

Spis treści

Wstęp (Bogusława Dobek-Ostrowska)	7
Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym (Bogusława Dobek-Ostrowska)	13

Część pierwsza. Przekazy kontrolowane przez aktorów politycznych

Polski slogan wyborczy w kampaniach prezydenckich (1990–2005) (Anna Paluch)	35
Agenda polityczna na stronach internetowych polskich partii politycznych (Marcin Rudziński)	63
Telewizyjna reklama polityczna w kampanii do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku (Michał Jacuński, Robert Wiszniowski)	85
Reklama wizualna w samorządowej kampanii wyborczej we Wrocławiu w 2006 roku (Anna Ziarko)	99
Wyborcze debaty telewizyjne w Polsce. Funkcjonalna analiza dyskursu politycznego (Marek Piasecki)	123

Część druga. Przekazy kontrolowane przez media masowe

Stronniczość dzienników „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza” w kampanii parlamentarnej roku 2007 (Sylvia Pilarska)	155
Nagłośnienie debaty w sprawie Karty Praw Podstawowych w polskich mediach (1 stycznia 2007–31 grudnia 2008) (Kamila Majdecka)	177
Nagłośnienie kampanii do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. przez dzienniki opiniotwórcze „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita” (Bogusława Dobek-Ostrowska)	191
Nagłośnienie kampanii do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. przez dzienniki tabloidowe (Dorota Piontek, Bartosz Hordecki)	211
Nagłośnienie kampanii do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. Analiza zawartości telewizyjnych audycji informacyjnych TVP1, TVN i TV Polsat (Bartłomiej Łódzki)	225
Summaries	243
Indeks osób	249
Indeks rzeczowy	253

Contents

Introduction	7
Empirical Research in Political Communication (Bogusława Dobek-Ostrowska)	13

Part one. Political Messages

Polish Election Slogan in the Presidential Campaigns (1990–2005) (Anna Paluch)	35
Political Agenda on Polish Political Parties' Websites (Marcin Rudziński)	63
Televised Political Advertising in the 2009 European Election Campaign (Michał Jacuński, Robert Wiszniowski)	85
Visual Advertising in the 2006 Local Campaign in Wrocław (Anna Ziarko)	99
Televised Election Debates in Poland. Functional Analysis of Political Discours (Marek Piasecki)	123

Part two. News Media Coverage of Politics

Political Bias of the Daily Newspapers <i>Rzeczpospolita</i> and <i>Gazeta Wyborcza</i> in the 2007 Parliamentary Campaign (Sylvia Pilarska)	155
Polish Media Coverage of Debate on the Charter of Fundamental Rights (January 2007– December 2008) (Kamila Majdecka)	177
News Coverage of the 2009 European Union Parliamentary Election by Polish Broadsheets <i>Gazeta Wyborcza</i> and <i>Rzeczpospolita</i> (Bogusława Dobek-Ostrowska)	191
News Coverage of the 2009 European Union Parliamentary Election by Polish Tabloids (Dorota Piontek, Bartosz Hordecki).	211
News Coverage of the 2009 European Union Parliamentary Election by TV News Pro- grammes: TVP1, TVN and TV Polsat (Bartłomiej Łódzki)	225
Summaries	243
Index of names	249
Index of terminologies	253

Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym mają ponad 70-letnią tradycję. Zapoczątkował je Paul Lazarsfeld na Uniwersytecie Columbia w Nowym Jorku na początku lat 40. XX wieku. Badania te po II wojnie światowej w Europie najszybciej podjęli Niemcy, Holendrzy, Skandynawowie, Finowie. Imponujące dokonania mają komunikolodzy izraelscy, zainspirowani doświadczeniem Elihu Katza, zdobytym podczas długich lat współpracy z P. Lazarsfeldem. Badania takie prowadzone są także na uniwersytetach w Australii.

Ten typ badań z trudem przebija się w Europie Środkowo-Wschodniej, co wynika między innymi z silnej tradycji kształcenia w zakresie nauk społecznych w duchu teorii krytycznych, z opóźnień spowodowanych komunizmem i wysokimi kosztami projektów badawczych. Badania empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce to ciągle nowość. W latach 90. zaczęły powstawać pojedyncze prace, najczęściej opisowe i podręczniki, przybliżające polskiemu czytelnikowi wiedzę na ten temat. Pierwsze próby podejmowania badań empirycznych, obarczone często błędami metodologicznymi, pojawiły się dopiero około roku 2005.

Niniejsza praca jest publikacją pionierską, w całości opartą na tego typu badaniach. Autorzy, w zdecydowanej większości rozpoczynający karierę akademicką, wspomagali się samodzielnie stworzonymi narzędziami badawczymi lub byli uczestnikami międzynarodowych projektów badawczych i korzystali z narzędzi zbudowanych na potrzeby tychże. Stosując metody ilościowe i jakościowe, diagnozują oni procesy zachodzące w Polsce.

Oddając ten tom czytelnikowi, mamy nadzieję, że doceni on znaczenie badań empirycznych nad komunikowaniem politycznym. Wierzymy, że kolejne pokolenia badaczy, coraz lepiej przygotowanych warsztatowo, zechcą je podejmować i że dzięki tego typu pracom obraz komunikowania politycznego w Polsce będzie nie tylko coraz bogatszy, ale przede wszystkim wiarygodniejszy.