

Fenomen sukcesu Telewizji Republika. Legitymizacja i integracja konserwatywnej wspólnoty ideowej w warunkach transformacji medialnej

Paulina Szlencka (Uniwersytet Jagielloński)

Wstęp

Telewizja Republika stanowi jedno z najważniejszych zjawisk we współczesnym polskim pejzażu medialnym, a jej dynamiczny rozwój po 2023 roku¹ wyznacza nowy kierunek badań nad mediami ideowymi, procesami transformacji cyfrowej oraz zmianami w strukturze sfery publicznej. Od momentu powstania w 2013 roku² stacja funkcjonowała na marginesie rynku medialnego, utrzymując niski udział w oglądalności i docierając do stosunkowo wąskiej grupy odbiorców o zadeklarowanej silnej przynależności do konserwatywnego profilu światopoglądowego. Ten stan rzeczy uległ jednak gwałtownej i bezprecedensowej zmianie po wydarzeniach 20 grudnia 2023 roku, które całkowicie przeformułowały pozycję stacji w systemie medialnym. Tego dnia rozpoczął się proces wygaszania sygnału Telewizji Polskiej oraz masowej rekonfiguracji instytucjonalnej mediów publicznych, co doprowadziło do nagłego przemieszczenia znaczącej części odbiorców do Telewizji Republika. W konsekwencji stacja zanotowała skokowy wzrost udziału w rynku – z poziomu ułamkowych wartości do poziomu kilku procent oglądalności dziennej, a w niektórych pasmach nawet przekraczającego wyniki części największych nadawców informacyjnych³. Wzrost ten, potwierdzany zarówno w danych telemetrycznych, jak i w analizach ruchu internetowego, przełożył się na spektaku-

¹ 19 grudnia 2023 r. większość Sejmuwa obecnego rządu (244 głosy) przyjęła i uchwaliła ustawę odnoszącą się w swoim celu do „przywrócenia ładu prawnego oraz bezstronności i rzetelności mediów publicznych oraz Polskiej Agencji Prasowej”. Ta decyzja rozpoczęła kryzys polityczny o długofalowych skutkach – który przez część medioznawców określany jest mianem „sporu wokół mediów publicznych w Polsce”. Uchwała ta została zrealizowana dzień później tj. 20 grudnia, kiedy to nowo powołany przez ministra Sienkiewicza, szef rady nadzorczej TVP Piotr Zemła, wszedł wraz z towarzyszącymi mu funkcjonariuszami policji do siedziby telewizji publicznej przy ul. Woronicza w Warszawie w celu objęcia nowo nadanej funkcji i wprowadzenia zmian w stacji.

² Zmiany zarówno w składzie zarządu mediów publicznych w latach 2006-2011 jak i w ofercie programowej w czasie zmieniającej się prezesury w spółce TVP S.A. Jana Dworaka (będącego prezesem spółki od lutego 2004 do maja 2006), jak i Juliusza Brauna (prezesa od 2011 roku) wywołały sprzeciw w środowisku pracowniczym telewizji publicznej, które „nie godziło się na wprowadzanie do przekazu stacji wyraźnych wpływów politycznych i ideologicznych” – jak twierdziły ów środowiska – „niezgodnych z racją widzów mediów publicznych”. Odpowiedzią na wyżej opisane zmiany w Telewizji Polskiej S.A. stał się w 2012 roku pomysł stworzenia własnej telewizji, reprezentującej wartości patriotyczne, rodzinne i obywatelskie. Stacja miała powstać pod zarządem „Telewizji Niezależnej Spółki Akcyjnej” i jej prezesa Piotra Beretkowskiego. Informacja o chęci utworzenia własnego medium telewizyjnego została oficjalnie wygłoszona na specjalnie zwołanej do tego konferencji prasowej 21 grudnia 2012 roku. Stacja została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym 7 stycznia 2013 roku, z siedzibą na ul. Farbiarskiej 73 w Warszawie. Pierwsze stworzone przez siebie programy Telewizja Republika wyemitowała za pomocą kanałów Internetowych 10 kwietnia 2013 roku.

³ Jeszcze na początku II kwartału 2023 roku Telewizja Republika notowała średnią oglądalność minutową widowni (AMR) w liczbie 1 069, zasięg dzienny (RCH proc.) na poziomie 0,60 proc., natomiast udział w widowni ogólnej telewizji (SHR proc.) wynosił 0,09 proc. Dla porównania – po wydarzeniach z 20 grudnia 2023 roku – najwyższym wynikiem osiągniętym przez stację było 12,28 proc. udziału w rynku (SHR proc.) w dniu 14 kwietnia 2025 roku.

larny wzrost rozpoznawalności marki, radykalne poszerzenie grupy odbiorców oraz intensyfikację roli Republiki w dyskursie politycznym. Stacja zyskała status jednego z głównych punktów odniesienia dla konserwatywnej części opinii publicznej, stając się równocześnie medium o szerokiej obecności w komunikacji sieciowej oraz przestrzeni partycypacyjnej.

Mimo istotnej obecności Telewizji Republika w polskim krajobrazie medialnym i politycznym, stacja ta pozostaje relatywnie słabo opisana w literaturze naukowej. Jak dotąd nie opublikowano pogłębionej monografii ani szerszego studium poświęconego temu medium. Za jedną z nielicznych prób uporządkowania wiedzy o genezie, rozwoju i pozycji stacji można uznać pracę licencjacką Pauliny Szlenckiej⁴. Autorka, analizując działalność Telewizji Republika w kontekście mediów tożsamościowych, wskazała na ideowy charakter przekazu jako kluczowy czynnik warunkujący sukces medium w społeczeństwie spolaryzowanym. W pracy uwzględniono zarówno wymiar ideologiczny, jak i organizacyjny, obejmujący strategie komunikacyjne, dystrybucję treści, działania marketingowe oraz modele finansowania. Praca ta stanowi istotny punkt odniesienia dla badań nad Republiką, lecz nie wyczerpuje całości problematyki związanej z wpływem stacji na odbiorców, jej znaczeniem politycznym oraz sposobami, w jakie redefiniuje ona współczesną sferę publiczną. Luka badawcza pozostaje w tym obszarze wciąż wyraźna. Pomimo rosnącej roli Republiki w polskim systemie medialnym, brakuje pogłębionych analiz dotyczących społecznych i politycznych konsekwencji jej ekspansji, w tym wpływu na procesy legitymizacji grup konserwatywnych, reprodukcję tożsamości wspólnotowych oraz kształtowanie emocjonalnych stylów odbioru. Stacja ta oddziałuje bowiem nie tylko poprzez dostarczanie informacji, lecz poprzez tworzenie przestrzeni afektywnej, w której odbiorcy zyskują poczucie przynależności, bezpieczeństwa interpretacyjnego i symbolicznej reprezentacji. W tym sensie Republika funkcjonuje jako medium pełniące funkcje zarówno komunikacyjne, jak i wspólnototwórcze, kompensacyjne oraz mobilizacyjne. Znaczenie badań nad Telewizją Republiką wynika również z szerszych przemian zachodzących w strukturze współczesnej komunikacji. Fragmentaryzacja sfery publicznej, rosnąca dominacja platform cyfrowych, mechanizmy algorytmicznej selekcji treści oraz intensyfikacja polaryzacji politycznej prowadzą do coraz większego znaczenia mediów ideowych, profilowanych i segmentowanych. W modelu tym kluczową wartość staje się nie uniwersalizm przekazu, lecz zdolność do integracji silnie zmotywowanej wspólnoty, która nie tylko odbiera treści, lecz aktywnie je współtworzy i reprodukuje w ramach własnych sieci komunikacyjnych. Jej aktywność wpisuje się w globalny trend wzrostu mediów digitalfirst, które w coraz większym stopniu determinują kształt debaty publicznej, redefiniują relacje nadawca - odbiorca oraz stają się przestrzeniami intensywnej ekspresji i identyfikacji ideowej.

Niniejszy artykuł ma na celu dostarczenie wieloaspektowej, pogłębionej analizy fenomenu Telewizji Republika, uwzględniającej zarówno kontekst medialny i polityczny, jak i przemiany technologiczne, ekonomiczne oraz społeczne wpływające na jej rozwój. Szczególny nacisk został położony na skutki oddziaływania stacji na odbiorców, mechanizmy legitymizacji wspólnoty konserwatywnej oraz procesy integracji ideowej zachodzące w warunkach transformacji medialnej. Analiza ta po-

⁴ P. Szlencka, *Telewizja Republika jako manifestacja idei mediów tożsamościowych. Przyczyny ekspansji na polskim rynku medialnym*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2025, <https://www.ap.uj.edu.pl/diplomas/180259/>.

zwala uchwycić nie tylko specyfikę Republiki, lecz także szersze tendencje redefiniujące współczesną polską sferę publiczną.

Republika w odniesieniu medioznawczych ram teoretycznych

Fenomen popularności, działalności i zasięgu odbioru Telewizji Republika można osadzić w szerokim spektrum współczesnych teorii medioznawczych, jak również socjopolitycznych, które pozwalają na zrozumienie funkcji, strategii komunikacyjnych oraz kulturowego znaczenia tego medium w polskiej przestrzeni medialno-publicznej. Telewizja ta stanowi przykład zjawiska z pogranicza mediów alternatywnych, tożsamościowych jak i politycznie zmediatyzowanych, które redefiniują ramy, granice debaty publicznej, jak również legitymizują określony przez siebie porządek symboliczny oraz tworzą emocjonalnie zakorzenione wspólnoty interpretacyjne.

Telewizja Republika stanowi szczególnie interesujący przypadek dla refleksji nad współczesną kondycją sfery publicznej, zwłaszcza w kontekście klasycznej teorii Jürgena Habermasa⁵ oraz jej późniejszych rewizji autorstwa Nancy Fraser⁶. Habermas, formułując koncepcję racjonalnokrytycznej sfery publicznej, zakładał istnienie przestrzeni komunikacji opartej na argumentacji, inkluzywności i dążeniu do uniwersalnego porozumienia. Media, w tym ujęciu, pełnią rolę instytucji umożliwiającej demokratyczną wymianę poglądów wolnych od partykularnych interesów. Tymczasem Telewizja Republika funkcjonuje jako przykład sfery publicznej o charakterze partykularnym, w której priorytetem nie jest deliberacja, lecz afirmacja określonej wizji świata. Jest to przestrzeń symbolicznej konsolidacji, a nie negocjowania stanowisk. W duchu krytyki Habermasa, Nancy Fraser zwracała uwagę na istnienie tzw. kontrpubliczności⁷ – alternatywnych obiegu komunikacyjnych, w których grupy marginalizowane lub niedostatecznie reprezentowane tworzą własne dyskursy. W tym sensie Republika może być postrzegana jako konserwatywna kontrpubliczność wobec dominujących narracji liberalnych w polskich mediach. Jej zadaniem jest nie tyle uczestnictwo w uniwersalnej debacie, ile podważanie hegemonii dyskursywnej mainstreamu oraz formowanie alternatywnego porządku znaczeń. Co warto podkreślić, rozumiana w ten sposób kontrpubliczność – nie realizuje w pełni potencjału inkluzywnego. Zamiast tworzyć przestrzeń rozszerzonej deliberacji, Republika wzmacnia komunikację wewnątrzwspólnotową, co sprawia, że odbiorcy uczestniczą w procesie potwierdzania własnych przekonań. Tym samym sfera publiczna konstruowana przez to medium ma charakter afektywny, oparty na emocjach, symbolach i wartościach moralnych. Fenomen ten ilustruje napięcie między ideałem uniwersalności komunikacji, a praktyką segmentacji medialnej. Z perspektywy Habermasa można go interpretować jako dezintegrację sfery publicznej, natomiast w ujęciu Fraser – jako przejaw pluralizacji i walki o widzialność konserwatywnej części społeczeństwa.

Telewizja Republika – szczególnie biorąc pod uwagę precedens, który stał się impulsem do jej powstania w 2013 roku – wpisuje się w teorię mediów alternatywnych. Chris Atton definiuje media alternatywne jako formację przeciwstawiającą

⁵ J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, tł. Wanda Lipnik, Małgorzata Łukasiewicz; wpraw. i red. nauk. oraz weryfikacja przekł. Marek Czyżewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

⁶ N. Fraser, *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, Duke University Press, No. 25/26, 1990.

⁷ Tamże, s. 67.

się dominującym modelom produkcji i dystrybucji treści⁸. W początkowym okresie swojej działalności Telewizja Republika spełniała te kryteria, funkcjonując jako projekt kontrhegemoniczny, oferujący konserwatywny punkt widzenia marginalizowany przez największe stacje telewizyjne. Wraz ze wzrastającą rozpoznawalnością i zasięgami stacji można dostrzec proces jej przechodzenia od projektu aktywistycznego dziennikarzy prawicowych do istotnego oraz wpływowego elementu konserwatywnego ekosystemu medialnego.

Jednocześnie w dyskursie o mediach alternatywnych John D. H. Downing zwraca uwagę na społeczne funkcje, które pełnią opisywane media: mobilizację, budowanie tożsamości i wzmacnianie wspólnoty⁹. W tym sensie Republika była platformą oporu wobec liberalnocentrowej hegemonii komunikacyjnej. Jednak wraz ze wzrostem zasięgu i instytucjonalizacji, medium to zaczęło tracić cechy alternatywności. Zaobserwować można tu proces, który Chris Atton określa mianem „instytucjonalizacji alternatywności¹⁰”. Pojęcie to odnosi się do momentu, w którym medium opozycyjne zyskuje status części nowego porządku symbolicznego. Republika, choć nadal kreuje się na outsidera, pełni dziś funkcję quasimainstreamowego kanału w obrębie konserwatywnego segmentu mediów. Zachowuje retorykę alternatywności, delegitymizując media głównego nurtu, jednocześnie wzmacniając władzę symboliczną środowisk, które reprezentuje. To hybrydowa forma mediów alternatywnych, pełniącą z jednej strony funkcję kontestacyjną, z drugiej zaś osadzona w strukturach politycznej dominacji.

Zgodnie z teorią mediatyzacji polityki, media nie tylko relacjonują życie publiczne, lecz wpływają na logikę działania aktorów politycznych. Telewizja Republika stanowi przykład współczesnej mediatyzacji, jak i jej intensyfikacji. Politycy występujący w jej programach przyjmują język, ton i formę zgodne z oczekiwaniami medium, co potwierdza tezę o „kolonizacji” polityki przez media¹¹, formułowaną przez Mazzoleniego i Schulza. Objawia się to narzuceniem przez określone medium rytmu debaty, jak również definicji głównych problemów politycznych, oferując jednocześnie ich moralną interpretację. Wiele narracji obecnych w szerszym obiegu publicznym ma swoje źródło lub wzmocnienie właśnie w Republice. Politycy prawicy wykorzystują stację zarówno jako swoiste laboratorium testowania przekazów, jak i narzędzie budowania wizerunku liderów. Tyczy się to również polityków partii rządzącej, niezwiązanych z konserwatywnym światopoglądem, którzy świadomi wpływu i zasięgów stacji – w poszukiwaniu poparcia wyborców – czują się zobowiązani do uczestnictwa w debatach i programach Republiki. W ten sposób medium to nie tylko odzwierciedla politykę, lecz także ją konstruuje.

Problematykę działalności Telewizji Republika opisuje również teoria ramowania, w której media konstruuja rzeczywistość poprzez selektywne akcentowanie określonych aspektów wydarzeń¹². Opisywana stacja stosuje spójną i konsekwentną strukturę ram interpretacyjnych, które nadają wydarzeniom wyrazisty sens moralny, co wpisuje się we wrażliwość światopoglądową widzów. Jako że głównym

⁸ C. Atton, *Alternative and Activist New Media*, „Prometheus”, 31(1), s. 77-79, 2013.

⁹ J. D. H. Downing, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, SAGE, Thousand Oaks, s. 38-40, 2001.

¹⁰ C. Atton, dz. cyt., s. 78.

¹¹ G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?*, „Political Communication”, 16(3), s. 247-261, 1999.

¹² R. M. Entman, *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, „Journal of Communication”, 43(4), s. 51-58, 1993.

adresatem przekazu medialnego Republiki, jest wspólnota konserwatywna, patriotyczna oraz chrześcijańska – treść przekazu jest uporządkowana zgodnie z system wartości widzów, ukierunkowanych – szczególnie poprzez wyznaczenie – na podział odbieranych informacji w kategoriach: „dobry/zły”, czy też „moralne/niemoralne”. Dominującym ujęciem pozostaje jednak rama, odwołująca się do wrażliwości historycznej i patriotycznej – rama zagrożenia i obrony, w której Polska we współczesnej Europie, dotkniętej kryzysem migracyjnym i recesją jest zagrożoną twierdzą. Stacja stosuje także metaramowanie¹³: odwołania do patriotyzmu, suwerenności i misji dziejowej. Ramy te zauważalne są we wszystkich poziomach przekazu, począwszy od doboru tematów, format programów, ich język, po obrazowanie. Z perspektywy Roberta M. Entmana, wykorzystanie narzędzia jakim jest ramowanie skutecznie perswazuje mediów, co w przypadku Telewizji Republika, pozwala na efektywną mobilizację konserwatywnej wspólnoty.

W koncepcji mediów tożsamościowych¹⁴ szczególnie należy akcentować ich rolę w tworzeniu i utrwalaniu wspólnot ideowych. Telewizja Republika w pełni realizuje ten model, stając się przestrzenią konstytuowania narodowokatolickiej tożsamości. Medium to nie prezentuje tożsamości jako jednego z możliwych wariantów, lecz jako normę kulturową. W tym sensie Republika pełni funkcję integracyjną – scala odbiorców poprzez powtarzane rytuały symboliczne, narracje o wspólnotocie i odwołania do wartości absolutnych. Komunikacja staje się tu formą rytuału uczestnictwa, reprodukującą kulturowy habitus, afirmującą tożsamość patriotyczną i konserwatywną. Telewizji Republika, można więc nadać w pewnym sensie statusu medium quasireligijnego, oferującego odbiorcom poczucie sensu, przynależności i moralnego bezpieczeństwa. Tak rozumiane media tożsamościowe są narzędziem kulturowej samoobrony wobec medialnej przewagi narracji lewicowo-liberalnych.

Zaspokajanie potrzeby istnienia przekazu tożsamościowego, prowadzi naturalnie do efektu terapeutycznego mediów, badanego w ostatnich latach przez Anthony'ego Nadlera¹⁵. Zwracał on uwagę, że media identyfikujące się z wybranymi wspólnotami światopoglądowymi, umożliwiają odbiorcom – poprzez swój przekaz – na radzenie sobie z poczuciem odrzucenia i wynikającymi z niego niepewnością i lękiem. Telewizja Republika realizuje tę funkcję poprzez dostarczanie odbiorcom narracji porządkującej świat w kategoriach moralnych. Dzięki przewidywalnym schematom wyjaśniania zdarzeń widz doświadcza psychologicznego ukojenia i odzyskuje poczucie kontroli. W tym kontekście Republika działa jako narzędzie „emocjonalnej homeostazy”. Jej przekaz oferuje klarowne granice dobra i zła, a rytm programowy wzmacnia wrażenie ciągłości i sensu. Medium pełni funkcję kompensacyjną wobec frustracji społecznych, a jednocześnie umożliwia odreagowanie lęków.

W ujęciu teorii Mariusza Seclera media są aktywnym uczestnikiem procesu legitymizacji aktorów politycznych¹⁶. Telewizja Republika w pełni realizuje tę funkcję,

¹³ D. A. Snow, R. Benford, *Master Frames and Cycles of Protest*, w: *Frontiers in Social Movement Theory*, Yale University Press, s. 133–155, New Haven, 1992.

¹⁴ Pojęcie mediów tożsamościowych, istniejące już w dyskursie medialnym w Stanach Zjednoczonych pod nazwą *identity media*, zostało wprowadzone do polskiej debaty publicznej przez Pawła Lisickiego, który w 2013 r. na łamach kwartalnika „Nowe Media” opublikował tekst pt. *Dekalog redaktora*. Paweł Lisicki w swoim tekście opisuje kultywowanie własnej tożsamości jako nadrzędne zadanie mediów we współczesnym świecie: P. Lisicki, *Dekalog redaktora*, „Nowe Media”, nr. 3, s. 6, 2013.

¹⁵ A. Nadler, *Political Identity and the Therapeutic Work of U.S. Conservative Media*, „International Journal of Communication”, vol. 16, s. 2621–2633, 2022.

¹⁶ B. Secler, *Polityka i media w obliczu demokracji medialnej*, w: *Demokracja w obliczu nowych mediów*, red. M. Musiał-Karg, Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 168–169, Toruń 2013.

konstruując obraz konserwatywnego porządku politycznego jako moralnie słusznego i zgodnego z wolą narodu. Poprzez selekcję tematów i emocjonalne nacechowanie przekazu medium to pośrednio wpływa na delegitymizację przeciwników politycznych ugrupowań o tożsamej palecie poglądów, co wpływa tym samym na uprawomocnienie opinii oraz działań aktorów konserwatywnej części sceny politycznej. Legitymizacja ta ma charakter emocjonalno-symboliczny. Republika działa jako mediator wartości, przenosząc dyskurs polityczny na poziom moralności i narodowej wspólnoty.

Problematyka „fenomenu” Telewizji Republika została po raz pierwszy wprowadzona do badań w dyskursie medioznawczym w pracy dyplomowej autorki Pauliny Szlenckiej¹⁷. Badania te wykazały, że widzowie traktują Republikę jako przestrzeń ideowej przynależności w mainstreamie zdominowanym przez poglądy o charakterze lewicowo-liberalnym, jak również jako przestrzeń do manifestowania swojej tożsamości, nie tylko w sposób bierny jako widzowie – ale również jako aktywni uczestnicy rewolucji w polskich mediach i polityce państwowej. Telewizja Republika tworzy „emocjonalną architekturę wiarygodności”, w której prawda utożsamiana jest z moralną wspólnotą nadawców i odbiorców.

Łącznie omówione podejścia teoretyczne pozwalają uchwycić złożony charakter Telewizji Republika jako projektu medialnego działającego na przecięciu sfery politycznej, kulturowej i emocjonalnej.

Profil ideowy, programowy i organizacyjny Telewizji Republika

Telewizja Republika, choć przez wiele lat pozostawała projektem o charakterze wyraźnie niszowym, wypracowała w ciągu ostatniej dekady spójną i rozpoznawalną strukturę ideową, programową oraz organizacyjną. Te trzy wymiary: światopoglądowy, ramówkowy i instytucjonalny, tworzą w jej przypadku układ ściśle powiązany, w którym każdy element wzmacnia pozostałe. Profil ideowy stacji determinuje kierunek doboru treści, struktura programowa porządkuje sposób artykulacji narracji, a organizacja pracy redakcyjnej odzwierciedla strategiczne ambicje nadawcy. Zrozumienie fenomenu Telewizji Republika wymaga więc zrozumienie tych obszarów jako wzajemnie uzupełniających się komponentów jednego projektu komunikacyjnego.

Ideowy rdzeń Telewizji Republika opiera się na konserwatywnej interpretacji życia publicznego, obejmującej zarówno kwestie społeczne i kulturowe, jak i polityczne. Stacja od początku swojej działalności deklarowała przywiązanie do wartości narodowych, tradycji, wspólnoty oraz suwerenności państwowej, co sytuuje ją w obszarze mediów segmentowanych, adresujących przekaz do określonego kręgu światopoglądowego.

W początkowej fazie działalności stacja ta docierała przede wszystkim do odbiorców związanych ze środowiskami prawicowej publicystyki i klubów obywatelskich powiązanych z mediami konglomeratu Niezależne Media. Jednak gwałtowny wzrost oglądalności po 2023 roku doprowadził do znaczącej transformacji roli ideowej stacji. Z nadawcy niszowego Republika przekształciła się w centralny punkt odniesienia dla szerokiej wspólnoty konserwatywnej, poszukującej alternatywy wobec mediów mainstreamowych. Ideowość Republiki zaczęła pełnić rolę nie tyl-

¹⁷ P. Szlencka, dz. cyt., s. 99-100.

ko filtru interpretacyjnego, ale również symbolicznego „centrum ciężkości”, wokół którego konsoliduje się konserwatywna opinia publiczna.

Na profil ideowy stacji składają się konsekwentnie stosowane strategie komunikacyjne, takie jak akcentowanie konfliktu między dominującą narracją liberalną a ujawnianą prawdą w rozumieniu stacji, eksponowanie zagrożeń dla suwerenności państwa i integralności kulturowej oraz wykorzystywanie wyrazistych osobowości dziennikarskich jako nośników przekazu. Ideowość Telewizji Republika jest więc sprzężona z jej tożsamością medialną i nie ogranicza się do transmisji określonych treści – funkcjonuje jako integralna cecha całego projektu komunikacyjnego, który jednocześnie wyjaśnia, porządkuje i emocjonalnie angażuje odbiorców. Równie istotnym elementem funkcjonowania stacji jest model wielofunkcyjności dziennikarskiej. Ci sami publicyści pełnią role prowadzących programy, komentatorów, twórców treści internetowych oraz reprezentantów stacji podczas wydarzeń publicznych. Ten sposób organizacji wzmacnia rozpoznawalność marki osobistej pracowników redakcji i wpisuje się w logikę marketingu tożsamościowego, w którym osobowości medialne stanowią fundament atrakcyjności przekazu.

Publiczność Telewizji Republika w hybrydowym modelu odbioru

Dynamiczny wzrost oglądalności Republiki doprowadził do znaczącej zmiany struktury jej widowni. O ile do 2023 roku odbiorcy stacji stanowili przede wszystkim grupę o wysokim poziomie identyfikacji ideowej oraz lojalności, o tyle kolejne miesiące przyniosły poszerzenie widowni o segmenty wcześniej nieobecne w ekosystemie tego medium. Wśród nowych odbiorców znajdują się zarówno osoby poszukujące alternatywy informacyjnej po przekształceniach mediów publicznych, jak i użytkownicy platform cyfrowych, którzy natrafili na stację dzięki jej intensywnej obecności w mediach społecznościowych.

Telewizja Republika zaczęła docierać także do widzów okazjonalnych, konsumujących treści głównie w formie krótkich klipów rozpowszechnianych w sieci. Hybrydowy model funkcjonowania, obejmujący: transmisję linearną, produkcję treści platformowych oraz streaming – umożliwia jej absorpcję zróżnicowanych grup odbiorców, z których każda korzysta z innych funkcji medium. Odbiorcy ideowi traktują Republikę jako przestrzeń wspólnoty symbolicznej, użytkownicy cyfrowi – jako źródło dynamicznych komentarzy, a widzowie okazjonalni – jako dostawcę atrakcyjnych materiałów, ukazujących inny punkt widzenia na poruszane przez media mainstreamowe tematy. W efekcie Telewizja Republika dostrzegalnie pełni rolę zarówno medium wielowymiarowego, integrującego rolę nadawcy linearnego, producenta treści cyfrowych, jak i instytucji wspólnotowej, zaangażowanej w kształtowanie konserwatywnej sfery publicznej.

Struktura konglomeratu Niezależne Media

Telewizja Republika funkcjonuje w ramach szerokiego ekosystemu medialnego Niezależne Media, który od początku swojego istnienia pełnił rolę alternatywnego obiegu informacyjnego wobec dominujących w Polsce mediów publicznych i komercyjnych. Zrozumienie pozycji i dynamiki Republiki wymaga uwzględnienia zarówno strukturalnych zależności wewnątrz konglomeratu, jak i szerszych procesów ideowych oraz rynkowych, które kształtują funkcjonowanie stacji.

Ilustracja 1. Schemat graficzny konglomeratu Niezależne Media



Źródło: Paulina Szlencka, Telewizja Republika jako manifestacja idei mediów tożsamościowych. Przyczyny ekspansji na polskim rynku medialnym.

Konglomerat Niezależne Media tworzy złożoną sieć instytucji – od portali internetowych po media drukowane i inicjatywy społecznościowe – których wspólnym celem jest budowanie alternatywnej infrastruktury komunikacyjnej dla odbiorców o konserwatywnej orientacji światopoglądowej. Telewizja Republika zajmuje w tej strukturze pozycję szczególną, pełniąc funkcję najbardziej dynamicznego i najszybciej rozwijającego się medium audiowizualnego. Jej rozwój wspierany jest przez liczne relacje kadrowe i organizacyjne z pozostałymi elementami konglomeratu, co umożliwia płynny przepływ zasobów, ekspertów i treści. Stacja korzysta zarówno z zaplecza dziennikarskiego wywodzącego się ze środowisk związanych z „Gazetą Polską”, jak i z synergii programowej wynikającej ze współpracy między telewizją, portalami oraz strukturami klubów obywatelskich.

Obecność Telewizji Republika w ramach konglomeratu wzmacnia jej pozycję dzięki mechanizmom wzajemnej promocji i dystrybucji treści. Wewnętrzna sieć komunikacyjna Niezależnych Mediów umożliwia stacji budowanie stabilnej widowni, lojalnej nie tylko wobec przekazu telewizyjnego, lecz wobec całego środowiska światopoglądowego. W warunkach rosnącej fragmentaryzacji sfery publicznej¹⁸ stanowi to istotną przewagę konkurencyjną, pozwalając opisywanej stacji efektywnie utrzymywać spójność przekazu oraz konsolidować grupę odbiorców.

¹⁸ Fragmentaryzacja sfery publicznej to proces polegający na rozpadaniu się jednolitej, wspólnej przestrzeni komunikacyjnej na wiele odrębnych, często wzajemnie izolowanych mikro-sfer. W nowoczesnym środowisku medialnym – szczególnie pod wpływem mediów cyfrowych, algorytmizacji i personalizacji przekazów – odbiorcy coraz rzadziej uczestniczą w tej samej debacie publicznej. Zamiast tego funkcjonują w równoległych, niekiedy konkurencyjnych lub wrogich wobec siebie wspólnotach informacyjnych. Prowadzi to do: zanikania wspólnych punktów odniesienia, ograniczania deliberacji między grupami, wzmacniania polaryzacji, tworzenia „baniek informacyjnych” oraz publiczności niszowych. Fragmentaryzacja oznacza więc, że sfera publiczna traci spójność, a dyskurs polityczny staje się rozproszony i rozbity na wiele odmiennych światów znaczeń.: P. Dahlgren, *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*, Cambridge University Press, s. 148-152, Cambridge 2009.

Konglomerat jako alternatywna infrastruktura komunikacyjna

Niezależne Media powstały jako odpowiedź na postrzeganą przez część odbiorców dominację liberalnych treści w przestrzeni publicznej oraz brak reprezentacji dla konserwatywnego segmentu społeczeństwa. W efekcie ukształtowała się struktura, która łączy funkcje informacyjne, publicystyczne i organizacyjne. Telewizja Republika stanowi w tej sieci najważniejsze medium audiowizualne, a jej bezprecedensowy rozwój po 2023 roku ujawnił potencjał konglomeratu jako narzędzia umożliwiającego dynamiczną ekspansję medialną.

Funkcjonowanie stacji telewizyjnej w tej sieci wzmacniają trzy kluczowe czynniki. Po pierwsze, stacja korzysta z zaplecza kadrowego wywodzącego się z wieloletniej działalności publicystycznej środowiska związanego z „Gazetą Polską”, w tym doświadczonych dziennikarzy, organizatorów debat publicznych i korespondentów. Po drugie, Telewizja Republika stanowi centralny element systemu cross-promocji – treści emitowane antenowo są natychmiast powielane w portalach, a artykuły prasowe stanowią punkt wyjścia dla audycji telewizyjnych. Po trzecie, konglomerat zapewnia stacji dostęp do stabilnej wspólnoty odbiorców, zakorzenionej organizacyjnie w Klubach „Gazety Polskiej”¹⁹, które od lat stanowią jedną z najbardziej zorganizowanych struktur społecznych w polskim życiu publicznym.

Strategiczne znaczenie synergii organizacyjnej

Relacje między poszczególnymi mediami wchodzącymi w skład Niezależnych Mediów mają charakter systemowy. Spójność narracyjna jest tu nie tylko efektem podobnych orientacji światopoglądowych, ale również rezultatem wspólnej strategii długofalowej. Konglomerat funkcjonuje jako całość, w której każdy podmiot pełni określoną funkcję. W tym schemacie zależności papierowe i cyfrowe media publicystyczne, pełniąc rolę nadawania ram interpretacyjnych, za to portale newsowe ustanawiają obieg informacji; twórcy i członkowie Klubów „Gazety Polskiej” zapewniają zakorzenienie lokalne treści oraz zaplecze mobilizacyjne. W tym ujęciu natomiast Telewizja Republika nie jest autonomicznym medium, lecz centralnym elementem większej infrastruktury komunikacyjnej, która umożliwia jej szybkie reagowanie na kryzysy polityczne, organizowanie wspólnotowych wydarzeń oraz wzmacnianie przekazu za pomocą synergii międzyplatformowej. Równocześnie współpraca między podmiotami konglomeratu przyczynia się do utrzymywania jednolitości przekazu, co w przypadku mediów tożsamościowych ma znaczenie kluczowe – odbiorcy otrzymują komunikaty spójne, łatwe do interpretacji i emocjonalnie zakotwiczone w znanym repertuarze symboli.

Niezależne Media pełnią również funkcję organizacyjną i mobilizacyjną, która wspiera Telewizję Republika w procesie budowania stałej, zaangażowanej widowni. Kluby „Gazety Polskiej” odgrywają tu rolę szczególną: są one zarówno odbiorcami, jak i multiplikatorami przekazu. Dzięki ich aktywności treści stacji funkcjonują nie tylko jako komunikaty medialne, ale również jako elementy rytuałów wspólnotowych: oglądane w grupach, komentowane podczas spotkań, wykorzystywane w przygotowywaniu wydarzeń publicznych. W rezultacie Telewizja Republika funk-

¹⁹ Kluby „Gazety Polskiej” to niezależna struktury społeczno-polityczna, połączona ideowo z „Gazetą Polską”. Kluby na ten moment zlokalizowane są w 529 miejscach w kraju i na świecie, grupa ta stanowi największą pozarządową organizację trzeciego sektora w Polsce, skupiającą najbardziej czynnych politycznie obywateli.

cjonuje w środowisku, które zapewnia jej wyjątkowo wysoki poziom odporności na kryzysy wizerunkowe i instytucjonalne. Odbiorcy nie są jedynie konsumentami treści – wchodzi w rolę promotorów, aktywistów i członków wspólnoty ideowej, co znacząco stabilizuje pozycję stacji i wzmacnia jej potencjał oddziaływania.

Instytucjonalizacja Telewizji Republika

Dynamiczny rozwój stacji w ostatnich latach pozwolił na proces intensywnej instytucjonalizacji²⁰, charakterystyczny dla dojrzewających podmiotów medialnych przechodzących z etapu działalności niszowej do pozycji pełnoprawnych aktorów rynku. Instytucjonalizacja Telewizji Republika obejmuje kilka kluczowych obszarów. Władze stacji zainwestowały w infrastrukturę techniczną: w modernizację studiów nagraniowych, podniesienie jakości realizacji programów oraz budowę zaplecza produkcyjnego zdolnego do obsługi wielogodzinnych transmisji na żywo. Proces instytucjonalizacji objął również sferę kadrową. Republika poszerzyła zespół dziennikarski, tworząc wyspecjalizowane redakcje tematyczne, rozbudowała newsroom oraz zwiększyła liczbę pracowników odpowiedzialnych za produkcję formatów krótkich oraz treści online. W stacji pojawiły się także nowe stanowiska związane z analityką cyfrową, marketingiem medialnym i koordynacją przekazu multiplatformowego. W efekcie Republika przeszła od modelu opartego na stosunkowo wąskim gronie publicystów do struktury przypominającej w swojej organizacji profesjonalne redakcje największych stacji informacyjnych w kraju.

Rozbudowana struktura konglomeratu Niezależne Media stanowi fundament, bez którego Telewizja Republika nie mogłaby w tak szybkim tempie osiągnąć pozycji silnego podmiotu medialnego. Synergia organizacyjna, jednolitość narracyjna, wielość kanałów komunikacyjnych oraz zakorzenienie w realnych strukturach społecznych tworzą model medialny, który pozwolił Republice funkcjonować jednocześnie jako medium informacyjne, ośrodek tożsamościowy oraz centrum mobilizacji politycznej.

Profil ideowy Telewizji Republika i pozycja na tle polskiego rynku medialnego

Profil ideowy Republiki ma charakter konsekwentny i wyraźnie zarysowany. Od początku funkcjonowania stacja wpisująca się w nurt mediów segmentowanych, które koncentrują się na określonej grupie światopoglądowej. Ideowość Telewizji Republika obejmuje przede wszystkim konserwatyzm społeczno-kulturowy, akcentujący znaczenie tradycji, wspólnoty i tożsamości narodowej, oraz suwerennościową perspektywę polityczną, w której kluczowe znaczenie mają kategorie autonomii państwowej, podmiotowości narodowej i krytyki nadmiernej zależności od struktur międzynarodowych. Stacja pełni również funkcję kontrpubliczności, formułując narracje krytyczne wobec liberalnych elit politycznych i medialnych. W jej przekazie można zaobserwować typowe elementy komunikacji alternatywnej: dystans wobec głównego nurtu, budowanie własnych ram interpretacyjnych oraz dążenie do wytworzenia autonomicznej przestrzeni debaty. Wraz ze wzrostem popularności stacja zaczęła organizować wokół siebie szerszą wspólnotę konserwatywną, obejmującą również odbiorców dotąd niezwiązanych z innymi mediami

²⁰ S. Hjarvard, *The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, "Nordicom Review", 29(2), s. 105–134, 2008.

konglomeratu. Tym samym profil ideowy stacji stał się nie tylko wyróżnikiem programowym, lecz także fundamentem budowy wspólnotowej infrastruktury komunikacyjnej.

W przeciwieństwie do nadawców mainstreamowych, Telewizja Republika opiera swoją strategię rozwoju na konsekwentnie utrzymywanej spójności narracyjnej, silnej personalizacji przekazu oraz intensywnej multiplatformowej obecności. To połączenie cech mediów masowych i alternatywnych pozwoliło Republici stać się medium hybrydowym – jednym z nielicznych przykładów stacji ideowej, która osiągnęła skalę oddziaływania typową dla nadawców o profilu uniwersalnym. W literaturze medioznawczej zjawisko to jest interpretowane jako efekt zarówno zmian w strukturze odbiorców, jak i przekształceń technologicznych, które zacierają granice między mediami niszowymi a masowymi²¹.

Ideowość jako oś organizująca przekaz

Profil ideowy Telewizji Republika można analizować w świetle teorii mediów ideowych, mediów tożsamościowych oraz mediów kontrpublicznych. W literaturze medioznawczej media ideowe definiowane są jako nadawcy, których funkcjonowanie nie wynika przede wszystkim z logiki rynkowej, lecz z potrzeby reprezentowania określonej grupy światopoglądowej i wzmacniania jej ram interpretacyjnych. Republika wpisuje się w tę definicję, oferując przekaz, który nie tyle opisuje rzeczywistość, ile strukturyzuje ją zgodnie z wartościami konserwatywnymi. Telewizja Republika pełni również funkcję medium tożsamościowego – jej zadaniem jest stabilizowanie i komunikacyjne podtrzymywanie tożsamości odbiorców, którzy w dominującym systemie medialnym nie odnajdują reprezentacji własnych przekonań. Ideowość stacji nie jest więc jedynie deklaracją redakcyjną, ale koherentnym systemem widzenia świata, powiązany z emocjonalnym doświadczeniem odbiorców. Wreszcie, Telewizję Republika można interpretować jako medium kontrpubliczne, funkcjonujące równolegle wobec głównego nurtu informacyjnego i tworzące przestrzeń komunikacji alternatywnej. W literaturze kontrpubliczność opisywana jest jako mechanizm umożliwiający grupom marginalizowanym lub pomijanym w dyskursie publicznym tworzenie własnych zasobów interpretacyjnych. Telewizja Republika konstruuje swój przekaz w oparciu o konserwatywną interpretację rzeczywistości społecznej i politycznej, co znajduje odzwierciedlenie nie tylko w doborze tematów, lecz także w sposobach ich przedstawiania. Ideowość nie ogranicza się w tym przypadku do warstwy deklaratywnej – jest wielowymiarowa i zakorzeniona w strukturze redakcyjnej, schematach komunikacyjnych oraz sposobie organizacji debaty publicznej na antenie.

Ideowość jako czynnik integrujący odbiorców – teoria „wspólnoty interpretacyjnej”

Profil ideowy Telewizji Republika pełni funkcję integrującą, zgodnie z teorią wspólnot interpretacyjnych²². Odbiorcy stacji nie są jedynie konsumentami tre-

²¹ A. Chadwick, *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford University Press, s. 1–28, Oxford 2013.

²² S. Fish, *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*, Harvard University Press, 1980.

ści, lecz uczestnikami wspólnej praktyki interpretacyjnej, w której media stanowią przestrzeń podtrzymywania tożsamości grupowej. Ta funkcja ideowości ma szczególne znaczenie w kontekście polaryzacji politycznej. Media identyfikowane z jedną stroną sporu politycznego nie tylko wzmacniają emocjonalność przekazu, ale również ułatwiają odbiorcom samoidentyfikację poprzez jasne moralne rozróżnienia. W przypadku Telewizji Republika proces ten jest szczególnie widoczny w ramach stosowanego przez stację *moral framing* – mechanizmu opisywanego m.in. w badaniach dotyczących Fox News i MSNBC²³. Polega on na przedstawianiu konfliktów politycznych w kategoriach moralnych, co wzmacnia poczucie tożsamości grupowej i pozwala odbiorcom lokować siebie w opozycji do „dominującego systemu medialnego”. *Moral framing* nie tylko podnosi intensywność emocjonalną przekazu, lecz także nadaje znaczeniom jednoznaczny, wartościujący kierunek. W tym sensie ideowość Telewizji Republika jest narzędziem wspólnotowym – odbiorcy odnajdują w niej nie tylko interpretację wydarzeń, ale również afirmację własnego systemu wartości. Ideowość, co ważne pełni tu silną rolę terapeutyczną – wzmacnia poczucie bezpieczeństwa kulturowego i politycznego, szczególnie w kontekście intensywnych sporów społecznych. Dla odbiorców o zbieżnym systemie przekonań, uczestnictwo w przekazie Republiki działa jak wsparcie psychologiczne, wynikające z potrzeby przynależności do wspólnoty.

Personalizacja przekazu i rola dziennikarzy jako nosicieli ideowości

Choć personalizacja pozostaje ważnym elementem profilu Telewizji Republika, jej znaczenie można również analizować w kontekście badań nad mediami polaryzacyjnymi. W literaturze wskazuje się, że personalizacja w mediach ideowych nie pełni przede wszystkim funkcji marketingowej, lecz tożsamościową: dziennikarze stają się symbolami określonego światopoglądu, a ich indywidualny styl komunikowania wzmacnia wiarygodność przekazu ideowego.

W stacjach takich jak Fox News, Newsmax czy GB News dziennikarze pełnią podobną rolę „osobowości przewodnich”²⁴, które reprezentują określony zestaw wartości i są traktowane przez odbiorców jako gwarancja autentyczności przekazu. Mechanizm ten można dostrzec również w Telewizji Republika, gdzie personalizacja nie jest cechą lokalną, lecz wpisuje się w szersze zjawisko charakterystyczne dla mediów tożsamościowych na Zachodzie. Dziennikarze i publicyści stają się rozpoznawalnymi postaciami, których styl komunikowania, sposób interpretowania

²³ Przeprowadzone badania na przekazie i zawartości narracyjnej stacji Fox News i MSNBC, były pogłębioną analizą teorii ramowania w ujęciu występowania w nich języka moralnego: K. Lan-ning, G. Wetherell, E. A. Warfel, R. L. Boyd, *Changing channels? A comparison of Fox and MSNBC in 2012, 2016, and 2020*, „Analyses of Social Issues and Public Policy”, 21(1), s. 149–174, 2021, również: L. E. McDonald & K. Morgaine, *Progressive and conservative “freedom” through the lens of FOX and MSNBC*, „SAGE Open”, 6(3), s. 1–13, 2016.

²⁴ Stacje Fox News, Newsmax i GB News są doskonałymi przykładami opisywanego zjawiska ze względu na ich zbliżony model funkcjonowania, w którym centralną rolę odgrywają tzw. „osobowości przewodnie” – prowadzący o wyrazistych poglądach i silnej rozpoznawalności, będący głównymi nośnikami narracji ideowych stacji. W Fox News rolę tę pełnili m.in. Tucker Carlson, Sean Hannity oraz Laura Ingraham, którzy poprzez autorskie programy i konsekwentną narrację ideową kształtowali tożsamość kanału. W Newsmax analogiczną funkcję pełnią m.in. Greg Kelly, Rob Schmitt i Eric Bolling, budujący przekaz wokół indywidualnego stylu komentatorskiego. Z kolei w GB News symboliczne znaczenie „osobowości przewodnich” realizują postaci takie jak Nigel Farage, Dan Wootton czy Andrew Neil, stanowiące kluczowy punkt odniesienia dla widowni stacji. Podobny model funkcjonowania obserwowac można w Telewizji Republika, gdzie rolę takich „figur przewodnich” pełnią m.in. Michał Rachoń, Miłosz Kłeczek oraz Rafał Ziemkiewicz, których styl interpretacji wydarzeń oraz ideowa spójność programu stanowią o tożsamości nadawcy i lojalności jego odbiorców.

wydarzeń i emocjonalny ton wypowiedzi wzmacniają percepcję stacji jako medium ideowo spójnego i wiarygodnego w oczach odbiorców. Ich obecność w wielu formatach jednocześnie przekształca ich w ambasadorów ideowych stacji. W rezultacie profil Telewizji Republika nie jest jedynie konstruktem instytucjonalnym, lecz także zbiorem praktyk komunikacyjnych realizowanych przez jej twórców. To właśnie ci dziennikarze nadają ton debacie, modelują sposób interpretacji wydarzeń i tworzą ramy, w których odbiorcy rozumieją rzeczywistość polityczną.

Profil ideowy Telewizji Republika stanowi fundament jej funkcjonowania programowego, organizacyjnego i komunikacyjnego. Od samego początku istnienia Republika była projektowana jako medium o wyrazistej orientacji światopoglądowej, odpowiadające na potrzeby odbiorców, którzy w dominującym systemie medialnym nie znajdowali adekwatnej reprezentacji własnych przekonań politycznych, kulturowych i społecznych. Ewolucja jej profilu ideowego przebiegała wraz ze zmianami politycznymi i technologicznymi w Polsce, jednak zasadniczy rdzeń tożsamościowy pozostawał stabilny, umożliwiając stacji konsekwentne budowanie rozpoznawalnej marki oraz wspólnoty interpretacyjnej.

Mechanizmy legitymizacji konserwatywnej wspólnoty ideowej

Telewizja Republika zajmuje szczególne miejsce w pejzażu współczesnych polskich mediów tożsamościowych, funkcjonując jako aktor kulturowy i polityczny, który aktywnie uczestniczy w procesach legitymizacji określonego porządku ideowego. Jej rola wykracza daleko poza tradycyjne rozumienie instytucji medialnej jako nadawcy informacji. Stacja staje się przestrzenią symbolicznego potwierdzania tożsamości konserwatywnej, wzmacniania przekonania o zasadności określonych wartości oraz utrwalania emocjonalnych i interpretacyjnych ram, które organizują sposób rozumienia rzeczywistości społeczno-politycznej przez odbiorców. Procesy te układają się w spójną logikę legitymizacyjną, w której treści informacyjne, rytuały medialne, praktyki uczestnictwa oraz narracje konfliktu łączą się w strukturalny mechanizm podtrzymywania i reprodukcji wspólnoty ideowej.

W centrum tych procesów znajduje się konstruowanie rzeczywistości politycznej jako pola sporów o fundamentalnym charakterze moralnym. Konflikt polityczny jest przedstawiany jako starcie wartości tradycyjnych z projektami liberalnymi czy postnarodowymi, co nadaje dynamice życia publicznego wyraz moralnej walki o zachowanie ładu społecznego. Tego rodzaju narracyjna struktura legitymizuje konserwatywne stanowisko, ponieważ osadza je w porządku etycznym, czyniąc z niego nie tylko jedną z możliwych perspektyw, lecz jedyną zdolną do ochrony integralności wspólnoty. W ten sposób stacja nie tylko relacjonuje wydarzenia, ale też nadaje im sens, w którym odbiorcy odnajdują moralne uzasadnienie dla własnych przekonań.

Istotnym elementem tego procesu jest także poczucie wykluczenia medialnego, które wzmacnia symboliczne znaczenie Telewizji Republika jako alternatywy wobec dominujących dyskursów. Przekonanie o marginalizacji konserwatywnego światopoglądu w mediach głównego nurtu tworzy wśród odbiorców specyficzną wspólnotę doświadczenia. Narracja ta buduje emocjonalną koherencję grupy, przedstawiając Republikę jako medium wypełniające lukę reprezentacyjną i przywracające głos społeczności odczuwającej brak sprawczości. W tak zarysowanej strukturze symbolicznej legitymizacja medium przenika się z legitymizacją wartości – stacja

staje się zarówno dowodem marginalizacji, jak i narzędziem jej przewycięzania. Mechanizmy legitymizacji nabierają szczególnej mocy w warunkach nasilonej polaryzacji politycznej. W takich okresach Republika nie tylko interpretuje wydarzenia, lecz także porządkuje emocje odbiorców, dostarczając im ram, które stabilizują ich tożsamość polityczną i kulturową. W literaturze medioznawczej podkreśla się, że media ideowe pełnią w sytuacjach kryzysowych funkcję regulatorów afektywnych, pomagając odbiorcom radzić sobie z napięciem, niepewnością czy poczuciem zagrożenia. W przypadku Republiki funkcja ta przyjmuje formę narracji stabilizującej, która pozwala odbiorcom zrozumieć złożoność wydarzeń poprzez wskazanie ich moralnych, kulturowych i politycznych przyczyn. Dzięki temu stacja redukuje lęk, przywraca poczucie kontroli oraz wzmacnia przekonanie o sensowności własnych wyborów ideowych.

Legitymizacyjny charakter tej funkcji widoczny jest także w sposobie, w jaki Republika przekształca doświadczenia traum politycznych w element wspólnotowej tożsamości. Wydarzenia odbierane jako destabilizujące – konflikty wokół instytucji państwa, zmiany systemowe czy spory dotyczące mediów publicznych – interpretowane są przez stację w ramach szerokich narracji, które porządkują emocje i przypisują im jednoznaczne znaczenia moralne. W ten sposób traumatyczne doświadczenia nie prowadzą do erozji tożsamości, lecz stają się fundamentem dalszej konsolidacji wspólnoty. Odbiorcy zyskują język, dzięki któremu mogą nazwać swoje doświadczenia, oraz interpretacyjne schematy pozwalające wpisać je w szerszy porządek walki o wartości.

Równie istotnym mechanizmem legitymizacji jest uczestniczenie w rytuałach medialnych²⁵, które stabilizują symboliczne granice wspólnoty. Powtarzalność formatów, stałe pasma programowe, wyraziste role komentatorów czy bezpośrednie formy zwrotu do widzów tworzą strukturalny rytm konsumpcji przekazu, nadający mu cechy rytuału. Republika, prezentując określone interpretacje wydarzeń w sposób cykliczny i przewidywalny, konstruuje symboliczny model świata, w którym konserwatywne wartości jawią się jako trwałe, logiczne i moralnie konieczne. W efekcie Telewizja Republika działa jako medium legitymizujące zarówno światopogląd konserwatywny, jak i emocjonalną oraz symboliczną wspólnotę, która się wokół niego tworzy. Legitymizacja ta opiera się na połączeniu narracyjnych mechanizmów interpretacyjnych, afektywnego rezonansu, rytuałów medialnych oraz poczucia wspólnotowej sprawczości. Stacja nie tylko dostarcza przekazu politycznego, lecz współtworzy kulturową infrastrukturę, w której przekaz ten staje się trwałym elementem tożsamości odbiorców. W konsekwencji Republika pełni funkcję nie tylko informacyjną czy publicystyczną, lecz przede wszystkim kulturową i wspólnototwórczą, kształtując warunki, w których konserwatywna wspólnota ideowa uzyskuje ciągłość, stabilność i symboliczną legitymację.

²⁵ Pojęcie rytuału w komunikowaniu medialnym nawiązuje do klasycznej koncepcji Jamesa W. Careya, według której media pełnią funkcję podtrzymywania wspólnoty poprzez powtarzalne formy przekazu i symboliczne uczestnictwo odbiorców. Carey zwraca uwagę, że komunikowanie ma wymiar rytualny, gdy jego celem staje się reprodukcja wspólnych wartości i stabilizacja granic grupy. Rozwinięciem tej perspektywy są badania Nicka Couldry'ego, który opisuje media jako instytucje konstruujące rytuały poprzez regularność formatów, obecność przewidywalnych ról komentatorów oraz powtarzalność praktyk odbiorczych. W tym ujęciu rytualizacja przekazu polega na ustanawianiu stałych ram interpretacyjnych oraz symbolicznego porządku, w którym odbiorcy biorą udział jako członkowie wspólnoty: N. Couldry, *Media rituals: A critical approach*. Routledge Studies in Culture and Media. London: Routledge, 2003.

Kolejnym istotnym wymiarem mechanizmów legitymizacyjnych, które kształtują konserwatywną wspólnotę ideową wokół Telewizji Republika, jest ich osadzenie w szerszym kontekście międzynarodowym, pozwalające dostrzec analogie między polską sceną medialną a praktykami obserwowanymi w mediach ideowych w Stanach Zjednoczonych czy Wielkiej Brytanii. Badania nad mediami progresywnymi takimi jak MSNBC, The Young Turks czy Novara Media, które ukazują, że choć reprezentują one odmienny zestaw wartości politycznych, posługują się zbliżonymi mechanizmami komunikacyjnymi, afektywnymi i rytualnymi. Wskazuje to na uniwersalny charakter praktyk legitymizacyjnych w mediach tożsamościowych, niezależnie od ich ideologicznego zakorzenienia. Media te budują swoje wspólnoty nie tylko poprzez systematyczne prezentowanie określonych interpretacji wydarzeń politycznych, lecz także poprzez tworzenie przestrzeni emocjonalnego rezonansu i poczucia uczestnictwa w walce o fundamentalne wartości. Podobnie jak Telewizja Republika, również MSNBC czy The Young Turks konstruują narracje o zagrożeniu i oporze, podkreślając, że reprezentują tych, których głos jest marginalizowany lub ignorowany przez główny nurt. W obu przypadkach centralnym elementem legitymizacji jest zatem wytworzenie poczucia moralnej wyjątkowości wspólnoty oraz przekonania, że jej istnienie jest konieczną odpowiedzią na kryzys pluralizmu informacyjnego. Porównanie to unaocznia, że choć media konserwatywne w Polsce i media progresywne w krajach zachodnich różnią się treściami, wartościami i politycznym kontekstem, operują one zbliżonymi strategiami budowania wspólnot symbolicznych i afektywnych. W każdym z tych przypadków medium staje się platformą, w której wspólnota nie tylko odnajduje potwierdzenie własnych przekonań, ale również wytwarza poczucie tożsamości zbiorowej opartej na moralnym konflikcie, emocjonalnym zaangażowaniu i przekonaniu o konieczności wspólnego działania przeciwko zewnętrznym zagrożeniom.

Wzmocnieniu argumentacji legitymizacyjnej sprzyja również uwzględnienie badań nad mediami polaryzacyjnymi, które wskazują na szczególną rolę narracji moralnych w kształtowaniu struktur ideowych²⁶. Telewizja Republika, podobnie jak jej zachodnie odpowiedniki, nie przedstawia sporu politycznego jako rywalizacji interesów, lecz jako starcie porządków moralnych, w którym stawka ma charakter fundamentalny. W praktyce przekłada się to na silne ugruntowanie przekazu w afekcie – emocjach takich jak gniew, oburzenie, poczucie krzywdy, ale również dumy i solidarności – które stanowią podstawowe spoiwo wspólnoty ideowej. Wyraźnym dopełnieniem tej logiki są funkcje terapeutyczne pełnione przez media ideowe. W warunkach kryzysów politycznych, konfliktów instytucjonalnych czy percepcji marginalizacji medialnej odbiorcy poszukują ram interpretacyjnych, które przywracają poczucie stabilności i sprawczości. Podczas gdy media postępowe na Zachodzie często konstruują narracje o oporze wobec autorytarnych tendencji czy ekonomicznej niesprawiedliwości, Telewizja Republika skupia się na obrazowaniu rzeczywistości, w której zagrożone są wartości narodowe i tradycja. W obu przypadkach media te pełnią funkcję emocjonalnej kompensacji: redukują lęk odbiorców, nadają sens traumatycznym wydarzeniom politycznym i umożliwiają transformację emocji jednostkowych w wspólnotowe.

²⁶ Y. Benkler, R. Faris, H. Roberts, *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, Oxford University Press, 2018.

Włączenie perspektywy porównawczej pozwala pełniej uchwycić dynamikę legitymizacji konserwatywnej wspólnoty ideowej. Pokazuje bowiem, że Telewizja Republika nie jest odosobnionym przypadkiem, lecz częścią globalnego trendu, w którym media tożsamościowe, przyjmują funkcję aktorów politycznych, kulturowych i emocjonalnych. Ich rola wykracza poza informowanie, stają się one instytucjami podtrzymującymi ciągłość wartości, kształtującymi emocje zbiorowe i tworzącymi przestrzenie symbolicznej przynależności, które wzmacniają legitymizację określonych orientacji ideowych w coraz bardziej spolaryzowanych społeczeństwach.

Telewizja Republika w warunkach transformacji medialnej

Telewizja Republika funkcjonuje w dynamicznie przekształcającym się krajo-brazie medialnym, w którym tradycyjne modele nadawcze ulegają systematycznej erozji, a media cyfrowe przejmują dominującą rolę w strukturze komunikacji publicznej. Transformacja medialna ostatnich dwóch dekad, napędzana intensywną cyfryzacją, platformizacją komunikacji oraz zmianą praktyk odbiorczych, stworzyła warunki sprzyjające rozwojowi nadawców ideowych, takich jak Telewizja Republika, która skutecznie operuje w logice strategii digital-first²⁷. Republika nie tylko dostosowała się do przemian technologicznych, ale wręcz uczyniła z nich fundament własnej ekspansji i redefinicji swojej roli w sferze publicznej.

Transformacja technologiczna, w tym rozwój infrastruktury streamingowej, była jednym z kluczowych czynników umożliwiających przeobrażenie Telewizji Republika w nadawcę o ogólnokrajowym oddziaływaniu. Przejście od modelu linearnego do streamingowego uniezależniło stację od ograniczeń związanych z obecnością w multipleksach naziemnych, a jednocześnie otworzyło możliwość dotarcia do nowych grup odbiorców, w tym użytkowników mobilnych, młodszych i silnie zakorzenionych w środowisku cyfrowym. Streaming stał się nie tylko alternatywnym kanałem dystrybucji, lecz podstawowym komponentem ekosystemu stacji, co umożliwiło odbiór treści w czasie rzeczywistym oraz dostęp do bogatego archiwum materiałów. Model ten odpowiada współczesnym nawykom odbiorczym, w których użytkownicy oczekują elastyczności, mobilności oraz możliwości decydowania o sposobie konsumpcji treści. Równie istotnym elementem transformacji technologicznej Telewizji Republika jest również jej intensywna obecność na platformach społecznościowych, takich jak YouTube, X (wcześniej Twitter), Facebook czy Instagram. Media społecznościowe pełnią rolę nie tylko przestrzeni promocyjnej, ale przede wszystkim środowiska interakcyjnego, w którym granice między nadawcą a odbiorcą ulegają zatarciu. Dziennikarze Republiki funkcjonują jednocześnie jako prowadzący programy i cyfrowi influencerzy, co wzmacnia identyfikację odbiorców ze stacją oraz nadaje przekazowi charakter personalizowany. Krótkie formaty wizualne, dynamiczne fragmenty programów oraz natychmiastowe reakcje na wydarzenia polityczne pozwalają stacji utrzymywać stałą obecność w sferze publicznej oraz aktywnie uczestniczyć w produkcji bieżących interpretacji rzeczywistości. W efekcie przestrzeń cyfrowa staje się integralnym rozszerzeniem studia

²⁷ A. T. Robotham, *You said digital first! A five-dimensional definition. Journalism: Theory, Practice & Criticism*, s. 10, 2022.

telewizyjnego, a odbiorcy angażują się w proces komunikowania poprzez komentarze, udostępnienia i własne działania prosumenckie²⁸.

Transformacja medialna wpływa również na zmianę pozycji odbiorcy w relacji do nadawcy. Tradycyjny model telewizji, oparty na pasywnej konsumpcji treści, ulega erozji na rzecz modelu partycypacyjnego, w którym widz staje się aktywnym współuczestnikiem procesu komunikacji. Telewizja Republika w pełni wykorzystwała tę zmianę, przekształcając odbiorców w prosumentów, współtwórców interpretacji oraz uczestników wspólnoty ideowej. Interakcje w mediach społecznościowych, udział w transmisjach na żywo, komentowanie programów oraz budowanie oddolnych sieci interpretacyjnych sprawiają, że stacja ta funkcjonuje jako medium relacyjne, a nie jedynie instytucja nadawcza. Odbiorcy nie tylko konsumują treści, lecz także współuczestniczą w ich dystrybucji, wzmacniając zasięg przekazu oraz nadając mu charakter wspólnotowy.

Transformacja organizacyjna Telewizji Republika obejmuje także rozwój nowoczesnego, hybrydowego modelu biznesowego, typowego dla mediów funkcjonujących w środowisku platform cyfrowych. Model finansowania Republiki opiera się na kilku komplementarnych filarach, obejmujących subskrypcje, darowizny, finansowanie wspólnotowe oraz działalność fundacyjną. Subskrypcje zapewniają odbiorcom dostęp do treści premium, stanowiąc jednocześnie stabilne źródło przychodów, zabezpieczające niezależność stacji od tradycyjnego rynku reklamowego. Darowizny oraz mikrofinansowanie funkcjonują natomiast jako wyraz identyfikacji odbiorców z przekazem ideowym Telewizji Republika i nadają finansowaniu wymiar tożsamościowy. Zbiórki oraz kampanie mobilizacyjne wzmacniają poczucie współuczestnictwa i sprawczości odbiorców, którzy traktują media ideowe jako narzędzie obrony własnych wartości oraz przestrzeń symbolicznej reprezentacji. Działalność fundacyjna umożliwia dodatkowo realizację projektów o charakterze technologicznym, edukacyjnym oraz kulturowym, co wpisuje Republikę w szersze tendencje globalnej ekonomii mediów.

Telewizja Republika stanowi przykład nadawcy, który w pełni wykorzystał możliwości związane z transformacją medialną, jednocześnie wpisując się w globalny trend rozwoju mediów digital-first. Podobne procesy obserwować można w przypadku takich stacji, jak Fox News Digital, Newsmax, One America News, GB News czy Sky News Australia, które przeszły od modelu tradycyjnych nadawców do platform hybrydowych, opartych na intensywnej obecności w mediach społecznościowych, rozbudowanych usługach streamingowych oraz relacyjnych modelach komunikacji z odbiorcą. Republika wpisuje się w tę globalną tendencję, lecz jednocześnie wnosi do niej wymiar specyficzny z uwagi na silne zakorzenienie w strukturze wspólnotowej oraz powiązania organizacyjne z Niezależnymi Mediami. Połączenie technologicznej innowacyjności z ideową misją oraz strukturą relacyjną odbiorców sprawia, że opisywaną stację telewizyjną można uznać za studium przypadku ilustrujące kierunek przemian, w jakim zmierza polski system medialny. W tym sensie Telewizja Republika nie jest jedynie wyjątkowym przypadkiem w pol-

²⁸ „Prosument” (ang. *prosumer*) – pojęcie wprowadzone przez Alvina Tofflera na określenie jednostki, która jednocześnie produkuje i konsumuje dobra lub treści, uczestnicząc aktywnie w procesie ich współtworzenia. W ujęciu Tofflera prosument zacierą granicę między tradycyjnym producentem a biernym odbiorcą, angażując się w wytwarzanie wartości, informacji lub usług na równi z podmiotami profesjonalnymi: A. Toffler, *The Third Wave*, Bantam Books, New York, 1980.

skim krajobrazie medialnym, lecz zapowiedzią głębszych przemian, które dopiero zaczynają kształtować przyszłość systemu medialnego w Polsce.

Zakończenie

Fenomen Telewizji Republika stanowi jedno z najbardziej wyrazistych świadectw przeobrażeń zachodzących we współczesnym pejzażu medialnym w Polsce. Analiza przypadku Republiki unaocznia, że sukces medium o charakterze tożsamościowym nie jest wynikiem jednorazowego impulsu politycznego ani chwilowej mobilizacji odbiorców, lecz rezultatem złożonego splotu czynników technologicznych, społecznych, kulturowych i politycznych, które wspólnie umożliwiły mu awans z pozycji stacji niszowej do rangi centralnego aktora sfery publicznej. Republika nie tylko wykorzystwała sprzyjające warunki transformacji medialnej, lecz również aktywnie je współtworzyła, kształtując nowe normy odbiorcze, wzorce zaangażowania oraz modele organizacji wspólnot ideowych.

W perspektywie komunikacyjnej Telewizja Republika okazała się medium zdolnym do harmonijnego łączenia dwóch odmiennych logik funkcjonowania: tradycyjnej telewizji linearnej oraz dynamicznej komunikacji sieciowej. Jej siła polegała na zdolności integrowania zalet obu modeli – z jednej strony stabilnych formatów informacyjnych i publicystycznych, z drugiej strony intensywnej interaktywności, obecności na platformach cyfrowych oraz bezpośrednich relacji z odbiorcami. W rezultacie Republika zdołała przełamać ograniczenia telewizji o profilu ideowym i przekształcić się w medium, które funkcjonuje jednocześnie jako instytucja informacyjna, cyfrowy hub komunikacyjny i wspólnota emocjonalna. To właśnie ta hybrydowa struktura okazała się kluczowym czynnikiem umożliwiającym jej spektakularny wzrost. W wymiarze społecznym natomiast Telewizja Republika zauważalnie oddziałuje na odbiorców poprzez silnie emocjonalne narracje i spójne ramy interpretacyjne, które porządkują rzeczywistość polityczną i nadają sens bieżącym wydarzeniom w warunkach kryzysu i niepewności. Stacja pełni funkcję terapeutyczną, kompensując doświadczenia dezorientacji, frustracji i poczucia utraty wpływu na sferę publiczną. Dostarcza odbiorcom narzędzi interpretacyjnych, które ułatwiają utrzymanie ciągłości światopoglądowej, wzmacniają poczucie zbiorowej tożsamości i umożliwiają aktywne uczestnictwo w życiu politycznym. W tym sensie Republika nie jest wyłącznie nadawcą medialnym, lecz także przestrzenią symbolicznej integracji, w której widzowie odnajdują potwierdzenie własnych wartości, przekonań i oczekiwań wobec państwa.

Wpływ Telewizji Republika na polską debatę publiczną prowadzi do szerszych wniosków dotyczących roli mediów ideowych we współczesnych systemach demokratycznych. W warunkach nasilającej się polaryzacji i fragmentaryzacji sfery publicznej media takie jak Republika zaczynają pełnić funkcję kontrpubliczności, formułując własne style debaty, własne hierarchie znaczeń i własne modele mobilizacji. Dzięki platformizacji komunikacji ich oddziaływanie nie ogranicza się do grona odbiorców tradycyjnych – poprzez media społecznościowe stają się częścią szerokiej infrastruktury sieciowej, w której użytkownicy nie tylko konsumują treści, lecz także uczestniczą w ich produkcji, dystrybucji i interpretacji. W tym kontekście opisywana stacja jest kluczowym przykładem transformacji widza z odbiorcy pasywnego w prosumenta i współuczestnika procesu komunikacyjnego. Z punktu widzenia ekonomii mediów Telewizja Republika zademonstrowała

skuteczność hybrydowego modelu finansowania, łączącego subskrypcje, darowizny, finansowanie społecznościowe oraz struktury fundacyjne. Model ten, charakterystyczny dla mediów digital-first, pozwolił jej nie tylko uniezależnić się od niestabilnych rynków reklamowych, lecz także zbudować poczucie współodpowiedzialności odbiorców za trwanie medium. Wspólnotowy charakter finansowania wzmacnia więzi emocjonalne i zwiększa odporność stacji na wahania koniunktury politycznej. To kolejny sygnał, że przyszłość mediów ideowych w Polsce będzie kształtowana przez zdolność do integrowania zaplecza organizacyjnego, technologicznego i wspólnotowego.

Ujęcie porównawcze wskazuje, że Republika wpisuje się w globalny trend rozwoju mediów ideowych, tożsamościowych obserwowany m.in. w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii czy Australii. Nadawcy mediów o tym charakterze coraz dowodzą, że platformizacja komunikacji i wzrost znaczenia algorytmicznie profilowanych publiczności sprzyjają mediom, które potrafią zbudować silną identyfikację tożsamościową i emocjonalną. Telewizja Republika, choć zakorzeniona w lokalnym kontekście politycznym, stanowi przykład medialnego modelu o potencjalnie uniwersalnych mechanizmach rozwojowych, które mogą być stosowane w różnych systemach demokratycznych.

Telewizja Republika może być uznana za laboratorium transformacji współczesnej sfery publicznej w Polsce. Jej rozwój pokazuje, że media ideowe – dotąd sytuowane na marginesie – mogą stać się centralnymi instytucjami komunikacji politycznej, jeżeli potrafią łączyć kompetencje technologiczne, spójność ideową i silną identyfikację wspólnotową. „Fenomen” ten sygnalizuje głębszą zmianę strukturalną: przejście od medialnego uniwersalizmu do modelu wieloośrodkowego, w którym różne wspólnoty ideowe posiadają własne przestrzenie komunikacji, własne rytuały odbiorcze i własne instytucje interpretacyjne.

Należy jednak pamiętać, że stan badań nad Telewizją Republika na polskim rynku medialnym jest nadal niewystarczający. Dlatego, należy wskazywać na pytania otwarte, które stanowić będą podstawę do dalszych badań nad tym medium, jak również nad innymi zyskującymi na popularności mediami tożsamościowymi w Polsce. Pytania te dotyczą przede wszystkim trwałości modelu wspólnototwórczego, ewolucji relacji między mediami, a ich odbiorcami w warunkach narastającej platformizacji, roli influencerów politycznych w kształtowaniu nowych form komu-

nikacji oraz zdolności nadawców ideowych do utrzymania pozycji w sytuacji zmieniających się konfiguracji politycznych. Kwestie te będą kluczowe dla zrozumienia przyszłych przemian polskiego systemu medialnego, który już teraz na naszych oczach ulega drastycznym i niekontrolowanym zmianom.

Bibliografia

Atton C., *Alternative and Activist New Media*, "Prometheus," 31(1), s. 77-79, 2013.

Benkler Y., Faris R., Roberts H., *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, Oxford University Press, 2018.

Chadwick A., *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford University Press, s. 1-28, Oxford 2013.

Couldry N., *Media rituals: A critical approach. Routledge Studies in Culture and Media*. London: Routledge, 2003.

Dahlgren P., *Media, and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*, Cambridge University Press, s. 148-152, Cambridge 2009.

Downing J. D. H., *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, SAGE, Thousand Oaks, s. 38-40, 2001.

Entman R. M., *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, "Journal of Communication," 43(4), s. 51-58, 1993.

Fish S., *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*, Harvard University Press, 1980.

Fraser N., *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, Duke University Press, No. 25/26, 1990.

Habermas J., *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, tł. Wanda Lipnik, Małgorzata Łukasiewicz; wprow. i red. nauk. oraz weryfikacja przekł. Marek Czyżewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Hjarvard S., *The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, "Nordicom Review," 29(2), s. 105-134, 2008.

Lanning K., Wetherell G., Warfel E. A., Boyd R. L., *Changing channels? A comparison of Fox and MSNBC in 2012, 2016, and 2020*, "Analyses of Social Issues and Public Policy," 21(1), s. 149-174, 2021.

Mazzoleni G., Schulz W., *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?* "Political Communication," 16(3), s. 247-261, 1999.

McDonald L. E., Morgaine K., *Progressive and conservative "freedom" through the lens of FOX and MSNBC*. "SAGE Open," 6(3), s. 1-13, 2016.

Nadler A., *Political Identity and the Therapeutic Work of U.S. Conservative Media*, "International Journal of Communication," vol. 16, s. 2621-2633, 2022.

Robotham T., *You said digital first! A five-dimensional definition. Journalism: Theory, Practice & Criticism*, s. 10, 2022.

Secler M., *Polityka i media w obliczu demokracji medialnej*, w: *Demokracja w obliczu nowych mediów*, red. M. Musiał-Karg, Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 168-169, Toruń 2013.

Snow D. A., Benford R., *Master Frames and Cycles of Protest*, w: *Frontiers in Social Movement Theory*, Yale University Press, s. 133-155, New Haven, 1992.

Szlencka P., *Telewizja Republika jako manifestacja idei mediów tożsamościowych. Przyczyny ekspansji na polskim rynku medialnym*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2025, tekst niepublikowany.

Toffler A., *The Third Wave*, Bantam Books, New York 1980.

Streszczenie

Artykuł analizuje fenomen gwałtownego wzrostu znaczenia Telewizji Republika po 20 grudnia 2023 roku, ukazując go jako rezultat złożonych procesów transformacji medialnej, konsolidacji wspólnot ideowych oraz zmian technologicznych w polskiej sferze publicznej. Telewizja Republika przedstawiona została jako medium ideowe, które funkcjonuje na przecięciu modeli mediów alternatywnych, tożsamościowych i kontrpublicznych, a jednocześnie wykorzystuje logikę komunikacji digital-first. W pracy osadzono działalność stacji w ramach współczesnych teorii medioznawczych, m.in. koncepcji kontrpubliczności Nancy Fraser, teorii mediów alternatywnych Chrisa Attona, mediatyzacji polityki Mazzoleniego i Schulza oraz teorii ramowania Roberta Entmana. Artykuł ukazuje, w jaki sposób Republika buduje wspólnotę interpretacyjną, pełni funkcję kompensacyjną i afektywną wobec odbiorców, a także wykorzystuje mechanizmy personalizacji przekazu i organizacyjnej synergii konglomeratu Niezależne Media. Autorka wskazuje, że sukces Telewizji Republika jest możliwy dzięki połączeniu spójnej ideowości, hybrydowych praktyk odbiorczych i innowacyjnych rozwiązań technologicznych, które umożliwiły jej awans z medium niszowego do jednego z kluczowych aktorów polskiej debaty publicznej. W zakończeniu podkreślono potrzebę dalszych badań nad mediami ideowymi w Polsce oraz nad trwałością nowych modeli wspólnotowego odbioru informacji.

Słowa kluczowe: Telewizja Republika, media ideowe, media tożsamościowe, media o efekcie terapeutycznym, legitymizacja wspólnoty ideowej w mediach, kontrpubliczność, transformacja medialna, mediatyzacja polityki, ramowanie przekazu

Abstract

The article examines the rapid rise of Telewizja Republika after December 20, 2023, interpreting it as a result of intersecting processes of media transformation, ideological community consolidation and technological change within the Polish public sphere. Telewizja Republika is presented as an identity-driven broadcaster positioned at the crossroads of alternative media, counterpublics and digital-first communication. The analysis situates the station within contemporary media theory frameworks, including Nancy Fraser's concept of counterpublics, Chris Atton's theory of alternative media, Mazzoleni and Schulz's mediatization of politics, and Robert Entman's framing theory. The article demonstrates how the station constructs an interpretive community, performs therapeutic and affective functions for its audience, and relies on personalization strategies as well as organizational synergy within the Niezależne Media conglomerate. The study argues that the success of Telewizja Republika stems from a strong ideological profile, hybrid audience practices and technologically innovative communication models that enabled its transition from a niche outlet to one of the central actors in Poland's contemporary public discourse. The conclusion highlights the need for further research on identity-based media in Poland and on the sustainability of emerging community-centered reception models.

Keywords: Telewizja Republika, ideological media, identity-based media; therapeutic media, ideological community legitimization in the media, counterpublics, media transformation, mediatization of politics, framing.