

OPINIE I KOMENTARZE FRDL

OPINIA nr 6/2024

ROLA TRADYCYJNYCH MEDIÓW W SAMORZĄDOWEJ KAMPANII WYBORCZEJ.

DOŚWIADCZENIA Z 2018 ROKU I PERSPEKTYWY W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH W 2024 ROKU

dr hab. Rafał Klepka

Wprowadzenie

Kampania wyborcza, niezależnie od tego czy odbywa się na poziomie krajowym czy lokalnym, wymaga zaangażowanych obywateli, którzy będą posiadali wiedzę, kompetencje i orientację na temat samych wyborów, ich uczestników oraz programów czy obietnic składanych przez kandydujących. Jeszcze kilka dekad temu wydawało się, że sukces w wyborczej rywalizacji daje kandydatowi uściśnięcie ręki jak największej liczbie potencjalnych wyborców. Dziś wiemy już, że takie stanowisko w nieznacznym stopniu przekłada się na sukces. Dotarcie do elektoratu i przedstawienie kandydata, komitetu wyborczego, programu wyborczego czy innej oferty politycznej stało się w coraz większym stopniu konsekwencją obecności w mediach, a nie aktywności w sferze pozamedialnej.

Opisywane zjawisko stanowi element szerszego procesu, określanego mianem mediatyzacji polityki[1]. Jak w przypadku większości tego typu procesów, zachodzi on stopniowo. Już w 1990 roku, a więc gdy internet nie miał jeszcze takiego znaczenia jak dziś i gdy nie istniały media społecznościowe, okazało się, że komunikacja bezpośrednia odgrywa stosunkowo ograniczoną rolę w kreowaniu wizji oferty politycznej. W czasie toczącej się wówczas kampanii wyborczej w Niemczech przeprowadzono badanie, które przyniosło informacje, że w imprezach wyborczych uczestniczyło 7% obywateli, 18% miało styczność z kandydatami i pomocnikami ze sztabów wyborczych na ulicach lub na wiecach, natomiast przekazy na temat kampanii wyborczej w prasie codziennej śledziło regularnie 72%, a analogiczne przekazy telewizyjne – aż 95% obywateli[2].

16 lat później przeprowadzono podobne badanie w Szwecji[3]. Poproszono ankietowanych, aby wskazali główne źródło informacji o kampanii wyborczej, a respondenci otrzymali listę tradycyjnych i nowych mediów oraz możliwość wybrania komunikacji interpersonalnej i osobistych kontaktów z politykami i partiami. Okazało się jednak, że bardzo niewielu badanych uznało te niezapośredniczone źródła wiedzy o wyborach za najważniejsze.

[1] R. Klepka, *Obrazy polityki w mediach: podstawowe uwarunkowania* [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, R. Klepka (red.), Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2018, s. 10.

[2] H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 5.

[3] J. Strömbäck, *Att studera valrörelser* [w:] *Väljarna, partierna och medierna. En studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*, J. Strömbäck (red.), SNS Förlag, Stockholm 2009, s. 16 i n.

Telewizja znalazła się na pierwszym miejscu dla 54% ankietowanych, następnie okazały się gazety (25%), dalej internet (8%) i radio (6%). Jednocześnie kontakty z partiami i politykami (4%) oraz komunikacja interpersonalna z przyjaciółmi i członkami rodziny (3%) były najmniej istotnymi źródłami informacji odnoszących się do kampanii.

W przypadku samorządowych kampanii wyborczych tylko pozornie rola wieców wyborczych, osobistych spotkań z politykami czy rozmów o polityce ze znajomymi z sąsiedztwa, przyjaciółmi i rodziną odgrywa znaczącą rolę w podejmowaniu decyzji wyborczych. Badania dowodzą niestabnego trendu, mówiącego o coraz silniejszym oddziaływaniu mediów na wiedzę, postawy i decyzje wyborców na całym świecie[4]. Mając na względzie wzrastającą stale rolę mediów w relacjonowaniu zjawisk politycznych, zasadne wydaje się pytanie o to, w jaki sposób relacjonują one samorządową kampanię wyborczą, co podkreślają, a co pomijają, jakie aspekty lokalnej gry wyborczej znajdują swoje odzwierciedlenie w przekazach medialnych.

Celem artykułu jest analiza tego, jakie tematy i konteksty są w szczególności nagłaśniane w mediach ogólnokrajowych na temat wyborów lokalnych. Mając na uwadze przygotowania do wyborów samorządowych w 2024 roku spodziewać należy się utrzymania tych trendów, które można było obserwować w toku poprzednich wyborów samorządowych, które miały miejsce w 2018 roku. Warto zatem projektując kampanię wyborczą na poziomie samorządowym wiedzieć, jakie tematy przenikają do najważniejszych mediów ogólnopolskich, by następnie stać się przedmiotem szerszej debaty. Wiedza o tym, jaki typ zagadnień uzyskuje rezonans medialny na poziomie ogólnokrajowym pozwala na planowanie działań kampanijnych w taki sposób, by uzyskać szerszą ekspozycję konkretnych elementów programu, planu, oferty politycznej czy kandydatów o określonej osobowości i wizerunku medialnym.

Na podstawie analizy najważniejszych telewizyjnych serwisów informacyjnych i tygodników opinii starano się w szczególności określić:

- czy i jak w mediach ogólnopolskich mówi/pisze się o wyborach lokalnych,
- jakie tematy przenikają do mediów ogólnopolskich,
- czy media tworzą w większym stopniu obraz wyborów samorządowych jako rywalizacji o sposób rozwiązywania lokalnych problemów, czy jako walkę o władzę przez lokalnych liderów czy może jako przeniesienie polityki krajowej na grunt lokalny,
- czy treści medialne są raczej skoncentrowane na dużych miastach i walkach o prezydenturę w nich, czy mamy do czynienia z równomierną prezentacją problemów różnych szczebli samorządu.

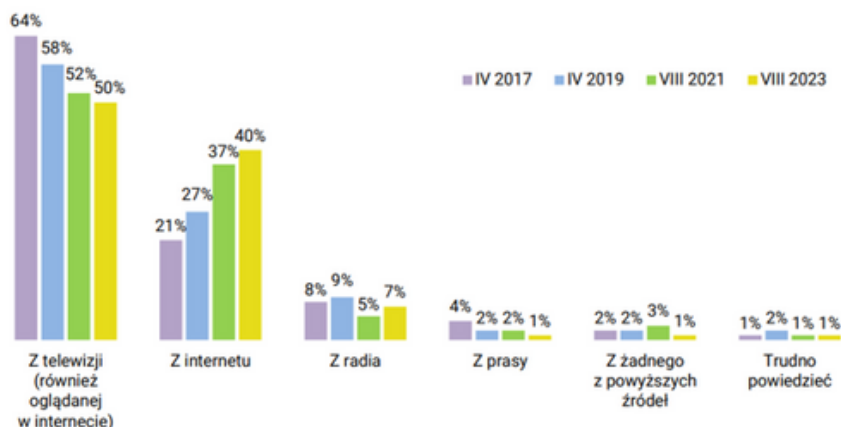
Media tradycyjne w relacjonowaniu samorządowej kampanii wyborczej

Liczne najnowsze publikacje poświęcone relacjom między samorządowymi kampaniami wyborczymi i mediami odnoszą się do tzw. nowych mediów, w szczególności treści znajdujących się na stronach internetowych czy w mediach społecznościowych[5]. Nie należy bagatelizować tych źródeł potencjalnego zaangażowania wyborców, jednak dane dotyczące tego, skąd Polacy czerpią informacje o polityce w dalszym ciągu dowodzą, że to tzw. stare, tradycyjne media, a w szczególności telewizja, są najczęściej konsumowane przez potencjalnych głosujących w wyborach.

[4] R. Klepka, *Polityka w krzywym zwierciadle mediów: stronniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku*, Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2021, s. 37-38.

[5] D. Boratyn, *Wizerunek kandydatów na urząd prezydenta miasta Rzeszowa na portalu społecznościowym Facebook a preferencje wyborcze elektoratu*, „UR Journal of Humanities and Social Sciences” 2018, nr 4 (9); P. Kubczak, *Kandydaci na prezydentów miast Górnośląskiego Związku Metropolitalnego na portalach Facebook i Twitter*, „Vademecum Śląsk” 2014, nr 2; M. Mazur, *Kryzys przywództwa politycznego w twitterowej komunikacji wyborczej na przykładzie samorządowej kampanii prezydenckiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2023, t. 66, nr 4 (256).

Wykres 1 Źródła informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie wskazywane przez Polaków jako główne



Źródło: Komunikat z badań CBOS 132/2023: Postrzeganie mediów, s. 2.

Wyniki sondażu unaoczniają, że stale wzrasta odsetek osób, dla których internet jest najważniejszym źródłem informacji, co jednak nie zmienia faktu, że w dalszym ciągu dla 60% ankietowanych internet nie jest głównym źródłem wiedzy o polityce. Oznacza to, że planując działania kampanijne nie należy koncentrować całej swojej aktywności na mediach społecznościowych i na stronach internetowych, ponieważ wielu wyborców to z telewizji będzie czerpać wiedzę o samorządowej kampanii wyborczej.

Potencjalnie w wielu kręgach doradców czy ekspertów politycznych pojawia się opinia, że obecnie najważniejsze kwestie dzieją się w internecie, a nawet wśród najwybitniejszych autorytetów w zakresie politologii i mediów już u progu XXI wieku pojawiły się obawy, że wraz z nastaniem ery internetu nastąpi upadek tradycyjnej prasy[6], a także zakończy się era telewizji[7]. Prognozy te okazały się jednak tylko częściowo trafne, albowiem szybko okazało się, że tradycyjne media wykorzystywały internet jako nowy kanał komunikowania służący do tworzenia, prezentacji i udostępniania tworzonych przez siebie treści. Innymi słowy, znaczna część treści dostępnych w internecie, cieszących się szczególną popularnością, pochodzi ze stron internetowych telewizyjnych audycji informacyjnych, programów publicystycznych oraz portali internetowych określonych tytułów prasowych[8]. Choć każdy typ mediów w odmienny sposób buduje agendę prezentowanych treści i inaczej je eksponuje, wyraźne pozostaje zjawisko rozlewania się informacji z jednego typu mediów do drugiego, przy czym bardzo często to media tradycyjne mają charakter pierwotny wobec źródeł medialnych online[9].

Warte uwagi są także wyniki najnowszych badań, które umożliwiają szersze zrozumienie tego, dlaczego warto wciąż starać się o uwagę mediów tradycyjnych, takich jak telewizja. Okazuje się, że przemawia za tym także potencjał ich oddziaływania na wiedzę wyborców o polityce i sprawach społecznych[10]. Autorzy badania, poszukując zależności pomiędzy konsumpcją mediów a wiedzą o aktualnych wydarzeniach politycznych i społecznych, wykorzystali unikatowy model dziennika aktywności respondenta, co pozwoliło uzyskać szczegółowe dane dotyczące sposobu korzystania przez uczestników z mediów.

[6] S.D. Reese, *The Crisis of the Institutional Press*, Polity Press, Cambridge, Medford 2021.

[7] P. Norris, *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press, New York 2000, s. 63 i n.

[8] N. Couldry, *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity Press, Cambridge, Malden 2012, s. 15-16; S. Kruijemeier, K. Gattermann, R. Vliegthart, *Understanding the dynamics of politicians' visibility in traditional and social media*, „The Information Society” 2018, vol. 34, no 4, s. 221-224.

[9] B. Pfetsch, S. Adam, W.L. Bennett, *The Critical Linkage between Online and Offline Media*, „Javnost - The Public” 2013, vol. 20, no 3, s. 16-17.

[10] K. Beckers, P. Van Aelst, P. Verhoest, L. d'Haenens, *What do people learn from following the news? A diary study on the influence of media use on knowledge of current news stories*, „European Journal of Communication” 2020, vol. 36, no 3, s. 1-16.

Wyniki badań dowodzą, że informacje o polityce były konsumowane przede wszystkim z mediów trakcyjnych, telewizji, prasy i radia, zdecydowanie rzadziej zaś ze źródeł online. Ponadto uczestnicy badania zdecydowanie więcej rozumieli, wiedzieli i zapamiętali z treści zawartych w mediach tradycyjnych, a nie w treściach pochodzących z internetu.

Telewizyjne audycje informacyjne

W dalszym ciągu za jedno z najpopularniejszych źródeł informacji o polityce uznać należy telewizyjne serwisy informacyjne. Mimo dynamicznej ewolucji wszystkich mediów, rozwoju nowych technologii oraz fragmentaryzacji publiczności medialnej cieszą się one relatywnie dużą widownią na całym świecie niezależnie od kręgu kulturowego[11]. Ponadto odkąd powstały tego typu audycje, dostarczają one do milionów domów każdego dnia informacji z daleka i bliska o zwyczajnych i najdonioślejszych wydarzeniach, a przygotowujący i prezentujący je dziennikarze tworzą wyjątkową więź ze społeczeństwem, a przy tym unikatową kulturę informacyjną i agendę dnia, kreującą narrację łączącą pozornie niezależnych od siebie widzów, tworzących zbiorową publiczność[12]. Jak podkreślają badacze mediów, audycje informacyjne są najstarszym i najważniejszym gatunkiem audycji telewizyjnych z punktu widzenia społecznej doniosłości, esencją telewizji, oknem na świat, a jednocześnie wizytówką stacji telewizyjnej[13].

Dane dotyczące oglądalności samych tylko wieczornych telewizyjnych serwisów informacyjnych w Polsce dowodzą, że trzy najpopularniejsze z nich gromadzą przed telewizorami widownię na poziomie zdecydowanie przekraczającym 7 milionów osób.

Tabela 1. Wyniki oglądalności wieczornych telewizyjnych audycji informacyjnych w grudniu 2023 roku

Fakty 19.00	2 738 667
Wiadomości 19.30 (do 19.12.2023)	2 723 633
19.30 - nowa audycja TVP (od 21.12.2023)	2 598 221
Wydarzenia 18.50	2 028 715
Panorama 18.00 (do 19.12.2023)	1 627 266

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Nielsen Audience Measurement dla portalu wirtualnemedi.pl, M. Kurdupski, „Wiadomości” niemal dogoniły „Fakty” w grudniu. Udany debiut „19:30”, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-grudzien-2023-fakty-lider-wiadomosci-19-30>, (12.01.2024)

Z perspektywy samorządowej kampanii wyborczej w 2024 roku należy spodziewać się, że wzorce relacjonowania wydarzeń kampanijnych nie ulegną znaczącej zmianie w porównaniu z 2018 rokiem poza jednym przypadkiem. Audycje informacyjne TVP do grudnia 2023 roku przez wielu badaczy określane były jako rządowe, następnie zaś partyjne albo nawet propagandowe[14]. Od 2015 roku uległy one znaczącej ewolucji i prezentowane w nich materiały realizowały w zasadzie jedną naczelną zasadę, jaką była pochwała partii rządzących w danym okresie od 2015 do 2023 roku lub też bezwzględna krytyka wszystkich ugrupowań opozycyjnych[15]. Tymczasem w grudniu 2023 roku nastąpiła zmiana w sposobie funkcjonowania samych spółek medialnych, która przełożyła się bezpośrednio także na sposób, w jaki mają być prezentowane informacje polityczne w audycjach informacyjnych.

[11] S. Cushion, *Television Journalism*, SAGE, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC 2012, s. 1.

[12] A. Hoskins, Newscast [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, W. Donsbach (red.), Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Carlton 2008, s. 3289.

[13] W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki: po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004, s. 30.

[14] M. Golińska-Konecko, „Dobra zmiana” w mediach. Komu wyszła na dobre?, „Media - Kultura - Komunikacja Społeczna” 2018, t. 3, nr 14; R. Klepka, *Medialna walka o dobrą zmianę: obraz wyborów parlamentarnych w 2015 roku w wybranych mediach*, Wydawnictwo Libron, Kraków 2018; E. Nowak-Teter, *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP 1*, „Res Rhetorica” 2021, t. 8, nr 1.

[15] R. Klepka, *Ewolucja Wiadomości TVP1: od medialnej stronniczości do propagandy politycznej [w:] Walka informacyjna. Uwarunkowania-incydenty-wyzwania*, H. Batorowska (red.), UP w Krakowie, Kraków 2017; R. Klepka, *Funkcja kontrolna mediów publicznych na przykładzie Wiadomości TVP w czasie parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 r.* [w:] *Nowa rewolucja komunikacyjna*, M. Nowina-Konopka, W. Świerczyńska-Głównia, A. Hess (red.), Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Wydawnictwo ToC, Kraków-Nowy Targ 2023.

Pomysłodawcy zmian, chcąc zerwać ciągłość z dotychczasowymi przekazami mediów publicznych, zdecydowali się nawet na zastąpienie serwisu informacyjnego „Wiadomości”, znanego, popularnego i dobrze rozpoznawalnego, nową audycją pod tytułem „19.30”[16]. W chwili obecnej trudno jednoznacznie oceniać, jak będą relacjonowane wydarzenia kampanijne w 2024 roku, jednak spodziewać można się bardziej wielostronnego spojrzenia, mniejszego poziomu stronniczości oraz tego, że przekazy będą bardziej zbliżone do treści znajdujących się w audycjach telewizji komercyjnych.

W przypadku audycji informacyjnych telewizji Polsat i TVN mówić można było o względnie zróżnicowanym i wielowymiarowym relacjonowaniu samorządowej kampanii wyborczej. Wiele wydarzeń dnia prezentowanych było w obydwu serwisach. Poniżej zrekonstruowana została agenda tematyczna newsów dotyczących lokalnej kampanii wyborczej oraz oznaczono, w którym z serwisów informacyjnych mówiono o danym wydarzeniu. W odpowiedniej rubryce poniższej tabeli literą W („Wydarzenia”) oraz F („Fakty”) oznaczono plusem występowanie danego tematu w audycji.

Tabela 2. Tematyka newsów związanych z wyborami samorządowymi w programach informacyjnych w 2018 roku

Tematyka newsa		W	F
wziesień			
21	Sąd apelacyjny przyznał rację PO. Pozew przeciw premierowi zostanie rozpatrzony. W piątek Sąd Apelacyjny w Warszawie uchylił postanowienie warszawskiego sądu okręgowego WA , wniosku PO w trybie wyborczym wobec premiera Mateusza Morawieckiego i skierował sprawę do ponownego rozpatrzenia. Sprawa zostanie rozpatrzona w poniedziałek.		+
22	Kampania samorządowa przyspieszyła. W Olsztynie konwencja Prawa i Sprawiedliwości, w Warszawie kandydata PiS Patryka Jakiego na prezydenta. Na obu pojawili się premier Mateusz Morawiecki wraz z członkami rządu oraz prezes partii Jarosław Kaczyński. We Wrocławiu konwencja Platformy Obywatelskiej, PSL w Rzeszowie. SLD w tym czasie szło z protestującymi związkowcami w stolicy.	+	
	Piękna i młody. To recepta na sukces w wyborach samorządowych? Piękna i młody - czy te walory mogą być receptą na sukces w wyborach samorządowych? Niby liczą się kompetencje, ale jak ktoś jest miss, albo najmłodszym kandydatem w Polsce, to budzi zainteresowanie, więc łatwiej się przebić.		+
23	Kampania samorządowa przeniosła się dziś na wieś. W Wąwolnicy na Lubelszczyźnie pojawił się premier Mateusz Morawiecki. Szef rządu obiecał ułatwienia w handlu produktami rolnymi i zastrzyk gotówki. Szef ludowców Władysław Kosiniak-Kamysz na konwencji w Kielcach udowodnił, że to tylko wyborcze obietnice i dopytywał o odszkodowania za suszę. W tym czasie Koalicja Obywatelska agitowała w Lubuskim, a Kukiz 15 w stolicy.	+	+
	Trzaskowski proponuje kontrkandydatom debatę. "Znow jest spóźniony". W niedzielę w Warszawie swoich kandydatów prezentował nie tylko Paweł Kukiz. Kampanię prowadzili też ci, którzy walczą w stolicy o prezydenturę. Trzaskowski wzywa konkurentów do debaty. Jaki mu wtóruje i zapewnia, że on był w tym wezwaniu pierwszy. Wszyscy wzywają wszystkich, ale czy są jakieś konkrety?		+
24	Sąd oddalił wniosek Platformy, która zarzuciła Mateuszowi Morawieckiemu kłamstwo. Na wiecu wyborczym szef rządu mówił, że poprzednicy nie budowali dróg i mostów. Ale według sądu to był tylko chwyt retoryczny. I tak zamiast przeprosin, będzie kolejna apelacja.	+	+
25	Błędy formalne, podejrzenie fałszerstwa. PiS ma problem z rejestracją list. Jeśli do środy do północy nic się nie zmieni, to w kilku miejscach Prawo i Sprawiedliwość nie będzie miało list i kandydatów w wyborach samorządowych. Na przykład w niektórych okręgach Słupska czy Przemysła. Wszystko przez błędy formalne i podejrzenia o fałszerstwo.		+
26	Zapał ostateczny wyrok. Premier Morawiecki musi sprostować swoją wypowiedź na temat budowy dróg i mostów za czasów rządów koalicji PO-PSL. Politycy tej koalicji zarzucali premierowi kłamstwo. Wyrok Sądu Apelacyjnego jest ostateczny.		+
	Numerы wyborcze rozlosowane. Czy okażą się szczęśliwe? Z jedynką występują Bezpartyjni Samorządowcy. W losowaniu numerów list w wyborach samorządowych wzięło udział 10 komitetów. A politycy będą musieli się trochę postarać, by udowodnić, że to właśnie ich komitet ma w wyborach ten szczęśliwy numer.	+	+

[16] R. Klepka, „News założycielski” zbyt mocny. Ale to nie było odwrócenie „Wiadomości”, <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/rafal-klepka-to-nie-bylo-odwrocenie-wiadomosci-komentarz/143yepm> [14 stycznia 2024 r.].

	<p>Dominik Tarczyński atakuje byłego sportowca za etat w milicji. Ten zapowiada pozew. Będzie kolejny pozew w trybie wyborczym. Legendarny zawodnik i trener Bogdan Wenta protestuje, bo poseł PiS pisze o nim "wysportowany Niemiec, który trenował pałowanie na głowach Polaków". Wenta kandyduje dziś na prezydenta Kielc. Kiedyś trenował w milicyjnym Wybrzeżu Gdańsk.</p>			+
	<p>Śmieszne, intrygujące i nieporadne. Przegląd polskich spotów wyborczych Są oryginalne, śmieszne i intrygujące, ale są też lekko nieporadne. Kampania samorządowa rządzi się swoimi prawami, więc poziom wyborczych klipów jest bardzo różny. Robione według własnego pomysłu i własnym sumptem, mają przyciągać uwagę wyborców.</p>			+
27	<p>Jest ostateczny wyrok w sprawie wypowiedzi premiera o drogach. Sąd Apelacyjny uznał, że w jednej kwestii słowa Mateusza Morawieckiego były nieprawdziwe i musi je sprostować. W dwóch pozostałych pozew Platformy odrzucił. Nie nakazał też przeprosin.</p>	+		+
	<p>Prezydent Łodzi Hanna Zdanowska skazana za poświadczenie nieprawdy. Łódzki Sąd Okręgowy podtrzymał wyrok sądu pierwszej instancji. Prezydent Hanna Zdanowska została prawomocnie skazana za poświadczenie nieprawdy. W wyborach samorządowych będzie jednak startować.</p>			+
	<p>Kandydaci niezależni wśród zdecydowanych faworytów wyścigu o fotele prezydentów miast. Partyjne szyldy mają duże znaczenie, ale często nie wytrzymują zderzenia z lokalnymi wspólnotami. Im bliżej pierwszej tury tym bardziej rośnie napięcie i liczba obietnic.</p>	+		
28	<p>Dominik Tarczyński ma przeprosić Bogdana Wentę. "Będzie zazalenie". Poseł PiS Dominik Tarczyński ma przeprosić europosła Platformy Bogdana Wentę i wpłacić 20 tysięcy na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Tarczyński pisał między innymi, że Wenta "był w ZOMO" i "trenował pałowanie na głowach Polaków". To wyrok w trybie wyborczym.</p>			+
	<p>Bokser, raper i podróżnik. Czy znane nazwisko pomoże w wyborach? Znane nazwisko wcale nie jest gwarancją sukcesu, bo w wyborach samorządowych liczy się zaufanie obywateli i wiara w kandydata. Dlatego Marcin Najman, Aleksander Doba czy Wujek Samo Zło też będą musieli w kampanii się starać.</p>			+
29	<p>Kampania a realia. "Krucjata ideologiczna to nie jest zadanie samorządu" Kampanijna retoryka i rzeczywistość. Prezes PiS na konwencji w Poznaniu - mówi stanowcze "nie" ideologii w samorządzie. Uderza w ten sposób w prezydenta miasta z Platformy Obywatelskiej, zarzucając krucjatę ideologiczną za publiczne pieniądze. Jaśkowiak odpowiada - zamim uderzy w kontrkandydata - powinien uderzyć się we własne piersi.</p>			+
30	<p>Kampania samorządowa Prawa i Sprawiedliwości przeniosła się do Bydgoszczy, a Koalicji Obywatelskiej oraz PSL-u do Krakowa.</p>	+		
październik				
1	<p>Przed dziecięcym teatrem w Będzinie zawisły banery lokalnych polityków. Dyrektor teatru uznał, że to nie najlepsze miejsce do prowadzenia kampanii.</p>			+
2	<p>brak</p>			
3	<p>"Utrzymany werdykt". Tarczyński musi przeprosić i zapłacić za słowa o Wencie. Dominik Tarczyński ma jeszcze kilkanaście godzin, by przeprosić Bogdana Wentę, zebrać i wpłacić 20 tysięcy złotych na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy Jurka Owsiaaka. Poseł PiS przegrał proces w trybie</p>			+

	<p>Dominik Tarczyński atakuje byłego sportowca za etat w milicji. Ten zapowiada pozew. Będzie kolejny pozew w trybie wyborczym. Legendarny zawodnik i trener Bogdan Wenta protestuje, bo poseł PiS pisze o nim "wysportowany Niemiec, który trenował pałowanie na głowach Polaków". Wenta kandyduje dziś na prezydenta Kielc. Kiedyś trenował w milicyjnym Wybrzeżu Gdańsk.</p>			+
	<p>Śmieszne, intrygujące i nieporadne. Przegląd polskich spotów wyborczych Są oryginalne, śmieszne i intrygujące, ale są też lekko nieporadne. Kampania samorządowa rządzi się swoimi prawami, więc poziom wyborczych klipów jest bardzo różny. Robione według własnego pomysłu i własnym sumptem, mają przyciągać uwagę wyborców.</p>			+
27	<p>Jest ostateczny wyrok w sprawie wypowiedzi premiera o drogach. Sąd Apelacyjny uznał, że w jednej kwestii słowa Mateusza Morawieckiego były nieprawdziwe i musi je sprostować. W dwóch pozostałych pozew Platformy odrzucił. Nie nakazał też przeprosin.</p>	+		+
	<p>Prezydent Łodzi Hanna Zdanowska skazana za poświadczenie nieprawdy. Łódzki Sąd Okręgowy podtrzymał wyrok sądu pierwszej instancji. Prezydent Hanna Zdanowska została prawomocnie skazana za poświadczenie nieprawdy. W wyborach samorządowych będzie jednak startować.</p>			+

	Kandydaci niezależni wśród zdecydowanych faworytów wyciągu o fotele prezydentów miast. Partyjne szczyły mają duże znaczenie, ale często nie wytrzymują zderzenia z lokalnymi wspólnotami. Im bliżej pierwszej tury tym bardziej rośnie napięcie i liczba obietnic.		+
28	Dominik Tarczyński ma przeprosić Bogdana Wentę. "Będzie zażalenie". Poseł PiS Dominik Tarczyński ma przeprosić europosła Platformy Bogdana Wentę i wpłacić 20 tysięcy na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Tarczyński pisał między innymi, że Wenta "był w ZOMO" i "trenował pałowanie na głowach Polaków". To wyrok w trybie wyborczym.		+
	Bokser, raper i podróżnik. Czy znane nazwisko pomoże w wyborach? Znane nazwisko wcale nie jest gwarancją sukcesu, bo w wyborach samorządowych liczy się zaufanie obywateli i wiara w kandydata. Dlatego Marcin Najman, Aleksander Doba czy Wujek Samo Zło też będą musieli w kampanii się starać.		+
29	Kampania a realia. "Krucjata ideologiczna to nie jest zadanie samorządu" Kampanijna retoryka i rzeczywistość. Prezes PiS na konwencji w Poznaniu - mówi stanowczo "nie" ideologii w samorządzie. Uderza w ten sposób w prezydenta miasta z Platformy Obywatelskiej, zarzucając krucjatę ideologiczną za publiczne pieniądze. Jaśkowiak odpowiada - zanim uderzy w kontrkandydata - powinien uderzyć się we własne piersi.		+
30	Kampania samorządowa Prawa i Sprawiedliwości przeniosła się do Bydgoszczy, a Koalicji Obywatelskiej oraz PSL-u do Krakowa.		+
październik			
1	Przed dziecięcym teatrem w Będzinie zawisły banery lokalnych polityków. Dyrektor teatru uznał, że to nie najlepsze miejsce do prowadzenia kampanii.		+
2	brak		
3	"Utrzymany werdykt". Tarczyński musi przeprosić i zapłacić za słowa o Wencie. Dominik Tarczyński ma jeszcze kilkanaście godzin, by przeprosić Bogdana Wentę, zebrać i wpłacić 20 tysięcy złotych na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy Jurka Owiśka. Poseł PiS przegrał proces w trybie		+
	wyborczym. Sąd uznał za nieprawdziwe stwierdzenie, że Wenta "trenował pałowanie na głowach Polaków".		
	Wójt kandyduje z aresztu. "Jest podejrzany o popełnienie 92 przestępstw". Lokalny suweren jest mocno podzielony, więc wynik wyborczy - w trudnej dla kandydata sytuacji - mocno niepewny. Wójt gminy Daszyna w Łódzkiem, podejrzany o wyłudzenia, siedzi w areszcie. I do wyborów nie wyjdzie, co nie przeszkadza mu prosić o wsparcie i głosy.		+
4	brak		
5	Lawety Jakiego na rządowym parkingu. PO idzie do prokuratury. Pomyśl był dobry, projekt i plakat też, ale jak to czasem bywa - coś poszło nie tak. I Bartłomiej Sochański - kandydat na prezydenta Szczecina - zobaczył reklamujące go bilbordy w Zielonej Górze. Jest wytłumaczenie pomyłki - bilbord miał wisieć na ulicy Zielonogórskiej.		+
6	Apel o jedność i spotkanie ze zwolennikami. Donald Tusk w Krakowie. W samym środku samorządowej kampanii wyborczej Donald Tusk był z wizytą w Krakowie. Były premier mówił o Unii Europejskiej, odrzuceniu nienawiści i rzekomym wstawaniu z kolan.		+
	"Prymitywne, żenujące, poniżające dla kobiet". Tak prezydent Legionowa przedstawiał kandydatów. Miało być oryginalnie i śmiesznie, wyszło żenująco, seksistowsko i chamsko. Prezydent Legionowa zaprezentował swoich kandydatów do rady miasta w tak "zaskakujący" sposób, że zakończyła się jego kariera w Platformie Obywatelskiej.		+
7	Dubaj i Bawaria w polskiej kampanii samorządowej. W przedostatnią niedzielę przed wyborami PiS był w swoim bastionie - na Podkarpaciu, a Platforma w swoim - w Warszawie. Jarosław Kaczyński chce by jeden z najbardziej ubogich regionów Polski stał się drugą Bawarią, a w stolicy Platforma jest pewna wygranej.		+
	Jaki i Trzaskowski wyrwani do odpowiedzi. Przepytawali ich uczniowie. Jaki i Trzaskowski na egzaminie u dzieci. Faworyci warszawskich wyborów stanęli przed klasą, by pokazać swoją klasę. W nowym programie TVN24 uczniowie pytali ich o wszystko. Politycy musieli się nieźle napocić - gęsto się tłumaczyć, a nawet śpiewając i tańcząc.		+
8	Hanna Zdanowska, kandydatka Koalicji Obywatelskiej na prezydenta Łodzi, nie może - według PiS - ani teraz, ani w przyszłości, nawet gdyby wygrała wybory, być prezydentem miasta. Powód - jest już skazana prawomocnym wyrokiem.		+
	Prezydent Legionowa Rafał Smogorzewski - występując w towarzystwie żony - publicznie się kaja, ale ze startu w wyborach zrezygnować nie zamierza. Przeprosiny zamieszania jednak nie kończą. Bo oprócz nowych zarzutów wobec prezydenta, pojawia się żądanie dymisji rzecznika Platformy.		+

	<p>Piłki w tej kampanii jeszcze nie było, ale właśnie wtoczyła się ona na polityczne boisko. Od wystąpienia premiera na Podkarpaciu, jednym z motywów przedwyborczego pojedynku jest słynne „haratanie w gałę”. I - mimo, że kampania jest tylko samorządowa, to na słowa Mateusza Morawieckiego zareagował sam... przewodniczący Rady Europejskiej.</p> <p>Patryk Jaki zmienia zdanie na temat szczepień. Kontrkandydaci: polityczna kalkulacja. Im bliżej wyborów, tym mocniej brzmią kandydaci i ich obietnice. Gorący przeciwnik obowiązkowych szczepień - Patryk Jaki - staje</p>	+	
	<p>się zwolennikiem szczepienia dzieci. Przemysłał sprawę czy przekalkulował?</p> <p>Szwajcaria czy Bawaria? Geograficzna „omyłka” prezesa: Szwajcaria czy Bawaria? Druga Japonia czy zielona Irlandia? Po tym jak w Warszawie prezes Jarosław Kaczyński chciał zrobić Budapeszt jest nowy polityczny plan.</p>		+
9	<p>Wyborcze zamieszanie w Łodzi. Zdaniem PiS „Zdanowska nie ma prawa objąć stanowiska”. Czy prezydent Łodzi, Hanna Zdanowska, jeżeli ponownie wygra, zostanie w urzędzie, czy zostanie usunięta? Jest prawomocnie skazana na grzywnę. Według PKW ma prawo startować w wyborach, ale jak mówi minister Jacek Sasin - nie ma prawa objąć stanowiska. Co mówi prawo, a co dorzucają politycy?</p> <p>Nie „kto wygra”, ale „czy rząd to uzna”. Nad tym zastanawiają się mieszkańcy Łodzi. W obronie Hanny Zdanowskiej mieszkańcy Łodzi nie raz wychodzili na ulicę. Sondaże dają jej największe szanse. Gdyby nie mogła kandydować - sytuacja byłaby prosta. Wyznaczenie komisarzy będzie jak wyrzucenie głosów mieszkańców do kosza. Co na to Łódź?</p> <p>Hity Kampanii Wyborczej, czyli przegląd kampanijnych plakatów. To jest osobna sztuka, a czasem nawet osobliwa. „Pewne mechanizmy w świecie medialnym rządzą się swoimi jasnymi prawami. Bądź skuteczny albo zgin”.</p>		+
	<p>Koalicja Obywatelska ma problem. Popierany przez nią urzędujący prezydent Lublina, a do tego szef regionu Platformy, zrobił coś, co centrali wyraźnie się nie podoba - zakazał marszu równości. Nietrudno się domyśleć jak na taki zakaz zareagowała Barbara Nowacka.</p>	+	
	<p>Guział pisze o Warszawie „odciętej od funduszy”. Trzaskowski: to szantaż „Gdy wygra Trzaskowski, Warszawa na lata będzie odcięta od funduszy z budżetu państwa na budowę metra, mostów i obwodnicy” - w ten sposób pisze Piotr Guział, członek sztabu Patryka Jakiego. Rafał Trzaskowski mówi o politycznym szantażu, a opozycja pyta, czy miasta i gminy, które dokonają niewłaściwego politycznie wyboru, będą przez rząd karane?</p>		+
10	<p>Trzaskowski i Jaki idą łeb w łeb. Emocje końca kampanii 10 dni do wyborów samorządowych, a Rafał Trzaskowski i Patryk Jaki idą w sondażach łeb w łeb. W jednym z nich w drugiej turze dostaliby tyle samo głosów. Warszawa jest symboliczna - kto ją zdobędzie, odtrąbi zwycięstwo na cały kraj.</p>		+
11	<p>Ostatni moment na dopisanie się do rejestru wyborczego. W Warszawie zrobiło tak ponad 11 tys. osób. Ostatni tydzień kampanii i ostatni moment, by dopisać się do rejestru wyborców. Takie wnioski można składać zarówno w urzędzie, jak i przez internet. Urząd ma 3 dni na dopisanie chętnego do rejestru. W Warszawie zrobiło to już ponad 11 tysięcy osób. To ponad dwa razy więcej niż przy poprzednich wyborach samorządowych.</p>		+
12	<p>Kaczyński ostro o ludowcach w Sydotkryskiem „Nieprzerwana kampania kalumnii, oszczerstw i kłamstw”. Ostatnia prosta przed wyborami i ostatni weekend kampanijnej walki o samorządy. Partyjni liderzy dwoją się i troją, by przekonać do swoich kandydatów. I zaatakować tych z przeciwnej strony. Prezes PiS ostro uderza w ludowców w Kielcach - regionie od lat uznawanym za bastion PSL.</p>		+
	<p>Patryk Jaki w trakcie debaty zapowiedział odejście z partii. „Chcę zaproponować nową jakość”. Czternastu kandydatów i jeden cel: zdobyć Warszawę. Nawet za cenę partyjnej legitymacji. Podczas telewizyjnej debaty Patryk Jaki zapowiedział odejście z partii, po debacie odjechał PiS-busem, a</p>		+
	<p>w sobotę po południu potwierdził, że jego rezygnacja z członkostwa w Solidarnej Polsce została już oficjalnie złożona.</p>		
14	<p>Ogromne emocje na ostatniej prostej kampanii samorządowej. Na tydzień przed wyborami PO atakuje premiera, a PiS odpowiada zarzutami wobec Grzegorza Schetyny.</p>	+	+
	<p>Wybory samorządowe już za tydzień, ale są w Polsce miejsca gdzie nie wszystko jest jasne, bo brakuje chętnych do startu. Dochodzi do sytuacji, w której kandydat może najwyżej przegrać sam ze sobą.</p>	+	+
	<p>Aleksander Kwaśniewski na konwencji SLD. Mówił o powrocie lewicy. SLD i Lewica Razem - i to razem z byłym prezydentem. W końcówce kampanii kandydatów wsparł Aleksander Kwaśniewski. Od samorządów ma się zacząć powrót lewicy na główną scenę polityczną - stwierdził.</p>		+

	Tylko i aż 101 godzin pozostało politykom, aby przekonać do siebie wyborców. Koniec kampanii, w piątek o północy, jest już bliski, więc kandydaci używają coraz mocniejszych słów. W starciu PO - PiS dominuje temat szarańczy. W pojedynku o Warszawę - po Sofii - przyszedł czas na Madryt.	+	+
15	Te same wybory, różne cele. „Musimy przebić te lody”. Lewica walczy o życie, PSL walczy o wieś, Kukiz o utrzymanie pozycji, a partia Razem, by znów zaistnieć. Która z mniejszych partii w nadchodzących wyborach samorządowych będzie językiem u wagi?		+
	Dyrektor kandyduje z PiS, wicedyrektor obiecywał piątki za spotkanie z premierem. Skoro dyrektor Liceum Ogólnokształcącego nr 1 im. Stanisława Staszica w Ostrowcu Świętokrzyskim startuje w wyborach jako kandydat PiS-u, to wicedyrektor na wspólne spotkanie z premierem zaprasza uczniów, obiecując piątki. To ma być ocena za aktywność. Dyrektor placówki twierdzi, że o sprawie dowiedział się z mediów.		+
16	Wyjątkowa sytuacja w Łodzi. Im więcej ataków, tym więcej zwolenników Łodzianie stają murem za prezydent Hanną Zdanowską. Chcą jej dać trzecią kadencję i to już w pierwszej turze. A według sondażu dla „Faktów TVN” - im więcej politycznych ataków, tym więcej jest zwolenników urzędującej prezydent. Ona ruszyła to miasto z miejsca - mówią mieszkańcy.		+
	Przedwyborcza mobilizacja w stolicy. "Kto jest za, a kto przeciw PiS-owi" W Warszawie - żaden z głównych kandydatów szampana na widok sondaży nie otwiera. Rafał Trzaskowski wyraźnie jest górą, ale Patryk Jaki nie jest bez szans.		+
17	Wojewoda wzywa do rezygnacji, Zdanowska odpowiada: tu łodzianie decydują. Zbigniew Rau, wojewoda łódzki, nie wygasił mandatu Hannie Zdanowskiej. Wezwał ją za to do rezygnacji z wyborów. Niech pani zrezygnuje dla dobra Łodzi - mówi wojewoda, ale większość łodzian chce, by Hanna Zdanowska kandydowała i wygrała. Prezydent Łodzi niedawno usłyszała prawomocny wyrok za poświadczenie nieprawdy, otrzymała karę grzywny. Zgodnie z kodeksem wyborczym Hanna Zdanowska może kandydować. Co będzie dalej?		+
18	Dla kogo sejmiki wojewódzkie? Sondaż dla „Faktów” TVN i TVN24: 33 procent badanych w najbliższą niedzielę zamierza głosować na kandydatów Prawa i Sprawiedliwości w wyborach do sejmików wojewódzkich wynika z sondażu KANTAR Millward Brown dla „Faktów” TVN i TVN24. Na kandydatów Koalicji Obywatelskiej zamierza głosować 24 procent ankietowanych, a na kandydatów PSL - 7 procent.		+
	Szef PKW: Hanna Zdanowska może objąć urząd prezydenta Łodzi. Może kandydować i może pełnić urząd - mówi szef Państwowej Komisji Wyborczej o Hannie Zdanowskiej. Prezydent Łodzi od kilku dni jest najgorętszym wyborczym znakiem zapytania, ale szef PKW wątpliwości nie ma. Nie mają ich też mieszkańcy Łodzi.		+
19	Wielka mobilizacja w Warszawie, spokojniejsza końcówka w innych miastach. W Warszawie nikt nie zwalnia tempa, a dwaj główni kandydaci walczyli o głosy nawet w nocy. A tych głosów może być mnóstwo, bo w najbliższą niedzielę stolica może pobić rekord frekwencji. W sondażu dla „Faktów” 82 procent respondentów mówi: idziemy głosować.		+
	Wyborcza walka o trzecie miejsce. Dla nich to byłby gigantyczny sukces. Naszą ambicją jest wynik dwucyfrowy - mówią ludowcy, a partię Razem ucieszy każdy mandat. To nie są wybory dwóch postaci ani dwóch partii. Wyciąg o trzecie miejsce, o zaistnienie, albo o powrót do politycznej gry jest równie ciekawy.		+
	Na każdej karcie: jeden kandydat, jeden znak „X”. Eksperti radzą jak oddać ważny głos. Trochę się boją weny twórczej wyborców - przyznaje szef PKW. Więc najlepiej nie kombinować, tylko stawiać jeden znak „X” w jednej kratce. Znak „X” poza kratką to głos nieważny.		+
	Wczesny początek, zmiany kandydatów i wielka polityka. Tak wyglądała kampania samorządowa. Ściskane ręce, rozdawane kawy, a do kawy serwowane obietnice. Personalne pojedynki i symboliczne obrazki - tak właśnie wyglądała kończąca się w piątek o północy kampania wyborcza.		+
20	brak		

21	Drobne incydenty i tłumy w lokalach. Polacy wybierają samorzady Do godziny 21 w niedzielę Polacy mogą głosować w wyborach samorządowych, mając przy sobie dowód tożsamości. Jak przebiegły wybory?	+	+
22	To była gorąca wyborcza niedziela i pasjonujący wieczór wyborczy z pierwszymi wynikami. PiS wygrał w sejmikach wojewódzkich, Koalicja Obywatelska w największych miastach. Nie zawiedli wyborcy. Frekwencja była wyższa niż cztery lata temu.	+	+
	Wbrew sondażom i przewidywaniom Rafał Trzaskowski wygrał już w I turze. Kandydat Koalicji Obywatelskiej pokonał Patryka Jakiego popieranego przez PiS. W Gdańsku o fotel prezydenta miasta powalczy Paweł Adamowicz kandydat niezależny, ale teraz już popierany przez Koalicję Obywatelską z Kacprem Płażyńskim - kandydatem PiS. Równie ciekawie może być w Krakowie.	+	+
	Systemem e-pułap - miał umożliwić głosowanie w miejscu zamieszkania. Elektroniczne dopisanie się do rejestru wyborców okazało się jednak problematyczne.	+	
	Rekordowe poparcie dla Zdanowskiej. PO: rząd musi ten wynik uszanować. Strategia straszenia wojewoda, komisarzem i zmarnowanym głosem nie działa. Prezydent Łodzi dostała poparcie ponad 70 procent mieszkańców - to absolutny rekord. Rano Hanna Zdanowska była już w pracy - ze świadomością, że PiS nie złoży broni i zrobi wszystko, by nie objęła urzędu. Wałęsa i Koalicja Obywatelska poparł Adamowicza. Jarosław Wałęsa nie będzie prezydentem Gdańska, nie wchodzi do drugiej tury wyborów i zalicza dotkliwą porażkę. W grze zostają Paweł Adamowicz i Kacper Płażyński. Urzędujący prezydent ma niewielką przewagę, ale od kilku godzin ma też natarcie Jarosława Wałęsy.		+
23	Walęsa i Koalicja Obywatelska poparł Adamowicza. Jarosław Wałęsa nie będzie prezydentem Gdańska, nie wchodzi do drugiej tury wyborów i zalicza dotkliwą porażkę. W grze zostają Paweł Adamowicz i Kacper Płażyński. Urzędujący prezydent ma niewielką przewagę, ale od kilku godzin ma też natarcie Jarosława Wałęsy.		+
	Mobilizacja przed drugą turą wyborów. „Wiatr zmian zawieje”. Tylko w pięciu miastach wojewódzkich będzie II tura wyborów - jeśli potwierdzą się sondaże. To Kraków, Kielce, Szczecin, Olsztyn i Gdańsk. W wielkich miastach triumfuje Koalicja Obywatelska. A przed nami dwa tygodnie kampanii przed drugą turą.		+
	Długie kolejki i brak możliwości oddania głosu. Wyborcze problemy Polaków. Frekwencja nie była imponująca, ale w wyborach samorządowych ponad 54 procent, to w Polsce dużo. Mogło być jeszcze więcej, ale w komisjach były długie kolejki, a wielu wyborców odprawiono z kwitkiem, bo dopisali się do list w ostatniej chwili. Coś poszło nie tak, a winnych nie ma.		+
	Wielkie liczenie po wyborach. Komu przypadną sejmiki wojewódzkie? Trwa ustalanie, kto i gdzie będzie rządził w samorządach. PiS może liczyć na samodzielne rządy w nawet sześciu sejmikach wojewódzkich. Niewykluczone, że także w województwie świętokrzyskim, w którym od lat rządziło PSL. Za to dzięki świetnemu wynikowi w Warszawie Koalicja Obywatelska ma szansę na to, by wraz z PSL-em obronić przed PiS-em sejmik województwa mazowieckiego.		+
24	Były rządowe obietnice za setki milionów, są drugie tury. „Kiełbasa przedwyborcza”. Prezes i premier wydali dużo państwowych pieniędzy w Radomiu i obiecali jeszcze więcej w Elblągu. Być może dzięki tym działaniom kandydaci PiS na prezydentów Radomia i Elbląga przeszli do drugiej tury. Mimo to ich kontrkandydaci wciąż pozostają faworytami.		+
	Wielka koalicja czy oddzielne listy? Scenariusze dla opozycji przed maratonem wyborczym. Lepiej razem czy lepiej osobno? Po wyborach samorządowych, które dla opozycji były wielkim testem przed kolejnymi kampaniami, zdania w tej sprawie są podzielone. Czasu do wyciągnięcia wniosków dla polityków jest niewiele, bo już w maju 2019 kolejny sprawdzian.		+
	Znikający kontrkandydat, losowana radna i wygrana jednym głosem. Nietypowe przypadki wyborcze. Każdy głos ma znaczenie - przekonał się o tym wójt Dalikowa, który swój fotel przegrał zaledwie jednym głosem. Bolesna musiała być też porażka kandydatki, która na liście nie miała żadnej konkurencji. Mieszkańcy i tak powiedzieli jej "nie".		+
24	Wielkie liczenie głosów, ale z problemami. Państwowa Komisja Wyborcza wciąż nie podała całościowych wyników wyborów. Ponieważ z grubszą wszystkim już wiadomo, politycy snują plany na przyszłość, również te koalicyjne.	+	+
	„Są dwa plemiona, nie dwie partie. Dwie prawdy, nie jedna”. Wybory potwierdziły podział. PiS chciało przejąć sejmiki, Koalicja Obywatelska chciała udowodnić, że co dwie partie, to nie jedna. PSL chciało się utrzymać na powierzchni, a SLD przypomnieć, że wciąż działa. W wyborach Polska podzieliła się partyni. Nie po raz pierwszy.		+
	Jakub Hartwich zostanie radnym w Toruniu. „Życie niepełnosprawnych zależy od polityki”. Znowu będzie walczył o 500 złotych dodatku socjalnego - tym razem od miasta, a nie od państwa. Jakub Hartwich - bohater sejmowego protestu niepełnosprawnych sprzed miesiąca - wszedł do Rady Miasta Torunia. Miał szósty wynik i poparcie ponad 2,5 tysiąca wyborców.		+

25	Koalicje i walka o Dolny Śląsk. Nieoficjalnie: PiS złożył ofertę Bezpartyjnym Samorządowcom. Jest dziewięć do sześciu dla Koalicji		+
	Obywatelskiej w walce o władzę w województwach. I jeden wielki znak zapytania. To Dolny Śląsk. Z oficjalnych wyników wyborów wynika, że w większej części kraju Koalicja Obywatelska będzie rządzić z PSL. PiS zyskało i będzie rządziło w co najmniej sześciu sejmikach.		
	Dwóch kandydatów, to samo nazwisko. Wyborczy fortel? Wyborczy fortel i powyborcza awantura. W Aleksandrowie Łódzkim niezmany szerzej właściciel stajni dostał świetny wynik w wyborach na radnego. Dla nikogo nie jest tajemnicą, że kluczem do sukcesu było tu nazwisko, a raczej zbieżność nazwisk.		+
26	Walka o Kraków i walka ze smogiem. Sąd uznał, że premier nie musi przeproszać prezydenta Krakowa Jacka Majchrowskiego. Szef rządu zarzucił mu brak walki ze smogiem. Co prawda Kraków miał na to wydać 700 milionów złotych, ale sąd uznał, że wypowiedź premiera była jedynie oceną.	+	+
	Z bilbordów do schroniska. Wyborcze materiały mogą posłużyć zwierzakom Wielkie sprzątanie nie musi oznaczać wielkiej góry śmieci. Ktoś zauważył, że wyborcze banery są nieprzemakalne, trwałe i chronią przed wiatrem. Nadają się w sam raz do schronisk, by zimą chronić zwierzęta.		+
27	„Zart” prezesa Kaczyńskiego. Opozycja nazywa to „politycznym szantażem”. Ostatni kampanijny weekend. Walka o zwycięstwo w dogrywce toczy się w cieniu politycznych układanek po rundzie pierwszej. Platforma i PSL na Śląsku odnawiają koalicję. PiS na Podkarpaciu znowu obiecuje wór pieniędzy, ale dla swoich samorządowców.		+
28	brak		
29	PiS walczy o Radom, PO godzi się z Adamowiczem. Krajobraz przed drugą turą wyborów. Przed drugą turą wyborów na wójtów, burmistrzów i prezydentów miast ostatnia prosta. Wygrani w pierwszej turze mają teraz pomóc wygrać innym, więc Trzaskowski, Zdanowska i Żuk mają kalendarze wypełnione po brzegi. PiS też walczy do końca, do wzięcia są między innymi Radom, Kraków i Gdańsk.		+
30	Szefowie SLD i PSL ostrzegają działaczy przed PiS. Nie wszyscy słyszą, negocjują koalicje. Powyborcze słowo klucz: koalicja. Szef SLD ostrzega swoich działaczy przed PiS-em, szef PSL też. Tylko chyba nie wszyscy słyszą. Jak wielka polityka na górze ma się do manewrów w terenie?		+
	Premier musi sprostować swoje słowa na temat smogu w Krakowie. Po raz drugi w obecnej kampanii wyborczej premier musi sprostować swoje słowa. W walce o Kraków pojawił się wyborczy pozew i w tej batalii Jacek Majchrowski jest górą. Zeby górą być w niedzielę, kandydatom w mniejszych miastach pomagają rozpoznawalni politycy. W Grudziądzu, Kielcach, Koninie i Kaliszu to jest walka o każdy głos.		+
31	Spokojna, a nawet nudna kampania w Krakowie nabrała w ostatnich godzinach rumieńców. Głównie za sprawą debaty Małgorzaty Wassermann z Jackiem Majchrowskim. W Gdańsku do takiego starcia nie doszło - z pojedynku jeden na jeden z Kacprem Płażyńskim zrezygnował Paweł Adamowicz. Egzotyczne sojusze, bezpardonowe oskarżenia, agitujący liderzy. Kampania trwa. „Pełna mobilizacja” słychać z jednej strony, „walka i zwycięstwo” - słychać z drugiej. Na wyborczej mapie Polski w śróde ważne były takie miejscowości jak Olkusz, Kołobrzeg, Chełm i Kielce - to tam byli właśnie partyjni liderzy.	+	+
listopad			
1	brak		
2	Ostatnia prosta kampanii. Kandydaci mobilizują wyborców. Mobilizacja w Radomiu, spokój w Krakowie, a w Gdańsku życzenia od Tuska. Paweł Adamowicz ma urodziny, więc były premier postanowił wysłać do niego wiadomość. W ostatni dzień kampanii to polityczny prezent.		+
	Prezydent na cmentarzu w towarzystwie kandydatki. Opozycja krytykuje. Limuzyny przed cmentarzem i konsternacja w tłumie. Prezydent w Nowym Sączu pojawił się nieoficjalnie i niespodziewanie. Każdy Polak 1 listopada odwiedza groby bliskich - tłumaczy rzecznik Andrzeja Dudy. Ale nie każdy ramię w ramię z kandydatką na prezydenta miasta.		+
3	Ostatnie przygotowania do niedzielnych wyborów.	+	+

Źródło: opracowanie własne

Zaprezentowane dane dowodzą, że „Wydarzenia” nieznacznie rzadziej podejmowały tematykę samorządowej kampanii wyborczej. W przypadku „Faktów”, zwłaszcza w drugiej turze, pojawiło się zdecydowanie więcej newsów niż w audycji Polsatu. Wyraźnie w obydwu serwisach informacyjnych wyczuwalne było łączenie wyborów samorządowych z tematyką ogólnopolską i z partiami ogólnopolskimi. Należy jednak podkreślić, że szczególnie w „Faktach” pojawiały się także doniesienia z mniejszych miejscowości, w których miało miejsce wydarzenie ciekawe, nietuzinkowe lub sensacyjne. Dużą wagę przywiązywano w serwisach do wyników procesów wyborczych oraz do nieprawidłowości w działaniach, zachowaniach czy zgodności z prawem lub obyczajami kandydatów biorących udział w wyborach. Jako zasadnicze kryterium obecności w telewizyjnym serwisie informacyjnym uznać można przede wszystkim atrakcyjność medialną wydarzenia lub sytuacji. Poniżej zestawiono czynniki sprzyjające pojawieniu się w audycji informacyjnej oraz przykłady z kampanii wyborczej.

Tabela 3. Cechy wydarzenia atrakcyjnego medialnie i ich odniesienie do tematyki kampanii wyborczej

Czynnik gwarantujący atrakcyjność	Przykłady z kampanii wyborczej
istnienie konfliktu, możliwość prezentacji racji różnych stron, ich argumentacji oraz wywoływanie zainteresowania poprzez dramatyzację	rozbieżność w programach partii lub kandydatów, odmienna ocena bieżących prac rządu, głowy państwa lub wydarzeń zagranicznych
duże znaczenie dla odbiorców, zdarzenie powinno być postrzegane jako istotne, ale pośrednio także mające wpływ na doświadczenia widowni, bliskość wydarzenia jest dodatkowym czynnikiem przemawiającym za emisją lub publikacją	spór dotyczący wprowadzenia nowych rozwiązań w zakresie kontrowersyjnych zagadnień lub nowych podatków zapowiadany przez któregoś z uczestników kampanii wyborczej, prezentacja wpływu na znaczenie odbiorców
czynnik czasu, uprzywilejowany charakter mają ostatnie wydarzenia, zwłaszcza te, które miały miejsce w ciągu ostatnich 24 godzin i które można łatwo monitorować w miarę ich rozwoju	najnowsze wypowiedzi kandydatów, konferencje prasowe, briefingi, wizyty na spotkania z wyborcami, śledzenie autobusów i tras przejazdu kandydujących polityków
prostota, znaczenie wydarzeń powinno być stosunkowo jednoznaczne, różnorodność potencjalnych interpretacji powinna być ograniczona do minimum	nacisk na określone zachowanie kandydata, niepodanie komuś ręki, złe zaparkowanie samochodu, czytanie przemówienia wyborczego z kartki
personalizacja, która kładzie nacisk na ludzi, którzy „radzą sobie z życiem na ziemi” zamiast abstrakcyjnych opisów „pozbawionych twarzy” struktur, sił i instytucji	pytania zadawane kandydatom o to jak przeżyć za minimalną pensję lub emeryturę, jak kupić żywność czy leki i próby odpowiedzi udzielane przez kandydujących
zaskakujący charakter, zdarzenie powinno być nadzwyczajne, zgodne ze starą dziennikarską maksymą, że ciekawe jest człowiek ugryzie psa, a nie gdy zdarzy się odwrotnie	nierzwykłe, nieszablonowe działanie, rozdawanie przez kandydatów kawy, owoców czy pieczywa w porannych godzinach, kwiatów, zabawek dzieciom, itp.
ciągłość oznaczająca szansę na to, by zdarzenie mogło się rozwijać, najlepiej w sposób utrzymujący napięcie przez dłuższy czas	procesy wyborcze, które rozgrywają się dynamicznie i dają szansę na prezentację zdarzenia lub wypowiedzi i jego ocenę ze strony sądu
negatywizm, oznaczający że złe wieści są zwykle preferowane i o wiele chętniej omawiane od dobrych wiadomości, co w skrajnym przypadku może prowadzić nawet do sytuacji wskazywanej przez sławnego teoretyka medialnego Marshalla McLuhana, który zauważył, że często reklamy stanowią jedyna „dobra nowina” w gazecie	działania fałszywe, prezentacja wszelkich cech kandydatów, wydarzeń, działań z przeszłości, komentarzy, które mogą postawić kandydata w złym świetle, ironiczny komentarz dotyczący niezgodności pomiędzy stylem, osobowością, sposobem działania zwykle oraz w czasie kampanii wyborczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie S. Allan, *News Culture*, Open University Press, New York 2004, s. 57 i n.

Tygodniki opinii

Tygodniki opinii, zwane także tygodnikami społeczno-politycznymi odgrywają znaczącą, choć zupełnie inną rolę w zakresie prezentowania samorządowej kampanii wyborczej. Ich specyfika polega na tym, że czasopisma te, inaczej niż telewizyjne serwisy informacyjne, nie są użytkowane w sposób rytualny, niejako przy okazji. W odróżnieniu od telewizyjnej audycji informacyjnej oglądanej nierzadko bezrefleksyjnie i traktowanej jako wieczorny obowiązek lub zwyczaj, kontakt z tygodnikiem opinii jest najczęściej zamierzonym kontaktem z problematyką polityczną. Po tygodniki sięgają osoby szczególnie zainteresowane bieżącymi problemami politycznymi. Przyjmuje się, że w grupie tej dominują czytelnicy biorący udział w wyborach, którzy sięgają świadomie po prasę, by uzyskać bardziej pogłębioną wiedzę, od tej, jaka dostępna jest w telewizji oraz by zapoznać się z szerszymi komentarzami i opiniami dotyczącymi życia społeczno-politycznego[17]. Można zatem wskazać, że tygodniki społeczno-polityczne należą do prasy jakościowej, są adresowane głównie do inteligencji, a więc do elit i decydentów danego państwa, zapewniają szerokie i dogłębne omówienie aktualności wraz z ich szeroko rozumianymi kontekstami[18].

W przypadku Polski na rynku tygodników opinii jest relatywnie więcej tytułów w porównaniu z innymi państwami Europy, a czytelnictwo tygodników stoi na wyższym poziomie niż dzienników[19]. Należy jednak podkreślić, że tygodniki opinii nie ukrywają swoich sympatii politycznych. Istnieje duża grupa czasopism reprezentujących szeroki wachlarz poglądów i idei politycznych, ale żaden z tytułów nie sili się na pozory bezstronności i dążenia do prezentacji wyważonych zróżnicowanych opinii[20]. Obecnie na podstawie danych dotyczących sprzedaży mówić można o dużym znaczeniu czterech tygodników, przy czym dwa z nich, „Polityka” i „Newsweek” mają charakter liberalno-lewicowy, zaś dwa pozostałe „Sieci” i „Do Rzeczy” charakter konserwatywny.

Tabela 4. Sprzedaż tygodników społeczno-politycznych w III kwartale 2023 roku

„Polityka”	80 513
„Newsweek Polska”	62 911
„Sieci”	40 178
„Do Rzeczy”	27 093

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy dla portalu [wirtualnemedi.pl](https://www.wirtualnemedi.pl), M. Kurdupski, „Polityka” liderem tygodników opinii, ale sprzedaż spada. Zyskał tylko „Newsweek Polska”, <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/sprzedaz-tygodnikow-opinii-iii-kwartal-2023-polityka-newsweek-polska> (12.01.2024)

Analiza czterech tytułów tygodników opinii, które ukazały się w okresie sześciu tygodni poprzedzających II turę wyborów samorządowych, czyli dzień 4 listopada 2018 roku, pozwoliła na identyfikację 67 samodzielnych materiałów redakcyjnych odnoszących się do kampanii wyborczej oraz wyborów samorządowych. Najwięcej materiałów opublikowała „Polityka” – 21, nieco mniej tygodnik „Sieci” – 21, następnie „Do Rzeczy” – 15, a najmniej „Newsweek” – 10 publikacji, przy czym jedna z nich stanowiła pakiet wielu różnych tekstów pod jednym tytułem. Szczegółowe dane o tematyce publikacji znajdują się poniżej.

[17] R. Klepka, *Wybrane tygodniki opinii i telewizyjne programy informacyjne w prezydenckiej kampanii wyborczej 2015: neutralne czy stronnicze?* [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, M. Kolczyński (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017, t.1, s. 186–187.

[18] S. Russ-Mohl, *Quality Press* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, W. Donsbach (red.), Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Carlton 2008, s. 4064.

[19] B. Dobek-Ostrowska, *Mediatyzacja polityki w tygodnikach opinii w Polsce – między polityzacją a komercjalizacją*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2018, t. 61, nr 2 (234), s. 229.

[20] J. Idzik, R. Klepka, *Voters In The Filter Bubble: Local Government Election Campaign In Polish Opinion Weeklies In The Light Of The “Echo Chamber” Concept*, „International Relations Review” 2019, nr 4, s. 129.

Tabela 5. Tematyka publikacji związanych z wyborami samorządowymi w analizowanych wydaniach tygodników opinii w 2018 roku

Nr	Tematyka
„Polityka”	
39	<ul style="list-style-type: none"> – Okładka „Bitwa o wieś”, zapowiedź obszernego materiału w walce pomiędzy PSL a PiS o samorządy; – Materiał ośmieszający działania władzy na rzecz ocieplania wizerunku partii przed wyborami parlamentarnymi; – Tekst o zasadach wyborów pod tytułem „Gry przedwyborcze”;
40	<ul style="list-style-type: none"> – Krótki materiał „Załatwiacze” o kandydacie PiS na prezydenta Lublina; – Obszerny materiał o Annie Morawieckiej, kandydatce na burmistrza Obornik Śląskich;
41	<ul style="list-style-type: none"> – Przyczółki i twierdze – materiał dotyczący tego, kto wygra wybory samorządowe;
42	<ul style="list-style-type: none"> – Okładka poświęcona wyborom; – Wstępniak red. Baczyńskiego o zagrożeniu ze strony PiS; – Poradnik dotyczący głosowania; – Felieton Marka Borowskiego; – Materiał poświęcony ruchom miejskim; – Felieton Tyma;
43	<ul style="list-style-type: none"> – Żart rysunkowy dotyczący niezależnych kandydatów; – Materiał dotyczący sejmików i ich roli; – Podsumowanie wyborów pod tytułem „Przegrana wygrana”; – Felieton Tyma;
44	<ul style="list-style-type: none"> – Okładka dotycząca przyszłości PiS po wyborach; – Analiza wyników wyborów we wstępniaku; – Wywiad z Jackiem Majchrowskim – prezydentem Krakowa; – O zmianie kursu w PiS; – O wspólnej sile PSL i SLD;
„Newsweek”	
40	brak
41	<ul style="list-style-type: none"> – Obszerny materiał o Czesławie Mańkowskim, kandydacie na prezydenta Olsztyna oskarżonym o gwałty;
42	<ul style="list-style-type: none"> – Pakiet tekstów w połowie numeru pod zbiorczym tytułem „Samorząd 2018”: rozmowa z prof. Mikołajem Cześnikiem, materiał dotyczący poprawnego oddawania głosu, tego jak być świadomym wyborcą, ranking najlepszych prezydentów miast, tekst o tym, na co miasta wydają pieniądze, o znaczeniu wyborów lokalnych jako testu dla demokracji;
43	<ul style="list-style-type: none"> – Wstępniak Tomasza Lisa; – Materiał o aferze taśmowej w kontekście wyborów samorządowych; – „On jest inny” – materiał o kandydacie na prezydenta Legionowa;
44	<ul style="list-style-type: none"> – okładka poświęcona dylematowi co do wyników wyborów w Warszawie; – Wstępniak pod tytułem „Tapnięcie” o dylematach dotyczących wyników wyborów; – Obszerny wywiad z Dornem na temat wyborów w Warszawie;
45	<ul style="list-style-type: none"> – wstępniak z powyborczą refleksją o upadku PiS; – Obszerny materiał o roli Ziobry w słabym wyniku wyborczym PiS „Kontratak Ziobry”;
„Sieci”	
39	<ul style="list-style-type: none"> – Felieton dotyczący rozgrywki w Warszawie;
40	<ul style="list-style-type: none"> – Felieton „Baśka miała fajny biust” o kobietach w KO;
41	<ul style="list-style-type: none"> – Materiał „Dopaść Morawieckiego”, który dowodzi, że od momentu, w którym premier włączył się w kampanię samorządową jest celem licznych ataków; – Na temat taśm materiał o Onecie; – Negatywny materiał o PO i PSL „Państwo równoległe”; – O wyborach na prezydenta Rzeszowa;
42	<ul style="list-style-type: none"> – Obszerny wywiad z Patrykiem Jaki ze zdjęciami kandydata na prezydenta Warszawy, na których wygląda jak mąż stanu; – Materiał o Romanie Smogorzewskim; – Wywiad z prezydentem Białej Podlaskiej, Dariuszem Stefaniukiem; – Felieton o Smogorzewskim;
43	<ul style="list-style-type: none"> – Wstępniak o przegranej Jakiego; – Obszerny materiał o finansowaniu przez otoczenie PO kampanii przeciwko Jakiemu;

44	<ul style="list-style-type: none"> - Felieton „Radość bezzębnych” dezawuuujący zwycięstwo Trzaskowskiego; - Felieton Wildsteina o nieracjonalnych wyborach przeciwko PiS-owi; - Wywiad z prof. Paruchem o tym, ja niezwykle jest zwycięstwo PiS-u; - Obszerny materiał o rekordowym zwycięstwie PiS-u; - Artykuł o tym, co Kaczyński zrobi ze zwycięstwem; - Tekst o tym, jak zapewnić zwycięstwo w II turze; - Materiał na temat Trzaskowskiego; - Materiał na temat Adamowicza; - „Czas Polski wschodniej” artykuł o tym, że na wschodzie wygrali odpowiedni kandydaci, więc wschód będzie się rozwijał lepiej;
„Do Rzeczy”	
39	<ul style="list-style-type: none"> - artykuł „Walka o wieś”, o rywalizacji między PSL i PiS na wsi, niekorzystnie o PSL z nieatrakcyjnym, a wręcz groteskowym zdjęciem W. Kosiniaka-Kamysza; - artykuł „Druga epoka Gierka”, krytyka samorządowców, którzy wydają znaczne środki i zadłużają gminy, aby wygrać wybory samorządowe;
40	<ul style="list-style-type: none"> - „Wszyscy ludzie kandydata” – duży materiał na temat Jakiego kandydującego na prezydenta Warszawy, zdjęcie Jakiego z jego współpracownikami, pozytywne, Jaki uśmiechnięty; - „Słaby start czarnych koni” – materiał poświęcony wyborom na prezydenta w dużych miastach;
41	<ul style="list-style-type: none"> - Wywiad z Patrykiem Jakim zapowiedziany na okładce, rozmowa obszerna na 3 strony, wielotematyczna, pozytywne duże zdjęcie Jakiego;
42	<ul style="list-style-type: none"> - O kandydacie na prezydenta Warszawy, zawsze określanym jako „Rafcio Trzaskowski”; - Artykuł „Tęczowa twierdza” na temat prezydenta Poznania, zdjęcie pokazujące prezydenta Poznania jako zwolennika parad homoseksualistów; - Rozmowa z Tadeuszem Zyskiem, kandydatem PiS na prezydenta Poznania pod tytułem „Poznań ma dość Jaśkowiaka”; - Tekst na temat odmłodzenia PiS przez Kaczyńskiego w kontekście wyborów samorządowych, zdjęcie roześmianego Kaczyńskiego;
	<ul style="list-style-type: none"> - Obszerny materiał o tym, że partie opozycyjne wobec PiS-u pozostają w stagnacji, zdjęcie Schetyny z nieatrakcyjną miną, który siedzi pomiędzy Nowacką a Lubnauer;
43	<ul style="list-style-type: none"> - Tekst „Skrzydła Schetyny” o tym, że PO i KO są ideowo obojętne; - Tekst o ciszy wyborczej „Cisza nad urną”;
44	<ul style="list-style-type: none"> - Felieton „Żegnaj, Czerwona Zarazo” o niepowodzeniu partii Razem i SLD; - Tekst powyborczy pod tytułem „Prawdziwa wojna zaczyna się teraz”; - Wywiad z politologiem, prof. Antonim Dudkiem o przegranej Jakiego pod tytułem „Jaki przegrał Warszawę nie z własnej winy” - Felieton dowodzący, że Patryk Jaki był przeciętnym kandydatem.

Źródło: opracowanie własne

Tygodniki opinii koncentrują się przede wszystkim na dużych miastach (głównie Warszawie) i wyborach na prezydentów tych miast. Zdecydowanie rzadziej odnoszą się do mniejszych miejscowości, chyba że ma tam miejsce skandal, jak w przypadku Legionowa. Zdecydowana większość publikacji w tygodnikach opinii stanowi przeniesienie „wielkiej”, a więc krajowej, polityki do problematyki samorządu. Kandydaci komitetów wyborczych związanych z ogólnopolskimi partiami są automatycznie oceniani w taki sposób jak na poziomie krajowym. Zwraca w tym zakresie uwagę silnie widoczna polaryzacja pomiędzy tygodnikami i ocenianymi przez nie siłami politycznymi. Tygodniki konserwatywne wartościują pozytywnie wyłącznie kandydatów PiSu, negatywnie wszystkich pozostałych. Odwrotnie tygodniki lewicowo-liberalne, które wartościują przede wszystkim negatywnie kandydatów PiSu, a pozostałych pozytywnie lub z umiarkowanym dystansem.

Podkreślić należy także, że w badanych tygodnikach nie pojawiły się żadne materiały poświęcone któremukolwiek mniejszemu komitetowi wyborczemu, takiemu jak Partia Razem, Bezpartyjni Samorządowcy czy Partia Zieloni, a tylko w formie krótkiego nawiązania wspomina się o komitetach lokalnych niezwiązanych z żadną z dużych partii ogólnopolskich[21].

[21] J. Idzik, R. Klepka, *Tygodniki opinii w samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku: polityczni gracze, recenzenci czy bezstronni obserwatorzy?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2020, t. 63, nr 2 (242), s. 106.

Zdecydowana większość tygodników nie próbuje prezentować różnych punktów widzenia, zderzać ze sobą źródeł, budować polemik. Zarysowane uwarunkowania sprawiają, że wybór czytanego tygodnika uzależniony jest na ogół od preferencji politycznych czytelnika, który dokonując tego wyboru nie chce dowiedzieć się czegokolwiek, co byłoby sprzeczne z jego oczekiwaniami[22].

Podsumowanie

Mając na uwadze wciąż względnie wysokie zainteresowanie potencjalnych wyborców treściami dostępnymi w mediach tradycyjnych warto wykorzystywać w kreowaniu wydarzeń kampanijnych wiedzę dotyczącą tego, w jaki sposób swoją agendę na temat kampanii wyborczej budują ogólnopolskie telewizyjne serwisy informacyjne i tygodniki opinii. Wzorce telewizji i prasy, jak wynika z zaprezentowanych analiz, nie są takie same. W pierwszej kolejności wskazać należy, że w mediach ogólnopolskich sporo miejsca poświęca się wyborom lokalnym. Media ogólnopolskie mocno jednak akcentują, że elekcja samorządowa jest walką o władzę podobną do tej, z jaką mamy do czynienia na poziomie ogólnokrajowym.

W telewizyjnych serwisach informacyjnych pojawia się szersze spektrum tematów niż w tygodnikach opinii, a jako główne kryterium doboru problematyki uznać należy atrakcyjność medialną. Interesujący spot, udział w procesie wyborczym czy działanie niekonwencjonalne kandydata nawet w małej miejscowości ma szansę na pojawienie się w serwisie informacyjnym. Nie ulega mimo tego wątpliwości prawidłowość, że audycje informacyjne w telewizji są skoncentrowane na dużych miastach i walkach o prezydenturę w nich, zwłaszcza gdy ubiegają się o nią politycy rozpoznawani lub znani z ogólnopolskiej sceny politycznej.

W przypadku tygodników opinii najważniejszym kryterium pozostaje przynależność polityczna kandydata oraz profil polityczny czasopisma. Wydaje się, że w przypadku tygodników przywiązanie do konkretnego profilu czytelnika przesądza o tym, że w publikacjach pojawiają się materiały chwalcące komitety i polityków, którym sprzyja tygodnik oraz krytykujące tych, których traktuje się jako oponentów. Taki stan rzeczy sprawia, że w zasadzie tygodniki utrwalają poglądy swoich czytelników, gdyż najprawdopodobniej większość z nich ma poglądy polityczne odpowiadające profilowi pisma. To właśnie sprawia, że kandydaci ciekawi, ale niezwiązani z określoną partią reprezentującą linię tygodnika, mają stosunkowo małą szansę, by znalazł się o nich materiał na łamach tego pisma.

Bibliografia

- Allan S., *News Culture*, Open University Press, New York 2004.
- Beckers K., Van Aelst P., Verhoest P., Haenens L. d', *What do people learn from following the news? A diary study on the influence of media use on knowledge of current news stories*, „European Journal of Communication” 2021, t. 36, nr 3.
- Boratyn D., *Wizerunek kandydatów na urząd prezydenta miasta Rzeszowa na portalu społecznościowym Facebook a preferencje wyborcze elektoratu*, „UR Journal of Humanities and Social Sciences” 2018, nr 4 (9).
- Couldry N., *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity Press, Cambridge, Malden 2012.
- Cushion S., *Television Journalism*, SAGE, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC 2012.
- Dobek-Ostrowska B., *Mediatyzacja polityki w tygodnikach opinii w Polsce – między polityzacją a komercjalizacją*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2018, t. 61, nr 2 (234).
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki: po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004.
- Golińska-Konecko M., „Dobra zmiana” w mediach. Komu wyszła na dobre?, „Media - Kultura - Komunikacja Społeczna” 2018, t. 3, nr 14.
- Hoskins A., *Newscast* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, W. Donsbach (red.), Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Carlton 2008.

[22] R. Klepka, J. Idzik, *Polish weeklies in local government election campaign in light of “echo chamber” theory*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia de Securitate” 2019, nr 9 (2).

- Idzik J., Klepka R., *Tygodniki opinii w samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku: polityczni gracze, recenzenci czy bezstronni obserwatorzy?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2020, t. 63, nr 2 (242).
- Idzik J., Klepka R., *Voters In The Filter Bubble: Local Government Election Campaign In Polish Opinion Weeklies In The Light Of The “Echo Chamber” Concept*, „International Relations Review” 2019, nr 4.
- Kepplinger H.M., *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Klepka R., *Ewolucja Wiadomości TVP1: od medialnej stroniczości do propagandy politycznej* [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania-incydenty-wyzwania*, H. Batorowska (red.), UP w Krakowie, Kraków 2017.
- Klepka R., *Funkcja kontrolna mediów publicznych na przykładzie Wiadomości TVP w czasie parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 r.* [w:] *Nowa rewolucja komunikacyjna*, M. Nowina-Konopka, W. Świerczyńska-Głównia, A. Hess (red.), Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Wydawnictwo ToC, Kraków-Nowy Targ 2023.
- Klepka R., *Medialna walka o dobrą zmianę: obraz wyborów parlamentarnych w 2015 roku w wybranych mediach*, Wydawnictwo Libron, Kraków 2018.
- Klepka R., „News założycielski” zbyt mocny. Ale to nie było odwrócenie „Wiadomości”, <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/rafal-klepka-to-nie-bylo-odwrocenie-wiadomosci-komentarz/143yepm> [14 stycznia 2024 r.].
- Klepka R., *Obrazy polityki w mediach: podstawowe uwarunkowania* [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, R. Klepka (red.), Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2018.
- Klepka R., *Polityka w krzywym zwierciadle mediów: stroniczość polityczna mediów w relacjonowaniu parlamentarnych kampanii wyborczych w 2015 i 2019 roku*, Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2021.
- Klepka R., *Wybrane tygodniki opinii i telewizyjne programy informacyjne w prezydenckiej kampanii wyborczej 2015: neutralne czy stronicze?* [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy–przebieg rywalizacji–konsekwencje polityczne*, M. Kolczyński (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017, t.1.
- Klepka R., Idzik J., *Polish weeklies in local government election campaign in light of “echo chamber” theory*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia de Securitate” 2019, nr 9 (2).
- Komunikat z badań CBOS 132/2023: Postrzeganie mediów
- Kruikemeier S., Gattermann K., Vliegenthart R., *Understanding the dynamics of politicians’ visibility in traditional and social media*, „The Information Society” 2018, t. 34, nr 4.
- Kubczak P., *Kandydaci na prezydentów miast Górnośląskiego Związku Metropolitalnego na portalach Facebook i Twitter*, „Vademecum Śląsk” 2014, nr 2.
- Kurdupski M., „Polityka” liderem tygodników opinii, ale sprzedaż spada. Zyskał tylko „Newsweek Polska”, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/sprzedaz-tygodnikow-opinii-iii-kwartal-2023-polityka-newsweek-polska>, (12.01.2024)
- Kurdupski M., „Wiadomości” niemal dogoniły „Fakty” w grudniu. Udany debiut „19:30”, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-grudzien-2023-fakty-lider-wiadomosci-19-30>, (12.01.2024)
- Mazur M., *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie samorządowej kampanii prezydenckiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2023, t. 66, nr 4 (256).
- Norris P., *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press, New York 2000.
- Nowak-Teter E., *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP 1*, „Res Rhetorica” 2021, t. 8, nr 1.
- Pfetsch B., Adam S., Bennett W.L., *The Critical Linkage between Online and Offline Media*, „Javnost - The Public” 2013, t. 20, nr 3.
- Reese S.D., *The Crisis of the Institutional Press*, Polity Press, Cambridge, Medford 2021.
- Russ-Mohl S., *Quality Press* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, W. Donsbach (red.), Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Carlton 2008.
- Strömbäck J., *Att studera valrörelser* [w:] *Väljarna, partierna och medierna. En studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*, J. Strömbäck (red.), SNS Förlag, Stockholm 2009.

O AUTORZE

Rafał Klepka – politolog i medioznawca, doktor habilitowany nauk społecznych w zakresie nauk o polityce, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół komunikacji politycznej. Zajmuje się badaniami stroniczości politycznej mediów, medialnych relacji dotyczących wybranych zjawisk politycznych, głównie wyborów, a także polityką medialną. Autor, współautor i redaktor kilkunastu monografii naukowych oraz ponad 70 artykułów i rozdziałów w pracach zbiorowych; kierownik i wykonawca w krajowych i międzynarodowych projektach naukowych.

Opinie wyrażone w powyższym tekście mają charakter autorski i nie należy ich traktować jako stanowiska Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego.

Warszawa, marzec 2024

www.frdl.org.pl

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego
ul. Edwarda Jelinka 6, 01-646 Warszawa