75), 2018, 61–70; M. Adamik-Szysiak, *Media elektroniczne w polskich kampaniach wyborczych do Parlamentu Europejskiego*, Przegląd Politologiczny 18 (2014), nr 2, 123–136.

⁷ J. Galtung, M. Ruge, *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers*, Journal of Peace Research 2 (1), 1965, 71; S. Michalczyk, *Teoria wartości informacji: historia i współczesność*, Studia Politechnice Silesienses 10 (2013), 134.

⁸ A. Hečková, *Media negativism as a tool of political communication*, European Journal of Science and Theology 12 (1), 2016, 147–154.

⁹ F. Crețu, *Just how tabloidized is tabloid press? Personalization, sensationalism and negativism in the coverage of the Romanian presidential elections, 2009*, Sfera Politicii nr 21 (174), 2013, 121–146.

¹⁰ W. Schulz, R. Zeh, *The changing election coverage of German television. A content analysis: 1990–2002*, Communications 30 (4), 2005, 385–407.

Susana Salgado – odwołując się do kampanii parlamentarnej w Portugalii w 2015 r.¹¹. Z kolei personalizację jako ważne kryterium selekcji informacji w prowadzonych badaniach z obszaru *political communication* wskazują m.in. Peter Van Aelst, Tamir Sheafer, James Stanyer, Gideon Rahat¹², jak również polscy badacze, do których można zaliczyć Marka Mazura czy Dorotę Piontek¹³. Nie brakuje również analiz dotyczących *scandals* w szeroko rozumianym komunikowaniu politycznym¹⁴.

Celem analizy prasoznawczej była próba odpowiedzi na pytanie o sposób wykorzystania ramy negatywizmu przez katolicki tygodnik „Idziemy” w okresie poprzedzającym wybory do parlamentu w Polsce w 2019 r. Artykuł poszerza również walor poznawczy, dotyczący komunikowania politycznego Kościoła katolickiego w Polsce w końcu drugiej dekady XXI w.

W dotychczasowych badaniach nad wizerunkiem kampanii parlamentarnych w Polsce po 1989 r. w polskiej prasie katolickiej nie podejmowano analiz odwołujących się do teorii ramowania, w szczególności zastosowania ramy negatywizmu. Nieliczne są publikacje, które podejmują w religijnych tytułach prasowych refleksję naukową nad determinującą rolą negatywizmu i personalizacji jako ewentualnych kryteriach selekcji doboru kwestii z agendy publicznej na newsa medialnego. Nie są to jednak teksty odnoszące się do elekcji wyborczej¹⁵.

2. METODOLOGIA BADAŃ. HIPOTEZY BADAWCZE

Do badań prasoznawczych wybrano te teksty prasowe drukowanej wersji tygodnika katolickiego „Idziemy”, które nawiązywały do polskiej kampanii parlamentarnej w 2019 r. Zakres czasowy analizy objął okres od 6 sierpnia 2019 r., tj. dnia *Postanowienia Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w sprawie zarządze-*

¹¹ S. Salgado, *The 2015 Election News Coverage: Beyond the Populism Paradox, the Intrinsic Negativity of Political Campaigns in Portugal*, w: *Mediated Campaigns and Populism in Europe*, Cham: Palgrave Macmillan 2019, 75–98, https://doi.org/10.1007/978-3-319-98563-3_4.

¹² P. Van Aelst, T. Sheafer, J. Stanyer, *The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings*, Journalism 13 (2), 2012, 203–220; P. Van Aelst, T. Sheafer, N. Hubé, *Personalization*, in: *Comparing political journalism*, ed. C. de Vreese, F. Esser, D. Hopmann, Routledge 2016, 130–148; G. Rahat, T. Sheafer, *The personalization (s) of politics: Israel, 1949–2003*, Political Communication 24 (1), 2007, 65–80.

¹³ M. Mazur, *Polityka z twarzą: personalizacja parlamentarnych kampanii wyborczych w Polsce w latach 1993–2011*, Katowice 2014; D. Piontek, *Prywatyzacja polityki, czyli polityk rodzinny*, Studia Politologiczne 45 (2017), 54–70; D. Piontek, *Personalizacja rywalizacji wyborczej w kampanii parlamentarnej*, Roczniki Nauk Społecznych 3 (40), 2012, 109–126.

¹⁴ Por. M. Djerf-Pierre, M. Ekström, N. Håkansson, B. Johansson, *The mediatization of political accountability: Politics, the news media logic and industrial crises in the 1980s and 2000s*, Journalism Studies 15 (3), 2014, 321–338; R. Vliegthart, H. Boomgaarden, J. Boumans, *Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers*, in: *Political communication in postmodern democracy*, ed. K. Brants, K. Voltmer, London: Palgrave Macmillan 2011, 92–110.

¹⁵ R. Leśniczak, *Wizerunek prasowy i internetowy instytucji kościelnej a linia redakcyjna—casus Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”*, Polityka i Społeczeństwo 3 (16), 2018, 67–81; tenże, *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, Warszawa 2019, 177–179.

nia wyborów do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, do dnia wyborów, tj. do 13 października 2019 r.¹⁶. Analizą objęto łącznie 10 edycji tygodnika, od nr 32 (2019) do nr 41 (2019). Jednostkę analizy prasoznawczej stanowił jeden tekst prasowy.

Aby dany tekst mógł zostać przyporządkowany do grupy tekstów z kategorią negatywizmu musiał spełniać przynajmniej jedno z następujących kryteriów:

- zawierał wyrażenia językowe charakterystyczne dla ramy negatywizmu, np. korupcja, niesprawiedliwość, kradzież¹⁷ lub słowa nacechowane sentymentem negatywnym¹⁸;
- kategoria negatywizmu była powiązana z osobami zaangażowanymi w kampanię wyborczą, tj. kandydatami na posłów i senatorów; polskimi i zagranicznymi liderami politycznymi; z komentatorami sceny politycznej, którzy byli autorami publikacji prasowych bądź osobami, których poglądy polityczne zostały zaprezentowane w tygodniku;
- kategoria negatywizmu odnosiła się do kontekstu kampanii parlamentarnej.

Obecność ramy negatywizmu odnotowano w 35 publikacjach prasowych podejmujących temat polskiej kampanii parlamentarnej 2019 r.

W badaniach prasoznawczych wykorzystano metodę ilościowej i jakościowej analizy zawartości prasowej. Odwołano się również do koncepcji matrycy emocjonalno-konotacyjnej typologii języka dyskursu politycznego autorstwa Olgierda Annusewicz¹⁹. Jak zauważa polski politolog, matryca ta może być konstruowana na dwóch osiach, odnoszących się do wymiaru racji i emocji oraz wymiaru pozytywnej i negatywnej konotacji używanej w dyskursie frazeologii. W konsekwencji Annusewicz wyróżnia argumenty emocjonalne i racjonalne, a w kontekście lingwistycznym – język perswazyjny pozytywnie emocjonalny, pozytywnie racjonalny, negatywnie emocjonalny oraz negatywnie racjonalny²⁰.

Przyjęto następujące hipotezy kierunkowe:

HK1. W badanej próbie odnotowano dominację tekstów prasowych, w których uwyrażnia się asocjacja kryteriów selekcji informacji: negatywizmu i personalizacji²¹;

¹⁶ *Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 6 sierpnia 2019 r. w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, Dz.U. 2019 poz. 1506, 6.08.2019, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190001506> (dostęp: 10.02.2020).

¹⁷ Por. M. Palczewski, *Rama negatywizmu...*, art.cyt., 112–114.

¹⁸ W badaniach wykorzystano zasoby słownika Colina Martindale’a *Regressive Imagery Dictionary*, który jest podstawą prowadzonej analizy sentymentu jako metody analizy danych jakościowych, jak również *Wielki słownik wyrazów bliskoznacznych* (PWN, pod red. M. Bańko). Por. K. Tomanek, *Analiza sentymentu – metoda analizy danych jakościowych. Przykład zastosowania oraz ewaluacja słownika RID i metody klasyfikacji Bayesa w analizie danych jakościowych*, Przegląd Socjologii Jakościowej 10 (2), 2014, 118–136; *Wielki słownik wyrazów bliskoznacznych*, red. M. Bańko, Warszawa: PWN 2005.

¹⁹ O. Annusewicz, art.cyt., 81–83.

²⁰ Tamże, 82.

²¹ J. Galtung, M. Ruge, art.cyt., 71; M. Just, A. Crigler, *Media coverage of political scandals: Addressing concerns about personalization*, American Political Science Association 2014 Annual Meeting Paper, 4–5; K. Tan, M. Abdollahi-Guilani, F. Rusly, *Negativity as Criteria for Newsworthiness in*

HK2. Tygodnik „Idziemy”, charakteryzujący się prawicową linią redakcyjną, wspiera politycznie partię Prawo i Sprawiedliwość²²;

HK3. Najliczniejsze były te teksty, w których rama negatywizmu została atrybuowana politykom opozycji rządu PiS;

HK4. Stwierdzono korelację negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną.

Na ich podstawie sformułowano następującą hipotezę badawczą:

W badanej próbie publikacji prasowych odnotowano dominację tekstów, w których uwyrażnia się asocjacja kryteriów selekcji informacji: negatywizmu i personalizacji. Tygodnik „Idziemy”, charakteryzujący się prawicową linią redakcyjną, wsparł politycznie partię Prawo i Sprawiedliwość. Najliczniejsze były te teksty, w których rama negatywizmu została atrybuowana politykom opozycji rządu PiS. Stwierdzono korelację negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną.

W badaniach posłużono się specjalnie skonstruowanym kluczem kategoryzacyjnym, w którym wyróżniono następujące cechy badawcze: NEGATYWIZM A PERSONALIZACJA, KORELACJA, NEGATYWIZM I POLITYCY.

Klucz kategoryzacyjny:

I. Badana cecha: NEGATYWIZM A PERSONALIZACJA

Definicja cechy: związek istniejący pomiędzy dwoma kryteriami selekcji informacji: negatywizmem i personalizacją

Kategorie w ramach badanej cechy:

1. Asocjacja – negatywizm dotyczy osób inspirujących działania lub osób, wobec których działania negatywne zostały podjęte – wskazano z imienia i nazwiska osobę (negatywizm zostaje powiązany z personalizacją).
2. Brak asocjacji – negatywizm dotyczy zjawisk polityczno-społecznych, np. takich jak: bezrobocie, szowinizm, nietolerancja, ksenofobia, pominięte zostają natomiast nazwiska osób, którym można te zjawiska atrybuować (negatywizm bez personalizacji).

II. Badana cecha: KORELACJA

Definicja cechy: korespondowanie negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną, co pozwala ocenić zasadność stosowania przez autora tekstu ramy negatywizmu, w konsekwencji ułatwia dokonanie oceny obiektywności/stronniczości przekazu

Kategorie w ramach badanej cechy:

1. Korelacja – rama negatywizmu odzwierciedla opisane w tekście prasowym wydarzenie, istnieje zatem korelacja negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną.

Malaysian Newspaper Sports Corpus, Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication 33 (2), 2017, 105–119.

²² B. Sobczak, *Telewizja jako narzędzie propagandy politycznej*, Acta Universitatis Lodziensis Folia Litteraria Polonica 41 (3), 2017, 140.

2. Brak korelacji – wydarzeniu prezentowanemu w tekście prasowym zostaje przypisana rama negatywizmu, mimo że nie istnieją przesłanki do jej nadania, a zatem, brak korelacji negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną.
3. Trudno powiedzieć.

III. Badana cecha: NEGATYWIZM I POLITYCY

Definicja cechy: powiązanie ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków w analizowanym tekście prasowym

Kategorie w ramach badanej cechy:

1. Politycy Prawa i Sprawiedliwości – asocjacja ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków Prawa i Sprawiedliwości oraz ich działaniami.
2. Pozostali politycy – asocjacja ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków pozostałych partii politycznych oraz ich działaniami.
3. Zarówno politycy Prawa i Sprawiedliwości jak i pozostali politycy – asocjacja ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków PiS oraz polityków pozostałych partii politycznych oraz ich działaniami.
4. Inne – trudno powiedzieć, czy istnieje ww. asocjacja bądź nie istnieje związek między kategorią negatywizmu i politykami.

3. WYNIKI ANALIZY ILOŚCIOWEJ I JAKOŚCIOWEJ

Tabela 1 prezentuje liczbę tekstów przyporządkowanych do poszczególnych kategorii w ramach badanej cechy NEGATYWIZM A PERSONALIZACJA.

Tabela 1

Tytuł prasowy / kategoria	Asocjacja	Brak asocjacji
„Idziemy”	16	19

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2 prezentuje liczbę tekstów przyporządkowanych do poszczególnych kategorii w ramach badanej cechy KORELACJA.

Tabela 2

Tytuł prasowy / kategoria	Korelacja	Brak korelacji	Trudno powiedzieć
„Idziemy”	31	1	3

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3 prezentuje liczbę tekstów przyporządkowanych do poszczególnych kategorii w ramach badanej cechy NEGATYWIZM I POLITYCY.

Tabela 3

Tytuł prasowy / kategoria	Politycy PiS	Pozostali politycy	Zarówno politycy PiS jak i pozostali politycy	Inne
„Idziemy”	1	12	3	19

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki analizy ilościowej nie potwierdzają prawdziwości hipotez kierunkowych HK1 i HK3. W badanej próbie tekstów prasowych nie odnotowano dominacji tekstów prasowych, w których uwyraźniła się asocjacja kryteriów selekcji informacji: negatywizmu i personalizacji. W badanej cieszce NEGATYWIZM A PERSONALIZACJA do kategorii „asocjacja” zaklasyfikowano 16 spośród 35 tekstów prasowych, co stanowi 45,71% materiału badawczego. Odnotowano 12 publikacji, w których rama negatywizmu została atrybuowana politykom opozycji rządu PiS, co stanowiło 34,28% ogólnej liczby tekstów spełniających kryteria analizy. Należy jednak zauważyć, że tylko w jednej publikacji prasowej przyporządkowano ramę negatywizmu do medialnego obrazu polityków Prawa i Sprawiedliwości oraz ich działań²³. Dość czytelna jest zatem dysproporcja tekstów zaklasyfikowanych do kategorii „politycy PiS” – „pozostali politycy” w ramach badanej cechy NEGATYWIZM I POLITYCY. Ilościowa analiza prasoznawcza dowiodła natomiast prawdziwości hipotez HK2 oraz HK4. Tygodnik wsparł politycznie partię PiS. Odnotowano korelację negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną.

Asocjację negatywizmu odnotowano m.in. z następującymi osobami: Donald Trump²⁴, Marek Kuchciński²⁵, Mateusz Morawiecki²⁶, Marek Jędraszewski²⁷, Aleksander Ziejewski, Remigiusz Zacharek²⁸, Paweł Kukiz²⁹, Franklin Roosevelt, Józef Stalin³⁰, Donald Tusk³¹, Grzegorz Schetyna³², Aleksander Nalaskowski³³, Maciej Giertych³⁴, Klaudia Jachira³⁵. Można zatem skonstatować, że forma asocjacji typu *scandals* odnosiła się do osób o różnych poglądach politycznych, różnych narodowości i różnych okresów historycznych.

²³ K. Dadak, *Tracimy bezcenny czas*, Idziemy 2019, nr 34, 20–21.

²⁴ K. Dadak, *Twarde realia*, Idziemy 2019, nr 36, 18–19.

²⁵ J. Karnowski, *Loty marszałka*, Idziemy 2019, nr 33, 16.

²⁶ K. Dadak, *Tracimy bezcenny czas*, art.cyt.

²⁷ S. Gądecki, *W sprawie LGBT*, Idziemy 2019, nr 33, 5; H. Zieliński, *Agresorzy czy ofiary?*, Idziemy 2019, nr 33, 3.

²⁸ M. Jurek, *Uchwała w teatrze kabuki*, Idziemy 2019, nr 34, 22.

²⁹ J. Karnowski, *Kukiz i spółka*, Idziemy 2019, nr 34, 16.

³⁰ M. Morawiecki, *Polski dług rok 1939*, Idziemy 2019, nr 35, 5.

³¹ J. Karnowski, *Wygrana Polski*, Idziemy 2019, nr 36, 16.

³² J. Karnowski, *Zderzenie koncepcji*, Idziemy 2019, nr 37, 16; K. Ziemięć, *Przed wyborami*, Idziemy 2019, nr 40, 5.

³³ K. Dadak, *Wielki skandal*, Idziemy 2019, nr 38, 54; J. Hajdasz, *Zamach na wolność słowa*, Idziemy 2019, nr 38, 4.

³⁴ D. Kowalczyk, *Giertycha apel do świeckich*, Idziemy 2019, nr 38, 9.

³⁵ M. Jurek, *Inni u siebie*, Idziemy 2019, nr 40, 22.

Aż w 31 publikacjach prasowych stwierdzono korelację negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną. Dowodzi to troski autorów tygodnika „Idziemy” o wysoki stopień obiektywizmu przekazywanych informacji, z zachowaniem jednak linii redakcyjnej promującej działania rządu PiS. Na łamach analizowanego tytułu prasowego nie odnotowano *fake newsów* bądź jakichś form zmediatyzowanych wydarzeń, o których autentyczności można powątpiewać. Inną kwestią jest sposób interpretacji wydarzeń, który pozostaje w związku z *editorial line*³⁶.

W badanej cesze NEGATYWIZM I POLITYCY w tylko jednej publikacji *Tracimy bezcenny czas*, autorstwa Kazimierza Dadaka, dokonano asocjacji ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków Prawa i Sprawiedliwości³⁷. W tekście tym profesor ekonomii w amerykańskim Hollins University podjął temat braku taktyki i strategii premiera Mateusza Morawieckiego i rządu PiS w kwestii ustawy amerykańskiego Kongresu *Justice for Uncompensated Survivors Today*, noszącej numer 447, postulującej użycie mienia bezdziedzicznego dla dobra żyjących ofiar Holokaustu, na rzecz upamiętnienia Zagłady i edukacji o niej oraz na inne bliżej nieokreślone cele. Odnotowano trzy publikacje prasowe, w których dokonano asocjacji ramy negatywizmu z medialnym obrazem polityków PiS oraz polityków pozostałych partii politycznych i ich działaniami. W tekście *Kto czyta, nie błądzi* Henryk Zieliński, redaktor naczelny „Idziemy”, komentuje pozbawiony zdrowego rozumu „festiwal obietnic wyborczych” zarówno ugrupowań starej i nowej lewicy, jak i PO oraz PiS³⁸. Zarzuca on Zjednoczonej Lewicy grę kartą rewolucji światopoglądowo-obyczajowej, Platformie Obywatelskiej natomiast promowanie niesprawiedliwości społecznej podczas sprawowanych rządów: „Pieniądze z budżetu szerokim strumieniem za rządów PO płynęły, to fakt, ale tylko do wąskiej grupy wybranych”. Wobec PiS Zieliński sformułował m.in. następujące zarzuty: brak wycofania się z ratyfikacji genderowej konwencji stambulskiej, niedokonanie zmian w ustawie o *in vitro*, blokowanie rozpatrzenia wniosku w sprawie niekonstytucyjności przesłanki eugenicznej do aborcji przez Trybunał Konstytucyjny, instrumentalizowanie chrześcijańskiego świata wartości³⁹. W tekście Jacka Karnowskiego *Loty marszałka* dokonano asocjacji ramy negatywizmu z medialnym wizerunkiem marszałka Sejmu Marka Kuchcińskiego nadmiernie podróżującego rządowymi samolotami, w konsekwencji wywołującymi negatywną reakcję opinii publicznej w czasie kampanii parlamentarnej 2019 r. Karnowski zarzucił politykowi PiS brak wycucia w korzystaniu z przywilejów związanych ze sprawowanym urzędem państwowym. Jednocześnie autor zauważył, że i Donald Tusk jako premier nadużywał lotów służbowych⁴⁰. Publikacja Kazimierza Dadaka *Twarde realia* jest komentarzem

³⁶ W. Furman, *Pojęcie linii redakcyjnej oraz poszukiwanie jej obrazu w polskiej opinii publicznej i czasopiśmie branżowym w 2017 roku*, *Polityka i Społeczeństwo*, nr 16.3 (2018), 82–94; R. Leśniczak, *Wizerunek prasowy...*, art.cyt.

³⁷ K. Dadak, *Tracimy...*, art.cyt.

³⁸ H. Zieliński, *Kto czyta, nie błądzi*, *Idziemy* 2019, nr 37, 3.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ J. Karnowski, *Loty marszałka*, *Idziemy* 2019, nr 33, 16.

odwołanej przez prezydenta USA Donalda Trumpa wizyty w Polsce z okazji obchodów 80. rocznicy wybuchu II wojny światowej. Jest to przyczynek do krytyki polityki zagranicznej polskich rządów po 1989 r.⁴¹. Największa liczba publikacji w ramach badanej cechy NEGATYWIZM I POLITYCY została zaklasyfikowana do kategorii „inne” – 19 publikacji oraz do kategorii „pozostali politycy” – 12.

Jakościowa analiza materiału badawczego dowiodła nierozłącznej obecności argumentów emocjonalnych i racjonalnych m.in. w następujących kwestiach: polityki zagranicznej rządu Prawa i Sprawiedliwości wobec Stanów Zjednoczonych i Izraela, polityki społecznej i gospodarczej rządu PiS, relacji polityka – religia, zagadnień światopoglądowych, wartości chrześcijańskich i postulatów ideologicznych środowisk LGBT, kampanii parlamentarnej, patriotyzmu, kondycji polskiej edukacji⁴². W celu wskazania prawdziwości tezy przywołano kilka reprezentatywnych przykładów publikacji prasowych.

Kazimierz Dadak w artykule *Twarde realia* ocenia nieobecność Donalda Trumpa na uroczystościach rocznicy wybuchu II wojny światowej jako zaplanowaną strategię dyplomatyczną. Dowodzi ona m.in. asymetrii w stosunkach polsko-amerykańskich, nieakceptacji strony amerykańskiej reformy sądownictwa w Polsce, odmiennej interpretacji postulatów żydowskich w związku z ustawą 447. Publicysta „Idziemy” stwierdza:

Piękne słowa wypowiedziane przed ponad dwoma laty na placu Krasińskich były okolicznościową laurką, co dla każdego obznajomionego z amerykańską sceną polityczną było wówczas oczywiste. Decyzja prezydenta Trumpa o pozostaniu w Waszyngtonie, aby zająć się zwalczaniem skutków huraganu, nadaje temu przemówieniu prawdziwy wymiar – tak wyglądają twarde realia polityczne!⁴³.

W kwestii ustawy 447 Dadak stawia pytanie retoryczne:

Dlaczego w sprawach mienia pozostałego po społeczności żydowskiej zamiast przejąć inicjatywę, chowamy głowę w piasek? [...] Trudno mieć jakiegokolwiek wątpliwości, że mamy do czynienia z dobrze skonstruowanym planem skoku na kasę⁴⁴.

Tygodnik „Idziemy” wskazuje wspólne obszary zainteresowania zarówno religii, jak i polityki. Do nich należą m.in. konkretna wizja osoby i dobro wspólne. W opinii Dariusza Kowalczyka, autonomia polityki i apolityczność religii są aksjomatami, z kolei próba całkowitego oddzielenia religii i polityki jest zaklinalniem rzeczywistości. Co więcej, jak zauważa Kowalczyk, jest „sprytnym manewrem wszelkiej maści katofobów, by Kościół wyeliminować z życia publicznego, religię zastąpić ideologią, a kapłanów ideologami, z takimi panami jak George

⁴¹ K. Dadak, *Twarde realia*, Idziemy 2019, nr 36, 18–19.

⁴² W kontekście lingwistycznym odnotowano zastosowanie języka perswazyjnego, pozytywnie emocjonalnego i racjonalnego dla wsparcia działań rządu PiS oraz postaw promujących wartości chrześcijańskie. Z kolei język perswazyjny negatywnie emocjonalny i racjonalny zasadniczo podważał wiarygodność działań politycznych oponentów Prawa i Sprawiedliwości oraz stanowił narzędzie krytyki środowisk promujących wartości antychrześcijańskie i prowadzących ideologiczną walkę z Kościołem katolickim.

⁴³ K. Dadak, *Twarde realia*..., art.cyt., 19.

⁴⁴ K. Dadak, *Tracimy*..., art.cyt.

Soros na czele”⁴⁵. Kościół rozumie politykę jako aktywną troskę o dobro wspólne. To z kolei legitymizuje zabieranie głosu przez hierarchów w kwestiach o charakterze politycznym⁴⁶.

Tygodnik „Idziemy” uwierzytelnia działania gospodarcze rządu Prawa i Sprawiedliwości, jednocześnie poddając krytyce politykę Platformy Obywatelskiej. Jacek Karnowski w artykule *Zderzenie koncepcji* eksponuje brak kompetencji liderów PO do gospodarczych działań przywódczych oraz prowadzoną politykę wzrostu społecznego:

Sama prezentacja programu Platformy, prowadzona przez posłankę Izabelę Leszczyńską, z udziałem m.in. prof. Andrzeja Rzońcy, głównego ekonomisty PO, też nie mogła zaimponować. Obiecano niższy ZUS, obniżenie podatków, utrzymanie programów socjalnych wprowadzonych przez obecny rząd, ale nawet nie zbliżono się do pytania, jaki model gospodarczy powinna przyjąć Polska, gdzie szukać szans rozwojowych, w jaki sposób gonić Zachód. Recepta zdaje się być wciąż ta sama, co w broszurkach KLD na początku lat 90.: jak najmniej państwa, ciężka praca i jeszcze długo niskie płace. [...] Tak zwany sześciopak Schetyny to przecież zlepek paru hasel, sprawających wrażenie, że zostały przepisane ze wstępnika Wyborczej⁴⁷.

Tygodnik wiele uwagi zadedykował sprawie zawieszenia na trzy miesiące w obowiązkach uniwersyteckich prof. Aleksandra Nalaskowskiego za poświęcony ideologii LGBT felieton *Wędrzownicy gwałciciele*, opublikowany w tygodniku „Sieci”. Podstawowym argumentem racjonalnym kontestującym decyzję rektora Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu jest nieuprawnione ograniczenie wolności słowa oraz łamanie *academic freedom*⁴⁸. Jolanta Hajdasz w artykule *Zamach na wolność słowa* podkreśla ewentualne możliwe konsekwencje postanowienia rektorskiego:

Poza reperkusjami, które byłyby dotkliwe dla każdej osoby, jest w tej sprawie coś wyjątkowo szkodliwego. Chodzi o tzw. efekt mrozący, czyli oddziaływanie na innych. Ta kara wśród innych naukowców czy publicystów będzie uruchamiać autocenzurę i niechęć do głoszenia opinii zbliżonych do poglądów prof. Nalaskowskiego – tylko dlatego, by nie narazić się komuś na uczelni, nie mieć problemów w pracy, uniknąć trudności w zdobywaniu stopni naukowych, zrobieniu doktoratu, habilitacji, zdobyciu grantu⁴⁹.

Jacek Karnowski tłumaczy decyzję rektora UMK tzw. poprawnością polityczną Europy oraz „zamordyzmem ideologicznym” polskich uczelni⁵⁰. Ideologię LGBT nazywa Karnowski „strategią tak szatańską, że w zderzeniu z nią nie mamy wielkich szans, i nasze pokolenia muszą przegrać, ale to nie znaczy, że mamy kapitulować albo udawać, że nie widzimy stawki tej konfrontacji”⁵¹.

Marek Jurek w artykule *Kpiny z Konstytucji* wyjaśnia prawny status małżeństwa, istotę rodziny, macierzyństwa i rodzicielstwa. Argumentacja racjonalna

⁴⁵ D. Kowalczyk, *Religia i polityka*, Idziemy 2019, nr 36, 9.

⁴⁶ J. Dyduch, *Polityka jako wyraz służby człowiekowi i społeczeństwu*, Polonia Sacra 31 (2012), 5–16.

⁴⁷ J. Karnowski, *Zderzenie koncepcji*, Idziemy 2019, nr 37, 16.

⁴⁸ J. Hajdasz, *Zamach na wolność słowa*, Idziemy 2019, nr 38, 4; J. Karnowski, *Uczelniana dyktatura*, Idziemy 2019, nr 38, 16; K. Dadak, *Wielki skandal*, art.cyt., 54.

⁴⁹ J. Hajdasz, art.cyt.

⁵⁰ J. Karnowski, *Uczelniana dyktatura...*, art.cyt.

⁵¹ Tamże.

ma na celu przybliżenie czytelnikowi odmiennego statusu małżeństwa wobec instytucji „związków partnerskich” wspieranej przez Platformę Obywatelską⁵².

W tekście *Przed wyborami* Krzysztof Ziemięcki dowodzi nieracjonalności działań Platformy Obywatelskiej wyrażających się m.in. w „niewiedzy czołowych polityków PO na temat programu wyborczego własnej partii, wybrykach medialnych kandydatki Klaudii Jachiry i niechęci do niej nawet w łonie samej Koalicji Obywatelskiej”⁵³. Seria stawianych pytań przez Ziemięckę wskazuje język perswazyjnie negatywnie emocjonalny:

Czy Grzegorz Schetyna, jako wytrawny mistrz politycznej szachownicy, wie o tym wszystkim i ma plan, czy ktoś może go systematycznie wrabia? [...] Tylko dlaczego teraz, w trakcie sztafety, która jeszcze się nie skończyła?⁵⁴.

Tygodnik „Idziemy” prezentuje sylwetkę Kornela Morawieckiego jako działacza opozycji demokratycznej w PRL, przywódcy „Solidarności Walczącej”, w związku z jego śmiercią 30 września 2019 r. i uroczystościami pogrzebowymi na Cmentarzu Wojskowym na Powązkach. W publikacji *Walczyl o wiarę i niepodległość* można dowiedzieć się o szczegółach jego biografii, m.in. udziale w strajkach studenckich w marcu 1968 r., udziale w protestach przeciwko interwencji wojsk Układu Warszawskiego w Czechosłowacji oraz przeciwko interwencji wojska i milicji podczas strajków na Wybrzeżu w grudniu 1970 r. Po powstaniu „Solidarności” Morawiecki organizował jej struktury we Wrocławiu, wydawał „Biuletyn Dolnośląski”, w 1982 r. stworzył „Solidarność Walczącą”⁵⁵. Jacek Karnowski podkreśla również jego zaangażowanie na rzecz działalności różnych grup opozycyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym szczególnie z Węgrami⁵⁶. Oprócz argumentów racjonalnych są również emocjonalne. Tygodnik „Idziemy” cytuje fragment wypowiedzi Andrzeja Dudy na temat osobowości Morawieckiego: „Był wyśmiewany, więziony, deportowany, właśnie dlatego że nie godził się na żadne kompromisy”⁵⁷.

Analizowany tygodnik podjął także temat 80. rocznicy wybuchu II wojny światowej. Do istotnych zagadnień związanych z datą 1 września 2019 r., wyeksponowanych w tytule prasowym, należały kwestie przebaczenia i kultywowania pamięci⁵⁸. Emocjonalność przekazu dostrzegalna jest w patetycznym opisie wojny i jej konsekwencjach dla narodu polskiego:

Wiele zachodnich gazet zamieści tego dnia teksty polskich historyków i intelektualistów na temat tragedii, bohaterstwa i zasług Polaków. Światowa opinia publiczna dowie się o bestialskim bombardowaniu Wielunia, o męstwie obrońców Westerplatte i Helu, o genialnych polskich matematykach, którzy złamali kod niemieckiej maszyny szyfrującej Enigmy, o heroizmie rodziny Ulmów zamordowanej przez Niemców za pomoc żydowskim sąsiadom, o sowieckiej zbrodni na polskich oficerach w Katyniu i o wielu innych faktach. Być może po raz pierwszy niektórzy dowiedzą się o sześciu milionach obywateli polskich, którzy stracili życie w tej wojnie,

⁵² M. Jurek, *Kpiny z Konstytucji*, Idziemy 2019, nr 37, 23.

⁵³ K. Ziemięcki, *Przed wyborami*, Idziemy 2019, nr 40, 5.

⁵⁴ Tamże.

⁵⁵ mo/KAI, *Walczyl o wiarę i niepodległość*, Idziemy 2019, nr 41, 22.

⁵⁶ J. Karnowski, *Lekcja Morawieckiego*, Idziemy 2019, nr 40, 16.

⁵⁷ mo/KAI, art.cyt.

⁵⁸ *Ku pamięci i przestrodze*, Idziemy 2019, nr 36, 17.

o zrównaniu z ziemią Warszawy, o systematycznym mordowaniu polskiej inteligencji, w tym duchowieństwa, już od pierwszych dni września 1939 r.⁵⁹.

Przemówienia okolicznościowe Andrzeja Dudy i Mateusza Morawieckiego, oprócz warstwy faktograficznej, sformułowane zostały w tonacji emocjonalnej. Prezydent Duda w następujący sposób relacjonuje pierwsze dni wojny:

Atak na Wieluń był zbrodnią wojenną i aktem terroru. Dał początek światowej wojnie totalnej, w której podeptano wszelkie normy moralne i prawne, w której całkowite zniszczenie zasobów przeciwnika oraz masową eksterminację ludności cywilnej zastosowano na niespotykaną wcześniej skalę. [...] Do dziś trudno w pełni opisać ów ogrom cierpień fizycznych i psychicznych, a także rabunek i zniszczenia w sferze kultury, sztuki, nauki i gospodarki⁶⁰.

Duda przywołał patetyczne stwierdzenie Piłsudskiego „być zwyciężonym i nie ulec to zwycięstwo, zwyciężyć i spocząć na laurach to klęska”, jako swoiste streszczenie m.in. działań struktury Polskiego Państwa Podziemnego, czynnego uczestnictwa w walkach z Niemcami czy w bitwie o Anglię⁶¹. Morawiecki określił natomiast atak nazistowskich Niemiec oraz agresję sowiecką jako „drugą apokalipsę”⁶². Premier wskazał ważniejsze osiągnięcia militarne Polaków z czasów wojny (m.in. działania polskiej armii na Zachodzie, polski wywiad aliancki, przygotowanie lądowania aliantów w Afryce w 1943 r. oraz w Normandii w 1944 r.), ogromne zniszczenia kapitału ludzkiego i materialnego oraz czas komunizmu, który „doprowadził Polskę w latach 80. do kompletnej zapaści gospodarczej, znacznie zwiększając dystans rozwojowy między Polską a światem Zachodu”⁶³.

Bogusław Śliwerski wskazuje racjonalne przyczyny kryzysu w polskim szkolnictwie: pauperyzację pedagogów, niskie płace, brak kontroli poziomu nauczania w szkołach przez niezależną od państwa instytucję, wypalenie zawodowe nauczycieli, nieudaną reformę Handkego w 1999 r., brak wysokiego progu selekcji kandydatów na nauczycieli, brak nauczycielskiego kodeksu etycznego, brak kontroli społecznej⁶⁴.

4. WERYFIKACJA HIPOTEZY BADAWCZEJ. WNIOSKI

Przeprowadzona analiza potwierdziła, że tygodnik „Idziemy” wsparł w okresie kampanii parlamentarnej 2019 r. partię Prawo i Sprawiedliwość. W badaniach stwierdzono korelację negatywizmu jako kryterium selekcji informacji z jego formą zmediatyzowaną. W badanej próbie nie odnotowano dominacji tekstów prasowych, w których uwyraźniła się asocjacja kryteriów selekcji informacji: negatywizmu i personalizacji, choć stanowiły wysoki odsetek liczby publikacji w badanej próbie, tj.

⁵⁹ H. Zieliński, *Musimy wygrać*, Idziemy 2019, nr 35, 3.

⁶⁰ A. Duda, *Silni historią i doświadczeniem*, Idziemy 2019, nr 35, 4.

⁶¹ Tamże.

⁶² M. Morawiecki, *Polski dług rok 1939*, Idziemy 2019, nr 35, 5.

⁶³ Tamże.

⁶⁴ B. Śliwerski, *Kto wesprze nauczycieli?*, Rozmowę przeprowadziła M. Odrobińska, Idziemy 2019, nr 37, 18–19.

około 45% materiału badawczego. Teksty, w których rama negatywizmu została atrybuowana politykom opozycji rządu PiS, nie osiągnęły progu 50% liczby publikacji prasowych. Zważywszy, że dwie hipotezy kierunkowe, HK1 i HK3, okazały się nieprawdziwe, należy skonstatować, że hipoteza badawcza jest nieprawdziwa.

Co oznaczają wyniki przeprowadzonej analizy?

Rama negatywizmu w kontekście polskiej kampanii parlamentarnej 2019 r. została wykorzystana do udzielenia wsparcia politycznego partii Prawo i Sprawiedliwość. Kategoria negatywizmu wyznaczyła narrację konfrontacyjną: polityka społeczna PiS vs. polityka afer PO; wartości chrześcijańskie vs. ideologia LGBT; patriotyzm vs. kosmopolityzm. Publikacje zaklasyfikowane do grupy tekstów „asocjacja” w ramach badanej cechy NEGATYWIZM A PERSONALIZACJA dokonywały formalnego przyporządkowania kategorii negatywizmu do osoby wymienionej z imienia i nazwiska. To nie oznacza, że taka asocjacja determinowała krytykę danej osoby i jej działań. W większości publikacji, i tego dowiodła analiza prasoznawcza, stanowiło to punkt do obrony działań rządu Szydło i rządu Morawieckiego przez katolicki tygodnik. Medioznawcy eksponują doniosłość tzw. *reframingu*, którego celem jest zmiana sposobu interpretacji wydarzenia lub wizerunku osoby⁶⁵. Publikacje tygodnika „Idziemy” w sposób racjonalny oraz emocjonalny dowodziły nieracjonalności ataków na rząd PiS, eksponując jego dokonania, głównie w obszarze polityki prospołecznej.

Obszerne wypowiedzi polityków związanych z „obozem dobrej zmiany” (m.in. Mateusza Morawieckiego, Andrzeja Dudy, Marka Jurka, Marcina Romanowskiego), współbudujących pozytywny wizerunek zmian społeczno-politycznych w Polsce w latach 2015–2019, dowiodły prawicowej linii redakcyjnej czasopisma. Aprobując tonację publikacji dotyczących partii, której liderem jest Jarosław Kaczyński, potwierdziły także edytoriale Henryka Zielińskiego.

Koncentracja tygodnika „Idziemy” na istotnych kwestiach agendy publicznej okresu kampanii parlamentarnej (80. rocznica wybuchu II wojny światowej; włączenie tematyki ideologii LGBT), które podejmowały także świeckie polskie media opinii, a z drugiej strony, pominięcie innych ważnych tematów agendy związanych z kampanią parlamentarną przez katolicki tytuł prasowy (np. kwestii praworządności, reformy szkolnictwa wyższego, programu partii opozycyjnych), może dowodzić ustanawiania agendy intermedialnej w mediach o profilu katolicko-prawicowym. Jak słusznie zauważa Ewa Nowak-Teter, zajmowanie się przez poszczególne media tymi samymi bądź zbliżonymi problemami, a pomijanie innych, stanowi rodzaj medialnego skrzywienia (*media bias*)⁶⁶. Te ostatnie, pominięte w relacjach prasowych tygodnika newsy, dowodzą nie tyle intencji tworzenia *fake newsów* przez katolicki tygodnik opinii, ile raczej wykorzystywania teorii komuni-

⁶⁵ P. Guzik, *Communicating Migration – Pope Francis’ Strategy of Reframing Refugee Issues*, Church Communication and Culture, nr 3.2 (2018), 109–135.

⁶⁶ E. Nowak-Teter, *Agenda intermedialna a agenda „rzeczywista”. Nieadekwatność hierarchii newsów w mediach informacyjnych do wskaźników świata rzeczywistego podczas samorządowej kampanii wyborczej w 2014 roku*, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne nr 1, 2017, 101–102; R. Leśniczak, *Kategoria negatywizmu...*, art., cyt., 168–169.

kowania do potwierdzenia własnej linii redakcyjnej. Proces ustanawiania agendy medialnej uwzględnia kryteria selekcji informacji, w tym negatywizm i personalizację w ich wzajemnej korelacji. Są one swoistym filtrem na drodze: wydarzenia w świecie rzeczywistym – news medialny.

Przeprowadzona analiza prasoznawcza potwierdza także konieczność postrzegania mediów katolickich jako alternatywnego, ale jednocześnie istotnego narzędzia w komunikowaniu politycznym Kościoła katolickiego w Polsce, nawet jeśli hierarchowie w oficjalnych komunikatach dystansują się od wsparcia którejkolwiek ze stron sporu politycznego⁶⁷.

BIBLIOGRAFIA

- Adamik-Szysiak M., *Media elektroniczne w polskich kampaniach wyborczych do Parlamentu Europejskiego*, Przegląd Politologiczny 18 (2014), nr 2, 123–136.
- Annusewicz O., *Ramowanie „dobrej zmiany”. Ramy językowe kampanii wyborczej Prawa i Sprawiedliwości na Twitterze w 2015 roku*, Kwartalnik Naukowy OAP UW e-Politikon 17 (2016), 75–96.
- Chong D., Druckman J., *Framing theory*, Annual Review Political Science 10 (2007), 103–126.
- Crețu F., *Just how tabloidized is tabloid press? Personalization, sensationalism and negativism in the coverage of the Romanian presidential elections, 2009*, Sfera Politicii nr 21 (174), 2013, 121–146.
- Czyżewski M., *Analiza ramowa, czyli „co tu się dzieje?”*, w: E. Goffman, *Analiza ramowa*, tłum. z ang. S. Burdziej, Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos” 2010.
- De Vreese C., *New avenues for framing research*, American Behavioral Scientist 56 (3), 2012, 365–375.
- De Vreese C., *News framing: Theory and typology*, Information Design Journal & Document Design 13 (1), 2005, 51–62.
- Djerf-Pierre M., Ekström M., Håkansson N., Johansson B., *The mediatization of political accountability: Politics, the news media logic and industrial crises in the 1980s and 2000s*, Journalism Studies 15 (3), 2014, 321–338.
- Dyduch J., *Polityka jako wyraz służby człowiekowi i społeczeństwu*, Polonia Sacra 31 (2012), 5–16.
- Entman R., *Framing bias: Media in the distribution of power*, Journal of Communication 57 (1) 2007, 163–173.
- Entman R., *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, Journal of Communication 43 (4) (1993), 51–58.
- Fischer K., *Beyond the sentence: Constructions, frames and spoken interaction*, Constructions and frames 2 (2), 2010, 185–207.
- Furman W., *Pojęcie linii redakcyjnej oraz poszukiwanie jej obrazu w polskiej opinii publicznej i czasopiśmie branżowym w 2017 roku*, Polityka i Społeczeństwo nr 3 (16), 2018, 82–94.
- Galtung J., Ruge M., *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers*, Journal of Peace Research 2 (1), 1965, 64–90.
- Goffman E., *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Cambridge, MA: Harvard University Press 1974.
- Guzik P., *Communicating Migration – Pope Francis’ Strategy of Reframing Refugee Issues*, Church Communication and Culture 3 (2), 2018, 109–135.
- Hečková A., *Media negativism as a tool of political communication*, European Journal of Science and Theology 12 (1), 2016, 147–154.
- Just M.R., Crigler A.N., *Media coverage of political scandals: Addressing concerns about personalization*, American Political Science Association 2014 Annual Meeting Paper.

⁶⁷ 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.

- Keckes I., *The paradox of communication: Socio-cognitive approach to pragmatics*, Pragmatics and Society 1 (1), 2010, 50–73.
- Leśniczak R., *Kategoria negatywizmu a wizerunek prasowy Kościoła katolickiego w kontekście premiery filmu Wojciecha Smarzowskiego „Kler”*. Studium medioznawcze polskich tygodników opinii, Łódzkie Studia Teologiczne 28 (2019) 2, 153–172.
- Leśniczak R., *Polish Catholic press and political communication of the Church on the basis of the 2000–2015 presidential election*, Political Preferences 18 (2018), 37–56.
- Leśniczak R., *Wizerunek Festiwalu „Łódź Czterech Kultur” w łódzkich dziennikach w perspektywie framing analysis*, Studia Medioznawcze 4 (75), 2018, 61–70.
- Leśniczak R., *Wizerunek prasowy i internetowy instytucji kościelnej a linia redakcyjna—casus Fundacji „Dzielo Nowego Tysiąclecia”*, Polityka i Społeczeństwo 3 (16), 2018, 67–81.
- Leśniczak R., *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego 2019.
- Łódzki B., *Medialny obraz naukowca na przykładzie polskiej prasy opiniotwórczej*, Horyzonty Wychowania 16 (39), 2017, 97–114.
- Łódzki B., *Medialny obraz rzeczywistości*, Studia Socialia Cracoviensia 9 (1), 2017, 121–136.
- Mazur M., *Polityka z twarzą: personalizacja parlamentarnych kampanii wyborczych w Polsce w latach 1993–2011*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2014.
- McQuail D., *Comm research-views from Europe| reflections on paradigm change in communication theory and research*, International Journal of Communication 7 (2013), 216–229.
- Michalczyk S., *Teoria wartości informacji: historia i współczesność*, Studia Politicae Universitatis Silesiensis 10 (2013), 131–146.
- Nowak E., Riedel R., *Agenda setting, priming, framing—TV news in Poland during election campaigns 2005 and 2007. Comparative analysis*, Central European Journal of Communication 3 (2010), 2 (5), 237–252.
- Nowak E., *Koncepcja primingu w studiach nad komunikowaniem politycznym*, Studia Medioznawcze 2 (49), 2012, 117–128.
- Nowak-Teter, E., *Agenda intermedialna a agenda „rzeczywista”. Nieadekwatność hierarchii newsów w mediach informacyjnych do wskaźników świata rzeczywistego podczas samorządowej kampanii wyborczej w 2014 roku*, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne nr 1, 2017, 101–120.
- Palczewski M., *Rama negatywizmu w tabloidowych newsach i jej forma językowa*, Media – Kultura – Społeczeństwo nr 11–12, 2016–2017, 111–116.
- Palczewski M., *Selekcja informacji w mediach—zasady, wartości, manipulacje*, Naukowy Przegląd Dziennikarski nr 2, 2015, 85–101.
- Piontek D., *Personalizacja rywalizacji wyborczej w kampanii parlamentarnej*, Roczniki Nauk Społecznych 3 (40), 2012, 109–126.
- Piontek D., *Prywatyzacja polityki, czyli polityk rodzinny*, Studia Politologiczne 45 (2017), 54–70.
- Rahat G., Sheaffer T., *The personalization (s) of politics: Israel, 1949–2003*, Political Communication 24 (1), 2007, 65–80.
- Salgado S., *The 2015 Election News Coverage: Beyond the Populism Paradox, the Intrinsic Negativity of Political Campaigns in Portugal*, w: *Mediated Campaigns and Populism in Europe*, Cham: Palgrave Macmillan 2019, 75–98, https://doi.org/10.1007/978-3-319-98563-3_4
- Schulz W., Zeh R., *The changing election coverage of German television. A content analysis: 1990–2002*, Communications 30 (4), 2005, 385–407.
- Sobczak B., *Telewizja jako narzędzie propagandy politycznej*, Acta Universitatis Lodziensis Folia Litteraria Polonica 41 (3), 2017, 133–158.
- Tan K., Abdollahi-Guilani M., Rusly F., *Negativity as Criteria for Newsworthiness in Malaysian Newspaper Sports Corpus*, Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication 33 (2), 2017, 105–119.
- Van Aelst P., Sheaffer T., Hubé N., *Personalization*, in: *Comparing political journalism*, ed. C. de Vreese, F. Esser, D. Hopmann, Routledge 2016, 130–148.
- Van Aelst P., Sheaffer T., Stanyer J., *The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings*, Journalism 13 (2), 2012, 203–220.

- Vliegienthart R., Boomgaarden H., Boumans J., *Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers*, in: *Political communication in postmodern democracy*, ed. K. Brants, K. Voltmer, London: Palgrave Macmillan 2011. 92–110.
- Wasilewski K., *Framing i analiza ramowa – stan badań we współczesnym medioznawstwie. Przegląd stanowisk badawczych*, Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 14 (2018)1, 91–109.

Analizowane teksty prasowe

- Chwedoruk R., *Państwo czy samorząd*, Rozmowę przeprowadziła K. Kasjanowicz, Idziemy 2019, nr 36, 4.
- Dadak K., *Tracimy bezcenny czas*, Idziemy 2019, nr 34, 20–21.
- Dadak K., *Twarde realia*, Idziemy 2019, nr 36, 18–19.
- Dadak K., *Wielki skandal*, Idziemy 2019, nr 38, 54.
- Duda A., *Silni historią i doświadczeniem*, Idziemy 2019, nr 35, 4.
- Gądecki S., *Trzeba pójść*, Idziemy 2019, nr 41, 5.
- Gądecki S., *W sprawie LGBT*, Idziemy 2019, nr 33, 5.
- Gróbarczyk M., *Czy grozi nam brak wody?*, Rozmowę przeprowadził P. Kościński, Idziemy 2019, nr 33, 12–13.
- Hajdasz J., *Zamach na wolność słowa*, Idziemy 2019, nr 38, 4.
- Jędraszewski M., *Nie wolno się poddawać*, Rozmowę przeprowadzili H. Zieliński, J. Karnowski, Idziemy 2019, nr 35, 38–39.
- Jurek M., *Inni u siebie*, Idziemy 2019, nr 40, 22.
- Jurek M., *Kpiny z Konstytucji*, Idziemy 2019, nr 37, 23.
- Jurek M., *Nie trzeba głośno mówić*, Idziemy 2019, nr 35, 22.
- Jurek M., *Uchwała w teatrze kabuki*, Idziemy 2019, nr 34, 22.
- Karnowski J., *Fakty i emocje*, Idziemy 2019, nr 35, 16.
- Karnowski J., *Kukiz i spółka*, Idziemy 2019, nr 34, 16.
- Karnowski J., *Lekcja Morawieckiego*, Idziemy 2019, nr 40, 16.
- Karnowski J., *Loty marszałka*, Idziemy 2019, nr 33, 16.
- Karnowski J., *Uczelniana dyktatura*, Idziemy 2019, nr 38, 16.
- Karnowski J., *Wygrana Polski*, Idziemy 2019, nr 36, 16.
- Karnowski J., *Zderzenie koncepcji*, Idziemy 2019, nr 37, 16.
- Kowalczyk D., *Giertycha apel do świeckich*, Idziemy 2019, nr 38, 9.
- Kowalczyk D., *Religia i polityka*, Idziemy 2019, nr 36, 9.
- Ku pamięci i przestrodze*, Idziemy 2019, nr 36, 17.
- Międzynarodowo*, Idziemy 2019, nr 39, 5.
- mo/KAI, *Walczyl o wiarę i niepodległość*, Idziemy 2019, nr 41, 22.
- Morawiecki M., *Polski dług rok 1939*, Idziemy 2019, nr 35, 5.
- Odrobińska M., *Szkola bez LGBT+*, Idziemy 2019, nr 35, 36–37.
- Romanowski M., *Wzmocnimy ochronę dzieci*, Rozmowę przeprowadził M. Wodzicki, Idziemy 2019, nr 34, 4.
- Smoleńska Z., *Ścieki i polityka*, Idziemy 2019, nr 36, 30.
- Śliwerski B., *Kto wesprze nauczycieli?*, Rozmowę przeprowadziła M. Odrobińska, Idziemy 2019, nr 37, 18–19.
- Zieliński H., *Agresorzy czy ofiary?*, Idziemy 2019, nr 33, 3.
- Zieliński H., *Kto czyta, nie błądzi*, Idziemy 2019, nr 37, 3.
- Zieliński H., *Musimy wygrać*, Idziemy 2019, nr 35, 3.
- Ziemiec K., *Przed wyborami*, Idziemy 2019, nr 40, 5.

NEGATIVE FRAMES AND IMAGE OF 2019 POLISH PARLIAMENTARY CAMPAIGN ON THE PAGES OF CATHOLIC WEEKLY *IDZIEMY*

Summary

The aim of the analysis was to attempt to answer the question how the negative frames were used by the weekly *Idziemy* in the period preceding the parliamentary elections in Poland in 2019. The Catholic press title supported the Law and Justice party during the 2019 parliamentary campaign. The research found a correlation of negativism as a criterion for selecting information with its mediated form. In the studied sample a high percentage of press texts was noted in which the association of information selection criteria negativity and personalization became apparent. In the press research, the method of quantitative and qualitative analysis of press content was used, as well as the concept of the emotional-connotation matrix of the typology of the language of political discourse.

Key words: negativity, personalisation, press, image, parliamentary campaign

Nota o Autorze

Ksiądz **Rafał LEŚNICZAK** – prezbiter archidiecezji łódzkiej, doktor habilitowany nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach (Wydział Politologii i Dziennikarstwa UMCS w Lublinie, 2020) doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o poznaniu i komunikacji społecznej (Pontificia Università della Santa Croce, Rzym 2010; nostryfikacja doktoratu – Wydział Filozofii i Socjologii UMCS w Lublinie, 2012). Kierownik Katedry Komunikacji Społecznej, Public Relations i Nowych Mediów Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie. Jest autorem ponad 60 publikacji naukowych z zakresu mediów, religii i polityki. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół komunikowania politycznego, public relations oraz etyki mediów. Kontakt e-mail: rafalles@vp.pl