

DOI : 10.14746/pp.2017.22.1.9

Agnieszka STĘPIŃSKA, Ewa JURGA-WOSIK,
Kinga ADAMCZEWSKA, Dominika NAROŻNA, Bartłomiej SECLER
Poznań

Postawy polskich dziennikarzy wobec aktorów politycznych: badania empiryczne¹

Streszczenie: Celem artykułu jest zestawienie postaw polskich dziennikarzy wobec aktorów politycznych deklarowanych w ankietach (*role perception*) z faktycznymi działaniami podejmowanymi przez dziennikarzy wobec polityków w przygotowywanych przez nich materiałach informacyjnych (*role performance*). Wyniki badań ankietowych ujawniają istotne różnice pomiędzy poszczególnymi pokoleniami polskich dziennikarzy. Z rolą *watchdog* utożsamia się przede wszystkim pokolenie podejmujące pracę w okresie zmiany ustrojowej, podczas gdy najmłodsze pokolenie – choć uważa tę rolę mediów za ważną – samo nie jest zainteresowane jej pełnieniem. Analiza zawartości mediów potwierdza dużą wagę przywiązywaną przez polskich dziennikarzy do monitorowania działalności prowadzonej przez aktorów politycznych. Badania dostarczają jednocześnie danych potwierdzających wysoki poziom paralelizmu politycznego polskiego systemu medialnego.

Słowa kluczowe: dziennikarze, aktorzy polityczni, postawy, poglądy polityczne, model *watchdog*

Wprowadzenie

Podstawą badań nad relacjami dziennikarzy i aktorów politycznych były przez wiele lat koncepcje takie jak cztery teorie prasy (Siebert, Peterson, Schramm, 1956), czy też koncepcja czterech wymiarów powiązań mediów z polityką (Blumer, Gurevitch, 1995). Współcześnie badacze posiłkują się głównie koncepcją trzech modeli mediów i polityki w ujęciu porównawczym sformułowaną przez D. Hallina i P. Manciniego w pracy opublikowanej w 2004 r. Co prawda, nie wszyscy zgadzają się z przypisaniem do poszczególnych modeli (liberalnego, demokratycznego korporacjonizmu i spolaryzowanego pluralizmu) określonych państw (Brüggemann, Engesser, Büchel, Humprecht, Castro, 2014), niemniej jest to praca stanowiąca punkt odniesienia dla szeregu nowych badań nad relacją pomiędzy systemem politycznym a systemem medialnym (Dobek-Ostrowska, 2010; 2011; 2012), również tych prowadzonych ponownie pod kierunkiem D. Hallina i P. Manciniego (2012).

Jednym z kluczowych pojęć tej koncepcji jest paralelizm polityczny – rozszerzona koncepcja paralelizmu partyjno-medialnego, o którym pisali już wcześniej C. Seymour-Ure (1974) oraz J. G. Blumer i M. Gurevitch (1975), czyli stopień odzwierciedlenia systemu politycznego przez system medialny (Hallin, Mancini, 2007, s. 26–30). Paralelizm polityczny – w ujęciu D. Hallina i P. Manciniego – przejawia się w zawartości mediów, połączeniu organizacyjnym pomiędzy mediami i partiami politycznymi, skłonności pracowników do podejmowania aktywności w sferze politycznej lub podejmowania przez

¹ Praca finansowana ze środków Narodowego Centrum Nauki, grant nr 2015/18/M/H55/00080.

nich pracy w organizacjach medialnych, których linia polityczna odpowiada ich własnej orientacji politycznej. Wreszcie, paralelizm polityczny ujawnia się w rolach lub praktykach dziennikarskich (Hallin, Mancini, 2007, s. 28–29).

Najczęściej stosowanymi metodami w badaniach nad rolami dziennikarzy są: 1) analiza zawartości przekazów formułowanych przez dziennikarzy; 2) badania ankietowe (kwestionariusz) oraz 3) pogłębione wywiady z wybranymi przedstawicielami środowiska dziennikarskiego. Każda z wymienionych metod ma swoje zalety i ograniczenia. Wyniki badań ankietowych dostarczają wiedzy o deklarowanych poglądach, ocenach, wyobrażeniach o zawodzie, grupie zawodowej lub – szerzej – funkcjach mediów (*role perception*). Wyniki uzyskane w efekcie przeprowadzonych tego typu badań mogą zatem nie odzwierciedlać poglądów, ocen, czy postaw faktycznie dominujących w środowisku: odpowiedzi stanowią bowiem jedynie deklaracje, które w tego typu badaniach nie mogą być zweryfikowane. Dziennikarze mogą więc kształtować określony obraz swojej grupy zawodowej, nie zaś ujawniać faktyczne postawy i zachowania.

Większe możliwości w tym zakresie stwarza pogłębiony wywiad, podczas którego badacz ma okazję skonfrontowania dziennikarza z przykładami faktycznych zachowań przedstawicieli zawodu. Niemniej, badania jakościowe stanowią źródło wiedzy o postawach i zachowaniach jedynie wybranych przedstawicieli zawodu – należy być zatem ostrożnym w uogólnianiu wniosków z tego typu studiów na całą populację dziennikarzy. Stąd też – by zbadać faktyczne działania (aktywności) podejmowane przez dziennikarzy (*role performance*) – konieczne jest przeprowadzenie analizy zawartości materiałów dziennikarskich oraz powiązanie ich z wynikami dwóch poprzednich typów badań.

Celem artykułu jest zestawienie postaw polskich dziennikarzy wobec aktorów politycznych deklarowanych w ankietach (*role perception*) z faktycznymi działaniami podejmowanymi przez dziennikarzy wobec polityków w przygotowywanych przez nich materiałach informacyjnych (*role performance*). W artykule zaprezentowane zostaną wyniki wybranych badań ankietowych przeprowadzonych wśród polskich dziennikarzy oraz analizy zawartości wybranych gazet codziennych z lat 2012–2013. Badanie zawartości mediów stanowiło część międzynarodowego projektu *Journalistic Role Performance around the Globe*, kierowanego przez Claudię Mellado z Pontificia Universidad Católica de Valparaiso w Chile i Leę Hellmueller z University of Huston, USA (więcej o projekcie: www.journalisticperformance.org).

Podstawy teoretyczne

Określenie ról dziennikarzy znaleźć można w teoriach normatywnych i empirycznych mediów (McQuail, 2007; Baran, Davis, 2007). O ile te pierwsze stanowią „zbiór postulatów dotyczących tego, jak media powinny działać w celu zachowania czy osiągnięcia pewnych społecznych wartości oraz mówią o naturze tych wartości” (Piontek, 2011, s. 50), o tyle drugie oparte są na obserwacji empirycznej. Jedną z klasycznych już koncepcji opartych na badaniach empirycznych jest podział zaproponowany przez H. M. Culbertsona (1983), który wyróżnił postawę: 1) tradycyjną (neutralną), sprowadzającą się do rzetelnego i szybkiego informowania o wydarzeniach; 2) interpretacyjną, polegającą na wyjaśnianiu opisywanych zdarzeń i zjawisk z uwzględnieniem społeczne-

go, historycznego kontekstu i ukazaniem potencjalnych konsekwencji prezentowanych zdarzeń i zjawisk, oraz 3) aktywną, która obejmuje nie tylko relacjonowanie zdarzeń i zjawisk, ale także wskazywanie rozwiązań społecznych problemów.

W oparciu o ten podział David H. Weaver i G. Cleaveland Wilhoit (1996) zaproponowali podział na cztery role mediów: 1) rozpowszechnianie informacji do odbiorców jak szybko jest to możliwe z zachowaniem dbałości o weryfikację informacji; 2) bieżące analizowanie i interpretowanie wydarzeń politycznych; 3) kwestionowanie działań podejmowanych przez elity polityczne i ekonomiczne; 4) dostarczanie odbiorcom tego, czego oczekują, w tym rozrywki oraz mobilizowanie społeczeństwa do działania i wyrażanie opinii społeczeństwa. W tym samym czasie, J. G. Blumer i M. Gurevitch (1995, s. 15) wyodrębnili podobne cztery główne role dziennikarzy: przewodnika, moderatora, „psa stróżującego” i źródło rozrywki.

Późniejsze badania empiryczne i rozważania teoretyczne nad tzw. kulturami dziennikarstwa (Hanitzsch, 2007) pozwoliły na rozpoznanie trzech głównych typów faktycznej aktywności dziennikarzy (*role performance*), tj. interwencjonizmu, dystansu wobec władzy oraz orientacji rynkowej. Poprzez połączenie wcześniej wyróżnionych ról (na bazie teorii normatywnych) z typami aktywności, które analizowali m.in. D. Hallin i D. Mancini (2004) powstała wielowymiarowa typologia funkcji mediów oraz postaw dziennikarzy wobec aktorów politycznych.

Składają się na nią następujące modele dziennikarstwa: 1) zdystansowany „pies stróżujący” (*detached watchdog*), który koncentruje się na dostarczaniu informacji politycznych obywatelom, zachowując duży dystans wobec władzy i charakteryzujący się sceptycyzmem oraz krytycznym podejściem do elity politycznej; 2) populistyczny dostawca informacji (*populist disseminator*) skoncentrowany na oczekiwaniach odbiorców i zaspakajaniu ich potrzeby otrzymywania interesujących informacji bez angażowania się w procesy polityczne i społeczne; 3) „krytyczny czynnik zmiany” (*critical change agent*), który przyjmuje krytyczną postawę wobec elity politycznej, nawołuje i zachęca do przeprowadzenia zmian społecznych, wskazuje problemy i ich rozwiązania oraz wpływa na postrzeganie spraw (wysoki poziom interwencjonizmu połączony z dużym dystansem wobec ośrodka władzy); 4) „oportunistyczna podpora” (*opportunist facilitator*) ośrodka władzy, wspierająca elity polityczne i ich politykę.

W praktyce, w zależności od kultury dziennikarskiej, opinie polityczne są przez dziennikarzy prezentowane bądź w gatunkach publicystycznych, bądź również w informacyjnych. O ile przedstawiciele kultury dziennikarskiej opartej na modelu „zdystansowanego watchdoga” koncentrują się na relacjonowaniu wydarzeń, nie zaś ich komentowaniu i interpretowaniu (pozostawiając te zadania ekspertom, publicystom lub nawet samym czytelnikom), o tyle dziennikarze reprezentujący modele „krytycznego czynnika zmiany” i „oportunistycznej podpory” uznają, że rolą i zadaniem dziennikarzy jest zaangażowanie w debatę polityczną i tym samym dość płynnie przechodzą od roli reportera do roli komentatora, zaś gatunki informacyjne mieszają się z publicystycznymi. D. Hallin i P. Mancini w swojej pracy wykazują, że „siła dziennikarstwa zaangażowanego wynika z historycznych powiązań pomiędzy mediami a systemami partyjnymi i zorganizowanymi grupami społecznymi [...]” (Hallin, Mancini, 2007, s. 29).

Warto przy tym podkreślić, że model „oportunistycznej podpory” występować może zarówno w reżimach demokratycznych, jak i niedemokratycznych. W przypadku reżi-

mów demokratycznych decyzja o tym, którą partię lub orientację polityczną wspierać, którą zaś krytykować należy do właściciela organizacji medialnej lub dziennikarzy. Podejście takie jest właściwe systemom medialnym charakteryzującym się pluralizmem zewnętrznym i wysokim poziomem paralelizmu politycznego (Hallin, Mancini, 2007, s. 29–30). W takim systemie dominuje przekonanie, że „możliwość prezentowania relacjonowanych wydarzeń w określonym kontekście interpretacyjnym, którego struktura zwykle opiera się na zestawie przekonań i wartości wyznawanych przez relacjonującego, jest niezbywalnym prawem każdego z dziennikarzy, jednak najpełniej będzie on mógł je realizować, pracując w redakcji o linii programowej zbieżnej z jego własnym światopoglądem” (Szymańska, Hess, 2014, s. 12–13). Jednocześnie, orientacja polityczna danej organizacji medialnej powinna być znana odbiorcom, tak by mogli oni dokonać świadomej samodzielnej decyzji o zapoznawaniu się z określonymi przekazami.

Z kolei w reżimach niedemokratycznych, w których dochodzi do instrumentalizacji mediów, opcja polityczna jest narzucona dziennikarzom przez ośrodek władzy, zaś obywatele nie mają dostępu do alternatywnych źródeł informacji i poglądów. Ta wersja modelu będzie zatem obserwowana w systemach, które F. S. Siebert, T. Peterson i W. Schramm (1956) kwalifikowali jako autorytarne lub komunistyczne.

Najnowszą propozycją koncepcji postaw i zachowań dziennikarzy jest typologia modeli zaproponowana przez Claudię Mellado (2015). Badaczka sformułowała koncepcję ról dziennikarskich zbudowaną wokół trzech głównych wymiarów pracy dziennikarzy, tj. 1) relacji z aktorami politycznymi, w szczególności zaś tymi, którzy sprawują władzę; 2) zaangażowaniu w życie publiczne oraz 3) relacji z odbiorcami. Koncepcja ta, podobnie jak ujęcie T. Hanitzscha (2007), służyć ma jako teoretyczny punkt wyjścia do badań nie tylko nad postrzeganiem ról dziennikarskich przez pracowników mediów, ale także nad faktycznymi działaniami dziennikarzy. Wyznacznikami modeli są więc nie tylko wartości i postawy, ale i odzwierciedlające je zachowania.

Relacje dziennikarzy z aktorami politycznymi opisuje tu dychotomia: „pies stróżujący” (*watchdog*) oraz lojalny pomocnik (*loyal-facilitator*). O ile pierwszy zajmuje się kwestionowaniem, krytykowaniem, ukazywaniem i nagłaśnianiem nieprawidłowości, drugi może przybierać jedną z dwóch postaw: lojalności wobec ośrodka władzy lub lojalności wobec kraju (narodu). Lojalność wobec elity politycznej przejawia się we współpracy, wspieraniu kierunków działania i konkretnych działaniach, chronieniu *status quo*, budowaniu pozytywnego wizerunku elity politycznej. Lojalność wobec kraju wyraża się z kolei w budowaniu poczucia wspólnoty poprzez akcentowanie wartości, wskazywanie na osiągnięcia, budowanie pozytywnego wizerunku narodu i państwa.

Warto także przywołać koncepcję ról dziennikarzy sformułowaną przez polskich badaczy. W oparciu o własne analizy środowiska dziennikarzy W. Pisarek (1998) wyróżnił trzy główne role (czy też postawy) dziennikarzy: bojowników, dyskdykowskich oraz rzemieślników. Bojowników wyróżnia zaangażowanie w wybraną przez siebie „słuszną sprawę”, a zatem wyraźnie określony światopogląd i orientacja polityczna (prawica antykomunistyczna lub – wręcz przeciwnie – zwolennicy orientacji postkomunistycznej). Dyskdykowskie koncentrują się na rozrywkowej roli mediów (*infotainment*) i dostarczaniu przekazów, które mogą wzbudzić zainteresowanie szerokich grup odbiorczych (orientacja rynkowa). Wreszcie, do trzeciej kategorii W. Pisarek zaliczał dziennikarzy kierującymi się poczuciem odpowiedzialności i zasadami etyki zawodowej. Z kolei Z. Bajka (2000) wskazał trzy do-

datkowe role: dziennikarzy śledczych (monitorowanie działań elit politycznych i gospodarczych), tzw. kelnerów (rozpowszechnianie informacji bez własnych komentarzy, bez refleksji, bez zmian) oraz zbieraczy informacji (infobrokerów).

Podobnie jak koncepcje sformułowane przez badaczy z innych krajów, typologia W. Pisarka i Z. Bajki uwzględnia różne postawy i zachowania dziennikarzy, zarówno wobec aktorów politycznych, jak i obywateli. W kontekście tematu niniejszej pracy, warto zwrócić szczególną uwagę na „bojowników”. Postawa ta wyraża się w jawnym okazywaniu wsparcia przedstawicielom określonych orientacji politycznych i otwartym krytykowaniu innych. W zależności od układu sił w systemie partyjnym, dziennikarze tacy mogą śledzić i nagłaśniać nieprawidłowości w działaniach wybranych aktorów politycznych i tym samym wspomagać opozycję polityczną lub też wspierać ośrodek władzy poprzez budowanie pozytywnego wizerunku partii rządzącej oraz krytykowanie działań partii opozycyjnych.

Badania empiryczne nad deklarowanymi postawami dziennikarzy

Prowadzone od lat 70. studia nad dziennikarstwem w Polsce miały charakter empiryczny (ankiety) lub opisowy (metody jakościowe). Jedną z pierwszych kompleksowych monografii poświęconych polskiemu dziennikarstwu przygotowała amerykańska badaczka Jane L. Curry (1990). Z jej analiz wynikało, że praca dziennikarzy w Polsce, pomimo oficjalnej ideologii, zakładającej, że media są instrumentem władzy partii, nie była typowa dla całego bloku państw satelickich Związku Radzieckiego: dziennikarze w Polsce cieszyli się wyjątkową wolnością na tle innych państw, a upolitycznienie ludzi pracujących w mediach w okresie Polski Ludowej nie miało wpływu na ich profesjonalizm w pracy (Curry, 1990). Polscy dziennikarze w latach 70. i 80. co prawda doświadczali nacisków politycznych, ale jednocześnie starali się stworzyć w miejscach pracy swój własny profesjonalny świat, akceptując biurokratyczne i polityczne otoczenie. Z kolei w latach 80. widoczne były dwie grupy dziennikarzy: pierwsza lojalna była wobec partii komunistycznej, druga zaś związana była z opozycją i NZZ „Solidarność”.

Tradycja polskich badań empirycznych nad polskimi dziennikarzami również sięga czasów poprzedniego ustroju politycznego. Związana jest przede wszystkim z krakowskim Ośrodkiem Badań Prasoznawczych i postaciami prof. Walerego Pisarka i dr. Zbigniewa Bajki. Wyniki ich badań ukazują zmiany zachodzące w trzech dekadach (od lat 70. do końca lat 90.) m.in. w deklarowanych postawach dziennikarzy wobec aktorów politycznych. Doświadczenie stanu wojennego uświadomiło dziennikarzom polityczny charakter ich zawodu i przekierowało uwagę na ich powinności względem społeczeństwa (Bajka, 1991, s. 154). Jeszcze na początku lat 90. dziennikarze postrzegali główne zagrożenie dla wolności mediów po stronie podmiotów politycznych, nie zaś czynników ekonomicznych (ibidem, s. 156). Świadomość znaczenia presji ekonomicznej pojawiła się u nich dopiero na początku pierwszej dekady XXI wieku (Mocek, 2005; Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013).

Badania przeprowadzone przez Jerzego Olędzkiego w połowie lat 90. w ramach międzynarodowego projektu badawczego „The Global Journalists” kierowanego przez Davida H. Weavera (i w oparciu o zaproponowaną przez niego koncepcję ról dziennikarzy)

ukazały, że polscy dziennikarze za najważniejsze funkcje prasy uznawali informowanie, krytykowanie i kontrolę władzy oraz odkrywanie „ciemnych spraw”. Jednocześnie, dziennikarze w pierwszych latach przemian ustrojowych nie dostrzegali niebezpieczeństw, jakie dla bezstronności dziennikarskiej ma angażowanie się w działalność polityczną czy gospodarczą (Olędzki, 1996; 1998).

Podobne badania przeprowadzone zostały dekadę później przez Agnieszkę Stępińską i Szymona Ossowskiego (Stępińska, Ossowski, 2010a, 2010b, 2011a, 2011b, 2011c, 2012; Stępińska, Ossowski, Pokrzycka, Nowak, 2012; Stępińska, Głowacki, 2014) w ramach międzynarodowych badań „Global Journalist in the 21st Century” (Weaver, Willnat, 2012). Ponownie, punktem wyjścia była koncepcja ról i postaw dziennikarskich D. H. Weavera i G. C. Wilhoita. Wyniki ukazały, że uwaga dziennikarzy koncentruje się przede wszystkim na pełnieniu roli dostawcy aktualnych informacji i opinii, zaś dopiero w dalszej kolejności na monitorowaniu czy kontrolowaniu władzy. Blisko 3/4 ankietowanych wskazało ponadto na dwie inne „bardzo ważne” funkcje mediów: zachowanie dystansu wobec władzy oraz rozwój kulturalny i intelektualny społeczeństwa (Zob. Tabela 1).

Tabela 1

Hierarchia ważności zadań (%)

	Bardzo ważne	Średnio ważne	Niezbyt ważne
1. Dostarczanie szybko informacji odbiorcom	81,7	15,3	3,0
2. Zachowanie dystansu w stosunku do władzy	74,6	19,4	6,0
3. Rozwój kulturalny i intelektualny społeczeństwa	74,2	22,1	3,7
4. Dostarczanie wyjaśnień i analiz złożonych problemów	65,3	30,6	3,8
5. Wskazywanie rozwiązań problemów społecznych	63,6	28,5	7,9
6. Umożliwianie „zwykłym ludziom” wyrażania ich opinii	63,1	28,1	8,3
7. Wskazywanie obszarów, którymi należy się zainteresować lub zająć	62,2	33,1	4,7
8. Koncentrowanie się na zagadnieniach, które są interesujące dla jak największej grupy odbiorców	60,5	32,4	7,1
9. Motywowanie „zwykłych ludzi” do aktywności w sferze publicznej	58,4	33,2	8,4
10. Bieżące analizowanie i komentowanie polityki wewnętrznej	46,6	41,9	11,5
11. Pomijanie tematów, w których nie można ustalić lub potwierdzić faktów	42,8	42,0	15,2
12. Śledzenie działalności rządu	42,6	40,1	17,4
13. Dostarczanie wyjaśnień i analiz zagadnień międzynarodowych	42,0	43,3	14,7
14. Zapewnianie rozrywki i relaksu	35,3	42,4	22,3

Źródło: Opracowanie własne. Projekt: *Global Journalist in the 21st Century*. Pominięto odpowiedzi „nie wiem” oraz odmowę odpowiedzi.

Niewielkie zainteresowanie zadaniami związanymi z funkcją *watchdoga* (śledzenie działalności rządu oraz bieżące analizowanie i komentowanie polityki wewnętrznej) wyjaśnić można składem próby: badanie przeprowadzono wśród dziennikarzy pracujących dla mediów o zasięgu ogólnokrajowym – nie tylko o charakterze informacyjnym (Stępińska, Ossowski, 2010b, 2011c). To, że kluczową rolą mediów jest według większości współczesnych dziennikarzy dostarczanie informacji, a dopiero na dalszym planie monitorowanie działań podejmowanych przez podmioty polityczne, potwierdzają także wyniki badań przeprowadzonych przez B. Dobek-Ostrowską i jej zespół w ramach

projektu „Journalism in change. Journalistic culture in Russia, Poland and Sweden” (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013).

Jednocześnie, ujawniły się różnice między pokoleniami polskich dziennikarzy. Zauważono, że ci, którzy podejmowali pracę w dobie transformacji ustrojowej postrzegali siebie jako strażników interesów obywateli i reprezentowali najbardziej krytyczną postawę wobec aktorów politycznych (Stępińska, Ossowski, 2012). Wyniki tych badań potwierdzają spostrzeżenia Z. Bajki i W. Pisarka, którzy zaobserwowali już w latach 90., że wśród bojowników i rzemieślników dominowali starsi dziennikarze, zaś młodzi częściej wpisywali się w model diskordzkiejów – zdystansowanych wobec polityki, skoncentrowanych na relacjonowaniu zdarzeń i odpowiadaniu na oczekiwania odbiorców (Bajka, 2000, s. 58–60).

Dodatkowego potwierdzenia tak sformułowanego wniosku dostarczają wywiady pogłębione z liderami środowisk dziennikarskich – a zatem przedstawicielami starszego pokolenia – przeprowadzone przez Stanisława Mocka (2005, 2006). Po pierwsze, badani unikali jednoznacznej oceny sytuacji dziennikarzy i ich postaw w okresie PRL: uważali, że nie można generalizować i mówić o dziennikarzach jako o grupie całkowicie służebnej wobec ówczesnego systemu, czego dowodem była prasa „drugiego obiegu”. Dziennikarzy lat 80. dzielili na różne kategorie: „nadgorliwych”, „gorliwych”, „nieidących na kompromisy” oraz takich, którzy „jeszcze nie zdążyli być ani w tą, ani w tą” (Mocek, 2006, s. 88). Po drugie, wśród doświadczonych dziennikarzy dominował pogląd, że kontrola władzy państwowej to zadanie nie mediów (jako organizacji), a dziennikarzy. O ile media mogą być postrzegane jako „czwarta władza”, o tyle dziennikarze powinni być „kontrolerami władzy”.

Drugim czynnikiem, który zdaje się mieć wpływ na postrzeganie ról mediów, w szczególności ich relacji z aktorami politycznymi jest wykształcenie: dziennikarze posiadający formalne wykształcenie dziennikarskie większą wagę przykładają do szybkiego dostarczania informacji odbiorcom, śledzenia działalności rządu i bieżącego analizowania i komentowania polityki wewnętrznej. Natomiast mniejszą wagę w porównaniu do swoich kolegów, którzy nie ukończyli specjalistycznych studiów dziennikarskich, przywiązują do zapewniania rozrywki i relaksu oraz motywowania „zwykłych ludzi” do aktywności w sferze publicznej (Stępińska, Ossowski, 2011c).

Jednym z wymiarów relacji pomiędzy mediami a polityką są preferencje polityczne dziennikarzy, gdyż „[...] przywiązanie do własnej linii programowej ma istotny wpływ na sposób relacjonowania wydarzeń i formułowanych w tym kontekście ocen [...]” (Szymańska, Hess, 2014, s. 22). Tymczasem, jak pokazały badania prowadzone w kilku europejskich państwach (Patterson, Donsbach, 1996), światopogląd większości dziennikarzy zdaje się różnić od światopoglądu większości obywateli: przekonania dziennikarzy częściej plasują się po lewej stronie sceny politycznej, niż ma to miejsce w przypadku pozostałych obywateli (za: Szymańska, Hess, 2014, s. 13–15).

Badania przeprowadzone wśród polskich dziennikarzy w 2012 roku przez B. Dobek-Ostrowską i jej zespół zdają się potwierdzać to spostrzeżenie: około jedna trzecia (30,6%) dziennikarzy deklarowała bowiem poglądy centrolewicowe (24,2%) lub lewicowe (6,4%), około jedna czwarta (22,5%) skłaniała się ku poglądom centroprawicowym (16,5%) lub prawicowym (7,6%), zaś poglądy centrowe deklarowało 24% badanych.

Aż 21% ankietowanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie („nie wiem”, „nie chcę odpowiadać na to pytanie”, brak odpowiedzi). Najwyższy odsetek dziennikarzy niechętnych temu tematowi znaleźć można było w mediach publicznych: 31 procent dziennikarzy Polskiego Radia i 37 procent zatrudnionych w TVP nie udostępniło tej informacji w ankiecie (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013, s. 21–23). Z kolei najniższy odsetek odmów odpowiedzi na to pytanie był wśród dziennikarzy pracujących w prasie drukowanej (6% w dziennikach ogólnokrajowych i 12% w czasopiśmie ogólnokrajowych). W grupie dziennikarzy zatrudnionych w dziennikach ogólnokrajowych 41% respondentów deklarowało poglądy lewicowe i centrolewicowe, zaś 31% poglądy prawicowe lub centroprawicowe. Z kolei wśród dziennikarzy czasopism ogólnokrajowych: 35% lewicowe lub centrolewicowe i 28% prawicowe lub centroprawicowe (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013, s. 22–23).

Dla porównania, 1) dziennikarze dzienników regionalnych deklarowali następujące preferencje polityczne: 35% – centrowe, 25% centrolewicowe i lewicowe, zaś 22% prawicowe i centroprawicowe; 2) dziennikarze pracujący dla telewizji publicznej: 23,9% lewicowe lub centrolewicowe, 13% centrowe, 26% – prawicowe lub centroprawicowe; 3) dziennikarze pracujący dla telewizji prywatnej: 21,6% centrowe, 33,3% lewicowe lub centrolewicowe, a 27,5% centroprawicowe (nikt z badanych nie zadeklarował poparcia dla prawicy).

Jednocześnie, zdecydowana większość polskich dziennikarzy (86% badanych) uważa, że dziennikarz nie powinien angażować się w politykę w czasie wykonywania pracy w tym zawodzie oraz sądzi, że nie można akceptować wpływu politycznego na organizację medialną (76% badanych, za: Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013, s. 23). Ankietowani w większości (72%) nie doświadczyli w swojej praktyce zawodowej presji politycznej ze strony aktorów politycznych spoza redakcji, ani też problemów w pracy wynikających z politycznych preferencji właścicieli organizacji medialnych (71,2%). Ponad połowa (58%) badanych oceniała wpływ czynnika politycznego na organizację medialną, w której pracują jako mały lub ani mały, ani duży (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013, s. 23).

Niemniej, około 20% badanych nie udzieliła odpowiedzi na pytanie o polityczne powiązania firmy (17%) oraz o wpływ zewnętrznych aktorów politycznych (23%). W największym stopniu na istnienie takich powiązań wskazywali dziennikarze pracujący dla mediów online (33,3%), czasopism (31,6%) oraz dzienników ogólnokrajowych (29,1%). Również w przypadku innych typów mediów odsetek dziennikarzy wskazujących na duże powiązania polityczne organizacji medialnych: 28,2% w radiu prywatnym, 27,8% w radiu publicznym, 27,2% w telewizji publicznej (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel, 2013, s. 23–24).

Badanie ról faktycznie pełnionych przez polskich dziennikarzy

W tej części pracy zaprezentowane zostaną wyniki analizy treści materiałów opublikowanych w latach 2012–2013 w czterech tytułach prasowych: „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Fakt”, „Nasz Dziennik”. Tytuły te wybrane zostały w oparciu o następujące kryteria: typ prasy (prasa opiniotwórcza/prasa popularna), poziom czytelnictwa

oraz orientacja polityczna. Na próbę badawczą składają się artykuły opublikowane na łamach wybranych tytułów prasowych w 28 dniach (14 dni z 2012 roku i 14 dni z 2013 roku; tzw. dwa tygodnie konstruowane). Analizie poddane zostały artykuły z głównej części wydań dotyczące problematyki krajowej. Łącznie analizie poddano 1130 artykułów prasowych należących do następujących gatunków informacyjnych: notatka prasowa, artykuł, reportaż lub opis (wiadomość zobrazowana). Z uwagi na przyjęte kryteria selekcji materiału założyć można, iż autorzy analizowanych materiałów w istocie interesują się tematyką polityczną – dotyczy to także tabloidu „Fakt”, który poświęca jej sporo uwagi (Piontek, 2009; Piontek, Hordecki, 2010).

Postawy dziennikarzy wobec aktorów politycznych sprawdzały pytania zawarte w kluczu kategoryzacyjnym (książce kodowej), opracowanej na podstawie koncepcji C. Mellado (2015) omówionej wyżej. Wyodrębnione zostały dwie skrajne postawy: krytycznego monitorowania działań elit politycznych (model *watchodga*) oraz sprzyjania ośrodkowi władzy (*lojalny pomocnik*). Temu pierwszemu modelowi odpowiadały następujące działania: 1) prezentowanie informacji o procesach sądowych i postępowaniu administracyjnym przeciwko elitom politycznym; 2) kwestionowanie prawdziwości tego, co przedstawiciele elit politycznych mówią i robią; 3) cytowanie źródeł, które kwestionują działania elit politycznych; 4) ujawnianie informacji, które elity polityczne chciałyby ukryć; 5) krytykowanie elit politycznych przez dziennikarza lub inną osobę; 6) ukazywanie konfliktu pomiędzy dziennikarzem a przedstawicielami elit politycznych; 7) prowadzenie własnego dochodzenia (dziennikarstwo śledcze).

Z kolei przejawami modelu *lojalnego pomocnika* są według tej koncepcji: 1) prezentowanie w pozytywnym świetle przedstawicieli elit politycznych – budowanie ich pozytywnego wizerunku; 2) wspieranie określonych kierunków działań lub faktycznych działań podejmowanych przez elity polityczne oraz 3) podkreślenie umiejętności i kompetencji przedstawicieli elit politycznych lub ekonomicznych.

Wyniki analizy (Tabela 2) pozwalają stwierdzić, iż polscy dziennikarze przyjmują krytyczną postawę wobec aktorów politycznych, których pomysły i działania prezentują. W jednej trzeciej wszystkich materiałów znalazły się wypowiedzi kwestionujące prawdziwości tego, co przedstawiciele elit politycznych mówią i robią – sformułowane przez dziennikarzy (14,1% materiałów) lub przez inne źródło (blisko 22% materiałów). Podobna część materiałów opublikowanych łącznie w czterech analizowanych tytułach zawierała wprost sformułowaną krytykę pod adresem aktorów politycznych – choć i w tym przypadku częściej wypowiadali ją inni (23,3% materiałów), niż sami dziennikarze (blisko 12%). Krytyka ta wyrażała się poprzez użycie odpowiednich przymiotników lub przysłówków.

Warto przy tym ponownie podkreślić fakt, iż analizie podlegały gatunki informacyjne, które ze swej definicji nie powinny zawierać komentarza dziennikarskiego, a jedynie opis zdarzenia lub problemu (Wojtak, 2004, 2009; Pisarek, 1993). Tymczasem w ponad 10% materiałów dziennikarze formułowali wypowiedzi poddające bezpośrednio w wątpliwość uczciwość, rzetelność i wiarygodność lub kompetencje aktorów politycznych. Jednocześnie, nawet dwa razy częściej cytowali lub przywoływali inne źródła, które takie wypowiedzi formułowali. Dobór źródeł oraz ich wypowiedzi jest decyzją dziennikarza przygotowującego materiał lub też innej osoby w redakcji (Szymańska, Hess, 2014, s. 34–35) – można zatem uznać, że prezentacja krytycznych wypowiedzi przez

źródła stanowi przejaw krytycznego podejścia samego dziennikarza lub redakcji, w której pracuje.

Blisko 10% materiałów zawierała informacje o toczącym się postępowaniu sądowym lub administracyjnym przeciwko reprezentantom władz, zaś 5% materiałów wskazuje, że pewne kwestie, fakty lub wydarzenia były ukrywane przez przedstawicieli elit politycznych (mogło to dotyczyć czegoś, co było nielegalne, nieprawidłowe, bądź niewygodne dla jednostek lub grup (korupcja, nepotyzm, blokowanie inicjatyw, defraudacja, skandale polityczne, wprowadzanie w błąd itd.). Wreszcie, 4% materiałów prezentowało efekty śledztwa w sprawie nadużyć władzy prowadzonego samodzielnie przez dziennikarza (w tym także samodzielną analizę danych, dokumentów, zebranych informacji).

Tabela 2

Obecność wskaźników modelu *watchdog* i lojalnego pomocnika w całej próbie, N = 1130 (% materiałów prasowych zawierających dany wskaźnik)

Wyznaczniki modelu	TAK (%)	NIE (%)
WATCHDOG		
Procesy sądowe	8,9	91,1
Kwestionowanie (dziennikarz)*	14,1	81,4
Kwestionowanie (inny)*	21,8	73,5
Krytyka (dziennikarz)*	11,8	85,3
Krytyka (inny)*	23,3	71,9
Ujawnienie informacji	5,0	93,6
Dziennikarstwo śledcze	4,2	95,8
LOJALNY POMOCNIK		
Wspieranie działań	2,3	97,7
Wspieranie kierunków polityki	1,4	98,6
Pozytywny wizerunek	0,8	99,2

* Możliwe było zakodowanie przypadków kwestionowania lub krytyki także innych podmiotów poza politycznymi – stąd liczby nie sumują się do 100.

Źródło: Opracowanie własne. Projekt: *Journalistic Role Performance Around the Globe*.

Jednocześnie, uznać można, iż dziennikarze z analizowanych tytułów prasowych nie realizują zadań wpisanych w model lojalnego pomocnika ośrodka władzy: o ile w niewielkim procencie materiałów dziennikarskich znaleźć można wypowiedzi chwalebne, broniące lub wspierające jakieś konkretne działania podejmowane przez elity polityczne, czy też obrane kierunki polityki, o tyle w mniej niż 1% materiałów znaleźć można było elementy, które akcentowały i podkreślały cechy liderów politycznych (umiejętności w zarządzaniu, cechy jednostkowe), np. poprzez użycie pozytywnie wartościujących wyrażeń językowych.

Analiza ujawniła przy tym istotne różnice w postawach wobec aktorów politycznych wśród dziennikarzy z poszczególnych tytułów w zakresie kwestionowania i krytykowania działań elit politycznych. Najbardziej krytyczni byli w tym względzie dziennikarze „Naszego Dziennika” (zob. Tabela 3a), co wyraźnie wskazuje na wpływ orientacji politycznej tytułu prasowego na zachowania dziennikarzy – materiał badawczy pochodzi bowiem z okresu rządów Platformy Obywatelskiej i Polskiego Stronnictwa Ludowego,

czyli opcji politycznych opozycyjnych wobec orientacji politycznej wspieranej przez „Nasz Dziennik”. Aż 23% materiałów zawiera wypowiedzi dziennikarzy kwestionujące intencje aktorów politycznych, poddaje w wątpliwość ich uczciwość lub kompetencje. Jednocześnie, w ponad 37% tekstów to inne źródło niż dziennikarz kwestionuje zachowania lub cechy przedstawicieli elit politycznych. Podobnie jest z krytyką: w ponad 22% materiałów wyraża ją dziennikarz, podczas gdy w 43% materiałów znajduje się wypowiedź innego uczestnika debaty politycznej, oceniającego wprost aktorów politycznych.

Tabela 3a

Obecność wskaźników modelu *watchdog* w poszczególnych tytułach prasowych (% materiałów prasowych zawierających dany wskaźnik)

	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Fakt”	„Nasz Dziennik”
Kwestionowanie (dziennikarz)	12,5	10,6	12,2	23,0
Kwestionowanie (inny)	24,8	23,5	5,0	37,4
Krytyka (dziennikarz)	8,5	5,9	12,5	22,6
Krytyka (inny)	21,3	27,1	7,6	43,0

Źródło: Opracowanie własne. Projekt: *Journalistic Role Performance Around the Globe*.

Najmniej krytyczny wydaje się być „Fakt”, choć i w tym tytule ponad 10% materiałów zawiera krytykę sformułowaną bezpośrednio przez dziennikarzy – jest to jedyny przypadek, w którym w większej części materiałów negatywnie o politykach wypowiadają się dziennikarze (12,5%) niż inne źródła (7,6%). „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita” reprezentują podobny schemat działania do tego, który jest widoczny w „Naszym Dzienniku” i całej próbie: bezpośrednią krytykę na łamach tych tytułów prasowych częściej wyrażają inne osoby, niż sami dziennikarze. Niemniej, w obu tych przypadkach liczby są niższe niż w „Naszym Dzienniku” (zob. Tabela 3a).

Tabela 3b

Obecność wskaźników modelu *watchdog* w poszczególnych tytułach prasowych (% materiałów prasowych zawierających dany wskaźnik)

	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Fakt”	„Nasz Dziennik”
Informacje o prowadzonym dochodzeniu	4,2	14,1	20,5	13,0
Informacje o procesach	10,2	14,5	2,6	9,1
Konflikt polityka z dziennikarzem	0,3	0,8	0,3	1,7
Dziennikarstwo śledcze	4,7	4,3	3,0	4,8
Ujawnianie przez dziennikarzy informacji niekorzystnych dla podmiotów politycznych	2,8	11,0	3,6	4,3

Źródło: Opracowanie własne. Projekt: *Journalistic Role Performance Around the Globe*.

Analizowane tytuły prasowe różnią się także częstotliwością występowania innych wskaźników modelu *watchdog*. Najwięcej informacji o dochodzeniu lub śledztwie, które nie jest prowadzone przez dziennikarza, ale przez policję, prokuraturę, instytucje kontrolujące itp. znajdowało się w „Fakcie”: aż jedna piąta wszystkich materiałów opu-

blikowanych w polskim tabloidzie dotyczyła właśnie takich sytuacji. „Rzeczpospolita” i „Nasz Dziennik” wydrukowały odpowiednio 14% i 13% materiałów poświęconych takiej tematyce. Z kolei o toczącym się postępowaniu sądowym lub administracyjnym przeciwko reprezentantom władzy najczęściej pisała „Rzeczpospolita” (14,5%) i „Gazeta Wyborcza” (10,2%). A zatem, o ile „Fakt” koncentrował się na wszelkich dochodzeniach i śledztwach, o tyle mniej uwagi poświęcał relacjonowaniu procesów z udziałem elit politycznych. Zainteresowanie przestępstwami wyjaśnić należy zatem zainteresowaniem tematyką sensacyjną, nie zaś utożsamianiem się z rolą „psa stróżującego”, monitorującego elity polityczne. Z kolei „Rzeczpospolita” wyróżnia się dodatkowo częstotliwością ujawniania informacji o kwestiach, faktach lub wydarzeniach, które były ukrywane przez przedstawicieli wymienionych poniżej elit z uwagi na ich negatywny charakter (nielegalne działania, nieprawidłowości, informacje niewygodne dla jednostek lub grup).

Warto przy tym podkreślić, że dwa wskaźniki modelu *watchdoga*, które wskazują na najwyższy poziom zaangażowania dziennikarzy w monitorowanie działań podejmowanych przez aktorów politycznych, tj. samodzielne prowadzenie śledztwa przez dziennikarza i wchodzenie w otwarty konflikt z danym aktorem politycznym w analizowanych tytułach występowały rzadko: mniej niż 5% materiałów stanowiło przykład tzw. dziennikarstwa śledczego (zob. Tabela 3b).

Szczegółowa analiza zawartości tytułów prasowych nie ujawnia natomiast wyraźnych różnic w zakresie występowania wskaźników modelu lojalnego pomocnika. Uwagę zwraca jedynie fakt, iż „Gazeta Wyborcza” zawierała dwa razy więcej materiałów wspierających działania elit politycznych niż pozostałe gazety, choć liczba materiałów tego typu to jedynie 4% wszystkich opublikowanych tekstów (zob. Tabela 4).

Tabela 4

**Obecność wskaźników modelu lojalnego pomocnika w poszczególnych tytułach prasowych
(% materiałów prasowych zawierających dany wskaźnik)**

	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Fakt”	„Nasz Dziennik”	Łącznie
Obrona/wspieranie działań	4,1	1,2	1,0	2,6	2,3
Obrona/wspieranie kierunków polityki	2,3	0,0	1,3	1,7	1,4
Pozytywny wizerunek elity politycznej	0,6	2,0	0,3	0,4	0,8

Źródło: Opracowanie własne. Projekt: *Journalistic Role Performance Around the Globe*.

Wnioski

Wyniki badań nad deklaracjami dziennikarzy dotyczącymi ich postaw względem aktorów politycznych prowadzonych od lat 70. XX wieku do pierwszej dekady XXI wieku pozwalają na sformułowanie kilku wniosków. Po pierwsze, dziennikarze mają świadomość wpływu czynników politycznych na funkcjonowanie mediów w Polsce i uważają, że dziennikarze powinni zachować dystans wobec polityki. Jednocześnie, monitorowanie działań podejmowanych przez przedstawicieli elit politycznych nie jest

– w ich odczuciu – najważniejszą rolą mediów. Wskazując zadania dziennikarzy podkreślają przede wszystkim dostarczanie informacji – nie zaś ich analizowanie. Na poziomie deklaracji polscy dziennikarze sytuują się zatem pomiędzy modelem dostawcy informacji a modelem „watchdog”. Czynnikiem, które sprzyjają opowiadaniu się po stronie któregoś z tych dwóch modeli są: wiek i związane z tym doświadczenie zawodowe oraz posiadane wykształcenie. Najbardziej krytyczni wobec podmiotów politycznych są bowiem dziennikarze z pokolenia transformacji oraz osoby posiadające wykształcenie dziennikarskie. Z kolei młodsze pokolenia, bez doświadczenia konieczności ustosunkowania się do ośrodka władzy oraz osoby bez wpojonej wiedzy o teoriach normatywnych, postrzegają media głównie jako źródło ogólnej informacji o świecie.

Analiza zawartości przekazów prasowych poświęconych tematyce krajowej ukazała, że w istocie dziennikarze starają się pełnić rolę „psa stróżującego” i ujawniła wpływ jeszcze jednego czynnika na postawy dziennikarzy: linii programowej organizacji medialnej. Najwięcej materiałów śledzących działalność aktorów politycznych i ujawniających nieprawidłowości zawierał „Nasz Dziennik” – tytuł prasowy wspierający orientację polityczną (i podmioty polityczne) będące w opozycji wobec ówczesnego rządu. Żaden z analizowanych tytułów nie był natomiast istotnie sprzyjający aktualnemu w latach 2012–2013 ośrodkowi władzy (choć „Gazeta Wyborcza” relatywnie bardziej niż pozostałe badane organizacje medialne). Tego typu rozważania dostarczają dodatkowych argumentów potwierdzających pluralizm zewnętrzny organizacji medialnych, czyli wysoki poziom paralelizmu politycznego polskiego systemu medialnego. Stąd też wydaje się, że warto byłoby badanie powtórzyć i sprawdzić, czy i w jakim stopniu „Nasz Dziennik” realizuje model „lojalnego sojusznika” w sytuacji, gdy rząd tworzy partia polityczna, której politykę popiera, a jaka jest postawa dziennikarzy z innych organizacji medialnych.

Bibliografia

- Bajka Z. (1991), *Dziennikarze (1981–1990)*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2, ss. 149–159.
- Bajka Z. (2000), *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4, ss. 42–63.
- Baran S. J., Davis D. K. (2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Blumer J. G., Gurevitch M. (1975), *Towards a Comparative Framework for Political Communication Research*, w: *The Crisis of Public Communication*, red. J. G. Blumer, M. Gurevitch, Routledge, London, ss. 59–72.
- Blumer J. G., Gurevitch M. (1995), *The Crisis of Political Communication*, Routledge, London.
- Brüggemann M., Engesser S., Büchel F., Humprecht E., Castro L. (2014), *Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems*, „Journal of Communication”, nr 64 (6), ss. 1037–1065.
- Culbertson H. (1983), *Three perspectives in American journalism*, „Journalism Monographs”, nr 83, ss. 1–33.
- Curry J. L. (1990), *Poland's Journalists: Professionalism and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Dobek-Ostrowska B. (2010), *System partyjny a media w Polsce – zależności i relacje*, „Studia Medioznawcze”, nr 2, ss. 13–26.

- Dobek-Ostrowska B. (2011), *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B. (2012), *Italianization (or mediterraneanization) of the Polish media system?: reality and perspective*, w: *Comparing media systems beyond Western world*, red. D. C. Hallin, P. Mancini, Cambridge University Press, Cambridge, ss. 69–108.
- Dobek-Ostrowska B., Barczyszyn P., Michel A. (2013), *Zmiana w dziennikarstwie. Kultura zawodowa polskich dziennikarzy (badania ilościowe)*, „Studia Medioznawcze”, nr 1, ss. 11–28.
- Hallin D., Mancini P. (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hallin D., Mancini P. (2007), *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Hallin D., Mancini P. (red.) (2012), *Comparing media systems beyond Western world*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hanitzsch T. (2007), *Deconstructing Journalism Culture. Toward a Universal Theory*, „Communication Theory”, nr 17(4), ss. 367–385.
- McQuail D. (2007), *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa.
- Mellado C. (2015), *Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance*, „Journalism Studies”, nr 4, ss. 596–614.
- Mocek S. (2006), *Dziennikarze po komunizmie. Elita mediów w świetle badań społecznych*, Warszawa.
- Olędzki J. (1996), *Profesjonalizm w zawodzie dziennikarskim: teoria i praktyka*, w: *Polskie przemiany lat 90-tych. Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez WDiNP UW w dniach 1–2.12.1994 r.*, Wydawnictwo Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, Warszawa.
- Olędzki J. (1998), *Polish Journalists: Professionals Or Not?*, w: *The Global Journalist. News People around the Word*, red. D. H. Weaver, Hampton Press, New Jersey, s. 257–276.
- Patterson T. E., Donsbach W. (1996), *News decisions: Journalists as Partisan Actors*, „Political Communication”, nr 13, ss. 455–468.
- Piontek D. (2009), *Ideal polityka w „Super Expressie” i „Fakcie. Gazecie codziennej” (lipiec–sierpień 2007)*, w: *Polityka i politycy. Diagnozy, oceny, doświadczenia*, red. J. Miluska, Poznań, ss. 391–412.
- Piontek D. (2011), *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyżacja informacji o polityce*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, Poznań.
- Piontek D., Hordecki B. (2010), *Nagłośnienie kampanii do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. przez polskie tabloidy „Super Express” i „Fakt. Gazetę Codzienną”*, w: *Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Pisarek W. (1993), *Gatunek dziennikarski: Informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4, ss. 156–159.
- Pisarek W. (1998), *A la recherche des journalist polonais*, w: *Telerevolutions Culturelles: Chine, Europe Centrale, Russie*, red. K. Feigelson, N. Pelissier, Paris.
- Seymour-Ure C. (1974), *The Political Impact of Mass Media*, Constable, Londyn.
- Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. (1965), *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press Urbana.
- Stępińska A., Ossowski S. (2010a), *Polski dziennikarz – niezależny altruista?*, w: *Etyka w mediach*, vol. 5: *Nowe media – stare idee*, red. W. Machura, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Poznań–Opole, ss. 35–46.
- Stępińska A., Ossowski S. (2010b), *Dziennikarze polscy – między mitem „czwartej władzy” a świadomością misji*, w: *Media – czwarta władza?*, red. R. Kowalczyk, W. Machura, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Poznań–Opole, s. 55–66.

- Stepińska A., Ossowski S. (2011a), *Spoleczne oczekiwania a autostereotyp dziennikarzy polskich w XXI wieku*, w: *Stereotypy w obszarze społecznym i politycznym*, red. B. Patkowska-Pająk, Wydawnictwo Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, Poznań, ss. 33–46.
- Stepińska A., Ossowski S. (2011b), *Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 1, ss. 17–30.
- Stepińska A., Ossowski S. (2011c), *Kariera, kontrola, służba społeczna – postawy różnych pokoleń polskich dziennikarzy*, w: *Studia nad dziennikarstwem*, red. I. Hofman, Wydawnictwo UMCS, Lublin, ss. 43–62.
- Stepińska A., Ossowski S. (2012), *Three Generations of Polish Journalists: Professional Roles and Identities*, „*Journalism Studies*”, nr 5–6, ss. 857–867.
- Stepińska A., Ossowski S., Pokrzycka L., Nowak J. (2012), *The Journalists and Journalism of Poland*, w: *The Global Journalist in the 21st Century*, Routledge, red. D. H. Weaver, L. Willnat, New York–London, ss. 255–266.
- Stepińska A., Głowacki M. (2014), *Professional roles, context factors and responsibility accross generations of Polish journalists*, w: *Journalism that Matters. View from Central and Eastern Europe*, red. M. Głowacki, E. Lauk, A. Balcytiene, Peter Lang, Frankfurt am Main, ss. 79–96.
- Szymańska A., Hess A. (2014), *Dziennikarze i promocja idei. Jak wiedza i osobiste przekonania dziennikarzy wpływają na rekonstruowany w mediach obraz rzeczywistości politycznej i społecznej?*, „*e-Politikon*”, nr XII, ss. 10–40.
- Weaver D. H., Wilhoit G. C. (1996), *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Weaver D. H., Willnat L. (red.) (2012), *The Global Journalist in the 21st Century: News People around the World*, Routledge, New York.
- Wojtak M. (2004), *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Wojtak M. (2009), *Metamorfozy gatunków prasowych*, w: *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin.

Polish Journalists' Attitudes Towards Political Actors: Empirical Studies

Summary

The aim of the paper is to compare the findings of selected surveys conducted among Polish journalists with the findings of a newspaper content analysis. The findings of the surveys showed differences between different generations of journalists. Specifically, those who entered the profession right after the political transition in the early 1990s seem more interested in playing the role of watchdog than those who have recently graduated from universities. Although the youngest generation of Polish journalists believes that the media should monitor political actors, they do not seem very interested in playing that role. The findings of the content analysis showed that Polish journalists pay significant attention to monitoring the policy and performance of political actors. The study supports previous observations on the high level of political parallelism of the Polish media system.

Key words: journalists, political actors, attitudes, political orientations, watchdog model

