

Streszczenie popularnonaukowe

Celem projektu jest określenie skali i charakteru wpływu mediów na orientacje polityczne. Po pierwsze, interesuje nas proces kształtowania się opinii publicznej: do jakiego stopnia jest ona produktem systemu medialnego. Po drugie, badać zamierzamy wpływ orientacji ideologicznej mediów na postawy i poglądy obywateli w zależności od tego, czy orientacje te są zgodne, czy sprzeczne z opiniami ludzi. Proponowane badanie umiejscowić można na przecięciu trzech dyscyplin: politologii, socjologii i nauki o komunikowaniu. Ujęcie politologiczne potrzebne jest przy konceptualizacji i operacjonalizacji postaw i poglądów politycznych; ujęcie socjologiczne zastosujemy do analizy zmian świadomości społecznej; doświadczenie nauk o komunikowaniu ważne będzie przy konceptualizacji i rejestracji przekazu medialnego.

Badanie wypełnić ma istniejącą lukę w wiedzy na temat czynników kształtujących opinię publiczną. Socjologia i politologia mogą pochwalić się ogromnym dorobkiem, jeśli chodzi o badanie zakresu, charakteru i korelatów postaw i poglądów społeczno-politycznych. Wiemy, jakie czynniki różnicują orientacje polityczne i jak związane są poglądy obywateli z programami partii politycznych. Polska politologia i socjologia polityki stosują z powodzeniem narzędzia pozwalające zarówno na pogłębioną analizę sceny politycznej i elektoratu w Polsce, jak i na analizy porównawcze. Przykładem empirycznych przedsięwzięć poruszających tę tematykę są programy badawcze, takie jak Polskie Generalne Studium Wyborcze i European Election Studies. Jednocześnie nauki o komunikowaniu (dziennikarstwie) dają szeroki obraz zmieniającego się środowiska mediów elektronicznych i drukowanych. Wiele wiemy o uwarunkowaniach strukturalnych tej branży, o zmieniających się zasadach doboru treści, o formach konsumpcji środków masowego przekazu. W ostatnich latach szczególnego znaczenia nabiera komunikacja internetowa: sieć www jest zarówno kanałem dostępu dla mediów tradycyjnych, jak i źródłem treści niedostępnych za pośrednictwem innych mediów.

Pojawia się jednak pytanie: do jakiego stopnia media są ważne dla demokracji i polityki? W jakim stopniu kształtują poglądy polityczne, wpływają na przekonania, skłaniają do głosowania na określone partie? Istniejące teorie i empiryczne wyniki pochodzą zwykle z krajów o ustabilizowanej, skonsolidowanej demokracji i niekoniecznie ważne są w Polsce. Szczególnie dotkliwy jest brak badań przeprowadzonych na reprezentatywnych próbach, pozwalających na szerokie zgeneralizowanie wyników.

W ramach badania szczególną rolę zwrócimy na rolę partii w socjalizacji elektoratów. Przyjmujemy, że relacja między partiami a ich wyborcami jest w znacznej mierze dwustronna: instytucje polityczne wyrażają dążenia i interesy wyborców, a jednocześnie kanalizują i organizują poglądy wyborców w spójne ideologie, które z kolei służą do tworzenia spójnych pod względem ideowym grup społecznych.

W badaniu testować chcemy hipotezy dotyczące: 1. Charakteru przekazu medialnego; 2. Znaczenia kontaktu z mediami (jego siły i charakteru) dla wyrobienia i artykulacji postaw; 3. Wpływu zgodności orientacji ideologicznej mediów i obywateli na siłę oddziaływania mediów; 4. Wpływu kompetencji poznawczych na zależność pomiędzy ekspozycją na treść a postawami.

Hipotezy dotyczą trzech mechanizmów wpływu: 1. Partisan bias: uważamy, że obywatele związani są intelektualnie i emocjonalnie z mediami, które organizują im ramy pojęciowe dla rozumienia polityki. 2. Source bias: sądzimy, że uprzedzenie obywateli wobec określonych mediów (friendly v. hostile media) odgrywa rolę przy recepcji treści; 3. Przypuszczamy, że reakcja na treści medialne ograniczona jest do osób o niskich kompetencjach poznawczych;

Podstawową metodą będzie sondażowe badanie panelowe na próbie reprezentatywnej dla obywateli Polski posiadających czynne prawo wyborcze. Pierwsza fala badania będzie punktem odniesienia: pomiar pozwoli określić wiedzę i orientację ideologiczną respondenta, a także jego kompetencje poznawcze. Druga fala badania zawierać będzie bodziec i jego efekt. Sondaż zrealizowany będzie online. Treści wybranych mediów zostaną na wstępnym etapie poddane analizie ilościowej i jakościowej. Koncentrujemy się na głównych źródłach informacji na temat polityki i – szerzej – spraw publicznych.