



Paweł Kuca

Uniwersytet Rzeszowski

Zabawa w wybory – wybrane aspekty kampanii samorządowych i parlamentarnych na łamach prasy regionalnej

Celem tekstu jest analiza funkcjonowania dzienników regionalnych w czasie wybranych kampanii wyborczych przed wyborami parlamentarnymi i wyborami do samorządów lokalnych. Zagadnienie zostanie zaprezentowane na przykładzie dwóch największych dzienników regionalnych w województwie podkarpackim: *Gazety Codziennej „Nowiny”* i *„Super Nowości”*. Celem analizy było zdiagnozowanie sposobu relacjonowania kampanii wyborczych przez wybrane tytuły prasowe, dlatego też w badaniach skoncentrowano się na akcjach redakcyjnych przygotowanych przez poszczególne zespoły dziennikarskie. Analiza obejmuje wybrane działania obydwu redakcji w czasie wyborów parlamentarnych w 2011 r. i wyborów samorządowych w 2010 r.

Zagadnienia wstępne

Sposób funkcjonowania mediów, zakres wypełnianych przez nie funkcji ma znaczenie dla jakości demokracji. W systemie demokratycznym media są czynnikiem, który sprzyja rozwojowi społeczeństwa obywatelskiego. W efekcie jakość mediów, stopień profesjonalizmu dziennikarzy ma wpływ na jakość obywateli i społeczeństwa¹.

Media w demokracji pełnią istotne zadania. Jak wskazuje B. Dobek-Ostrowska, do ich podstawowych funkcji należy zaliczyć:

- Funkcję informacyjną – przekazywanie informacji, które dotyczą społeczeństwa, są nowe, oczekiwane i pożądane.

¹ P. Kuca, *Dziennikarstwo interwencyjne jako przejaw kontrolnej funkcji prasy na przykładzie dzienników woj. podkarpackiego* [w:] *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, red. K. Wolny-Zmorzyński, M. Wrońska, W. Furman, Rzeszów 2006, s. 186.

- Funkcję edukacyjną – media powinny analizować wydarzenia, tłumaczyć je, pokazywać wagę prezentowanych faktów.
- Funkcję platformy debaty publicznej – media powinny być miejscem debaty publicznej, w którym trwa dyskusja na temat różnych koncepcji politycznych i społecznych.
- Funkcję kontrolną – obserwowanie poczynąń władzy, reagowanie na nieprawidłowości.
- Funkcję promocyjną – za pośrednictwem mediów aktorzy polityczni mogą przedstawiać swoje programy polityczne i wyborcze, w efekcie mogą zdobywać poparcie obywateli.
- Funkcję orędownika – media powinny być miejscem, w którym są prezentowane poglądy i opinie różnych grup, organizacji obywatelskich, grup mniejszościowych. W rezultacie obywatele mogą poznać pełną ofertę polityczną, a nie tylko najsilniejszych instytucjonalnie politycznych aktorów².

Sposób, w jaki media wypełniają swoje funkcje, ma znaczenie, także w kontekście dotyczących je procesów tabloidyzacji i infotainmentu. Jak zauważa T. Goban-Klas, ma na to wpływ „logika masowego rynku informacji”, w którym informacja jest towarem, a jej wartość rośnie wraz ze skalą odbioru. Przejawem tabloidyzacji jest nie tylko skracanie, ale i upraszczanie przekazu³. W konsekwencji ma to wpływ na pracę dziennikarzy. Kryterium ważności tematu, jego istotność dla opinii publicznej, odpowiedzialność przestają mieć podstawowe znaczenie przy kształtowaniu oferty mediów. W efekcie dla dziennikarzy kluczowym kryterium staje się oglądalność programu (poziom sprzedaży gazety). W takiej sytuacji analiza skomplikowanych, ale ważnych publicznie zagadnień lub procesów nie jest dla mediów atrakcyjna, ponieważ nie przekłada się na wskaźniki oglądalności⁴. Takie procesy wpływają na jakość debaty publicznej, stopień poinformowania obywateli o istotnych zagadnieniach. Kształtowanie się agendy medialnej wydaje się szczególnie istotne w okresie kampanii wyborczych, kiedy poszczególni kandydaci lub komitety wyborcze przedstawiają swoje propozycje programowe. Koncentracja mediów na zasadniczych kwestiach sporu programowego lub na mniej istotnych merytorycznie, ale atrakcyjnych medialnie zagadnieniach może mieć wpływ na odbiór kampanii przez wyborców.

Z drugiej strony, pomimo zarysowanych powyżej procesów, należy zwrócić uwagę, że dziennikarze powinni pełnić ważną pozycję we współ-

² Zob. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007, s. 183–184.

³ T. Goban-Klas, *Czy wolne media psują demokrację?* [w:] *Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989-2009*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa, Toruń 2010, s. 63.

⁴ Tamże.

czesnym świecie. Jak pisze L. Dyczewski, ludzie funkcjonujący w tzw. społeczeństwie informacyjnym poszukują informacji, ale jednocześnie potrzebują także kogoś, kto im je dostarczy, ponieważ sami nie są w stanie ich znaleźć. Taką rolę powinni pełnić właśnie dziennikarze, którzy śledzą wydarzenia, porządkują je i przekazują odbiorcom⁵.

Z punktu widzenia niniejszego artykułu warto poczynić jeszcze dwie uwagi, zwłaszcza w kontekście funkcjonowania mediów regionalnych i lokalnych. Jeśli analizujemy zadania i funkcje mediów, warto zauważyć, że nie zależą one od ich poziomu funkcjonowania, zasięgu i rodzaju. Zadania regionalnej gazety wobec lokalnej władzy w regionie są takie same, jak zadania dziennika ogólnopolskiego wobec rządu⁶.

Druga uwaga dotyczy ewolucji mediów regionalnych i ich zawartości. Wysokiej jakości media regionalne powinny mieścić na łamach zarówno tematykę lokalną, regionalną, ale także ogólnokrajową czy międzynarodową. Zbyt duże koncentrowanie się tylko na tematach stricte lokalnych może czynić z mediów regionalnych media prowincjonalne w pejoratywnym znaczeniu. Na taką kwestię zwraca uwagę np. M. Jachimowski, przywołując wyniki badań w Szwecji⁷.

Założenia metodologiczne

Jak już wspomniano, analiza zaprezentowana w ramach niniejszego tekstu obejmuje działania dwóch dzienników regionalnych, *Gazety Codziennej „Nowiny”* i *„Super Nowości”*. Są to dwa czołowe dzienniki regionalne funkcjonujące w województwie podkarpackim. Badania obejmują wybrane inicjatywy wskazanych tytułów w czasie kampanii wyborczej do parlamentu w 2011 r., a także podczas wyborów samorządowych w 2010 r. W omawianym okresie sprzedaż obydwu gazet wynosiła odpowiednio: w 2010 r. – *Gazeta Codzienna „Nowiny”* 28 432, *„Super Nowości”* 13 467 egz.⁸, w 2011 r. – *„Nowiny”* 24 846, *„Super Nowości”* 12 169 egz.⁹

W przypadku każdych wyborów analizie poddano gazety z okresu czterech tygodni przed dniem głosowania. W przypadku wyborów samorządo-

⁵ L. Dyczewski, *Zobowiązania i niezależność dziennikarzy* [w:] *Modele współczesnego dziennikarstwa*, red. K. Wolny-Zmorzyński, P. Urbaniak, K. Bernat, Wrocław 2015, s. 17.

⁶ P. Kuca, *Dziennikarstwo interwencyjne...*, s. 186.

⁷ M. Jachimowski, *Warunki określające stan mediów konstytuujących regiony medialne w Polsce* [w:] *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, red. W. Furman, P. Kuca, Rzeszów 2015, s. 12.

⁸ http://www.zkdp.pl/images/Komunikat_2010.pdf (dostęp 18.05.2015).

⁹ http://www.zkdp.pl/images/komunikat_2011.pdf (dostęp 18.05.2015).

wych w 2010 r. analizowano wydania „Super Nowości” i Gazety Codziennej „Nowiny” od 25 października 2010 r. (nr 208) do 19–21 listopada 2010 r. (nr 225).

W przypadku wyborów parlamentarnych w 2011 r. analizowano wydania Gazety Codziennej „Nowiny” od 12 września 2011 r. (nr 176) do 7–9 września 2011 r. (nr 195). Taki sam okres badawczy dotyczył dziennika „Super Nowości”.

W badaniach zastosowano metodę analizy zawartości prasy. Skoncentrowano się na akcjach redakcyjnych i działaniach gazet podejmowanych w trakcie trwania kampanii wyborczych.

Dzienniki regionalne w wyborach parlamentarnych w 2011 roku

W czasie kampanii wyborczej przed wyborami parlamentarnymi w 2011 r. redakcje Gazety Codziennej „Nowiny” i „Super Nowości” przeprowadziły podobne akcje – prawyборы na najlepszych kandydatów na parlamentarzystów, których mogli wybierać czytelnicy dzienników.

„Nowiny” prowadziły akcję pod hasłem „Prawyборы 2011”. Na łamach opublikowano listę kandydatów, którzy ubiegali się o mandaty posłów i senatorów. W okręgu wyborczym nr 23 (okręg rzeszowsko-tarnobrzeski) o 15 mandatów poselskich ubiegało się 259 kandydatów, w okręgu nr 22 (okręg krośnieńsko-przemyski) o 11 mandatów starało się 195 kandydatów. W pięciu okręgach wyborczych do Senatu, które znajdowały się na obszarze województwa podkarpackiego, łącznie o 5 mandatów senatorskich konkurowało 24 kandydatów. Czytelnicy mogli głosować na swoich kandydatów, wysyłając sms-y. Przy każdym nazwisku kandydata wydrukowano treść sms, który trzeba było wpisać przy głosowaniu na niego. Koszt jednego sms wynosił 1,23 zł z VAT¹⁰. Częściowe wyniki prawyborów, wraz z nazwiskami aktualnych liderów rankingu były podawane na łamach „Nowin”. Redakcja budowała atmosferę wokół akcji hasłem „Nie pozwól, by inni decydowali za Ciebie”. W całej akcji redakcyjnej związanej z prawyborami „Nowin” głosujący na poszczególnych kandydatów wysłali łącznie 10 719 sms-ów¹¹.

Omawiając jednak tę inicjatywę, warto zwrócić uwagę na dwie kwestie. Pierwsza dotyczy zupełnego rozminięcia się wyników prawyborów gazety

¹⁰ J. Kwiatkowski, *Wyślij głos na swojego posła i senatora*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 2–4.09.2011, s. 17.

¹¹ JK, *Kobyłarska, Pawlak, Maziarz wygrali prawyборы*, Gazeta Codzienna „Nowiny” 7–9.10.2011, nr 195, s. 6.

z wynikami wyborów przeprowadzonych realnie. Druga to możliwość wykorzystania akcji dziennika jako narzędzia promocji wyborczej przez samych kandydatów. Tabela 1 przedstawia wyniki prawyborów „Nowin” do Sejmu dla trzech kandydatów z największą liczbą głosów w każdym okręgu i liczbę głosów, jaką ci sami kandydaci uzyskali w wyborach 9 października 2011 r.

Tabela 1. Wyniki prawyborów Gazety Codziennej „Nowiny” w wyborach do Sejmu i wyniki tych samych kandydatów w głosowaniu 9 października 2011 r.

Zwycięzcy prawyborów Gazety Codziennej „Nowiny” w wyborach do Sejmu		Liczba głosów na kandydatów według danych Państwowej Komisji Wyborczej
Okręg nr 23 (rzeszowsko-tarnobrzeski)		
Antoni Pawlak (Polska Jest Najważniejsza)	2 085 głosów	488 głosów
Stanisław Szałajko (Sojusz Lewicy Demokratycznej)	246 głosów	633 głosy
Wojciech Domaradzki (Sojusz Lewicy Demokratycznej)	177 głosów	5 899 głosów
Okręg nr 22 (krośnieńsko-przemyski)		
Bożena Kobylarska (Ruch Palikota)	2 187 głosów	1 507 głosów
Dariusz Dziadzio (Ruch Palikota)	1 035 głosów	11 091 głosów
Robert Smucz (Ruch Palikota)	705 głosów	1 725 głosów

Źródło: obliczenia własne na podstawie analizy Gazety Codziennej „Nowiny” i danych Państwowej Komisji Wyborczej.

Uwagę zwracają przede wszystkim wyniki zwycięzców prawyborów w obydwu okręgach. Po pierwsze, otrzymali oni znacznie mniej głosów w realnym głosowaniu niż w trakcie prawyborów organizowanych przez gazetę. Po drugie, nie należeli do grona najbardziej rozpoznawanych polityków w województwie podkarpackim w 2011 r. W końcu warto zauważyć, że z wymienionych w tabeli 1 sześciu kandydatów, którzy w prawyborach „Nowin” osiągnęli najlepsze wyniki jako kandydaci do Sejmu, tylko jeden zdobył mandat w realnym głosowaniu. Był to Dariusz Dziadzio z Ruchu Palikota. Podobną tendencję można było zauważyć w odniesieniu do prawyborów do Senatu. Z grupy trzech kandydatów, którzy w prawyborach „Nowin” osiągnęli najwyższe poparcie – Mieczysław Maziarz (Prawica), Bogdan Bardzik (KWW Bogdana Bardzika), Zdzisław Gawlik (Platforma Obywatelska) – w realnym głosowaniu mandatu senatora nie zdobył żaden.

Mimo zupełnie odmiennych wyników prawyborów „Nowin” w porównaniu z prawdziwym głosowaniem warto zauważyć, że same prawyборы mogły być wykorzystywane przez kandydatów lub ich otoczenie jako narzędzie promocji wyborczej. Jak wspomniano, wyniki prawyborów były na bieżąco podawane na łamach, a nazwiska aktualnych liderów często pojawiały się opatrzone ich zdjęciami. Była to więc okazja do promocji kandydatów w gazecie. Można założyć hipotezę, że dla części kandydatów, ich otoczenia lub sympatyków był to element taktyki promocyjnej.

Nazwiska prowadzących w prawyborach „Nowin” z ich fotografiami często pojawiały się w trakcie trwania akcji na łamach gazety. W największym stopniu dotyczyło to dwojga kandydatów, którzy wygrali prawyборы w swoich okręgach. W przypadku Bożeny Kobylarskiej w ciągu czterech tygodni przed wyborami na łamach „Nowin” pojawiło się 18 publikacji z jej nazwiskiem, zdjęciem i informacją, że jest w czołówce rankingu. Jeżeli chodzi o Antoniego Pawłaka, takie dane opublikowano w 17 wydaniach „Nowin”. Wysokie miejsce w prawyborach miało więc wpływ na stopień promocji na łamach.

Tabela 2. Liczba publikacji dziennikarskich o kandydatach, którzy zajęli czołowe miejsca w prawyborach do Sejmu na łamach Gazety Codziennej „Nowiny” (publikacja ze zdjęciem kandydata)

Kandydat	Liczba publikacji
Bożena Kobylarska	18
Antoni Pawlak	17
Stanisław Szałajko	12
Wojciech Domaradzki	11
Dariusz Dziadzio	6
Robert Smucz	11

Źródło: obliczenia własne

Akcję dotyczącą prawyborów zorganizował przed wyborami parlamentarnymi w 2011 r. także dziennik „Super Nowości”. Była ona prowadzona pod hasłem „Prawyборы 2011 z Super Nowościami”. W tym przypadku także można było głosować, wysyłając sms-y na kandydatów na posłów i senatorów z poszczególnych okręgów. Koszt jednego sms-a wynosił 1,23 zł z VAT. Akcja była eksponowana na łamach dziennika. Jej zapowiedzi pojawiały się na pierwszej stronie gazety, na ostatniej stronie publikowano instrukcję, jak głosować. Różnica polegała na tym, że „Super Nowości” podawały wyniki (częściowe i całościowe na zakończenie akcji) w danych procento-

wych. W efekcie nie wiadomo, ile głosów otrzymali poszczególni kandydaci. Dla przykładu Krzysztof Kłak (Platforma Obywatelska), zwycięzca prawyborów do Sejmu w okręgu nr 22 (okręg przemysko-krośnieński), otrzymał 42,4% głosów, ale nie wiadomo, z jakiej liczby głosów. Prawyborzy do Sejmu w okręgu nr 23 wygrała na łamach „Super Nowości” Krystyna Wróblewska (Prawo i Sprawiedliwość). Otrzymała 23,1% głosów, jednak nie wiadomo, z jakiej puli oddanych głosów¹².

Podobnie jak w przypadku „Nowin”, wyniki prawyborów na łamach „Super Nowości” nie miały dużego związku z realnymi wynikami wyborów. Na zakończenie akcji redakcja „Super Nowości” opublikowała wyniki: nazwiska pięciu kandydatów z największym poparciem w każdym z dwóch okręgów wyborczych do Sejmu. Z tej grupy tylko trzy osoby zdobyły mandaty poselskie. W grupie pięciu osób, które zdobyły największe poparcie w prawyborach „Super Nowości” do Senatu, mandat w prawdziwych wyborach uzyskał tylko jeden kandydat.

Podobnie jak w przypadku „Nowin”, prawyborzy na łamach „Super Nowości” były okazją do promocji dla samych kandydatów. Tutaj także nazwiska i zdjęcia kandydatów, którzy byli w czołówce prawyborów, pojawiały się na łamach dziennika w publikacjach o częściowych wynikach. Dla przykładu nazwisko Krzysztofa Kłaka, zwycięzcy prawyborów do Sejmu w okręgu nr 22, pojawiło się w ciągu czterech tygodni przed wyborami 10 razy (w tym 8 razy ze zdjęciem). Nazwisko Krystyny Wróblewskiej, która wygrała prawyborzy do Sejmu w okręgu nr 23, pojawiło się w analizowanym okresie 13 razy (w tym 9 razy ze zdjęciem kandydatki). Nazwisko Stanisława Ożoga, który w prawyborach „Super Nowości” do Sejmu zajął drugie miejsce w okręgu nr 23 i zdobył mandat posła w prawdziwych wyborach, wystąpiło na łamach gazety 13 razy (w tym 8 razy ze zdjęciem).

Dzienniki regionalne w wyborach samorządowych w 2010 roku

Akcję dotyczącą prawyborów redakcja Gazety Codziennej „Nowiny” zastosowała także wcześniej, w czasie wyborów samorządowych w 2010 r. (pierwsza tura wyborów odbyła się 21 listopada). Inicjatywa gazety prowadzona była pod hasłem „Prawyborzy 2010” i trwała do 16 listopada. W ramach projektu redakcja „Nowin” opublikowała na swojej stronie internetowej www.nowiny24.pl/wybory nazwiska prawie 10 tys. kandydatów, którzy

¹² *Oni wygrali prawyborzy*, „Super Nowości”, 7–9.10.2011, nr 195, s. 34.

kandydowali do różnych szczebli jednostek samorządu terytorialnego na obszarze województwa podkarpackiego, zarówno tych, którzy chcieli zostać wójtami, burmistrzami, prezydentami miast, jak i radnymi. Można było głosować, wysyłając sms-y, a każdy kandydat miał przypisany specjalny kod, który należało wpisać w treść sms-a. Redakcja podkreślała, że wysokie miejsce w plebiscycie gazety będzie potwierdzeniem, czy dany kandydat ma szansę na sukces w wyborach 21 listopada. Jednocześnie cała wyborcza akcja „Nowin” nie ograniczała się do możliwości głosowania na wybranych w prawyborach kandydatów. Redakcja zapowiadała, że w trakcie kampanii będzie także prezentowała sylwetki kandydatów na prezydentów miast w regionie, porównywała programy wyborcze, a także pytała kandydatów, jak zamierzają rozwiązywać problemy mieszkańców¹³. W ramach tej części projektu pytano m.in. kandydatów na prezydenta Rzeszowa o konkretne kwestie do rozwiązania w mieście¹⁴. Podobne teksty były też np. publikowane w odniesieniu do kandydatów na burmistrzów. W wydaniach papierowych redakcja publikowała nazwiska kandydatów na prezydentów miast, burmistrzów, wójtów wraz z danymi do sms-ów, przez które można było na nich głosować¹⁵.

Jednak analiza wyników pokazuje podobne zjawisko, które można było zaobserwować w czasie wcześniej prezentowanych wyników prawyborów „Nowin” w wyborach parlamentarnych z 2011 r. Były sytuacje, że zwycięzca plebiscytu „Nowin” wygrywał w realnym głosowaniu, ale często wysokie miejsce kandydata w prawyborach nie miało związku z objęciem przez niego mandatu radnego lub wójta w prawdziwych wyborach.

Dla przykładu można opisać kilka sytuacji. Prawyборы „Nowin” do sejmiku województwa podkarpackiego wygrał Zdzisław Nowakowski (otrzymał 85 głosów). W wyniku wyborów 21 listopada objął on mandat radnego sejmiku. Ale już prawyборы „Nowin” do Rady Miasta Rzeszowa wygrał Mariusz Pyra z Komitetu Wyborczego Wyborców „Rzeszowianie Razem”, który otrzymał od czytelników 667 głosów¹⁶. Według danych Państwowej Komisji Wyborczej w prawdziwym głosowaniu jego kandydaturę poparło 35 osób. Mandatu nie objął. Najlepszy wynik w prawyborach „Nowin” do Rady Miasta w Głogowie Małopolskim otrzymał Krzysztof Marczydło (69 głosów)¹⁷.

¹³ Jer, *Poprzyj kandydatów na szefów miast, gmin oraz radnych*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 3.11.2010, nr 214, s. 10.

¹⁴ B. Gubernat, M. Froń, *Mój pomysł na Rzeszów*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 5-7. 11.2010, nr 216, s. 1.

¹⁵ Zob. PS, *Głosujemy tylko do wtorku*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 12-14.11.2010, nr 220, s. 6.

¹⁶ D. Wilk, *Sprawdź, kto wygrał prawyборы*, Gazeta Codzienna „Nowiny” (wkładka lokalna „Nowiny Rzeszowskie”), 18.11.2010, nr 224, s. 2.

¹⁷ Tamże.

W prawdziwych wyborach, według danych Państwowej Komisji Wyborczej, otrzymał 160 głosów, ale nie zdobył mandatu radnego. W prawyborach „Nowin” zwycięzcą w głosowaniu na wójta Soliny w powiecie leskim został Wiesław Matuszewski (122 głosy)¹⁸. W głosowaniu 21 listopada 2010 r. otrzymał więcej głosów poparcia (wg PKW 653 głosy), ale wybory przegrał.

W odniesieniu do tematu niniejszego tekstu i wyborów samorządowych w 2010 r. warto jeszcze przedstawić jedno z działań redakcji „Super Nowości”, które polegało na zamieszczaniu na łamach gazety wyników internetowych sondaży wyborczych.

W czasie kampanii wyborczej w 2010 r. redakcja „Super Nowości”, z jednej strony, mocno zaangażowała się przeciwko urzędującemu w Rzeszowie prezydentowi miasta Tadeuszowi Ferencowi, który był postrzegany jako faworyt na następną kadencję. Z drugiej strony, przedstawiciele redakcji, w tym czynni dziennikarze, uczestniczyli w Komitecie Wyborczym „Rzeszów lepszy o 100 procent”, który ubiegał się o mandaty radnych Rady Miasta Rzeszowa. Niektóre aspekty tej sytuacji były już przedmiotem naukowej analizy¹⁹.

W okresie objętym analizą w ramach niniejszego tekstu (wydania dziennika od 25 października 2010 r., nr 208, do 19–21 listopada 2010 r., nr 225) na łamach „Super Nowości” zostały opublikowane cztery sondaże przedwyborcze, które dotyczyły wyborów na prezydenta Rzeszowa. Były to sondaże internetowe prowadzone na stronie internetowej dziennika. Przy wynikach podawano zarówno liczbę głosów bezwzględnych, jak i poparcie procentowe dla kandydatów. W tekście przy pierwszym sondażu pojawiło się zastrzeżenie, że metoda sondażu internetowego nie jest metodą ściśle naukową²⁰.

Analizując wyniki prezentowane w czterech opublikowanych sondażach, można zauważyć, że wszystkie podkreślały możliwość i prawdopodobieństwo rozstrzygnięcia wyborów na prezydenta Rzeszowa w dwóch turach, a także obecność w wyborach dwóch faworytów: prezydenta Tadeusza Ferenc i Jerzego Cyprysia, kandydata Prawa i Sprawiedliwości, których poziom poparcia w sondażach był bardzo podobny. W poszczególnych sondażach Tadeusz Ferenc uzyskał następujące wyniki: 40,96% (1403 głosy), 42,19% (1706 głosów), 42,05% (1733 głosów), 41,92% (1737 głosów). Jerzy Cyprys w tych samych sondażach uzyskał następujące poparcie:

¹⁸ Gazeta Codzienna „Nowiny”, 18.11.2010, nr 224, wkładka lokalna „W Beskidzie i Bieszczadach”, s. 2.

¹⁹ Zob. W. Furman, *Obserwator, uczestnik czy specjalista public relations? „Super Nowości” przeciwko prezydentowi Rzeszowa jesienią 2010 roku*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 1, s. 65–77.

²⁰ W Rzeszowie na razie jest dwóch faworytów, „Super Nowości”, 29.10.–1.11.2010, nr 212, s. 3.

43,15% (1478 głosów), 42,31% (1711 głosów), 42,05% (1733 głosów), 42,01% (1741 głosów)²¹.

Wyniki te jednak nie były zupełnie porównywalne z poparciem kandydatów na prezydenta Rzeszowa w realnym głosowaniu. Prezydentem Rzeszowa na nową kadencję został Tadeusz Ferenc, który wygrał wybory w 2010 r. w I turze, uzyskując według danych Państwowej Komisji Wyborczej 53,25% głosów. Jerzego Cyprysa, kandydata Prawa i Sprawiedliwości, poparło w Rzeszowie 34,86% głosujących.

Podsumowanie

Podsumowując powyższą analizę, warto zwrócić uwagę na trzy kwestie. Pierwsza to zwrócenie uwagi przez obydwa dzienniki na personalny aspekt kampanii wyborczych, czemu dobrze służą akcje związane z prawyborami. Eksponowanie rywalizacji pomiędzy kandydatami w poszczególnych okręgach wyborczych lub w miejscowościach w większym stopniu koncentruje uwagę czytelników (a także sympatyków poszczególnych partii lub osób) niż szerokie i zniuansowane analizy programowe. Druga kwestia to samo podejście do wyborów, które przez wykorzystanie formuły redakcyjnych prawyborów ma posmak gry i zabawy, zwłaszcza że widać istotne różnice między wynikami w plebiscytach organizowanych dla czytelników pism a wynikami przy urnach wyborczych. Dlatego też samą formułę prawyborów i ich wyniki trudno traktować jako miarodajną ocenę poparcia kandydatów. Należy też wskazać na ekonomiczny aspekt przedwyborczych akcji prowadzonych przez dzienniki regionalne. Prócz angażowania czytelników jest to także sposób na uzyskanie dodatkowego dochodu przez redakcje, czemu służą chociażby płatne sms-y.

Bibliografia

- Cypryś i Ferenc na remis*, „Super Nowości”, 12–14.11.2010, nr 220.
Cypryś wciąż na czele, „Super Nowości”, 16.11.2010, nr 222.
Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007.
Dyczewski L., *Zobowiązania i niezależność dziennikarzy [w:] Modele współczesnego dziennikarstwa*, red. K. Wolny-Zmorzyński, P. Urbaniak, K. Bernat, Wrocław 2015.

²¹ Zob. *W Rzeszowie jest na razie dwóch faworytów*, „Super Nowości”, 29.10.–1.11.2010, nr 212, s. 3; *Nadal dwóch faworytów*, „Super Nowości”, 5–7.11.2010, nr 216, s. 2; *Cypryś i Ferenc na remis*, „Super Nowości”, 12–14.11.2010, nr 220, s. 2; *Cypryś wciąż na czele*, „Super Nowości”, 16.11.2010, nr 222, s. 2.

- Furman W., *Obserwator, uczestnik czy specjalista public relations? „Super Nowości” przeciwko prezydentowi Rzeszowa jesienią 2010 roku*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 1.
- Gazeta Codzienna „Nowiny”, 18.11.2010, nr 224, wkładka lokalna „W Beskidzie i Bieszczadach”.
- Goban-Klas T., *Czy wolne media psują demokrację?* [w:] *Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa, Toruń 2010.
- Gubernat B., Froń M., *Mój pomysł na Rzeszów*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 5–7.11.2010, nr 216.
- Jachimowski M., *Warunki określające stan mediów konstytuujących regiony medialne w Polsce* [w:] *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, red. W. Furman, P. Kuca, Rzeszów 2015.
- Jer, *Poprzyj kandydatów na szefów miast, gmin oraz radnych*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 3.11.2010, nr 214.
- JK, *Kobyłarska, Pawlak, Maziarz wygrali prawybyory*, 7–9.10.2011, nr 195.
- Kuca P., *Dziennikarstwo interwencyjne jako przejaw kontrolnej funkcji prasy na przykładzie dzienników woj. podkarpackiego* [w:] *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, red. K. Wolny-Zmorzyński, M. Wrońska, W. Furman, Rzeszów 2006.
- Kwiatkowski J., *Wyślij głos na swojego posła i senatora*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 2–4.09.2011.
- Nadal dwóch faworytów*, „Super Nowości”, 5–7.11.2010, nr 216.
- Oni wygrali prawybyory*, „Super Nowości”, 7–9.10.2011, nr 195.
- PS, *Głosujemy tylko do wtorku*, Gazeta Codzienna „Nowiny”, 12–14.11.2010, nr 220, s. 6.
- W Rzeszowie na razie jest dwóch faworytów*, „Super Nowości”, 29.10. – 1.11. 2010, nr 212.
- Wilk D., *Sprawdź, kto wygrał prawybyory*, Gazeta Codzienna „Nowiny” (wkładka lokalna „Nowiny Rzeszowskie”), 18.11.2010, nr 224.
- www.zkdp.pl/images/Komunikat_2010.pdf
- www.zkdp.pl/images/komunikat_2011.pdf

Summary

Author analyses different actions and election campaigns' elements conducted by local mass media of Podkarpackie Voivodship (Poland) – Gazeta Codzienna “Nowiny” and “Super Nowości”. Conclusions presented in the paper come from the research made in 2010 during the local government election and the national election in Poland in 2011. The main purpose of the analysis was to identify how these actions in the local mass media were conducted. The author focused his research on the actions carried out during the primary election especially – the actions which allowed voters to select those candidates who can be elected.