

Katarzyna BRZOZA-KOLORZ

Uniwersytet Śląski w Katowicach

ORCID: 0000-0002-5262-5745

Linia redakcyjna polskich tygodników opinii a obraz medialny polityczek

Streszczenie: Celem artykułu jest prezentacja wyników analizy zawartości wybranych publikacji polskich tygodników opinii „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska” i „Gazeta Polska”, wydanych w latach 2000–2019. Przedstawione dane miały służyć pokazaniu częstotliwości pisania poszczególnych redakcji na temat polityczek różnych ugrupowań. Zaobserwowano także, jaki był udział stereotypowych cech kobiecych i męskich w sposobie obrazowania polityczek przez redakcje tygodników opinii oraz jak oceniano aktywność polityczną kobiet, reprezentujących różne opcje polityczne. Weryfikacji poddano główną hipotezę badawczą, zakładającą istnienie związku między linią redakcyjną realizowaną przez tygodniki opinii, a obrazowaniem polityczek w poszczególnych tytułach. Przeprowadzone analizy pozwalają wnioskować, że wyrazem realizacji określonej linii redakcyjnej, są sympatie polityczne uwidocznione w badanych publikacjach, determinujące częstotliwość pisania o polityczkach reprezentujących określone ugrupowania polityczne, ale także oddziałujące na sposób ich obrazowania i oceniania w poszczególnych tytułach.

Słowa kluczowe: linia redakcyjna, tygodnik opinii, obraz medialny, polityczka, analiza zawartości

Podstawy teoretyczne i metodologiczne prowadzonych analiz

Redakcje polskich tygodników opinii realizują wymogi „czwartej władzy”, jednak nie są wolne od nachyleń ideologicznych, co skutkuje polaryzacją polskiej opinii publicznej. Wyrażając swoje sympatie i antypatie polityczne, nie czynią tego wprost, ale uprawiają dziennikarstwo zaangażowane, opowiadając się za konkretnymi opcjami politycznymi lub sympatyzując z niektórymi liderami politycznymi (Brzoza-Kolorz, Głuszek-Szafraniec, Szostok-Nowacka, 2019, s. 167–170). W konsekwencji, biorąc pod uwagę sympatie polityczne redakcji istniejących na polskim rynku tygodników opinii, można wskazać, że „Newsweek Polska” ma profil centro-lewicowo-liberalny, „Polityka” liberalno-lewicowy, „Wprost” centroprawicowy z liberalnym podejściem do kwestii gospodarczych, a „Gazeta Polska” – profil prawicowo-konserwatywny. Bogusława Dobek-Ostrowska określiła przekrój ideowy wybranych tygodników opinii wskazując, że „Polityka” reprezentuje ideały lewicowe, „Newsweek Polska” i „Wprost” centrowe, zaś „Gazeta Polska” prawicowe (Dobek-Ostrowska, 2018, s. 224–246).

Z uwagi na powyższe należy podkreślić, że przejawem realizowanej linii redakcyjnej może być stronniczość mediów, widoczna w prezentowanych treściach, dostrzegalna na etapie zbierania materiałów, pisania i redagowania. Obecność, czy też widoczność medialna określonej polityczki (*coverage bias*, *visibility bias*), faworyzowanie wybranych polityczek poprzez ich regularne ocenianie w mediach, obserwowalne w wydźwiękach publikowanych treści medialnych (*statement bias*, *tonality bias* czy *presentation bias*),

czy też tematy lub historie wybierane przez redakcje do prezentowania (*gatekeeping bias*, *selection bias* lub *agenda bias*) – to trzy rodzaje stroniczości opisane przez Rafała Klepkę (Klepka, 2021, s. 84–87), wykorzystane na potrzeby prowadzonych tutaj analiz.

Krzysztof Pałęcki poszedł o krok dalej, i w tym kontekście przywołując swoją typologię, wskazuje na istnienie tzw. opozycji medialnej, którą traktuje jako szczególną odmianę opozycji obywatelskiej, wyróżnioną ze względu na społeczną zdolność do artykułowania, upowszechniania, a czasami kreowania popularnych opinii, odnoszących się do sprawowania władzy. Opiera się ona na mediach publikujących materiały krytyczne, czasem agresywne względem ugrupowania rządzącego, bądź jego przedstawicieli, czy sympatyków (Pałęcki, 2016, s. 19). Media mogą funkcjonować w demokratycznym systemie politycznym jako specyficzna opozycja polityczna wobec rządzących, co potwierdziły badania prowadzone przez Tomasza Litwina, Krzysztofa Łabędzia i Mateusza Pękałę (Litwin, Łabędź, Pękała, 2024).

Przechodząc do drugiego elementu zaznaczonego w tytule artykułu, czyli obrazu medialnego polityczek, należy wyraźnie zasygnalizować, że prowadzone tutaj analizy wpisują się w nurt *women's media studies* (Brzoza-Kolorz, 2024). Dotychczasowe ustalenia badaczy wykazały, że w ramach podziału na płeć społeczno-kulturową (*gender*) istnieje katalog cech i zachowań tzw. „kobiecych” i „męskich”. Konsekwencją wskazanych zbiorów cech jest płciowa stereotypizacja oraz pojmowanie ról płciowych, jako kobiecych bądź męskich, co może oddziaływać na aktualną pozycję kobiet aktywnych w życiu politycznym (Wawrowski, 2009, s. 145–158). Sandra Bem stworzyła kwestionariusz ról płciowych *Bem Sex Role Inventory (BSRI)*, gdzie odniosła się do połączenia zachowań i cech osobowości tradycyjnie uznanych za męskie bądź kobiece, do badania psychologicznej androgynii. Bem podzieliła 60 cech osobowości na 20 stereotypowo kobiecych, 20 stereotypowo męskich i 20 neutralnych płciowo (Ferrer-Pérez, Bosch-Fiol, 2014, s. 180–207). W prezentowanej koncepcji katalog cech męskich to: samodzielny, broniący własnych przekonań, niezależny, wysportowany, asertywny, silna osobowość, silny, analityczny, posiadający zdolności przywódcze, skłonny do ryzyka, łatwo podejmujący decyzje, samowystarczalny, dominujący, męski, chętnie zajmujący stanowisko, agresywny, działający jak lider, indywidualista, kompetentny, ambitny. Natomiast grupa cech kobiecych obejmuje następujące elementy: uległa, radosna, nieśmiała, troskliwa, wrażliwa na pochlebstwa, lojalna, kobieca, sympatyczna, wrażliwa na potrzeby innych, wyrozumiała, współczująca, chętna do uspakajania zranionych uczuć, o łagodnym głosie, ciepła, czuła, łatwowierna, dziecinna, nieużywająca brutalnego języka, kochająca dzieci, delikatna. Opierając się na niniejszej diagnozie na potrzeby badań obrazów medialnych polityczek w wybranych polskich tygodnikach opinii, stworzono dwie skale. Do każdej z nich, przypisano po sześć cech stereotypowo charakteryzujących każdą z płci i znajdujących odzwierciedlenie w kluczu kategoryzacyjnym, który został wykorzystany w analizie zawartości:

- 1) skala męska: wykształcenie, realizacja obowiązków służbowych, historia zawodowa, historia polityczna, predyspozycje i kompetencje;
- 2) skala kobieca: sugestia niesamodzielności, wskazywanie ograniczeń, status w związku, dzieci i rodzina, wygląd oraz emocjonalność.

Celem prowadzonego tutaj wywodu jest prezentacja wyników analizy zawartości czterech polskich tygodników opinii z lat 2000–2019, która miała umożliwić: a) zbadać częstotliwość pisanie poszczególnych redakcji na temat polityczek różnych ugru-

powań; b) obserwację udziału cech „kobiecych” i „męskich” w sposobie obrazowania polityczek przez badane redakcje; c) ocenę polityczek reprezentujących różne opcje polityczne przez redakcje o zróżnicowanych liniach programowych; d) opinie redakcji na temat cech stereotypowo kobiecych i męskich, a także na temat miejsca oraz roli kobiet w polityce. Przyjęto hipotezę główną, zakładającą, że istnieje związek między linią redakcyjną realizowaną przez tygodniki opinii a obrazowaniem polityczek w poszczególnych tytułach prasowych. Wysunięto wstępne założenie, że redakcja „Gazety Polskiej”, obrazując polityczki, sięga po stereotypowe cechy kobiece oraz częściej pisze o polityczkach prawicy, niż redakcje pozostałych tygodników uwzględnionych w analizie zawartości. Ponadto wysnuto przypuszczenie, że w konserwatywnym tygodniku pozytywnie oceniano polityczki prawicy, krytykując polityczki lewicy, zaś w tygodnik lewicowym, stosowano wydzźwięki pozytywne względem polityczek lewicy, krytykując polityczki prawicy. Autorka wyszła także z założenia, że cechy kobiece u polityczek mogą być lepiej oceniane w tytułach prawicowych niż lewicowych, natomiast męskie atrybuty mogą być pozytywnie postrzegane w obrazach polityczek prezentowanych w tygodniku lewicowym i krytykowane w tytule konserwatywnym. Ponadto postawiono hipotezę zakładającą, że linia redakcyjna różnicuje oceny miejsca i roli kobiet w świecie polityki. Pojawiło się także przypuszczenie, iż w analizowanych publikacjach dotyczących polityczek, można wskazać elementy potwierdzające stronniczość badanych tygodników opinii, również w zakresie obrazowania kobiet świata polityki.

Prowadzone badania empiryczne miały umożliwić uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania badawcze: 1) Jak często badane redakcje piszą na temat poszczególnych polityczek? 2) Jakie stereotypowe cechy płciowe przypisują dziennikarze polityczkom w badanych publikacjach? 3) Jak redakcje oceniają cechy kobiece i męskie w obrazach medialnych polityczek? 4) Jakie występują związki między linią redakcyjną, a oceną miejsca i roli kobiet w świecie polityki? 5) Jak badane redakcje oceniają polityczki, reprezentujące lewicę, prawicę i centrum? 6) Jakie typy stronniczości można wskazać w analizowanych publikacjach polskich tygodników opinii dotyczących polityczek?

Zastosowaną metodą badawczą była analiza zawartości w wymiarze ilościowym i jakościowym (Pisarek, 1983, s. 45; Pisarek, 2008, s. 257) o charakterze frekwencyjno-tematycznym (Michalczyk, 2009, s. 98). Uwzględniono publikacje czterech polskich tygodników opinii „Newsweek Polska”, „Wprost”, „Polityka”, „Gazeta Polska”, w wyselekcjonowanych zakresach czasowych, przypadających na lata 2000–2019. Próba badawcza obejmowała 391 numerów, czyli 17 404 jednostki badawcze, którymi były wyodrębnione pod względem graficznym i tematycznym publikacje. Ze wskazanej grupy wybrano 775 materiałów, poddanych szczegółowej analizie ilościowej i jakościowej. Analizę zawartości oparto na rozbudowanym, autorskim kluczu kategoryzacyjnym (143 zmienne), a uzyskane dane opracowano przy wsparciu programu IBM SPSS.

Obrazowanie kobiet świata polityki w publikacjach wybranych polskich tygodników opinii. Wyniki badań

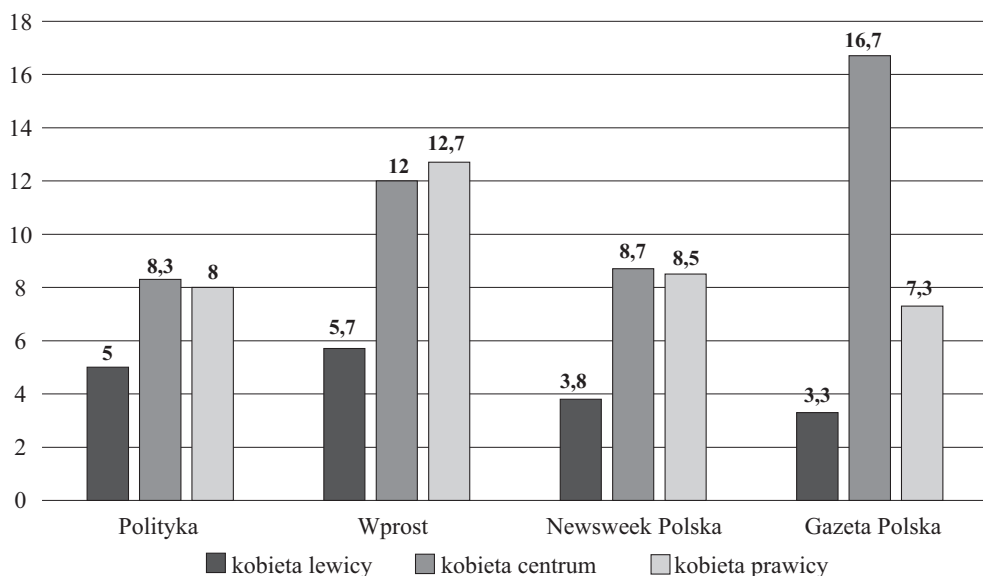
Na temat polityczek najwięcej publikacji można było wytypować we „Wprost” 34,6% (268), następnie w „Polityce” 25% (194), „Gazecie Polskiej” 22,6% (175) i naj-

mniej w „Newsweek Polska” 17,8% (138). Określając stanowisko redakcji względem obecności kobiet w polityce, należy stwierdzić, że prezentowano podejście wyważone, wskazując plusey i minusy działalności politycznej kobiet. Przykładowo na łamach „Gazety Polskiej” podkreślano, że Barbara Piwnik cieszy się sympatią mediów i opinii publicznej, jest pracowita, odważna w traktowaniu przestępców, ma właściwe podejście do niezawisłości sędziowskiej, jednak i w jej karierze są cienie (Gargas, 2001, s. 4). Obecność kobiet w polityce najlepiej oceniła redakcja „Polityki”, gdyż w 26,3% publikacji stwierdzono, że kobieta do polityki się nadaje. W materiale dotyczącym Katarzyny Hall wyraźnie sygnalizowano, że jest to „genialna kobieta”, odważna, decyzyjna, posiadająca wiedzę w obszarach, za które odpowiada, „wulkan pomysłów i inicjatyw”, konkretna, przygotowana merytorycznie (*Pani...*, 2004, s. 8). Negatywną opinię względem polityczek najczęściej ferowano w „Gazecie Polskiej”, gdzie w 37,1% materiałów odnotowano, że kobieta nie nadaje się do polityki. Między innymi pisano o Ewie Kopacz, że jest jednym z „najmniej popularnych polityków, na dodatek przyłapana na kłamstwach, jakie opowiadała po katastrofie smoleńskiej” (Lichocka, 2011, s. 11). Natomiast satyryczne oceny względem roli i miejsca kobiet w polityce najczęściej można było wskazać w publikacjach tygodnika „Wprost” (25,2%). Na łamach wskazanego tytułu napisano, że prawdopodobnie Partia Kobiet okaże się politycznym folklorem, a celem jej członkiń jest raczej wywoływanie medialnego zamieszania (Nowicka, 2007, s. 22–24). Przechodząc już do obrazu medialnego polityczek należy podkreślić, że w publikacjach prezentujących aktywność polityczną kobiet, najczęściej stosowano wydźwięk mieszany (31,7% – 238), następnie aprobatywny (23,1% – 173), krytyczny (20,8% – 156), satyryczny (15,1% – 113) i najrzadziej neutralny (9,3% – 70). Satyryczny wydźwięk względem obrazu polityczki dominował w „Polityce” (17,1% – 32). Po wydźwięk mieszany sięgała w szczególności redakcja „Newsweek Polska” (38,2% – 52). Krytyka dominowała na łamach „Gazety Polskiej” (39,9% – 67), a aprobatą w tygodniku „Newsweek Polska” (27,2% – 37). Neutralne podejście do obrazu medialnego polityczek najczęściej można było wskazać na łamach tygodnika „Polityka” (12,3% – 23).

Badane redakcje najczęściej pisały o kobietach reprezentujących centrum (25,2% – 195), następnie prawicę (20% – 155) i najrzadziej na temat kobiet utożsamianych z lewą stroną sceny politycznej (9,6% – 75)¹.

Dziennikarze lewicowo zorientowanej „Polityki”, najczęściej pisali o kobietach centrum (8,3% – 35), ocenianych pozytywnie oraz z wykorzystaniem wydźwięku mieszanego. Należy jednak zaznaczyć, że liczba publikacji na temat polityczek prawicy (8% – 34) była mniejsza zaledwie o jeden punkt procentowy i oceniano je w sposób mieszany, wskazując wady i zalety. Najrzadziej pisano o kobietach lewicy (5% – 21) i tutaj dominował wydźwięk krytyczny. Zorientowana centrowo redakcja „Wprost”, najchętniej podejmowała tematy odnoszące się do polityczek prawicy (12,7% – 54), wskazując ich wady i zalety (wydźwięk mieszany). Nieco rzadziej dywagowano na temat kobiet reprezentujących centrum (12% – 51), a najrzadziej pisano o kobietach lewicy (5,7% – 24). Redakcja „Wprost” oceniała polityczki centrum i lewicy w sposób mieszany. W publikacjach „Newsweek Polska” dominowały obrazy odnoszące się do polityczek centrum (8,7% – 37), ocenianych pozytywnie lub z wykorzystaniem wydźwięku mie-

¹ 45,2% (350) stanowiły materiały, w których nie można było określić przynależności politycznej opisywanej polityczki.

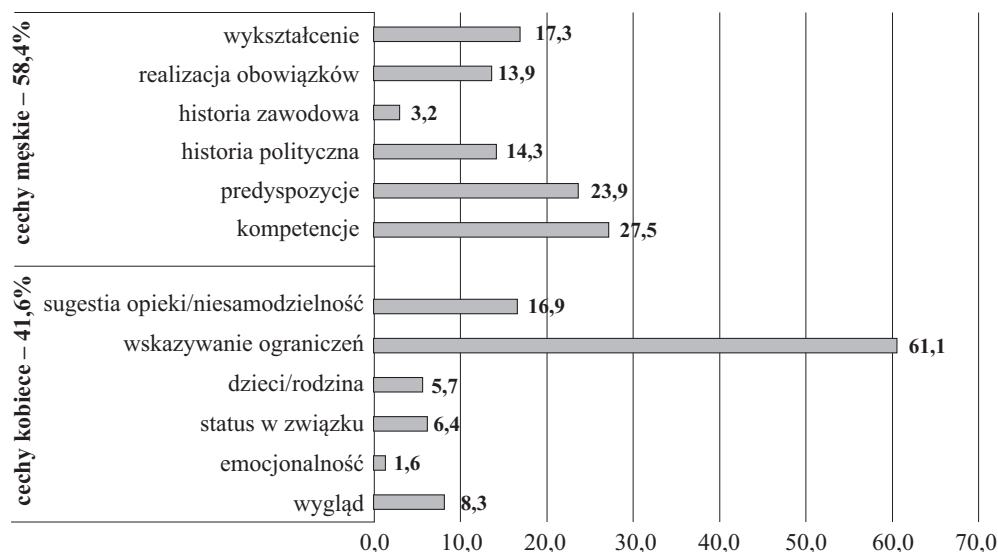
Wykres 1. Częstotliwość pisania wybranych redakcji na temat kobiet reprezentujących różne opcje polityczne

Źródło: Badania własne (N=424 publikacje, w których określono przynależność polityczną kobiet). Dane podano w %.

szanego. Nieco rzadziej zainteresowaniem redakcji cieszyły się kobiety reprezentujące prawicę (8,5% – 36) i lewicę (5,7% – 16), a w ich obrazach wskazywano wady i zalety (wydźwięk mieszany). Materiały prasowe pochodzące z „Gazety Polskiej” najczęściej dotyczyły polityczek centrum (16,7% – 71) i tutaj dominował wydźwięk krytyczny. Nieco rzadziej podejmowano tematy dotyczące kobiet prawicy (7,3% – 31), jednak tutaj wykorzystywano aprobatę, zaś w przypadku polityczek lewicy (3,3% – 14) sięgano po krytykę i właśnie o tych kobietach świata polityki, w prawicowym tygodniku można było przeczytać najrzadziej. Warto jeszcze odnotować, iż satyryczne materiały w „Gazecie Polskiej”, najczęściej dotyczyły kobiet reprezentujących centrum, zaś w pozostałych tytułach tego rodzaju wydźwięk dotyczył kobiet prawicy. Redakcja „Polityki” z równą częstotliwością pisała satyrycznie o kobietach prawicy, jak i centrum.

Przechodząc do ustaleń dotyczących cech kobiecych i męskich w obrazach polityczek uwidocznionych w badanych materiałach prasowych, należy stwierdzić, że częściej w obrazach medialnych kobiet aktywnych w polityce eksponowano cechy męskie (58,4% – 440) niż kobiece (41,6% – 314). Dominującym wydźwiękiem, opisującym cechy kobiece, była krytyka, natomiast cechy męskie najczęściej opisywano poprzez wydźwięk aprobatywny. W grupie cech kobiecych najbardziej widocznym elementem były ograniczenia (61,1% – 192), następnie sugestia opieki/niesamodzielności, wygląd, status w związku, dzieci/rodzina i najrzadziej podkreślano emocjonalność. Natomiast w grupie cech męskich dominowały kompetencje (27,5%), następnie predyspozycje, wykształcenie, historia polityczna, realizacja obowiązków, historia zawodowa.

Wykres 2 Cechy męskie i kobiece w obrazach medialnych polityczek na łamach tygodników opinii



Źródło: Badanie własne, N = 775 cechy kobiece i męskie przeliczano oddzielnie. Dane podano w %.

Redakcje „Gazety Polskiej”, „Newsweek Polska” i „Wprost” szczególnie eksponowały ograniczenia, czyli element przypisany do skali kobiecej. Wyjątkiem były publikacje „Polityki”, w których dominującymi atrybutami w obrazach polityczek były cechy męskie, czyli kompetencje.

Tabela 1

Cechy kobiece i męskie w publikacjach badanych tygodników opinii

Skala kobieca	Wygląd	Emocjonalność	Status w związku	Dzieci, rodzina	Wskazanie ograniczeń	Sugestia opieki/niesamodzielności
„Polityka”	15,6	1,6	7,8	7,8	46,9	20,3
„Wprost”	9,5	2,4	8,7	4,0	60,3	15,1
„Newsweek Polska”	3,6	–	7,3	7,3	49,1	32,7
„Gazeta Polska”	2,9	1,4	–	5,8	85,5	4,3
Skala męska	Kompetencje	Predyspozycje	Historia polityczna	Historia zawodowa	Realizacja obowiązków służbowych	Wykształcenie
„Polityka”	27,2	24,0	16,8	4,0	10,4	17,6
„Wprost”	26,2	28,5	10,8	3,8	15,4	15,4
„Newsweek Polska”	25,0	20,5	18,2	2,3	12,5	21,6
„Gazeta Polska”	32,0	20,6	12,4	2,1	17,5	15,5

Źródło: Badanie własne. Dane podano w %. Dla każdego tytułu skale liczono oddzielnie.

Analiza wydźwięków dostarcza kolejnych ważnych danych na temat postrzegania kobiet świata polityki przez badane redakcje. Badanie wykazało, że w grupie atrybutów kobiecych, wygląd najczęściej traktowano satyrycznie („Polityka”, „Gazeta Polska” i „Newsweek Polska”). Emocjonalność również opatrywano satyrą, zaś na łamach „Newsweek Polska” ta cecha się nie pojawiła w opisach świata polityki. Status w związku to element, który na łamach „Gazety Polskiej” nie został uwzględniony, natomiast pozostałe tygodniki najczęściej korzystały z wydźwięku mieszanego. Dzieci/rodzina to atrybut polityczek we wszystkich publikacjach traktowany pozytywnie, a reprezentowana opcja polityczna oraz realizowana przez tygodnik linia redakcyjna, nie miały w tej kwestii znaczenia. Dobitym przykładem będzie fragment opublikowany na łamach „Newsweek Polska” ukazujący Beatę Szydło jak troskliwą mamę, gdyż kiedy „dzieciaki były jeszcze małe, pobyt w Warszawie był dla niej trudny, ponieważ nie była z nimi, martwiła się o synów, bo jeden miał temperaturę, a drugi nie radził sobie z pracą domową” (Cieśla, 2015, s. 21–25). Natomiast wskazywanie ograniczeń było krytykowane przez wszystkie badane redakcje. Przykładowo o Ewie Kopacz napisano, że „nie jest w stanie utrzymać dyscypliny w partii, co pokazały przegrane sejmowe głosowania. Nie umiała też zmobilizować działaczy do aktywnego udziału w kampanii parlamentarnej” (Mizolek, 2015, s. 26–27). Niesamodzielnosc opisywano poprzez wydźwięk mieszany, wyjątkiem były publikacje „Gazety Polskiej”, w których dominowała krytyka.

Wśród cech skali męskiej kompetencji najczęściej opatrywano aprobatą, ale w „Polityce” dominował wydźwięk mieszany. Predyspozycje to cecha we wszystkich tytułach oceniana pozytywnie. Historia polityczna i historia zawodowa były najczęściej traktowane neutralnie lub w sposób mieszany. Realizacja obowiązków to atrybut, który przez każdą redakcję był postrzegany inaczej. Redakcja „Polityki”, pisząc o realizacji obowiązków służbowych, najczęściej korzystała z wydźwięku neutralnego, „Wprost” z mieszanego, „Newsweek Polska” sięga po aprobatę, a „Gazeta Polska” krytykowała. Prawicowa redakcja, pisząc o Teresie Piotrowskiej, jako ministrze spraw wewnętrznych stwierdziła, że „okres jej urzędowania to głównie robienie uników i niepodjęcie strategicznych decyzji” (Kania, 2015, s. 4). Wykształcenie to kolejna cecha skali męskiej, którą oceniano w sposób mieszany z wyjątkiem tygodnika prawicowego, gdyż podejmując temat wykształcenia polityczek, najczęściej korzystano z krytyki.

Tabela 2

**Dominujący wydźwięk odnośnie wyszczególnionych cech kobiecych
w poszczególnych tytułach**

Cechy skali kobiecej	„Polityka”	„Wprost”	„Newsweek Polska”	„Gazeta Polska”
Wygląd	satyra	krytyka	mieszany/ satyra	satyra
Emocjonalność	mieszany	satyra	–	satyra
Status w związku	mieszany	aprobata/ mieszany	mieszany/ satyra	–
Dzieci/rodzina	aprobata	aprobata	aprobata	aprobata
Wskazywanie ograniczeń	krytyka	krytyka	krytyka	krytyka
Niesamodzielnosc/opieka	mieszany	mieszany	mieszany	krytyka

Źródło: Badanie własne.

Tabela 3

**Dominujący wydźwięk odnośnie wyszczególnionych cech męskich
w poszczególnych tytułach**

Cechy skali męskiej	„Polityka”	„Wprost”	„Newsweek Polska”	„Gazeta Polska”
Kompetencje	mieszany	aprobata	aprobata	aprobata
Predyspozycje	aprobata	aprobata	aprobata	aprobata
Historia polityczna	mieszany	neutralny	mieszany	neutralny
Historia zawodowa	aprobata/mieszany	neutralny	mieszany	neutralny/krytyczny
Realizacja obowiązków służbowych	neutralny	mieszany	aprobata	krytyka
Wykształcenie	mieszany	mieszany	mieszany	krytyka

Źródło: Badanie własne.

Ogólnie polityczki opisywano częściej przez pryzmat skali męskiej niż kobiecej, ale różnice pojawiają się w momencie, kiedy dołożymy kolejną zmienną, czyli tytuł badanego tygodnika. Wówczas wyraźnie widać, że „Gazeta Polska” cechy kobiece eksponuje u polityczek centrum. Tygodnik „Wprost” atrybuty kobiece przypisuje kobietom lewicy i prawicy. W publikacjach „Newsweek Polska” skala męska dominowała w obrazach kobiet, reprezentujących wszystkie opcje polityczne. Natomiast w „Polityce” polityczki prawicy to postaci wyposażone w cechy kobiece, zaś polityczki lewicy posiadają równe proporcje cech skali męskiej i kobiecej.

Tabela 4

**Dominująca skala w obrazach medialnych polityczek reprezentujących
różne opcje polityczne z uwzględnieniem podziału na badane tytuły prasowe**

„Gazeta Polska”	„Wprost”	„Newsweek Polska”	„Polityka”
– polityczki lewicy (skala męska)	– polityczki lewicy (skala kobieca)	– polityczki lewicy (skala męska)	– polityczki lewicy (skala męska i kobieca)
– polityczki centrum (skala kobieca),	– polityczki centrum (skala męska)	– polityczki centrum (skala męska)	– polityczki centrum (skala męska)
– polityczki prawicy (skala męska)	– polityczki prawicy (skala kobieca)	– polityczki prawicy (skala męska)	– polityczki prawicy (skala kobieca)

Źródło: Badanie własne.

Kobiety reprezentujące lewicę najczęściej opatrywano cechami skali męskiej i tutaj dominowały publikacje, pokazujące realizację obowiązków służbowych. Natomiast cechy kobiece pojawiały się bardzo rzadko i były to tylko wskazanie ograniczeń i niesamodzielności oraz wygląd. Polityczki centrum postrzegano niemal równie często przez pryzmat cech kobiecych, jak i męskich. W grupie atrybutów kobiecych podkreślano ograniczenia, natomiast wśród elementów przypisanych do skali męskiej, dominowały kompetencje. Kobiety prawicy częściej charakteryzowano, jako osoby wyposażone w cechy skali męskiej niż kobiecej. Wśród męskich przymiotów najczęściej wymieniano wykształcenie, natomiast w grupie atrybutów kobiecych, eksponowano niesamodzielność/opiekę.

Wprowadzenie do badania konkretnych cech skali kobiecej i męskiej wykazało, że wygląd, czyli pierwszy element na skali kobiecej, dominował w obrazach medial-

nych polityczek lewicy 1,8% (8) i najczęściej pojawiał się w publikacjach tygodnika „Polityka”. Emocjonalność to cecha, której redakcje nie przypisywały polityczkom lewicy, zaś była najczęściej wskazywana w obrazach kobiet prawicy 0,7% (3) przez „Wprost” i „Newsweek Polska”. Status w związku u polityczek prawicy 1,8% (8) eksponowano w tygodnikach „Wprost” i „Newsweek Polska”. Temat rodziny i dzieci polityczek poruszano najczęściej względem kobiet reprezentujących prawicę 2,1% (9) i w tym względzie najwięcej publikacji można wskazać w „Gazecie Polskiej”. Ograniczenia najczęściej pojawiały się w obrazach kobiet centrum 18,8% (82), jednak mogło to wynikać z faktu, iż najwięcej badanych publikacji odnosiło się właśnie do reprezentantek centrum sceny politycznej, co szczególnie eksponowano w „Gazecie Polskiej”. Jednocześnie to w obrazach polityczek prawicy, najczęściej dostrzegano potrzebę opieki czy też niesamodzielność 8% (35), w zakresie prowadzonej działalności politycznej i tutaj najwięcej tego rodzaju materiałów można wskazać we „Wprost” i „Newsweek Polska”.

Wśród atrybutów skali męskiej kompetencje przypisywano głównie polityczkom centrum 7,6% (33), zwłaszcza na łamach „Newsweek Polska”. Predyspozycje to cecha, w którą również najczęściej wyposażano polityczki centrum 5,7% (25), ale czyniły to redakcje „Wprost” i „Polityki”. Ekspozycja historii politycznej była wyraźnie widoczna w obrazach kobiet prawicy (3,2% (14) i po ten element sięgała najczęściej redakcja „Newsweek Polska”. Na temat historii zawodowej pisano w odniesieniu do kobiet centrum 0,9% (4) („Polityka”) i prawicy („Wprost”). Realizacja obowiązków służbowych to element najczęściej charakteryzujący kobiety centrum 3,2% (14) („Wprost”) i lewicy („Gazeta Polska”). Publikacje, w których odnoszono się do wykształcenia najczęściej dotyczyły polityczek prawicy (5,7% (25) i na ten temat zwykle pisano we „Wprost”, a najrzadziej w prawicowej „Gazecie Polskiej”.

Tabela 5

Cechy kobiece i męskie u kobiet reprezentujących różne opcje polityczne z uwzględnieniem podziału na badane tygodniki opinii

	Lewica	Centrum	Prawica
Skala kobieca			
Wygląd	1,8 (8)	0,7 (3)	0,7 (3)
Emocjonalność	–	0,5 (2)	0,7 (3)
Status w związku	–	0,7 (3)	1,8 (8)
Dzieci/rodzina	–	2,0 (0,5)	2,1 (9)
Wskazywanie ograniczeń	5,3 (23)	18,8 (82)	4,6 (20)
Niesamodzielność/opieka	1,1 (5)	0,7 (3)	8,0 (35)
Skala męska			
Kompetencje	1,4 (6)	7,6 (33)	4,8 (21)
Predyspozycje	1,4 (6)	5,7 (25)	4,4 (19)
Historia polityczna	0,7 (3)	1,1 (5)	3,2 (14)
Historia zawodowa	0,5 (2)	0,9 (4)	0,9 (4)
Realizacja obowiązków służbowych	3,0 (13)	3,2 (14)	2,1 (9)
Wykształcenie	1,8 (8)	3,4 (15)	5,7 (25)

Źródło: Badanie własne. (N = 435 publikacje, w których pojawiały się badane elementy kobiece i męskie. Dane podano w % a w nawiasie w liczbach bezwzględnych.

W „Gazecie Polskiej” cechy kobiece wykorzystywano do opisów kobiet centrum i lewicy. Najczęściej eksponowaną cechą były ograniczenia, które opatrywano wydźwiękiem krytycznym. Negatywne wydźwięki bardzo często towarzyszyły opisom Ewy Kopacz, o której pisano: „słaba, mówiąca drżącym głosem kobieta sprawująca w Polsce władzę [...] bardzo przeżarta złem i widząca jedynie swoje dobro, albo też po prostu głupia” (Łysiak, 2015, s. 16–17). Zupełnie inaczej ukazywano polityczki prawicy, którym rzadko przypisywano cechy kobiece w publikacjach konserwatywnego tygodnika. W grupie cech kobiecych pojawiały się tylko odniesienia do dzieci i rodziny polityczek, które prezentowano w sposób pozytywny, o czym dobitnie świadczą przywołane słowa Beaty Szydło „rodzina bardzo mnie wspiera” (Lisiewicz, 2015, s. 4–6). Polityczkom prawicy w publikacjach „Gazety Polskiej” przypisywano cechy skali męskiej i najczęściej były to kompetencje oraz predyspozycje, oceniane pozytywnie. W obrazach kobiet centrum z grupy cech męskich głównie ukazywano kompetencje, opatrywane wydźwiękiem mieszanym. Beata Szydło „okazała się być politykiem skutecznym, budzącym zaufanie i sympatię” (Dmochowski, 2015, s. 12–13), a jej styl jest „skromny, technokratyczny, zdystansowany, merytoryczny” (Michalska, Lisiewicz, 2015, s. 14–15), ponadto „jest w niej autentyczny szacunek do ludzi i poczucie solidarności z nimi” (Lisiewicz, 2015, s. 4–5). Polityczki lewicy w materiałach prawicowego tygodnika najrzadziej wyposażano w atrybuty skali męskiej i była to realizacja obowiązków służbowych, oceniana negatywnie.

Redakcja tygodnika „Wprost” przez pryzmat cech kobiecych opisywała najczęściej kobiety prawicy, którym przypisywano niesamodzielność, opatrywaną wydźwiękiem mieszanym. Kobiety centrum to postaci postrzegane w materiałach „Wprost”, jako posiadające ograniczenia, powodujące, że nie nadają się do polityki i była to cecha krytykowana. Kobiące przymioty najrzadziej pojawiały się w opisach polityczek lewicy. W tym przypadku również eksponowano ograniczenia, które krytykowano lub traktowano satyrycznie. Odnosząc się do Barbary Nowackiej stwierdzono, że „skupia się na rozmówcy, odpowiada na każde pytanie, cierpliwie pozuje do zdjęć” (Olczyk, Mizolek, 2015, s. 22). Cechy męskiej skali uwidaczniano najczęściej u polityczek centrum i prawicy, zaś najrzadziej u polityczek lewicy. Kobiety prawicy postrzegano głównie, jako kompetentne i ten męski atrybut cieszył się aprobatą w publikacjach „Wprost”. W obrazach polityczek centrum eksponowano predyspozycje oceniane pozytywnie. Obrazy polityczek lewicy wśród cech męskich posiadały kompetencje i predyspozycje, które redakcja traktowała w sposób neutralny.

W publikacjach „Newsweek Polska” cechy kobiece najczęściej podkreślano w obrazach polityczek prawicy i w tej grupie dominowała niesamodzielność, z której zazwyczaj kpiono. Na temat Beaty Szydło napisano, że Jarosław Kaczyński ją „formatuje, ustawia sobie z nią relacje, próbuje ją wychować. To test uległości” (Krzymowski, 2015, s. 16–19). Cechą stereotypowo kobiecą, eksponowaną u polityczek centrum były ograniczenia, które krytykowano, zaś u polityczek lewicy najczęściej poruszano temat wyglądu, ocenianego krytycznie. Męskie atrybuty w badanych publikacjach „Newsweek Polska” najczęściej uwidaczniano w obrazach polityczek centrum. Dominowały predyspozycje i kompetencje, opatrzone wydźwiękiem pozytywnym. U kobiet prawicy eksponowano wykształcenie ukazywane z wykorzystaniem wydźwięku mieszanego. Najrzadziej atrybuty męskie wskazywano u polityczek lewicy, które opisywano poprzez realizację obowiązków służbowych, pozycjonowanych neutralnie.

Na łamach „Polityki” cechy skali kobiecej najczęściej towarzyszyły publikacjom dotyczącym kobiet prawicy, w których obrazach dominowała niesamodzielność, opatrywana satyrą. Na łamach tygodnika żartowano na temat byłej premier słowami „może nawet Szydło zgodzi się podpisać dymisję *in blanco*” (Dziedzic, 2015, s. 11–13). Polityczki centrum i lewicy postrzegano jako osoby posiadające ograniczenia w zakresie właściwego prowadzenia aktywności politycznej i była to cecha krytykowana w tygodniku. Sygnalizowano, że Barbara Nowacka podczas kampanii wyborczej w 2015 roku, pełniła rolę parawanu, za którym skrywali się „starzy” politycy lewicy (Paradowska, 2015, s. 12–14). Natomiast Ewa Kopacz „okazała się za słabą przewodniczącą na okres gwałtownych zmian i politycznych tąpnięć” (Janicki, Władyka, 2015, s. 16–18). W publikacjach tygodnika „Polityka” cechy męskie najczęściej ukazywano w odniesieniu do polityczek centrum, postrzeganych jako kompetentne i posiadające predyspozycje w zakresie działalności politycznej. Wskazane cechy oceniano pozytywnie. Jak pisało Małgorzata Kidawa-Błońska „mówi mądrze, a jak nie wie, to się nie odzywa” (Kołodziejczyk, 2015, s. 16–18), jest „kandydatką bezpieczną” (Janicki, 2019, s. 14–17), budzącą pozytywne emocje elektoratu (Sawczuk, 2019, s. 27). Kobiety prawicy obrazowano przez pryzmat wykształcenia, które w publikacjach „Polityki” oceniano w sposób mieszany. Najrzadziej cechy męskie uwzględniano w obrazach polityczek lewicy. W ich charakterystykach dominującym elementem była realizacja obowiązków służbowych, oceniana neutralnie.

Zakończenie

Przeprowadzona analiza zawartości potwierdziła słuszność hipotezy głównej, ponieważ rezultaty badań uwiaryściły związek między linią redakcyjną realizowaną przez tygodniki opinii, a obrazowaniem polityczek w wybranych tytułach prasowych. Najczęściej pisano o polityczkach centrum, następnie prawicy i najrzadziej o kobietach reprezentujących ugrupowania lewicowe. Redakcje częściej przypisywały polityczkom cechy skali męskiej niż kobiecej, utrzymując stereotypowe przekonanie, że polityka to sfera zarezerwowana dla płci męskiej.

Wśród cech męskich dominowały kompetencje, zaś w grupie cech kobiecych ograniczenia, czyli wszystko to, co czyni obrazowane kobiety niezdolnymi do właściwej realizacji prowadzonej aktywności politycznej. Istotnym jest także fakt, że atrybuty stereotypowo kobiece oceniano najczęściej wykorzystując wydźwięk krytyczny, zaś męskie atrybuty opatrywano aprobatą. Linia redakcyjna realizowana przez badane tygodniki, nie miała znaczenia, w zakresie oceny cech kobiecych i męskich. Można wnioskować, że w ogólnych ocenach cech kobiecych i męskich redakcje były spójne, choć częściej cechy kobiece krytykowano w „Gazecie Polskiej” i „Wprost” niż w „Newsweek Polska” i „Polityce”. Cechy męskie, oceniane zwykle pozytywnie w badanych publikacjach, najczęściej krytykowano w obrazach medialnych polityczek prezentowanych na łamach „Gazety Polskiej”.

Uzyskane wyniki pokazują, że osoba aktywna w polityce to postać wyposażona w cechy męskie, oceniane pozytywnie i pożądane u polityczek. Stereotypowe cechy kobiece, w pryzmacie analizowanych publikacji, nie są elementem oczekiwanym u osoby aktywnej w polityce. Redakcja prawicowego tygodnika najbardziej sceptycznie oceniała

role i miejsce kobiet w polityce, zaś w tygodniku „Polityka” najczęściej wskazywano, że kobiety „nadają się do polityki”.

Realizowana linia redakcyjna współgrała z sympatiami politycznymi, wyrażanymi w wydźwiękach publikacji dotyczących kobiet, reprezentujących poszczególne ugrupowania polityczne. Wyraźnie te tendencje widać na przykładzie „Gazety Polskiej”, gdyż na łamach prawicowego tygodnika najczęściej pisano o polityczkach centrum, zdecydowanie krytykowano kobiety reprezentujące partie centrum i lewicy, przy jednoczesnej aprobacie polityczek prawicy. Redakcja tygodnik „Newsweek Polska”, sympatyzująca z partiami centrum, wyrażała aprobatę względem kobiet reprezentujących partie centro-we, przy jednoczesnej krytyce polityczek prawicy. Wydźwięk satyryczny, także jasno obrazuje sympatie polityczne redakcji tygodników opinii, ponieważ „Gazeta Polska” pisała prześmiewczo o polityczkach centrum, zaś pozostałe badane tytuły, opatrywały satyrą publikacje dotyczące kobiet prawicy. Redakcja „Polityki” równie często naśmiewała się z polityczek prawicy, jak i centrum.

Przedstawione wyniki pozwalają stwierdzić, że w badanych publikacjach można wskazać elementy świadczące o stronniczości redakcji tygodników opinii, widocznej wpreferowaniu treści dotyczących obozu politycznego, z którym nie sympatyzują. Ponadto wydźwięki publikacji pokazują sympatie polityczne redakcji, co wyraźnie wybrzmiało w przypadku publikacji „Gazety Polskiej” i „Newsweek Polska”. Opierając się na ustaleniach teoretycznych prezentowanych na początku artykułu można wnioskować, że w okresie rządów Platformy Obywatelskiej prawicowy tygodnik był jednym z podmiotów budujących tzw. opozycję medialną i podobnie można traktować „Newsweek Polska” w okresie rządów Zjednoczonej Prawicy, co nie pozostawało bez wpływu na prezentowane w badanych publikacjach obrazy medialne polityczek. Redakcje tygodników utwierdzały stereotypowe przekonania dotyczące aktywności politycznej, do której predystynowani są mężczyźni, bądź osoby wyposażone w męskie atrybuty. Ponadto realizowana linia redakcyjna rzutowała na częstotliwość pisania na temat polityczek różnych ugrupowań, na przypisywane im cechy skali męskiej i kobiecej oraz na oceny ich aktywności politycznej uwidocznione w badanych publikacjach.

Bibliografia

- Brzoza-Kolorz K. (2024), *„Polityka kobiet czy kobiety polityki?” Pleć jako element obrazów medialnych kobiet*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Katowice.
- Brzoza-Kolorz K., Głuszek-Szafraniec D., Szostok-Nowacka P. (2019), *„Cóż tam, panie, w polityce?” Czyli o wzajemnym postrzeganiu dziennikarzy i polityków w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Katowice.
- Cieśla W. (2015), *Widzę pociąg to wiadam*, „Newsweek Polska” z dnia 8.06.2015 r.
- Dmochowski A. (2015), *Przed trudnymi wyzwaniem*, „Gazeta Polska” z dnia 28.10.2015 r.
- Dobek-Ostrowska B. (2018), *Mediatyzacja polityki w tygodnikach opinii w Polsce – między polityzacją a komercjalizacją*, „Zeszyty Prasoznawcze”, vol. 61, nr 2(234), s. 224–246.
- Dziedzic M. (2015), *Gdzie jest moc*, „Polityka” z dnia 24.06.2015 r.
- Ferrer-Pérez V. A., Bosch-Fiol E. (2014), *The measure of the masculinity-femininity construct today: some reflections on the case of the Bem Sex Role Inventory*, „Revista de Psicología Social: International Journal of Social Psychology”, nr 29/1, s. 180–207.

- Gargas A. (2001), *Pani sędzia trochę przereklamowana*, „Gazeta Polska” z dnia 17.10.2001 r.
- Janicki M. (2019), *Na jedną kartę*, „Polityka” z dnia 13.11.2019 r.
- Janicki M., Władysław W. (2015), *10 win Tuska*, „Polityka” z dnia 9.11.2015 r.
- Kania D. (2015), *Gang Olsena kontra imigranci*, „Gazeta Polska” z dnia 23.09.2015 r.
- Klepka R. (2021), *Polityka w krzywym zwierciadle mediów. Stronniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków.
- Klimowicz M., Pacześniak A., Wiktorska-Świąćka A. (2009), *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Kołodziejczyk M. (2015), *Porcelana*, „Polityka” z dnia 24.06.2015 r.
- Krzymowski M. (2015), *Poskramianie Beaty Szydło*, „Newsweek Polska” z dnia 28.09.2015 r.
- Lichocka J. (2011), *Tuskokracja na Wiejskiej*, „Gazeta Polska” z dnia 9.11.2011 r.
- Lisiewicz P. (2015), *Niech młodzi patrioci zmienią atmosferę w Polsce*, „Gazeta Polska” z dnia 21.10.2015 r.
- Lisiewicz P. (2015), *Zamykam waszą szopkę*, „Gazeta Polska” z dnia 21.10.2015 r.
- Litwin T., Łabędź K., Pękala M. (2024), *Opozycja medialna na przykładzie Polski w okresie rządów Zjednoczonej Prawicy*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Ignatianum w Krakowie, Kraków.
- Łysiak T. (2015), *Cenzor czwartej klasy*, „Gazeta Polska” z dnia 17.06.2015 r.
- Michalczyk S. (2009), *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy”, nr 3.
- Michalska M., Lisiewicz P. (2015), *Jastrzębie od bezpieczeństwa i fachowcy od gospodarki*, „Gazeta Polska” z dnia 17.11.2015 r.
- Mizolek J. (2015), *Na ile głosów zaśpiewa PO*, „Wprost” z dnia 2.11.2015 r.
- Nowicka K., Blinkiewicz A. (2007), *Prawdziwa Partia Kobiet*, „Wprost” z dnia 30.09.2007 r.
- Olczyk E., Mizolek J. (2015), *Walka o głosy na ulicy*, „Wprost” z dnia 19.10.2015 r.
- Pałeczki K. (2016), *Opozycja polityczna – próba typologii*, w: *Rola opozycji w systemach demokratycznych*, red. K. Łabędź, Akademia Ignatianum w Krakowie, Wydawnictwo WAM, Kraków.
- Pani minister z magistratu*, „Polityka” z dnia 10.11.2004 r.
- Paradowska J. (2015), *Przyszła zmiana. Ale jaka?*, „Polityka” z dnia 26.10.2015 r.
- Pisarek W. (1983), *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków.
- Pisarek W. (2008), *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Sawczuk T. (2019), *Czekanie na bombę*, „Polityka” 6.11.2019 r.
- Wawrowski Ł. (2009), *Zintegrowany model wyjaśniania – w poszukiwaniu przyczyn niedoreprezentowania kobiet w strukturach politycznych*, w: *Płeć w życiu publicznym*, red. M. Jeziński, M. Winławska, B. Brodzińska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 145–158.

The Editorial Line of Polish Opinion Weeklies and the Media Image of Female Politicians

Summary

The aim of this article is to present the results of an analysis of the content of selected publications from the Polish opinion weeklies *Polityka*, *Wprost*, *Newsweek Polska*, and *Gazeta Polska* published between 2000 and 2019. The data presented was intended to show the frequency with which individual editorial offices wrote about female politicians from different political groups. The study also observed

the extent to which stereotypical female and male characteristics were used in the way female politicians were portrayed by the editorial offices of opinion weeklies and how the political activity of women representing different political options was assessed. The main research hypothesis, assuming a connection between the editorial line pursued by opinion weeklies and the portrayal of female politicians in individual titles, was verified. The analyses conducted allow us to conclude that the expression of a specific editorial line is reflected in the political sympathies evident in the publications studied, which determine the frequency with which female politicians representing specific political groups are written about, but also influence the way they are portrayed and evaluated in individual titles.

Key words: editorial line; opinion weeklies; media image; politician, content analysis

Author Contributions

Conceptualization (Konceptualizacja): Katarzyna Brzoza-Kolorz

Data duration (Zestawienie danych): Katarzyna Brzoza-Kolorz

Formal Analysis (Analiza formalna): Katarzyna Brzoza-Kolorz

Writing – original draft (Piśmiennictwo – oryginalny projekt): Katarzyna Brzoza-Kolorz

Writing – review & editing (Piśmiennictwo – sprawdzenie i edytowanie): Katarzyna Brzoza-Kolorz

Competing interests: The Author have declared that no competing interests exist
(Sprzeczne interesy: Autor oświadczył, że nie istnieją żadne sprzeczne interesy)