

Paweł Kuca*

**SPRAWOZDANIE Z KONFERENCJI NAUKOWEJ
„MEDIA W KAMPANIACH WYBORCZYCH”,
27–28 KWIETNIA 2015 ROKU, RZESZÓW**

W dniach 27 i 28 kwietnia 2015 r. w Uniwersytecie Rzeszowskim odbyła się konferencja naukowa „Media w kampaniach wyborczych”. Jej organizatorami byli pracownicy Zakładu Komunikowania Społecznego Instytutu Nauk o Polityce UR. Konferencja odbyła się przy współpracy z „Polskim Radiem Rzeszów”.

Celem konferencji była analiza i dyskusja nad kwestiami dotyczącymi funkcjonowania mediów w ramach kampanii wyborczych. W konferencji wzięli udział przedstawiciele z różnych ośrodków naukowych w Polsce. Wśród prelegentów byli badacze mediów i politolodzy z Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Śląskiego, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, Uniwersytetu Jagiellońskiego i Uniwersytetu Opolskiego. Wyniki swoich badań przedstawili też naukowcy z Uniwersytetu Wrocławskiego, Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej, Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Szkoły Humanitas w Sosnowcu oraz z Uniwersytetu Rzeszowskiego. Uczestnikami konferencji byli także goście zagraniczni – naukowcy z Uniwersytetu Lwowskiego im. Iwana Franki, a ponadto korespondent prasy izraelskiej w Polsce.

Konferencja odbyła się w ramach trzech sesji plenarnych i dwóch paneli tematycznych. Pierwszej sesji plenarnej przewodniczyła dr hab. prof. UR Agnieszka Pawłowska, dyrektor Instytutu Nauk o Polityce UR. W ramach sesji ogłoszono pięć referatów. Sesję otworzył prof. dr hab. Stanisław Michalczyk z Uniwersytetu Śląskiego, który przedstawił referat pt. „Komunikowanie polityczne jako praktyka i nauka: systematyka obszarów teoretyczno-badawczych”. Następnie prof. dr hab. Ewa Maj z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej mówiła o prasie niszowej

* Instytut Nauk o Polityce, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski, al. mjr. W. Kopisto 2a, 35-959 Rzeszów, e-mail: pawel.kuca@ur.edu.pl

wobec wyborów parlamentarnych w Polsce. Zagadnienie zostało zaprezentowane na przykładzie periodyków neoendeckich. Z kolei prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński z Uniwersytetu Warszawskiego skoncentrował się na wizerunku polityków w fotografii prasowej. Kolejny referat dotyczył kwestii etyki w kampaniach wyborczych. Ks. dr hab. prof. UPJPII Michał Drożdż analizował etyczne aspekty medialnych światów wyborczych. Pierwszą sesję plenarną zakończyło wystąpienie dr Weroniki Świerczyńskiej-Głowni z Uniwersytetu Jagiellońskiego, która przedstawiła referat pt. „Euvox i Barometr (VAA) jako alternatywne źródła informacji wyborczej”.

Drugiej sesji plenarnej przewodniczył prof. dr hab. Stanisław Michalczyk. W jej ramach zaprezentowano cztery referaty. Sesję otworzyło wystąpienie prof. dr hab. Borysa Potiatynyka z Uniwersytetu Lwowskiego, który poddał analizie kwestię pozornych informacji w kampaniach wyborczych. W referacie Autor skoncentrował się na analizie semiotycznej zagadnienia. Następnie dr hab. prof. UR Radosław Grabowski z Uniwersytetu Rzeszowskiego podjął problem politycznej stronniczości mediów. Refleksje były oparte na gruncie Konstytucji RP z 1997 r. Trzeci referat dotyczył kampanii wyborczej do europarlamentu w 2014 r. Dr Bartłomiej Łódzki z Dolnośląskiej Szkoły Wyższej przedstawił wyniki analizy dotyczące aktywności mediów tradycyjnych na platformach społecznościowych podczas wspomnianej kampanii. Badania były próbą odpowiedzi na pytanie, czy media tradycyjne przez swoją aktywność na platformach społecznościowych są czynnym moderatorem dyskusji politycznych, czy raczej chodzi o skuteczną autopromocję. Sesję zakończyło wystąpienie dr hab. prof. UR Wojciecha Furmana pt. „Wahl-O-Mat jako poradnik wyborczy”.

Trzeciej sesji plenarnej przewodniczył ks. dr hab. prof. UPJPII Michał Drożdż. W jej ramach zaprezentowano trzy wystąpienia, które dotyczyły różnych aspektów kampanii wyborczych na łamach prasy. W pierwszym referacie dr Małgorzata Adamik-Szysiak z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej zaprezentowała wyniki badań dotyczące sposobu relacjonowania kampanii wyborczej w czasie wyborów samorządowych w 2014 r. przez ogólnopolskie dzienniki „Gazetę Wyborczą” i „Rzeczpospolitą”. Z kolei dr Marek Palczewski ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej poddał analizie tygodniki opinii w Polsce w czasie wyborów prezydenckich w 2015 r. W badaniach chodziło o uchwycenie roli mediów w kampanii wyborczej – czy na łamach analizowanych tytułów można zaobserwować działania dziennikarskie, czy media zachowują się jako rzecznicy partyjnych interesów. Sesję zakończyło wystąpienie dr Katarzyny Brzozy z Uniwersytetu Śląskiego, która zaprezentowała wyniki

badań dotyczące obrazu wyborów samorządowych w 2014 r. na łamach „Dziennika Zachodniego”.

W drugim dniu konferencji odbyły się dwa panele, w czasie których przedstawiono szerokie spektrum tematów. Przewodniczącym pierwszego panelu był dr hab. prof. UR Radosław Grabowski. W ramach panelu wygłoszono osiem referatów. Panel rozpoczął dr Wojciech Maguś z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej referatem pt. „Logika mediów a pragmatyzm polityków”. Z kolei dr Błażej Choroś i dr Ewa Skrabacz z Uniwersytetu Opolskiego skoncentrowali się na analizie debat prezydenckich w samorządowej kampanii wyborczej. Następnie dr Krystian Dudek z Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu zwracał uwagę, przez analizę konkretnych przykładów, na znaczenie i rolę wizerunku medialnego polityków w czasie kampanii wyborczych. Kolejne prelekcje w ramach omawianego panelu były skoncentrowane na mediach regionalnych i lokalnych. Dr Zbigniew Chmielewski z Uniwersytetu Wrocławskiego zaprezentował wyniki badań prasoznawczych, które dotyczyły wyborów samorządowych na łamach dzienników regionalnych. Celem badań była odpowiedź na pytanie, czy w trakcie relacjonowania kampanii wyborczych na pierwszych stronach dzienników regionalnych dominują tematy programowe czy skandale. Dr Paweł Kuca z Uniwersytetu Rzeszowskiego analizował różne akcje redakcyjne podejmowane przez prasę regionalną w czasie kampanii wyborczych, zarówno samorządowych, jak i parlamentarnych. Z kolei mgr Monika Kornacka-Grzonka z Uniwersytetu Śląskiego omówiła wyniki badań dotyczące funkcji pełnionych przez regionalne portale internetowe w województwie śląskim w czasie wyborów samorządowych w 2014 r. Ostatnie dwa referaty w tym panelu dotyczyły także wyborów samorządowych z 2014 r. Mgr Arkadiusz Woźniak z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej analizował kampanię wyborczą w gminie Łęczna prowadzoną w lokalnych mediach, a mgr Łukasz Jędrzejski, także reprezentujący UMCS, przedstawił analizę dotyczącą kampanii wyborczej w powiecie skarżyskim na łamach mediów regionalnych.

Drugi panel odbył się pod przewodnictwem dr. hab. prof. UR Wojciecha Furmana. W ramach panelu zaprezentowano także referaty dotyczące mediów i kampanii wyborczej za granicą. Dr Aleksandra Kuczyńska-Zonik z Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej w Lublinie wygłosiła prezentację pt. „Vladimir Putin’s presidential election campaigns”. Nissan Tzur, korespondent prasy izraelskiej w Polsce, mówił o prywatnych mediach jako narzędziach politycznych. Kolejne dwa wystąpienia dotyczyły Ukrainy. Dr Krystyna Dacyszyn z Uniwersytetu Lwowskiego wygłosiła referat „Emotio i ratio w hasłach ukraińskiej

parlamentarnej kampanii wyborczej w 2014 r.”. Z kolei dr Jurij Zalizniak zatytułował swoje wystąpienie „Media a wojna. Wpływ wiarygodności przekazów podczas parlamentarnej kampanii wyborczej na Ukrainie w 2014 roku”.

Kolejny referat dotyczył wyborów prezydenckich w Polsce w 2015 r. Dr Dominik Szczepański z Uniwersytetu Rzeszowskiego analizował wizerunki autoprezentacyjne kandydatów w wyborach prezydenckich w portalach społecznościowych. Wybory prezydenckie, ale z 2010 r., były przedmiotem wystąpienia mgr Anny Goc z Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autorka poddała analizie językowy obraz Jarosława Kaczyńskiego i Bronisława Komorowskiego w polskiej prasie codziennej. W kolejnym wystąpieniu dr Tomasz Koziello z Uniwersytetu Rzeszowskiego skoncentrował się na analizie antyunijnej propagandy Ligi Polskich Rodzin na łamach „Myśli Polskiej”, „Nowej Myśli Polskiej” i „Racji Polskiej”. Panel zakończył referat mgr. Pawła Wieczorka ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej pt. „Gry medialne w kręgu i w kanale”.