

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Politologica 26 (2021)

ISSN 2081-3333

DOI 10.24917/20813333.26.4

*Jakub Krupa**

Szkoła Doktorska Nauk Społecznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie

ORCID: 0000-0003-3516-047X

Rzeczywistości równoległe – wizerunki kandydatów na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2020 roku w „Gazecie Wyborczej” i „Naszym Dzienniku”

Wstęp

System rządów Rzeczypospolitej Polskiej nie jest klasycznym przykładem systemu parlamentarno-gabinetowego, gdyż elekcji prezydenta w III RP dokonuje się w głosowaniu powszechnym i bezpośrednim (począwszy od 1990 roku i wyboru na to stanowisko Lecha Wałęsy). Sprawujący ten urząd ma silną legitymizację społeczną, ponieważ w wyborach prezydenckich odnotowywana jest wysoka frekwencja wyborcza.

Wybory prezydenckie w Polsce w 2020 roku były wyjątkowe: odbywały się w trakcie ogólnoswiatowej pandemii, a ich pierwotny termin uległ zmianie. W pierwszej turze – 28 czerwca 2020 roku – o głosy Polaków ubiegało się 11 kandydatów, a frekwencja sięgnęła 64,51%. 12 lipca odbyła się druga tura, w której Andrzej Duda wygrał z Rafałem Trzaskowskim o nieco ponad 400 tysięcy głosów przy frekwencji 68,18% („Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej...” 2020).

Wizerunek polityka jest uproszczonym obrazem jego osoby – zespołem cech, o których odbiorcy uważają, że tenże polityk je posiada. Nie jest to w żadnym stopniu obiektywna prawda, a jedynie subiektywne uznanie pewnych właściwości, jakie ma posiadać opisywany polityk (Cichosz 2003). Co więcej, wizerunek polityka częstokroć zależy od życzeń lub obaw tych, którzy formułują opinie na jego temat (Stępińska 2007). Reasumując, wizerunek polityka może powodować przypisywanie mu cech, których w ogóle nie posiada.

Media nie tylko pośredniczą w przekazywaniu informacji – pełnią także rolę nadawcy pierwotnego. Są samodzielnym, odrębnym aktorem politycznym z własnymi przekazami, własną interpretacją rzeczywistości, wartościami i akceptowanymi poglądami (Street 2006). Rzeczywistość, którą media kreują, może nie mieć nic wspólnego z tą, która jest doznawana empirycznie (Schulz 2006). Nie jest to jednak istotne, bowiem media są obdarzone władzą dyskursywną: interpretują i tłumaczą świat wedle określonego schematu pojęciowego, tworząc swoje własne uniwersa symboliczne, poprzez co dostarczają poczucia wspólnej tożsamości odbiorcom,

* jakub.krupa@doctoral.uj.edu.pl

którzy rozumieją świat w ten sam sposób (Bednarz 2009). Odbiorcy są także wyborcami – ci zaś w Polsce czerpią wiedzę o kandydatach na urząd prezydenta głównie ze środków masowego przekazu (Feliksiak 2015).

W swoich przekazach względem aktorów politycznych media mogą przyjąć postawy: przyjazną (wspierającą); neutralną (unikającą komentarzy i ocen); krytyczną (niezależną, bezstronną) i wrogą (pełną emocji i stereotypów) (Dobek-Ostrowska 2011). Stronniczość mediów – będąca zaprzeczeniem obiektywności – jest stopniowalna i polega na przedkładaniu pewnych wartości ponad inne (Street 2006). Jest widoczna np. poprzez ustanawianie agendy poruszanych tematów (Castells 2013) lub agresję słowną w stosunku do konkurencyjnych poglądów i wartości (Pawlik 2009).

Celem przeprowadzonych w artykule badań było ustalenie, jakie wizerunki kandydatów zakwalifikowanych w 2020 roku do drugiej tury wyborów zostały wykreowane przez wyraziste światopoglądowo dzienniki ogólnopolskie, a także zbadanie, czy więcej było tekstów afirmatywnych dotyczących kandydata, z którym sympatyzował analizowany dziennik, czy krytycznych wobec jego oponenta.

W artykule przeanalizowano 12 numerów „Gazety Wyborczej” („GW”) i 12 numerów „Naszego Dziennika” („ND”), wydanych w dniach 29 czerwca–11 lipca 2020 roku (pomiędzy pierwszą a drugą turą wyborów prezydenckich). Dobór dzienników nie jest przypadkowy: pierwszą z gazet można określić jako źródło opinii lewicowo-liberalnych, drugą – prawicowo-konserwatywnych. Środki masowego przekazu – a zwłaszcza prasa – w III Rzeczypospolitej stały się bardzo upolitycznione: publicyści na łamach gazet niejednokrotnie wprost wskazywali, na kogo wyborca powinien oddać głos (Dobek-Ostrowska 2011).

Dla celów niniejszego artykułu sformułowano cztery hipotezy badawcze: 1) Wizerunek kandydata na urząd prezydenta w wyborach 2020 różni się w zależności od światopoglądu, jaki reprezentuje dziennik opisujący jego osobę; 2) Analizowane dzienniki nie ukrywają swojej sympatii dla określonego kandydata i wyrażają krytyczny stosunek wobec jego konkurenta; 3) W analizowanych dziennikach częściej ukazują się teksty o wydźwięku krytycznym lub afirmatywnym niż ambiwalentnym bądź neutralnym; 4) Liczba tekstów afirmatywnych wobec kandydata cieszącego się sympatią dziennika jest mniejsza aniżeli tekstów krytycznych wobec kandydata, z którym analizowany dziennik nie sympatyzuje.

Aby zweryfikować wymienione hipotezy, dokonano analizy zawartości prasy. Za pomocą metod ilościowych zbadano, ile artykułów w obu ogólnopolskich dziennikach zostało poświęconych Andrzejowi Dudzie i Rafałowi Trzaskowskiemu oraz jaki procent z nich stanowiły artykuły afirmatywne, ambiwalentne, krytyczne lub neutralne wobec kandydatów. Jednakże nie sposób zweryfikować postawionych hipotez badawczych jedynie za pomocą metod ilościowych, toteż została zastosowana również metoda jakościowa. Umożliwiła ona określenie charakteru wizerunków wyżej wymienionych polityków, które zostały ukształtowane przez „Gazetę Wyborczą” i „Nasz Dziennik” w analizowanym czasie.

Analiza ilościowa „Gazety Wyborczej” i „Naszego Dziennika”

Jak zostało wspomniane, przeanalizowano 12 numerów „Gazety Wyborczej” i tyleż samo „Naszego Dziennika”. W analizie uwzględniano wszelkie materiały tekstowe zawierające informacje o Andrzeju Dudzie, Rafale Trzaskowskim lub o wyborze, który czeka Polaków w drugiej turze wyborów prezydenckich. W analizie nie zostały uwzględnione fotografie, komiksy, rysunki satyryczne oraz bardzo krótkie formy tekstowe (np. składające się z jednego lub dwóch zdań anonimowe wpisy, przedrukowane z portali społecznościowych – Twittera i Facebooka).

Przyjęty został podział materiałów na cztery kategorie:

- neutralne – nie zawierają ocen względem kandydata;
- afirmatywne – są przychylne względem kandydata;
- krytyczne – są nieprzychylne względem kandydata;
- ambiwalentne – nie są jednoznaczne, zawierają elementy i afirmatywne, i krytyczne.

Każdy z tekstów został przyporządkowany tylko do jednej z czterech wymienionych kategorii. Należy zaznaczyć, że w analizie zostały uwzględnione także przedruki z mediów społecznościowych (np. wpisy z Facebooka zawierające dane opatrzone co najmniej imieniem i nazwiskiem, ale bardzo krótkie formy z Twittera już nie). W analizowanych materiałach nie uwzględniono zamieszczanych na okładkach zapowiedzi artykułów i dodatków do gazet (np. regionalnych, ale także „Dużego Formatu” lub „Wysokich Obcasów”), a także zamieszczanych zdjęć, rysunków lub karykatur.

Tabela 1. Udział procentowy tekstów w analizowanych dziennikach

Kandydat	Andrzej Duda		Rafał Trzaskowski	
	„Gazeta Wyborcza”	„Nasz Dziennik”	„Gazeta Wyborcza”	„Nasz Dziennik”
Kategoria	ilość tekstów (udział w %)		ilość tekstów (udział w %)	
Neutralne	42 (27,8%)	11 (19%)	46 (52%)	9 (18%)
Afirmatywne	0 (0%)	46 (79%)	28 (31%)	0 (0%)
Krytyczne	95 (62,9%)	0 (0%)	0 (0%)	39 (78%)
Ambiwalentne	14 (9,2%)	1 (2%)	15 (17%)	2 (4%)
Ogółem	151	58	89	50

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ilościowych

Przedstawienie kandydatów drugiej tury wyborów prezydenckich w „Gazecie Wyborczej” i „Naszemu Dzienniku”

Jarosław Kurski w „GW” za pomocą licznych dychotomii przedstawia, jaki wybór stoi przed Polakami w drugiej turze wyborów: „między Polską demokratyczną a autorytarną. Tolerancyjną a kseno- i homofobiczną. Między Polską w UE a poza nią. Między państwem prawa a państwem bezprawia” (Kurski 2020a); „między demokracją a monopolem władzy, samorządnością a centralizmem, Zachodem a Wschodem, państwem obywateli a państwem mafijnym. Między nadzieją a katastrofą” (Kurski

2020b). Sformułowanie, że wygrana Andrzeja Dudy oznacza „katastrofę”, pojawia się więcej razy (np. Żakowski 2020). Jacek Karnowski – prezydent Sopotu – twierdzi, że stawką drugiej tury jest to, „czy Polska będzie demokratycznym krajem w Europie, czy też stanie się krajem o systemie dyktatorskim” (Wojciechowski 2020). Udzielająca wywiadu żona Rafała Trzaskowskiego – Małgorzata – mówi, że dzięki wyborom „możemy zakończyć pewną niedobłą dla Polski erę” (Wodecka 2020).

W wywiadzie dla „Naszego Dziennika” o. Tadeusz Rydzyk tworzy równie interesujące dychotomie, co J. Kurski: „będziemy wybierać pomiędzy cywilizacją łaćńską a antycywilizacją, między Polską biało-czerwoną, z jej najpiękniejszą kulturą od Mieszka I, a liberalizmem lewicowym, z wszystkimi konsekwencjami: antykulturą, antyetyką, walką z Panem Bogiem, walką przeciw normalnej rodzinie” (Rutkowska 2020d). W „Naszym Dzienniku” panuje przekonanie, iż wybory mają „wymiar cywilizacyjny. Przesądzą o tym, czy Polska będzie rozwijać się, zachowując narodową i katolicką tożsamość, czy obierze kurs na rewolucję ideologiczną” (Rutkowska 2020a). Co więcej, rywalizacja wyborcza nie dotyczy tylko urzędu prezydenta jako takiego, ale jest też próbą „wykorzenia z Narodu wartości chrześcijańskich i patriotycznych” (Wróbel 2020a), a „ukrytym celem” środowisk „lewicowo-liberalnych” w tych wyborach jest „zniesienie wolności religijnej, prawa do publicznego wyznawania wiary, do kierowania się prawym sumieniem w polityce” (Rutkowska 2020b). Uważa się, że „przeciwnik zdołał uruchomić siły zła. [...] jeśli prezydent Duda nie wygra, to Polska będzie bardzo zagrożona” (Kamieniecki 2020a), więc w drugiej turze wyborów, aby nie dopuścić do wyżej wymienionych niefortunnych skutków, „nie wolno głosować na kandydata Koalicji Obywatelskiej. Niech nikt nie przyłoży ręki do zniszczenia Polski. Ojczyzna św. Jana Pawła II na to zasługuje” (Rutkowska 2020c).

Wizerunek Andrzeja Dudy w „Gazecie Wyborczej” i „Naszym Dzienniku”

Według „Gazety Wyborczej” Andrzej Duda to: „beźmyślnie i bezwolne narzędzie prezesa”; (Kurski 2020a); „notariusz rządu” (Kurski 2020b); „długopis prezesa Kaczyńskiego” (Lewandowski 2020), który jest „niesamodzielnym”, „podległym prezesowi” (Wroński 2020a) i „sterowany z zewnątrz” (Żakowski 2020). Andrzej Duda to także „wierny żołnierz PiS” (Michnik 2020) i człowiek o „ciasnej, nacjonalistycznej, autorytarnej, homofobicznej, antyeuropejskiej wizji Polski” (Kurski 2020a). Podkreśla się, że nawet we własnym obozie politycznym jest on osobą lekceważoną (Wroński 2020b).

Zdaniem autorów z „GW” poglądy Andrzeja Dudy nie są jego własnymi – „należą do jego pana – Jarosława Kaczyńskiego” (Kurski 2020b). Duda jest „gorącym dyskryminatorem”, który „ponad 2 milionom Polaków LGBT odmawia człowieczeństwa” (Beylin 2020), „wznieca nienawiść i pogardę do mniejszości” (Kurski 2020b) i „gardzi samorządowcami” (Wojciechowski 2020). W „GW” zwraca się uwagę na specyfikę przekazu A. Dudy i jego zaplecza politycznego: Telewizja Polska jest „telewizją wyborczą, ale tylko jednego kandydata” (Mączyński 2020), a „ataki” osób związanych z Andrzejem Dudą i PiS na media krytyczne względem obozu rządzącego „przypominają bardziej erdoganowską Turcję niż kraj Unii Europejskiej” (Wieliński

2020a). Ważnym elementem przekazu propagandowego A. Dudy i PiS jest „populistyczna teza o wrogości elit i prostych ludzi” (Kublik 2020).

Andrzeja Duda dla „GW” jest współodpowiedzialnym za złą sytuację w wymiarze sprawiedliwości – ułaskawiał swoich kolegów; umożliwił zmiany personalne w sądach powszechnych; przy jego udziale PiS przejął kontrolę nad Trybunałem Konstytucyjnym; pozwolił na upolitycznienie Krajowej Rady Sądownictwa (Ivanowa, Woźnicki 2020) – „rozkłada kawałek po kawałku wymiar sprawiedliwości” (Kwaśniewski 2020). Dla Andrzeja Dudy źródłem prawa nie jest konstytucja – jest nim „wola prezesa” (Kurski 2020b).

Tematem często występującym obok kwestii związanych z ruchem LGBT jest ułaskawienie przez A. Dudę osoby skazanej za pedofilię. Sprawa ułaskawienia przedstawiana jest jako „niejasna” (Czuchnowski, Ivanowa 2020), uważana za „obrzydliwą” – „prezydent ma pomagać ofiarom, a nie pod hasłem «scalania rodziny» wpychać je pod jeden dach z oprawcą” (Czuchnowski 2020). Wśród wielu głosów krytycznych wobec tejże decyzji A. Dudy warto zwrócić uwagę na jedną opinię odrębną: „zachował się i godnie, i rozsądnie” (Płatek 2020).

W sprawie polityki obronnej i zagranicznej A. Duda krytykowany jest za to, iż za jego prezydentury „obumarł Trójkąt Weimarski” (Wielński 2020b), armia polska została doprowadzona do „zapaści”, a „pozycja Polski w świecie karleje” (Kurski 2020b). Jedynym sukcesem, jaki dostrzegają komentatorzy, jest „utrzymanie wojsk USA na wschodniej flance NATO” (Wroński 2020b).

W odróżnieniu od „Gazety Wyborczej”, w „Naszym Dzienniku” Andrzej Duda określany jest jako człowiek „bardzo inteligentny, kulturalny” (Sądej 2020a), „mądry, stateczny” (Kamieniecki 2020b), troszczący się o prawa pracowników (Rutkowska 2020a). Prezydent Duda jest także „patriotą” (Kamieniecki 2020a), „dobrym gospodarzem” (Sądej 2020b), który przywiązuje „ogromną wagę do spraw życiowych każdej rodziny” (Sądej 2020a) i „dbał, aby życie zwykłych Polaków się poprawiło” (Wróbel 2020c).

Warto zwrócić uwagę na podkreślanie religijności Andrzeja Dudy – jest „pobożny” (Kamieniecki 2020b), „nie wstydy się publicznie przyznawać do swojej wiary”, ponieważ „wie, że z Jego nadania sprawuje najwyższą władzę, przed Nim odpowiada za użytek, jaki uczyni z powierzonego urzędu” (Rutkowska 2020b). Andrzej Duda to osoba, która może „powstrzymać marsz na Polskę rewolucji obyczajowej spod znaku LGBT i gender”, m.in. poprzez przestrzeganie zapisów Konstytucji, definiującej „małżeństwo jako związek mężczyzny i kobiety” (Rutkowska 2020b).

Nie dość, że kampania, w której A. Duda bierze udział, jest bardzo długa – po prezydencie Polski widać zmęczenie (Kamieniecki 2020c) – to jeszcze stała się „bardzo agresywna, a to m.in. za sprawą mediów polskojęzycznych, a przede wszystkim prasy wydawanej przez koncerny niemieckie” (Kamieniecki 2020d). W kampanii na temat A. Dudy podawane są informacje „kłamliwe” i „nieprawdziwe” (Baranowski 2020).

Na arenie międzynarodowej Rzeczpospolita Polska „nie musi się wstydzić” za Andrzeja Dudę, ponieważ ją „godnie reprezentuje” i „wzmacnia znaczenie i pozycję” naszego państwa na świecie (Kamieniecki 2020b). „Osobistym sukcesem Andrzeja Dudy jest zniesienie wiz dla Polaków do USA” (Rutkowska 2020b), a jego

spotkanie z prezydentem Stanów Zjednoczonych Donaldem Trumpem (24 lipca 2020 roku) „podkreślało naszą pozycję i rolę” (Kamieniecki 2020c). Według „ND” tylko Andrzej Duda gwarantuje „godne i podmiotowe prowadzenie polityki zagranicznej” (Kamieniecki 2020a). Prezydent Duda prowadzi także „aktywną” politykę historyczną – „zerwał z serwowaną przez środowiska lewicowo-liberalne pedagogiką wstydu, z samobójczą polityką przepraszania za domniemanie zbrodnie Polaków” (Rutkowska 2020b).

Krytyka Andrzeja Dudy w „ND” związana jest jedynie z zawetowaniem przez niego ustaw dotyczących reform wymiaru sprawiedliwości w 2017 roku (Kamieniecki 2020b).

Wizerunek Rafała Trzaskowskiego w „Gazecie Wyborczej” i „Naszym Dzienniku”

W „Gazecie Wyborczej” Rafał Trzaskowski jest przedstawiany jako kandydat „demokratów” (Kurski 2020a), który może zatrzymać „wrogą destrukcję Polski dokonywaną przez PiS” (Michnik 2020). Jest „jednoznacznym kandydatem środowiska samorządowego” (Nyczka 2020), a jako prezydent „będzie obrońcą Polski samorządnej” (Sadurski 2020). Inni publicyści piszą, że jest „wrażliwy społecznie” (Beylin 2020), „inteligentny” i „moralny” (Sadurski 2020). W przytaczanym już wywiadzie Małgorzata Trzaskowska mówi o swoim mężu, iż „zawsze szukał porozumienia”, jest „prawym i sprawiedliwym człowiekiem” (Wodecka 2020).

Według „GW” Rafał Trzaskowski doskonale rozumie Unię Europejską (Sadurski 2020), a gdyby został prezydentem, byłby ważnym partnerem w rozmowach z UE (Beylin 2020) i gwarantem „Polski antypolexitowej” (Sadurski 2020). Zwraca się także uwagę, że prezydent Trzaskowski stałby na straży Konstytucji: nawet jeśli nie mógłby cofnąć reform wprowadzanych przez PiS, to „może ograniczyć – nieco bardziej skutecznie niż czyni to Senat – dalsze barbarzyństwo antykonstytucyjne” (Sadurski 2020).

Rafał Trzaskowski dla „Naszego Dziennika” to: „nieoficjalny kandydat Lewicy”; (Wróbel 2020b); „faworyt środowisk ateistycznych, feministycznych, kosmopolitycznych” (Rutkowska 2020c); „reprezentant środowiska, które wyprzedało Polskę i chce to robić dalej” (Kamieniecki 2020a) oraz „wymarzony kandydat brukselskiego establishmentu i elit «społeczeństwa otwartego», owładniętych nienawiścią do państw narodowych” (Rutkowska 2020c).

Zwraca się uwagę, że R. Trzaskowski przeprowadził kampanię na urząd prezydenta „nie mając programu” (Kamieniecki 2020c). Język, którego używa w kampanii i którym mobilizuje elektorat, jest bardzo agresywny (Kamieniecki 2020d). Chociaż chciałby być postrzegany jako łączący Polaków, to „nieustannie ich dzieli” (Falkowska 2020) – wybrał „totalitarną metodę kreowania wroga jako sposób na zdobycie władzy” (Rutkowska 2020c). Co do wyborców Trzaskowskiego, to są oni „zmienieni wewnętrznie, u nich trudno o racjonalizm” (Kamieniecki 2020a). Należy się za nich modlić – szczególnie za tych, którzy „głosowali na Rafała Trzaskowskiego jedynie ze złości i nienawiści do PiS-u. [...] oby łaska Boża przemieniła ich serca dla dobra ich dusz i dla dobra całej Polski” (Jagodziński 2020).

Bardzo istotną rolę dla „ND” odgrywają w kampanii kwestie światopoglądowe (np. wielokrotnie pojawiają się tematy związane z ruchem LGBT). Zauważa się, że jako prezydent Warszawy Rafał Trzaskowski „realizuje radykalnie lewicową agendę” (Kucharczyk 2020), „uczestniczył w obscenicznym marszach” (Rutkowska 2020c) w stolicy, w „fanatyczny i nieprofesjonalny sposób realizuje utopijną ideę «zielonego miasta»” (Falkowska 2020). Po wygranych wyborach samorządowych podpisał „deklarację LGBT wprowadzającą rozwiązań do szkół w postaci wulgarnej edukacji seksualnej i homopropagandy” (Rutkowska 2020c). Według „ND”, dla R. Trzaskowskiego „przejęcie postulatów LGBT i podążanie za rewolucją kulturową to sprawy priorytetowe” (Wróbel 2020b). Jego działalność „stawia go w poważnym konflikcie z nauczaniem Kościoła” (Bochenek 2020).

W przeszłości R. Trzaskowski „wspierał donosy opozycji do Brukseli”¹ i „pouważnie realizował brukselski plan obowiązkowej relokacji uchodźców” (Rutkowska 2020c). Według publicystów „ND” Rafał Trzaskowski krytykował pomysły związane z takimi inwestycjami, jak Centralny Port Komunikacyjny czy przekop Mierzei Wiślanej – tymczasem na zablokowaniu tych projektów skorzystałby odpowiednio Niemcy i Rosja (Baranowski 2020). Jeśli zostałby prezydentem „odda pole globalistom i niejawnym strukturom” (Rutkowska 2020c).

Podsumowanie

Z przeprowadzonych analiz wynika, że: 1) Wizerunek kandydata na urząd prezydenta w wyborach 2020 różni się w zależności od światopoglądu, jaki reprezentuje dziennik opisujący jego osobę; 2) Analizowane dzienniki nie ukrywają swojej sympatii dla określonego kandydata i wyrażają stosunek krytyczny wobec jego konkurenta; 3) W analizowanych dziennikach ogólnopolskich częściej ukazują się teksty o wydźwięku krytycznym lub afirmatywnym niż ambiwalentnym bądź neutralnym. Hipoteza 4) zakładająca, iż liczba tekstów afirmatywnych wobec kandydata cieszącego się sympatią dziennika jest mniejsza aniżeli tekstów krytycznych w stosunku do kandydata, z którym analizowany dziennik nie sympatyzuje, została potwierdzona tylko częściowo. „Gazeta Wyborcza” rzeczywiście częściej pisała krytycznie o Andrzeju Dudzie (95 artykułów) aniżeli afirmatywnie o Rafale Trzaskowskim (28), natomiast „Nasz Dziennik” częściej pisał w sposób afirmatywny o Andrzeju Dudzie (46 artykułów), aniżeli krytycznie o Rafale Trzaskowskim (39). Interesującym byłoby przeprowadzenie dalszych badań w tym zakresie.

Stronniczość analizowanych ogólnopolskich gazet jest trudna do przeoczenia. Aby jak najdokładniej oddać stopień emocjonalności przekazu publikowanych tekstów, w niniejszym artykule koniecznym było przytoczenie znacznej liczby dosłownych cytatów. Uniwersa symboliczne wykreowane przez „Gazetę Wyborczą” i „Nasz Dziennik” wydają się nie mieć punktów stykowych. Publikujący na łamach „GW” jednoznacznie wskazywali, na kogo oddadzą swój głos, kto powinien wygrać i kto będzie – ich zdaniem – lepszy dla Polski². W „Naszym Dzienniku” – oprócz

¹ Autorka artykułu nie informuje, czego miały dotyczyć owe donosy.

² Warto nadmienić, że „Gazeta Wyborcza” do numeru z 6 lipca 2020 r. dołączyła plakat przedstawiający Rafała Trzaskowskiego (obraz tożsamy z tym, który widniał na zdewastowa-

wskazywania na kogo głosować i kto powinien zostać prezydentem – znalazło się wiele apeli o modlitwę do Boga i o łaskę Ducha Świętego, aby druga tura przyniosła oczekiwany przez publicystów „ND” rezultat. Tak radykalnie odmienne wizje dotyczące kandydatów na urząd prezydenta Rzeczypospolitej, kreowane przez przeanalizowane tytuły prasowe, wydają się umacniać istniejące już podziały w społeczeństwie i pogłębiać jego polaryzację.

Bibliografia

Prasa

- Baranowski Zenon. 2020. „Zohydowanie prezydenta”. *Nasz Dziennik* (149) : 4.
- Beylin Marek. 2020. „Kto zbuduje nam nowy świat?”. *Gazeta Wyborcza* (154) : 16.
- Bochenek Małgorzata. 2020. „Głos dla Polski”. *Nasz Dziennik* (156) : 1, 11.
- Czuchnowski Wojciech, Ewa Ivanowa. 2020. „Niejasna łaska prezydenta Dudy”. *Gazeta Wyborcza* (153) : 2.
- Czuchnowski Wojciech. 2020. „Dudapomoc 2020 dla pedofila”. *Gazeta Wyborcza* (156) : 5.
- Falkowska Beata. 2020. „Na pasku ideologii”. *Nasz Dziennik* (151) : 14–15.
- Ivanowa Ewa, Łukasz Woźnicki. 2020. „Dublerzy i nocne nominacje”. *Gazeta Wyborcza (Księga Prezydencka)* (158) : 8–9.
- Jagodziński Sławomir. 2020. „Wymódlmy nowego prezydenta”. *Nasz Dziennik* (150) : 8.
- Kamieniecki Mariusz. 2020a. „Potrzebna jeszcze większa mobilizacja” (rozmowa ze Stanisławem Markowskim). *Nasz Dziennik* (154) : 4.
- Kamieniecki Mariusz. 2020b. „To jest mój prezydent” (rozmowa z Martą Fircowicz-Mazurek). *Nasz Dziennik* (156) : 4.
- Kamieniecki Mariusz. 2020c. „Prezydent nie rządzi dekretemi” (rozmowa z Andrzejem Maciejewskim). *Nasz Dziennik* (149) : 2.
- Kamieniecki Mariusz. 2020d. „Kandydat Berlina” (rozmowa z Krzysztofem Kawęckim). *Nasz Dziennik* (155) : 6.
- Kublik Agnieszka. 2020. „Zmyślona opowieść o Polsce” (rozmowa z Radosławem Markowskim). *Gazeta Wyborcza* (159) : 8.
- Kucharczyk Grzegorz. 2020. „Pierwsza kostka domina”. *Nasz Dziennik* (154) : m1.
- Kurski Jarosław. 2020a. „Czas na reset”. *Gazeta Wyborcza* (150) : 2.
- Kurski Jarosław. 2020b. „Na demokrację, nie na awatara”. *Gazeta Wyborcza* (160) : 1.
- Kwaśniewski Tomasz. 2020. „Chcę tylko orzekać!” (wywiad z anonimową sędzią). *Gazeta Wyborcza* (159) : 14.
- Lewandowski Janusz. 2020. „Malowane hełmy w forcie Trump”. *Gazeta Wyborcza* (157) : 17.
- Mączyński Piotr. 2020. „Licytacja na podatki i dodatki”. *Gazeta Wyborcza* (157) : 5.
- Michnik Adam. 2020. „Nie bądźcie obojętni. Los Polski jest w Waszych rękach”. *Gazeta Wyborcza* (151) : 2.

nym muralu Wilhelma Sasnała, a którego zniszczenie było dla „GW” pretekstem do umieszczenia plakatu w gazecie), a razem z numerem z 8 lipca 2020 r. ukazał się dodatek w postaci *Księgi Prezydenckiej* Andrzeja Dudy (wyliczający jego złe decyzje i zaniedbania, podkreślający słabą pozycję w obozie rządzącym).

- Nyczka Tomasz. 2020. „Wkurzeni na Dudę i PiS”. *Gazeta Wyborcza* (160) : 6.
- Płatek Monika. 2020. „Tym razem prezydent postąpił słusznie, udzielając prawa łaski”. *Gazeta Wyborcza* (153) : 17.
- Rutkowska Małgorzata. 2020a. „Wybór wizji Polski” (rozmowa z Beatą Szydło). *Nasz Dziennik* (154) : 1, m2–m3.
- Rutkowska Małgorzata. 2020b. „Prezydent Polski suwerennej”. *Nasz Dziennik* (154) : m4–m5.
- Rutkowska Małgorzata. 2020c. „Kandydat obozu destrukcji”. *Nasz Dziennik* (154) : m6.
- Rutkowska Małgorzata. 2020d. „Zagłosujmy za Polską!” (wywiad z Tadeuszem Rydzykiem). *Nasz Dziennik* (158) : 1, 4–5.
- Sadurski Wojciech. 2020. „Dlaczego będę głosował na Rafała Trzaskowskiego”. *Gazeta Wyborcza* (158) : 14.
- Sądej Jacek. 2020a. „Debata na argumenty” (rozmowa z Piotrem Buchwaldem). *Nasz Dziennik* (152) : 4.
- Sądej Jacek. 2020b. „Nie agituję, mówię o faktach” (rozmowa ze Zbigniewem Marchwiakiem). *Nasz Dziennik* (153) : 2.
- Wielński Bartosz. 2020a. „Wolność prasy to czerwona linia”. *Gazeta Wyborcza* (157) : 2.
- Wielński Bartosz. 2020b. „Ta niedobra Unia”. *Gazeta Wyborcza (Księga Prezydencka)* (158) : 15.
- Wodecka Dorota. 2020. „Możemy wszystko” (rozmowa z Małgorzatą Trzaskowską). *Gazeta Wyborcza* (155) : 20–21.
- Wojciechowski Paweł. 2020. „Władzy do zawłaszczenia zostały już tylko samorządy i media” (rozmowa z Jackiem Karnowskim). *Gazeta Wyborcza* (160) : 7.
- Wroński Paweł. 2020a. „Jarosław Kaczyński zniknął. Dlaczego?”. *Gazeta Wyborcza* (158) : 6–7.
- Wroński Paweł. 2020b. „Marzenie o forcie Trump”. *Gazeta Wyborcza (Księga Prezydencka)* (158) : 14–15.
- Wróbel Urszula. 2020a. „Jednoznaczne poparcie”. *Nasz Dziennik* (155) : 7.
- Wróbel Urszula. 2020b. „Trzaskowski bez maski”. *Nasz Dziennik* (151) : 1.
- Wróbel Urszula. 2020c. „Prezydent ma mój wielki szacunek” (rozmowa z Teresą Bachanek). *Nasz Dziennik* (151) : 4.
- Żakowski Jacek. 2020. „Czego prezydent Duda nie ogarnia”. *Gazeta Wyborcza* (159) : 15.

Opracowania

- Bednarz Marek. 2009. Medialna mitologizacja rzeczywistości. W *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Mariusz Kolczyński, Marek Mazur, Stanisław Michalczyk (red.), 115–122, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Castells Manuel. 2013. *Władza komunikacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cichosz Marzena. 2003. *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Dobek-Ostrowska Bogusława. 2011. *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Feliksiak Michał. 2015. „Odbiór kampanii wyborczej i aktywność polityczna w internecie”. Centrum Badania Opinii Publicznej. Dostęp 2 listopada 2021. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_098_15.PDF.

- Pawlik Grażyna. 2009. Stronniczość polityczna mediów w demokracji. W *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Mariusz Kolczyński, Marek Mazur, Stanisław Michalczyk (red.), 147–157. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Pisarek Walery. 1983. *Analiza zawartości prasy*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”.
- Schulz Winfried. 2006. *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Artur Kozuch (przeł.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Stępińska Agnieszka. 2007. *Wizerunki autoprezentacyjne kandydatów na urząd Prezydenta RP w 2005 roku*. W *Media w wyborach, kampanie wyborcze, media w polityce*, Teresa Sasińska-Klas (red.), 214–239. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Street John. 2006. *Mass media, polityka, demokracja*, Tadeusz D. Lubański (przeł.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- „Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020 r”. 2020. Państwowa Komisja Wyborcza. Dostęp 2 listopada 2021. <https://prezydent20200628.pkw.gov.pl/prezydent20200628>.

Parallel Realities – The Image of the Candidates for the President of the Republic of Poland in 2020 in „Gazeta Wyborcza” and „Nasz Dziennik”

Abstract

This article is about the image of politicians created by mass media, which differs depending on the ideological closeness between the candidate and the type of media. The media creates its own symbolic universes to form in their consumers' minds premade interpretative schemes, which eliminate the need for individual thinking and will to recognise the truth about empirical reality. The author made use of the presidential election in Poland, which took place in 2020, and the two candidates who made it to the second round: Andrzej Duda and Rafał Trzaskowski. The author took into consideration two national dailies: “Gazeta Wyborcza” and “Nasz Dziennik” issued between 29th June 2020 and 11th July 2020. This article introduces a hypothesis that claims that the analysed dailies did not hide their sympathy for a particular candidate and were critical towards his competitor. Further, it examines how these newspapers included more critical or affirmative texts than ambivalent or neutral ones. In this article, both quantitative and qualitative methods are used.

Keywords: Andrzej Duda, image, media bias, presidential election, Rafał Trzaskowski