

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

**Realizacja misji publicznej
w zakresie edukacji obywatelskiej
w programach regionalnych
radia publicznego**

na przykładzie audycji informacyjnych, publicystycznych
oraz instruktażowo-poradniczych dotyczących
wyborów do samorządu terytorialnego 2010 r.,
nadanych w okresie 15-19 listopada 2010 r.

WARSZAWA 2011

SPIS TREŚCI

Część I:

Wstęp.....	s.1-2
Podsumowanie	s.3-23

Część II: Analiza ilościowa i jakościowa audycji i przekazów nadanych w poszczególnych rozgłośniach:

1. Radio Białystok	s. 1 - 23
2. Radio Pomorza i Kujaw.....	s. 24 - 37
3. Radio Gdańsk	s. 38- 50
4. Radio Katowice	s. 51 - 63
5. Radio Kielce	s. 64 - 74
6. Radio Koszalin	s. 75 - 85
7. Radio Kraków.....	s. 86 - 102
8. Radio Lublin.....	s. 103 - 110
9. Radio Łódź	s. 111 - 118
10. Radio Olsztyn	s. 119 - 133
11. Radio Opole.....	s. 134 - 145
12. Radio Merkury.....	s. 146 - 156
13. Radio Rzeszów	s. 157 - 167
14. Radio Szczecin	s. 168 - 177
15. Radio Dla Ciebie	s. 178 - 192
16. Radio Wrocław	s. 193 - 202
17. Radio Zachód.....	s. 203 - 216

WSTĘP

Departament Programowy, realizując ustawowy obowiązek KRRiT, tj. kontrolę działalności nadawców radiowych i telewizyjnych (art. 6 ust. 2 pkt. 4 ustawy o rtv), przeprowadził monitoring programów rozgłośni regionalnych radia publicznego nadanych w okresie kampanii do wyborów samorządowych 2010 r.

Celem monitoringu była ocena realizacji przez rozgłośnie misji publicznej w zakresie edukacji obywatelskiej na podstawie audycji informacyjnych, publicystycznych oraz instruktażowo-poradniczych dotyczących wyborów do samorządu terytorialnego, w szczególności sprawdzenie czy dostarczono słuchaczom-wyborcom możliwie szerokiej i rzetelnej wiedzy o kandydatach, komitetach i programach wyborczych, regułach aktu wyborczego i przebiegu kampanii.

W wyborach samorządowych w 2010 roku uczestniczyło w Polsce, jak wynika z danych Państwowej Komisji Wyborczej, **ponad 12,5 tysiąca komitetów wyborczych** (w tym 24 komitety partii lub koalicji, blisko 400 komitetów organizacji i 12,1 tysiąca komitetów wyborców, głównie lokalnych), które zarejestrowały ogółem **ponad 88 tysięcy list wyborczych z 260 tysiącami kandydatów**. Przy tak ogromnej liczbie uczestniczących w wyborach komitetów wyborczych i kandydatów oraz zważywszy na wielość organów samorządu, do których dokonuje się wyboru w jednym akcie głosowania, i wielość szczebli wyborów (wojewódzki, powiatowy, gminny), zadania nadawców publicznych w kampanii nie są łatwe. Musieli oni, siłą rzeczy, dokonywać wyboru kandydatów i organów samorządu, które przedstawią w programie, i tych, które pominą.

Przedmiotem analizy KRRiT w programach rozgłośni regionalnych były następujące zagadnienia:

1. Ranga nadana wyborom do samorządu, tj. ilość poświęconego im czasu na antenie i miejsce w programie:
 - a) Przekazy wyborcze w dziennikach – czas emisji i ranga przekazów,
 - b) Przekazy i audycje instruktażowo-poradnicze – liczba i czas emisji,
 - c) Publicystyka wyborcza – rodzaje audycji, liczba i czas emisji.
2. Organy samorządu i szczeble wyborów przedstawione w programach rozgłośni;
3. Kandydaci i komitety prezentowane na antenie;
4. Rodzaj i merytoryczność przekazywanych informacji wyborczych;
5. Równowaga w dostępie kandydatów do anteny oraz neutralność w sposobie prezentacji kandydatów i programów.

Monitoringiem objęto 774 wydania serwisów informacyjnych, 166 audycji instruktażowo-poradniczych oraz 123 audycje publicystyczne dotyczące wyborów. Audycje zostały nadane w ostatnim tygodniu kampanii wyborczej (w okresie 15 - 19 listopada 2010 r.), w porze dobrej słuchalności tych programów (godz. 6.00 - 22.00 lub 6.00 - 23.00). W poszczególnych rozgłoszeniach badano zarówno serwisy informacyjne zawierające różne przekazy, w tym wyborcze, jak też specjalne dzienniki poświęcone wyłącznie wyborom (nadawały je dwie rozgłoszenie) oraz wszystkie nadane w badanym tygodniu audycje publicystyczne i instruktażowe dotyczące wyborów. Łącznie zmonitorowano 120 godzin programu z 17 rozgłoszeń, w tym audycje i przekazy o tematyce wyborczej zajęły około 73,5 godziny; różnica wynika stąd, że przekazy wyborcze stanowiły tylko część - 28% - czasu serwisów informacyjnych; w publicystyce i instruktażu tematyka wyborcza zajmowała całość badanych audycji.

Przeprowadzona w wyniku monitoringu analiza miała dwojaki charakter:

a) ilościowy - polegający na pomiarze liczby, czasu trwania i rangi przekazów wyborczych w serwisach informacyjnych, czasu trwania pozostałych audycji poświęconych wyborom, liczbie przekazów i audycji dotyczących poszczególnych komitetów wyborczych, organów samorządu i szczebli wyborów, pomiarze czasu dostępu komitetów i kandydatów do anteny,

b) jakościowy - polegający na ocenie merytoryczności przekazanych w programach rozgłoszeń informacji wyborczych oraz neutralności sposobu przedstawiania kandydatów i komitetów, ewentualnych kampanii negatywnych i kryptoreklamy wyborczej, w tym nadawania tzw. przekazów kryptowyborczych. Te ostatnie rozumiano w badaniu jako informacje o bieżącej działalności kandydujących samorządowców (np. aktualnego prezydenta miasta, burmistrza, wójta, marszałka sejmiku itd.), przedstawionych w sprawowanej aktualnie roli samorządowej (urzędowej), a nie wyborczej, formalnie bez związku z wyborami, ale w sposób, który mógł wpłynąć na pozytywną lub – rzadziej – negatywną ocenę danego samorządowca przez odbiorców przekazu (np. prezydent miasta otwiera nowe przedszkole, odcinek drogi itp.), w którym to przekazie nie poinformowano, że dany samorządowiec jest kandydatem w wyborach.

Raport z monitoringu został podzielony na dwie części. W pierwszej zostały przedstawione zbiorcze dane ilościowe dotyczące 17 rozgłoszeń i ogólne wnioski. W drugiej zamieszczono analizę (ilościową i jakościową) audycji i przekazów nadanych w poszczególnych rozgłoszeniach.

PODSUMOWANIE

1. Czas i ranga tematyki wyborczej w programach poszczególnych rozgłośni

W ostatnim tygodniu przed wyborami rozgłośnie regionalne radia publicznego poświęciły tematyce wyborczej w różnych rodzajach audycji łącznie od 2 do 7 godzin, tj. od niespełna 2% do 6% całego czasu emisji programu w badanych dniach (poniedziałek – piątek).

Najwięcej czasu przeznaczyło na tematykę wyborczą Radio Opole - ponad 7 godzin, czyli średnio blisko półtorej godziny dziennie. Średnio ponad godzinę dziennie zajęła ona w pięciu innych rozgłosniach: Radiu PiK w Bydgoszczy, Radiu Kraków i Radiu Szczecin, Radiu dla Ciebie w Warszawie oraz w Radiu Białystok. Najmniej czasu poświęciły wyborom samorządowym Radio Lublin, Radio Merkury w Poznaniu, Radio Koszalin i Radio Wrocław – średnio jedynie pół godziny dziennie lub mniej. Dane pokazuje tabela 1.

Tab. 1. Łączny czas tematyki wyborczej w programach rozgłośni w badanych dniach (kolejność rozgłośni wg malejącego czasu)

Lp.	Rozgłośnia	Łączna liczba audycji i przekazów wyborczych	Łączny czas emisji	% czasu programu (n=120 godz.)
0	0	1	2	3
1	Opole	83	7h 10'	6,0%
2	Bydgoszcz	112	6h 09'	5,1%
3	Kraków	61	5h 44'	4,8%
4	Szczecin	135	5h 41'	4,7%
5	Warszawa	125	5h 41'	4,7%
6	Białystok	143	5h 35'	4,7%
7	Olsztyn	89	4h 56'	4,1%
8	Gdańsk	99	4h 35'	3,8%
9	Kielce	31	4h 26'	3,7%
10	Zielona Góra	58	4h 12'	3,5%
11	Rzeszów	54	3h 59'	3,3%
12	Katowice	48	3h 24'	2,8%
13	Łódź	55	2h 37'	2,2%
14	Wrocław	68	2h 31'	2,1%
15	Koszalin	83	2h 29'	2,1%
16	Poznań	63	2h 11'	1,8%
17	Lublin	74	2h 03'	1,7%
	Suma	1381	73h 23'	
	Średnio w rozgłosni	81	4h 19'	3,6%

Na tematykę wyborczą w rozgłoszeniach złożyły się w różnych proporcjach trzy rodzaje audycji i przekazów: bieżące informacje wyborcze w dziennikach, specjalne audycje publicystyczne oraz przekazy i audycje instruktażowo-poradnicze. Udział tych przekazów i audycji w programach rozgłośni przedstawia tabela 2.

Tab. 2. Liczba, czas i udział w programie przekazów i audycji informacyjnych, instruktażowo-poradniczych i publicystycznych dotyczących wyborów (kolejność rozgłośni wg łącznego czasu tematyki wyborczej)

Rozgłosnia	Przekazy wyborcze w dziennikach		Instruktaż wyborczy		Publicystyka wyborcza		Liczba przekazów i audycji ogółem	Czas emisji ogółem	% czasu emisji programu (n=120 godz.)
	liczba przekazów	czas emisji	liczba przekaz. i audyc.	czas emisji	liczba audyc.	czas emisji			
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Opole	55	56'	22	31'	6	5h 43'	83	7h 10'	6,0%
Bydgoszcz	99	1h 36'	4	8'	9	4h 25'	112	6h 09'	5,1%
Kraków	47	54'	3	33'	11	4h 17'	61	5h 44'	4,8%
Szczecin	104	1h 56'	16	27'	15	3h 18'	135	5h 41'	4,7%
Warszawa	106	1h 36'	13	10'	6	3h 55'	125	5h 41'	4,7%
Białystok	119	1h 44'	10	37'	14	3h 14'	143	5h 35'	4,7%
Olsztyn	63	51'	18	5'	8	4h	89	4h 56'	4,1%
Gdańsk	77	1h 34'	18	23'	4	2h 38'	99	4h 35'	3,8%
Kielce	22	32'	5	11'	4	3h 43'	31	4h 26'	3,7%
Z. Góra	41	1h 04'	3	17'	14	2h 51'	58	4h 12'	3,5%
Rzeszów	44	33'	6	13'	4	3h 13'	54	3h 59'	3,3%
Katowice	30	32'	12	28'	6	2h 24'	48	3h 24'	2,8%
Łódź	48	47'	4	12'	3	1h 38'	55	2h 37'	2,2%
Wrocław	56	38'	8	10'	4	1h 43'	68	2h 31'	2,1%
Koszalin	69	58'	10	26'	4	1h 05'	83	2h 29'	2,1%
Poznań	51	55'	8	9'	4	1h 07'	63	2h 11'	1,8%
Lublin	61	41'	6	24'	7	58'	74	2h 03'	1,7%
Suma	1092	17h 47'	166	5h 24'	123	50h 12'	1381	73h 23'	
Średnio w rozgłosni	64,2	1h 3'	9,8	19'6"	7,2	2h 57'	81,2	4h 19'	3,6%

Najwięcej czasu zajęła publicystyka (w tym debaty wyborcze) - łącznie 50 godzin, czyli średnio 10 godzin dziennie, najmniej - instruktaż dla wyborców - łącznie blisko 5,5 godziny. Przekazy wyborcze nadane w dziennikach zajęły łącznie prawie 18 godzin, czyli przeciętnie ponad 3,5 godziny dziennie. Rozgłoszenie, które poświęciły tematyce wyborczej generalnie najwięcej miejsca, nadały też na ogół najwięcej audycji publicystycznych o tej

tematyce. Nie było natomiast tak ścisłego związku między ogólnym czasem tematyki wyborczej a ilością czasu przekazów wyborczych w dziennikach.

A. Przekazy wyborcze w dziennikach - czas emisji i ranga przekazów

Wszystkie rozgłośnie nadawały w dziennikach informacje dotyczące wyborów. Czas ich emisji był jednak bardzo zróżnicowany - od około pół godziny łącznie w ciągu pięciu dni do blisko dwóch godzin.

Tab. 3. Liczba i czas emisji przekazów wyborczych w dziennikach (kolejność rozgłośni wg czasu emisji przekazów)

Lp.	Rozgłośnia	Liczba nadanych dzienników	Liczba nadanych przekazów wyborczych	Czas emisji przekazów wyborczych	% czasu emisji dzienników	% czasu programu (n=120 godz.)	Średni czas przekazu wyborczego
0	0	1	2	3	4	5	6
1	Szczecin	73	104	1h 56'	38%	1,6%	66"
2	Białystok	84	119	1h 44'	23%	1,4%	52"
3	Warszawa	55	106	1h 36'	35%	1,3%	54"
4	Bydgoszcz	50	99	1h 36'	36%	1,3%	52"
5	Gdańsk	44	77	1h 34'	40%	1,3%	72"
6	Zielona Góra	50	41	1h 04'	23%	0,9%	96"
7	Koszalin	50	69	58'	24%	0,8%	48"
8	Opole	40	55	56'	32%	0,8%	60"
9	Poznań	50	51	55'	23%	0,8%	66"
10	Kraków	65	47	54'	17%	0,7%	66"
11	Olsztyn	44	63	51'	25%	0,7%	48"
12	Łódź	27	48	47'	35%	0,6%	59"
13	Lublin*	6	61	41'	100%*	0,6%	42"
14	Wrocław	61	56	38'	16%	0,5%	42"
15	Rzeszów	51	44	33'	13%	0,4%	45"
16	Katowice	19	30	32'	22%	0,4%	66"
17	Kielce	5	22	32'	34%	0,4%	90"
	Suma	774	1092	17h 47'			
	Średnio w rozgłośni	46	64	1h 3'	27%	0,9%	64"

* Radio Lublin nadawało specjalny dziennik, w całości poświęcony wyborom. Odrębny dziennik zawierający wyłącznie informacje o wyborach nadawało też Radio Białystok, ale ponieważ informacje wyborcze w programie tej rozgłośni nadawane były także w zwykłych dziennikach, czas przekazów z obu rodzajów serwisów przedstawiono w tabeli łącznie.

Jak widać w tabeli, najwięcej czasu w dziennikach na informacje wyborcze poświęciło pięć rozgłośni: w Szczecinie, Białymstoku, Warszawie, Bydgoszczy i Gdańsku - od półtorej godziny do blisko dwóch godzin, czyli średnio pół godziny i więcej dziennie. W czterech spośród tych rozgłośni nadano też najwięcej informacji (przekazów) wyborczych: około stu i więcej, i także w czterech spośród nich (tj. z wyjątkiem Białegostoku) zajmowały one największą część czasu dzienników - od 35% do 40%.

Przekazy wyborcze miały też stosunkowo wysoki udział w dziennikach nadanych w Radiu Opole, Radiu Łódź i Radiu Kielce (32% - 35%). Stacje te jednak nadały generalnie mniej dzienników niż rozgłośnie w czołówce tabeli, stąd też ogólny czas przekazów wyborczych był w nich mniejszy.

Najmniej łącznie czasu na przekazy wyborcze w dziennikach przeznaczyły w badanych dniach rozgłośnie w Katowicach i Kielcach oraz w Rzeszowie i Wrocławiu – mniej niż 40 minut w ciągu pięciu dni, tj. średnio od 6 do 8 minut dziennie.

Inną kolejność rozgłośni stwarza porównanie przeciętnego czasu trwania nadanych przekazów wyborczych (kol. 6 w tabeli 3). Najdłuższe, a więc najbardziej rozbudowane przekazy nadawały rozgłośnie w Zielonej Górze i w Kielcach - czas pojedynczego przekazu wynosił tam ok. półtorej minuty; ponad minutowe lub minutowe przekazy wyborcze nadawano też w Gdańsku, Szczecinie, Poznaniu, Krakowie, Katowicach i Opolu.

Informacjom wyborczym w dziennikach nadano w większości rozgłośni wysoką rangę. Zostały one zapowiedziane w forszpanie w co najmniej połowie dzienników zawierających przekazy wyborcze, w tym w pięciu rozgłośniach: w Olsztynie, Bydgoszczy, Szczecinie, Zielonej Górze i Opolu niemal wszystkie dzienniki (powyżej 90%) zawierały zapowiedź informacji wyborczych w forszpanie, w dalszych pięciu udział dzienników z takimi zapowiedziami przekraczał 75%. Jedynie w Radiu Kielce zapowiedź przekazów wyborczych w forszpanie była rzadkością. Szczegółowe dane przedstawia tabela nr 4.

Tab. 4. Liczba i odsetek dzienników, w których przekazy wyborcze zostały zapowiedziane w forszpanie

Lp	Rozgłosnia*	Liczba serwisów zawierających przekazy wyborcze (n=100%)	Liczba serwisów, z przekazami wyborczymi zapowiedzianymi w forszpanie	% serwisów z przekazami wyborczymi zapowiedzianymi w forszpanie
0	0	1	2	3
1	Olsztyn	31	30	97%
2	Bydgoszcz	38	36	95%
3	Szczecin	60	57	95%
4	Zielona Góra	28	26	93%
5	Opole	35	32	91%
6	Gdańsk	37	33	89%
7	Koszalin	39	33	85%
8	Kraków	33	28	85%
9	Katowice	16	12	75%
10	Wrocław	36	26	72%
11	Warszawa	52	30	58%
12	Rzeszów	33	17	52%
13	Białystok	36	18	50%
14	Kielce	5	1	20%
	Średnio w rozgłosni	37	29	79%

* W trzech rozgłosniach nie wymienionych w tabeli (Lublin, Łódź, Poznań) dzienniki nie zawierały forszpanów

Drugim wskaźnikiem rangi przekazów jest ich pozycja w dzienniku. Jak widać w tabeli 5, przekazy wyborcze zostały nadane na pierwszej pozycji w co najmniej jednej trzeciej serwisów w 13 rozgłosniach, a na drugiej lub trzeciej pozycji - nadane w co najmniej jednej trzeciej serwisów w niemal wszystkich rozgłosniach, z wyjątkiem jedynie Radia Kielce.

Tab. 5. Odsetki dzienników, w których przekazy wyborcze zostały nadane na 1. lub na 2-3. miejscach w dzienniku

	Rozgłośnia	% serwisów z przekazami wyborczymi nadanymi na 1 pozycji	% serwisów z przekazami wyborczymi nadanymi na 2-3 pozycji
0	0	1	2
1	Białystok- specjalny dziennik wyborczy*	100%	100%
2	Lublin - specjalny dziennik wyborczy*	100%	100%
3	Szczecin	78%	68%
4	Koszalin	64%	49%
5	Zielona Góra	64%	64%
6	Kraków	61%	58%
7	Bydgoszcz	58%	84%
8	Opole	54%	54%
9	Olsztyn	48%	48%
10	Poznań	47%	72%
11	Wrocław	42%	72%
12	Gdańsk	38%	100%
13	Katowice	38%	56%
14	Rzeszów	28%	52%
15	Warszawa	15%	37%
1a	Białystok - zwykłe serwisy	11%	64%
16	Łódź	4%	90%
17	Kielce	0%	0%
	Średnio w rozgłośni	46%	69%

* W Białymstoku i Lublinie nadawano specjalne serwisy zawierające wyłącznie przekazy dotyczące wyborów

Podsumowując, zarówno czas emisji przekazów wyborczych jak i ich pozycja w dziennikach wskazują, że tematyce wyborczej nadano w codziennych audycjach informacyjnych w większości rozgłośni wysoką rangę. Najwięcej czasu przeznaczyły na tematykę wyborczą w dziennikach rozgłośnie w Szczecinie, Białymstoku, Warszawie, Bydgoszczy i Gdańsku, najwyższą pozycję w serwisach zapewniły im rozgłośnie w Olsztynie, Bydgoszczy, Szczecinie, Zielonej Górze i Opolu oraz Koszalinie.

B. Przekazy i audycje instruktażowo-poradnicze - liczba i czas emisji

Wszystkie rozgłośnie nadały w dziennikach przekazy dotyczące instruktażu wyborczego, zawierające informacje o obwodach wyborczych, zasadach zapisywania się na listy wyborców, organizacji i przebiegu głosowania, godzinach otwarcia lokali wyborczych, liczbie i wyglądzie kartach do głosowania i zasadach ich wypełniania, terminie obowiązywania ciszy wyborczej itd.

Ponadto większość rozgłośni (z wyjątkiem trzech: Radia Olsztyn, poznańskiego Radia Merkury i warszawskiego Radia dla Ciebie) nadała też specjalne audycje poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej do samorządu i innym kwestiom prawnym związanym z wyborami.

Tab. 6. Liczba i czas emisji audycji i przekazów instruktażowo-poradniczych

Lp.	Rozgłośnia	Liczba przekazów dziennikach i audycji instruktaż. łącznie	w tym: liczba audycji	Łączny czas emisji audycji i przekazów	% programu (n=120 godz.)	Średni czas przekazu /audycji
0	0	1	2	3	4	5
1	Białystok	10	1	37'	0,5%	3'42"
2	Kraków	3	1	33'	0,5%	11'
3	Opole	22	5	31'	0,4%	1'24"
4	Katowice	12	1	28'	0,4%	2'18"
5	Szczecin	16	8	27'	0,3%	1'42"
6	Koszalin	10	4	26'	0,4%	2'36"
7	Lublin	6	3	24'	0,3%	4'
8	Gdańsk	18	2	23'	0,3%	1'18"
9	Zielona Góra	3	1	17'	0,2%	5'42"
10	Rzeszów	6	2	13'	0,2%	2'12"
11	Łódź	4	4	12'	0,2%	3'
12	Kielce	5	3	11'	0,2%	2'12"
13	Wrocław	8	5	10'	0,1%	1'15"
14	Warszawa	13	0	10'	0,1%	48"
15	Poznań	8	0	9'	0,1%	1'6"
16	Bydgoszcz	4	3	8'	0,1%	2'
17	Olsztyn	18	0	5'	0,1%	18"
	Suma	166	43	5h 24'		
	Średnio w rozgłośni	9,8	2,5	19,1		1'57"

W poszczególnych rozgłoszeniach czas instruktażu i porad wyborczych w badanych dniach, w dziennikach i audycjach łącznie, wyniósł od 5 do blisko 40 minut. Najwięcej czasu - ponad pół godziny - poświęciły na tę tematykę rozgłoszenie w Białymstoku, Krakowie i Opolu, najmniej (poniżej 10 minut) - rozgłoszenie w Olsztynie, Bydgoszczy i Poznaniu. Szczegółowe dane przedstawia tabela nr 6.

W specjalnych audycjach instruktażowych, zaproszeni do studia eksperci – przede wszystkim przedstawiciele Państwowej Komisji Wyborczej i Krajowego Biura Wyborczego, a także prawnicy i socjologowie - wyjaśniali zasady ordynacji wyborczej do samorządów, opisywali organy samorządu, do których dokonuje się wyboru, objaśniali różnice między wyborami radnych wszystkich szczebli a bezpośrednimi wyborami wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, tłumaczyli istotę proporcjonalnego i większościowego systemu głosowania i tym podobne kwestie o zasadniczym znaczeniu dla wyborów samorządowych.

Audycje te, obok bezpośredniej funkcji informacyjnej, miały charakter edukacji samorządowej i wyborczej.

C. Publicystyka wyborcza - rodzaje audycji, liczba i czas emisji

Wszystkie rozgłoszenie nadały w ostatnich dniach kampanii po kilka lub kilkanaście audycji publicystycznych związanych z wyborami. Zająły one w poszczególnych stacjach od niespełna godziny (Radio Lublin) do blisko 6 godzin (Radio Opole), a we wszystkich rozgłoszeniach łącznie - 50 godzin. Podstawową część tych audycji stanowiły przeprowadzone na antenie debaty wyborcze kandydatów do różnych organów samorządu. Nadano ich w badanych dniach ogółem 43, najwięcej w rozgłoszeniach w Opolu (6 debat) i Olsztynie (5); po 4 debaty nadały Radio PiK, Radio dla Ciebie, Radio Kielce, Rzeszów i Gdańsk. Radio Szczecin oprócz debaty przeprowadziło także kilka oddzielnych rozmów z kandydatami, poświęconych ich programom wyborczym. Rozmowy z kandydatami, aczkolwiek nie o programach, a o trudnościach w kampanii, prowadzono także w Radiu Zachód w Zielonej Górze.

Jedynie trzy rozgłoszenie: Radio Lublin, Radio Koszalin i Radio Łódź nie przeprowadziły w badanym okresie debat wyborczych ani innych form prezentacji kandydatów, poprzestając na rozmowach z ekspertami i politykami.

Tab. 7. Liczba i czas emisji audycji publicystycznych, w tym debaty wyborcze

Lp.	Rozgłośnia	Liczba audycji	w tym:		Czas emisji ogółem	% programu (n=120 godz.)
			debata wyborcze	pozostałe audycje		
0	0	1	2	3	4	5
1	Opole	6	6	0	5h 43'	4,8%
2	Bydgoszcz	9	4	5	4h 25'	3,7%
3	Kraków	11	3	8	4h 17'	3,6%
4	Olsztyn	8	5	3	4h	3,3%
5	Warszawa	6	4	2	3h 55'	3,3%
6	Kielce	4	4	0	3h 43'	3,1%
7	Szczecin	15	1	14	3h 18'	2,8%
8	Białystok	14	3	11	3h 14'	2,7%
9	Rzeszów	4	4	0	3h 13'	2,7%
10	Zielona Góra	14	1	13	2h 51'	2,4%
11	Gdańsk	4	4	0	2h 38'	2,2%
12	Katowice	6	1	5	2h 24'	2,0%
13	Wrocław	4	3	1	1h 43'	1,5%
14	Łódź	3	0	3	1h 38'	1,4%
15	Poznań	4	1	3	1h 7'	0,9%
16	Koszalin	4	0	4	1h 5'	0,9%
17	Lublin	7	0	7	58'	0,8%
	Suma	123	44	79	50h 12'	
	Średnio w rozgłośni	7			2h 57'	2,5%

Rozgłoszenie w Opolu, Kielcach, Rzeszowie i Gdańsku ograniczyły się do debat kandydatów. W pozostałych stacjach nadano ponadto od jednej do kilkunastu audycji o tematyce wyborczej. W dużej części z nich eksperci - politolodzy, specjaliści od marketingu politycznego, socjologowie - oceniali przebieg bieżącej kampanii i analizowali jej charakterystyczne cechy, takie jak przerost (ich zdaniem) formy nad treścią, tj. natłok różnych wizualnych form agitacji wyborczej, nie niosących żadnej wiedzy o kandydatach, oraz nadmierne upolitycznienie kampanii. Prowadzono też poświęcone wyborom wywiady z politykami partii parlamentarnych, najczęściej - związanymi z danym regionem, niekiedy przyjezdnymi gośćmi, np. promującymi określonych kandydatów. Bardzo interesującym elementem publicystyki nadanej w omawianym okresie były rozmowy z przedstawicielami organizacji pozarządowych działających, w skali całej Polski, na rzecz upowszechnienia wiedzy obywateli o samorządzie terytorialnym, procesie wyborczym i kandydatach, między

innymi z członkami Stowarzyszenia 61, twórcy portalu „Mam prawo wiedzieć”, gromadzącego polityczne i zawodowe dossiers poszczególnych kandydatów do samorządu. Niezwykle ciekawą i bogatą poznawczo dyskusję z członkami tego stowarzyszenia, a także z udziałem prof. Jerzego Stępnia, prawnika i jednego z twórców reformy samorządowej, m.in. na temat uprawnień i ograniczeń ustawowych samorządu w Polsce i o tym, czego w reformie nie dokończono, przeprowadzono w Radiu dla Ciebie w Warszawie. Miała ona charakter w pełni edukacyjny.

2. Organy samorządu i szczeble wyborów przedstawione w programach rozgłośni

Większość przekazów wyborczych w dziennikach odnoszących się do określonego organu samorządu (z wyłączeniem tzw. przekazów kryptowyborczych) dotyczyła wyboru prezydentów miast - wojewódzkiego i pozostałych prezydenckich miast regionu. Średnio we wszystkich rozgłosniach wyborów na ten urząd dotyczyło 40% przekazów, w tym 28% odnosiło się do wyboru prezydentów miast wojewódzkich, podczas gdy wyborów na urząd burmistrza lub wójta oraz wyboru radnych sejmiku i rad miast dotyczyło średnio ok. 6% – 7% przekazów nadanych w dziennikach.

Tab. 8. Organy samorządu będące przedmiotem przekazów wyborczych w dziennikach

Lp.	Rozgłosnia	Liczba przekazów wyborczych w dziennikach* (n=100%)	Prezydenci miast	w tym: Prezydent miasta wojewódz.	Burmistrzowie, wójtowie	Sejmik województwa	Rady Miast
			% przekazów wyborczych				
0	0	1	2	3	4	5	6
1	Białystok	37	12%	6%	11%	6%	9%
2	Bydgoszcz	99	67%	49%	2%	4%	0%
3	Gdańsk	74	38%	15%	7%	5%	1%
4	Katowice	30	23%	20%	0%	20%	3%
5	Kielce	19	42%	37%	16%	0%	5%
6	Koszalin	53	43%	0%	13%	4%	11%
7	Kraków	40	41%	38%	8%	8%	10%
8	Lublin	61	50%	43%	0%	21%	3%
9	Łódź	48	70%	53%	2%	6%	2%
10	Olsztyn	60	27%	27%	2%	5%	18%
11	Opole	41	10%	10%	24%	0%	5%
12	Poznań	46	44%	24%	7%	7%	4%
13	Rzeszów	43	23%	14%	5%	9%	0%
14	Szczecin	104	72%	71%	1%	4%	3%
15	Warszawa	100	49%	15%	1%	2%	1%
16	Wrocław	56	50%	43%	0%	9%	2%
17	Zielona Góra	38	16%	11%	8%	8%	24%
	Średnio	56	40%	28%	6%	7%	6%

* Bez tzw. przekazów krypto wyborczych.

W poszczególnych rozgłoszeniach udział przekazów o wyborach do różnych organów samorządu był oczywiście różny, niemniej znaczna przewaga ilościowa przekazów o wyborach prezydentów miast nad przekazami o wyborach do innych organów była widoczna niemal we wszystkich rozgłoszeniach. Odmienne w tej kwestii zachowały się jedynie trzy stacje: Radio Opole, gdzie częściej niż o wyborach prezydenta (prezydentów) informowano w dziennikach o wyborach na urząd burmistrzów, Radio Katowice, gdzie niemal równie często jak o wyborze prezydenta miasta informowano o wyborach do sejmiku województwa, oraz Radio Zachód w Zielonej Górze, gdzie częściej niż o wyborze na urząd prezydenta nadawano w dziennikach przekazy o wyborach do rad miast.

W celu ułatwienia analizy opisanych tendencji przedstawiono kolejność rozgłośni w tabeli 8a według odsetka przekazów dotyczących wyboru prezydenta.

Tab. 8a. Rozgłośnie wg odsetka przekazów w dziennikach dotyczących wyborów na urząd prezydentów miast

Lp.	Rozgłośnia	Liczba przekazów wyborczych w dziennikach* (n=100%)	Prezydenci miast	w tym: Prezydent miasta wojewódz.	Burmistrzowie, wójtowie	Sejmik województwa	Rady Miast
			% przekazów wyborczych				
0	0	1	2	3	4	5	6
1	Szczecin	104	72%	71%	1%	4%	3%
2	Łódź	48	70%	53%	2%	6%	2%
3	Bydgoszcz	99	67%	49%	2%	4%	0%
4	Lublin	61	50%	43%	0%	21%	3%
5	Wrocław	56	50%	43%	0%	9%	2%
6	Warszawa	100	49%	15%	1%	2%	1%
7	Poznań	46	44%	24%	7%	7%	4%
8	Koszalin	53	43%	0%	13%	4%	11%
9	Kielce	19	42%	37%	16%	0%	5%
10	Kraków	40	41%	38%	8%	8%	10%
11	Gdańsk	74	38%	15%	7%	5%	1%
12	Olsztyn	60	27%	27%	2%	5%	18%
13	Katowice	30	23%	20%	0%	20%	3%
14	Rzeszów	43	23%	14%	5%	9%	0%
15	Zielona Góra	38	16%	11%	8%	8%	24%
16	Białystok	37	12%	6%	11%	6%	9%
17	Opole	41	10%	10%	24%	0%	5%
	Średnio	56	40%	28%	6%	7%	6%

* Bez tzw. przekazów krypto wyborczych.

Podobne tendencje jak w przekazach w dziennikach zaobserwowano w publicystyce, tj. w debatach wyborczych. Pokazuje to tabela nr 9.

Tab. 9. Rozgłoszenie wg liczby debat kandydatów na urząd prezydenta miasta (kol. 2)

Lp.	Rozgłoszenia	Debaty kandydatów w ogółem	Na urząd prezydenta	w tym prezydenta miasta wojew.	Na urząd burmistrza	do Sejmiku wojew.	do Rad Miast
0	0	1	2	3	4	5	6
1	Bydgoszcz	4	4	0			
2	Gdańsk	4	4	1			
3	Kielce	4	4	1			
4	Rzeszów	4	3	1		1	
5	Warszawa	4	3	0		1	
6	Białystok	3	3	1			
7	Opole	6	2	2	4		
8	Olsztyn	5	2	1		1	2
9	Kraków	3	1	1	1	1	
10	Wrocław	2	1	0		1	
11	Poznań	1	1	0			
12	Szczecin	1	1	1			
13	Katowice	1	0			1	
14	Z. Góra	1				1	
15	Lublin	0					
16	Łódź	0					
17	Koszalin	0					
	Liczba debat	43	27	12	5	7	2
	%	100%	63%	28%	12%	16%	5%

Podsumowując, zainteresowanie większości rozgłośni wyborami koncentrowało się, zarówno w dziennikach jak i w publicystyce, na wyborze na urząd prezydentów miast, w tym prezydentów miast wojewódzkich. W połączeniu z przekazami i debatami dotyczącymi wyborów do sejmików województw tworzy to dominantę wojewódzkiego szczebla wyborów jako przedmiotu większości materiałów wyborczych w programach. Poza nimi obecne były jeszcze w niektórych rozgłoszeniach wybory na urząd burmistrza: w Opolu, Kielcach, Koszalinie i Białymstoku - w dziennikach, a w Opolu i Krakowie - także w publicystyce (w debatach).

3. Kandydaci i komitety prezentowane na antenie

Większość czasu (72%) przekazów wyborczych w dziennikach zajęły informacje dotyczące poszczególnych komitetów, w tym przede wszystkim - komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PiS, SLD i PSL. Informacje o kampanii i programach tych partii zajęły łącznie blisko połowę (49%) czasu wszystkich przekazów wyborczych w dziennikach. Przekazy o komitetach innych partii uczestniczących w wyborach zajęły jedynie 3% czasu przekazów; w dziennikach informowano łącznie o 17 takich komitetach (m.in. o KW Nasz Dom Polska - Samoobrona Andrzeja Leppera, KW Krajowa Partia Emerytów i Rencistów, KW Lepsza Polska, KW Polska Partia Pracy – Sierpień 80, KW Prawica Rzeczypospolitej i in.). Więcej miejsca poświęcono lokalnym lub ponadlokalnym (tj. takim, które zgłosiły listy wyborcze w kilku - kilkunastu okręgach) komitetom wyborców - informowano łącznie o 123 takich komitetach, a przekazy na ich temat zajęły łącznie 20% czasu wszystkich przekazów wyborczych w dziennikach.

Tab. 10. Liczba i czas przekazów dotyczących komitetów wyborczych w 17 rozgłoszeniach łącznie

Liczba i czas przekazów oraz czas setek *	Przekazy wyborcze ogółem	w tym dotyczące komitetów:					
		PO	PiS	SLD	PSL	Inne partie łącznie n=17	Komitety wyborców w łącznie n=123
0	1	2	3	4	5	6	7
Liczba przekazów wyborczych **	1022	279	228	180	109	62	379
% liczby przekazów wyborczych	100%	27%	22%	18%	11%	6%	37%
Czas przekazów wyborczych	16h 19'	2h 51'	2h 26'	1h 49'	54'	32'	3h 16'
Średni czas przekazów o komitecie w rozgł.	58'	10'	8'48"	6'24"	3'7"	1'54"	11'30"
% czasu przekazów wyborczych	100%	17%	15%	11%	6%	3%	20%
Czas setek w przekazach	4h 30'	69'	54'	44'	22'	12'	1h 09'
% łącznego czasu setek	100%	25%	20%	16%	8%	4%	26%
Udział setek danego komitetu w łącznym czasie przekazów o tym komitecie (w %)		40%	37%	40%	42%	38%	35%

* W tabeli nie uwzględniono tzw. przekazów kryptowyborczych.

** Suma przekazów o poszczególnych komitetach jest większa od ogólnej liczby przekazów, ponieważ jeden przekaz zawierał często informacje o kilku różnych komitetach. Czas przekazu był wówczas dzielony na te komitety, a liczba przekazów oznacza w tym przypadku liczbę informacji o komitetach w obrębie tych przekazów.

Największą liczbę przekazów (27%) i najwięcej czasu w dziennikach (17%) poświęcono informacjom o Komitecie Wyborczym PO; w ramach tych przekazów nadano także najwięcej tzw. setek. Drugie miejsce pod względem liczby i czasu przekazów zajął komitet PiS, natomiast najmniej miejsca w dziennikach dostał PSL - informacje o Komitecie tej partii zajęły we wszystkich rozgłoszeniach łącznie jedynie niespełną godzinę, czyli mniej niż jedną trzecią czasu poświęconego PO, tylko nieco więcej niż jedną trzecią czasu przeznaczanego dla Komitetu PiS i połowę czasu, który dostał komitet SLD. Należy dodać do tego, że marginalizowanie komitetu PSL było regułą we wszystkich niemal rozgłoszeniach.

Tab. 11. Czas przekazów dotyczących komitetów wyborczych w poszczególnych rozgłoszeniach

Lp	Rozgłoszenia	Czas przekaz. wyborcz. ogółem* (w min.)	Udział czasu komitetów w ogólnym czasie przekazów wyborczych (w %)*						Liczba omawianych komit. innych partii	Liczba omawianych KWW
			PO	PiS	SLD	PSL	Komitet y innych partii	Komitet y wyborców		
0	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Białystok	95'	15%	11%	16%	4%	4%	19%	3	26
2	Bydgoszcz	96'	21%	26%	14%	<u>2%</u>	12%	18%	3	6
3	Gdańsk	90'	27%	19%	12%	4%	0%	18%	0	10
4	Katowice	30'	20%	16%	6%	3%	0%	10%	0	2
5	Kielce	27'	7%	15%	4%	10%	10%	10%	1	9
6	Koszalin	44'	22%	4%	9%	<u>2%</u>	0%	36%	0	5
7	Kraków	45'	14%	20%	10%	3%	3%	26%	1	5
8	Lublin	39'	15%	25%	6%	16%	12%	18%	3	4
9	Łódź	46	28%	15%	18%	5%	2%	26%	1	7
10	Olsztyn	47	18%	16%	9%	6%	7%	24%	2	6
11	Opole	36	4%	12%	9%	4%	0%	16%	0	7
12	Poznań	50	14%	12%	14%	4%	0%	21%	0	7
13	Rzeszów	31	7%	25%	9%	7%	0%	4%	0	1
14	Szczecin	116	21%	9%	9%	11%	0%	34%	0	4
15	Warszawa	91	10%	12%	15%	6%	4%	12%	3	16
16	Wrocław	38	19%	8%	10%	<u>1%</u>	0%	27%	0	3
17	Z. Góra	58	18%	14%	4%	4%	0%	10%	0	5
	Razem	16h 19'							17	123
	Średnio w rozgłoszeniach	57' 36"	17%	15%	11%	6%	3%	20%	1	7

* W tabeli nie uwzględniono tzw. przekazów kryptowyborczych.

Jak widać w tabeli 11, jedynie w 2 rozgłoszeniach - w Kielcach i Lublinie - komitet PSL nie zajmował ostatniego miejsca pod względem poświęconego mu czasu, a nawet znalazł się na miejscu drugim, z kolei w Szczecinie czas poświęcony PSL był porównywalny z czasem trzech innych partii (poza PO). Minimalną natomiast ilość czasu przeznaczono PSL w dziennikach we Wrocławiu, Koszalinie i Bydgoszczy (1%-2%).

Komitet wyborczy PO, zajmujący w łącznym czasie przekazów wyborczych rozgłoszeniach, jak pokazano wyżej, najwięcej miejsca, znalazł się na pierwszym miejscu w dziennikach 8 rozgłoszeń: w Łodzi, Gdańsku, Szczecinie, Katowicach, Koszalinie, Olsztynie, Wrocławiu i Zielonej Górze, przy czym jego przewaga nad pozostałymi komitetami była bardzo duża. W dziennikach dwóch kolejnych rozgłoszeń: w Białymstoku i Poznaniu, dzielił pierwszą pozycję z SLD.

Komitet wyborczy PiS dostał najwięcej czasu wyborczego w dziennikach 6 rozgłoszeń: w Rzeszowie, Bydgoszczy, Lublinie, Krakowie, Kielcach i Opolu. Komitet SLD - w jednej stacji: w Radiu dla Ciebie w Warszawie, a w Poznaniu zajął pierwsze miejsce ex aequo z PO.

W tabeli 11 widać ponadto, że w 7 rozgłoszeniach znaczącą pozycję stanowił czas przeznaczony na informacje o lokalnych komitetach wyborców - przekazy na ich temat zajęły łącznie w tych stacjach więcej czasu niż każdy z komitetów głównych partii z osobna. Należy jednak pamiętać, że pojedynczo komitety te zajmowały na ogół bardzo niewiele czasu na antenie, na ogół nieporównywalnie mniej niż komitety głównych partii; dopiero wzięte razem jako grupa komitetów stanowiły większą pozycję w ilości czasu wyborczego. W skali kraju było tylko kilka komitetów lokalnych, które w pojedynkę zajęły sporo czasu w dziennikach rozgłoszeń. Były to głównie komitety urzędujących prezydentów miast, ubiegających się o reelekcję (np. KWW Forum Samorządowe i Piotr Uszok w Katowicach, KWW Konstantego Dombrowicza Miasto dla Pokoleń w Bydgoszczy, KWW Piotra Krzystka Szczecin dla Pokoleń itp.).

Interesujących spostrzeżeń dostarczają dane na temat czasu tzw. setek poszczególnych komitetów. Na ogół uważa się, że czas „setek” jest dobrym wskaźnikiem rangi nadanej wypowiadającej się osobie lub przedstawianej instytucji. W przekazach wyborczych w rozgłoszeniach czas ten był zróżnicowany podobnie jak czas przekazów łącznie; w tabeli 10 widać, że najwięcej „setek” mieli – czyli najdłużej przemawiali własnym głosem – przedstawiciele komitetu PO, następnie PiS, w dalszej kolejności SLD, najmniej – PSL. Jeśli jednak wziąć pod uwagę nie ogólny czas „setek”, lecz ich udział w całości przekazów na temat danego komitetu, okazuje się, że w odniesieniu do komitetów czterech partii udział ten był bardzo podobny, na poziomie 37% – 42%, a partią, która stosunkowo najmniej mówiła

„własnym głosem”, było wcale nie PSL, lecz PiS. Wynika z tego pośrednio, że stosunkowo częściej mówiono o Komitecie PiS, niż udzielano głosu na antenie jego przedstawicielom. Podobną jak w przypadku PiS (niższą) proporcję „setek” do całkowitego czasu przekazów odnotowano w odniesieniu do komitetów partii pozaparlamentarnych i lokalnych komitetów wyborców (35% - 38%).

Dane na temat proporcji „setek” w czasie przekazów wyborczych 4 partii w poszczególnych rozgłoszeniach pokazuje tabela 12.

Tab. 12. Udział tzw. setek w łącznym czasie przekazów wyborczych

Lp.	Rozgłoszenia	Udział "setek" w czasie przekazów na temat poszczególnych partii (w %)			
		PO	PiS	SLD	PSL
0	0	1	2	3	4
1	Białystok	55%	46%	50%	57%
2	Bydgoszcz	31%	26%	33%	22%
3	Gdańsk	31%	35%	36%	24%
4	Katowice	43%	27%	29%	44%
5	Kielce	45%	35%	79%	44%
6	Koszalin	28%	32%	32%	44%
7	Kraków	50%	55%	52%	60%
8	Lublin	54%	40%	41%	46%
9	Łódź	31%	29%	28%	25%
10	Olsztyn	43%	49%	23%	15%
11	Opole	33%	14%	34%	47%
12	Poznań	25%	33%	23%	20%
13	Rzeszów	11%	23%	39%	13%
14	Szczecin	50%	45%	47%	38%
15	Warszawa	53%	39%	57%	62%
16	Wrocław	9%	7%	16%	50%
17	Z. Góra	70%	90%	75%	80%
	Średnio w rozgłoszeniach	40%	37%	40%	42%

Jak widać w tabeli 12, proporcje „setek” nadanych w dziennikach poszczególnych rozgłoszeń znacznie się różnią, na ogół jednak pozostają, w danej rozgłoszeni, na podobnym poziomie w odniesieniu do wszystkich 4 partii. Wskazuje to, że udział „setek” bardziej zależał od dziennikarskich zwyczajów w danej rozgłoszeni, dotyczących ilustrowania wypowiedziami przekazów w dziennikach, niż od różnic pozycji poszczególnych partii.

Czynnikiem zasadniczym był czas poświęcony danej partii w ogóle; „setki” były już tylko jego pochodną.

Podsumowując przedstawione wyżej dane o obecności komitetów w przekazach wyborczych w dziennikach rozgłośni należy stwierdzić, że nie zachowano w nich równowagi czasu obecności komitetów w dwóch płaszczyznach (aspektach): po pierwsze, generalnie uprzywilejowując komitety wyborcze partii parlamentarnych w stosunku do wszystkich innych, po wtóre, poświęcając najwięcej czasu komitetowi partii rządzącej, a w drugiej kolejności - głównej partii opozycyjnej, kosztem pozostałych.

Jedno i drugie zjawisko wystąpiło także, choć w znacznie mniejszym stopniu i tylko w kilku rozgłosniach, w publicystyce wyborczej.

W większości przypadków (jak to wykazano w części drugiej opracowania), rozgłosnie bardzo starannie przestrzegały w publicystyce zasady równego dostępu komitetów do anteny, zapraszając do debat wyborczych wszystkich kandydatów uczestniczących w wyborach do danego organu samorządu i (lub) wszystkie komitety i wprowadzając specjalne reguły dyskusji po to właśnie, by zachować równowagę czasu i pozycji w debacie wszystkich jej uczestników. Takie zasady, gwarantujące zachowanie równowagi między komitetami i kandydatami, zarówno z komitetów „partyjnych”, jak i z lokalnych komitetów wyborców, zrealizowano w pełni w debatach wyborczych w Radiu Białystok, w Radiu PiK w Bydgoszczy, w Radiu Kielce, Radiu Kraków, Radiu Olsztyn, Radiu Opole, Radiu Merkury w Poznaniu, Radiu Rzeszów, Radiu Szczecin, Radiu Wrocław, a więc w większości rozgłosni, które zaprezentowały na antenie kandydatów i ich programy.

Jedynie w trzech rozgłosniach: w Radiu Gdańsk, Radiu Katowice i Radiu dla Ciebie w Warszawie przyjęto odmienne zasady, tzn. zapraszano do debat wyborczych tylko wybranych („najważniejszych”) kandydatów, co skutkowało głównie pominięciem kandydatów komitetów lokalnych (w trakcie debat zachowano równowagę czasu i pozycji między uczestnikami ale nie zaproszono wszystkich zainteresowanych).

Brak równowagi w czasie obecności komitetów wyborczych wystąpił także w przypadku dwóch rozgłosni, które przeprowadzały w programie rozmowy z kandydatami. Jedną tych stacji było Radio Lublin, w którym na antenie obecni byli w badanym tygodniu tylko przedstawiciele koalicji rządzącej, a zabrakło w omawianych, ważnych dla regionu problemach i decyzjach opinii opozycji oraz – co ważniejsze – samych samorządowców. Drugą natomiast – Radio Zachód w Zielonej Górze, gdzie wprawdzie przeprowadzono m.in.

wywiady z przedstawicielami małych komitetów lokalnych – co należy bardzo odnotować na plus, bo generalnie nie było to częste – ale jednocześnie poświęcono im trzy razy mniej czasu niż przedstawicielom komitetów partyjnych. Ponadto, nie zachowano równowagi w czasie wystąpień tych ostatnich: najwięcej czasu poświęcono politykom i kandydatom PO, dwukrotnie mniej - politykom i kandydatom PSL.

4. Rodzaj i merytoryczność przekazywanych informacji wyborczych.

Analiza rodzaju i tematu nadawanych audycji i przekazów dotyczących wyborów, zarówno informacyjnych jak i publicystycznych, miała na celu sprawdzenie, w jakim stopniu i w jaki sposób nadane w rozgłoszeniach w okresie kampanii treści pomogły wyborcom przygotować się do decyzji, na kogo oddać głos.

Z tego punktu widzenia sprawa jest jasna, jeśli chodzi o publicystykę wyborczą, a zwłaszcza o debaty i inne formy audycji prezentujące kandydatów i ich programy. Audycje te niewątpliwie dostarczyły słuchaczom wiedzy o tych kandydatach, ich poglądach i stopniu rozeznania w sprawach miasta, czy województwa, do zarządzania którymi aspirują w wyborach. Poza dyskusją jest także ważna edukacyjna i poradniczo-instruktażowa rola audycji - najczęściej realizowanych z udziałem ekspertów - dotyczących przebiegu wyborów. Audycje te zostały nadane w badanym okresie we wszystkich rozgłoszeniach, zwiększając niewątpliwie rozeznanie słuchaczy co do tego, jak i gdzie będą mogli oddać głos, co oznaczają poszczególne karty do głosowania, czego powinni się wystrzegać, by nie oddać niechcący głosu nieważnego itp.

Ocena rzeczowości i „przydatności” nadawanych informacji wyborczych nie jest już jednak tak oczywista w przypadku dzienników. Muszą one przede wszystkim informować o bieżących wydarzeniach i nie są, ze względu na konieczną skrótowość przekazu, dobrym miejscem do prezentowania programów wyborczych. Niemniej analiza dokonana w toku monitoringu wykazała, że nadawane dzienniki w różnym stopniu służyły temu podstawowemu celowi, jakim było dostarczenie odbiorcom użytecznych informacji związanych z wyborami.

I tak, część rozgłośni (np. Radio Merkury, Radio Olsztyn, Radio Rzeszów, Radio Wrocław) podawała systematycznie informacje o mających się odbyć spotkaniach wyborczych z kandydatami (w tym także o debatach na antenie radia) oraz merytoryczne sprawozdania z ich przebiegu. Informacje te, gdzie radio było pośrednikiem i wskazywało,

gdzie i kiedy można zdobyć potrzebną wiedzę i poznać osoby kandydatów, były niewątpliwie bardzo pomocne dla aktywnych wyborców, tzn. takich, którzy chcieli poznać kandydatów i ich propozycje. Można by nawet sugerować, by rozgłośnie nie ograniczały się do podawania informacji o spotkaniach wyborczych tylko w większych miastach regionu, lecz zarezerwowały na czas kampanii stałe miejsce w programie do systematycznego informowania o spotkaniach w całym województwie.

Drugą grupę przekazów merytorycznych stanowiły informacje o programach i osobach kandydatów. Jak wynika z analizy, były one przekazywane np. w dziennikach Radia PiK, Radia Lublin, Radia Łódź, Radia Merkury, Radia Szczecin, Radia Wrocław, Radia Zachód.

Największą na ogół grupę przekazów stanowiły informacje o przebiegu kampanii – w tym o spotkaniach z wyborcami, o aktywności kandydatów w kampanii, o procesach wyborczych, happeningach i skandalach. Trzeba powiedzieć, że nawet informując o faktach bulwersujących opinię, rozgłośnie zachowywały rzeczowość informowania, nie epatując tymi faktami.

Jak wynika z analizy część przekazów w dziennikach stanowiły informacje o agitacji partyjnej, zaangażowaniu rządu w kampanię itp. Z punktu widzenia merytoryczności kampanii ten typ przekazu wydaje się najmniej wartościowy. Jeśli bowiem, na przykład, dziennikarz podaje opracowane przez siebie rzeczowe informacje o przygotowaniu zawodowym i społecznym jakiejś grupy kandydatów, przekaz taki ma znaczenie merytoryczne i poznawcze dla odbiorców. Jeśli przekaz typu: „mamy świetnych kandydatów” pochodzi od działacza partii, nie wnosi on żadnej rzeczywistej wiedzy i jako jawnie propagandowy przekonuje co najwyżej już przekonanych. W analizowanej publicystyce wyborczej w rozgłoszeniach było kilka audycji, w których prowadzący je dziennikarze podnosili problem nadmiernego upolitycznienia wyborów samorządowych.

5. Równowaga w dostępie kandydatów do anteny oraz neutralność w sposobie prezentacji kandydatów i programów.

Problem zachowania równowagi w programach rozgłośni został już w głównej mierze omówiony w punkcie dotyczącym prezentowania komitetów wyborczych. Poza opisanym tam problemem innych naruszeń równowagi nie odnotowano. Dziennikarze zarówno w przekazach wyborczych w dziennikach jak i audycjach publicystycznych zachowywali neutralny, wyważony stosunek do przedstawianych osób i spraw.

Oddzielny, ważny problem stanowią jednak tzw. przekazy kryptowyborcze. Zgodnie z definicją podaną we wstępie, chodzi o przekazy, w których urzędujący kandydaci – samorządowcy pokazywani są w swoich rolach zawodowych, pozornie bez związku z wyborami i bez informowania odbiorców, że kandydują, a zarazem w sposób, który może silnie wpływać na opinie odbiorców o nich. Dla uniknięcia zakłóceń rzetelności przekazu dziennikarze powinni w każdym takim przypadku podawać wyraźnie informacje o fakcie kandydowania przez danego działacza czy urzędnika.

6. Edukacyjny walor informacji i publicystyki wyborczej w programach rozgłośni.

Szczegółowe analizy sposobu wywiązania się nadawców z informacyjno-poznawczych zadań związanych z kampanią wyborczą do samorządu zamieszczono w drugiej części opracowania, przy opisach audycji nadanych w poszczególnych rozgłosniach. Podsumowując całość kampanii wyborczej na antenach rozgłośni regionalnych radia publicznego należy stwierdzić, że generalnie nadawcy wywiązali się z zadania poinformowania wyborców o kandydatów i programach, procedurze wyborczej i przebiegu kampanii. Wypełnili więc przypisane im zadania nadawcy publicznego.

**Analiza ilościowa i jakościowa audycji i przekazów nadanych
w poszczególnych rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego**

RADIO BIAŁYSTOK

W wyborach samorządowych w województwie podlaskim uczestniczyło 9 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 491 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 132 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Białystok, Łomża, Suwałki), 21 rad powiatowych i 160 - gminnych, oraz 3 prezydentów miast (Białystok, Łomża, Suwałki), 36 burmistrzów i 79 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Białystok w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **5 godzin 35 minut**, czyli **4,7%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godzin). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych i w nadawanym 2 razy dziennie specjalnym serwisie wyborczym. Nadano także audycje i przekazy edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania, oraz audycje publicystyczne, w tym debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów miast w regionie.

Tematyka wyborcza w Radiu Białystok	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	46	44'	0,6%
Specjalne dzienniki wyborcze	73	1h	0,8%
Instruktaż wyborczy	10	37'	0,5%
Publicystyka	14	3h 14'	2,7%
Razem	143	5h 35'	4,7%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W okresie kampanii wyborczej Radio Białystok oprócz codziennego serwisu pn. „Wiadomości Radia Białystok”, emitowanego kilkanaście razy dziennie, w którym informacje o wyborach zajmowały tylko część przekazu, nadawało także specjalny serwis poświęcony wyłącznie wyborom, pn. „Wybory 2010”. Ze względu na odmienną konstrukcję obu serwisów i różną proporcję przekazów dotyczących wyborów oba typy dzienników zostały omówione oddzielnie.

A. PRZEKAZY WYBORCZE

w „Wiadomościach Radia Białystok”

Monitoringiem objęto 74 serwisy „Wiadomości Radia Białystok” nadawane w godz. 6.00-22.00 (średnio 15 dziennie); zajęły one łącznie 6 godz. 26 min. Wszystkie wydania „Wiadomości” były poprzedzone forszpanami. W trwających średnio ponad 5 min. wydaniach serwisu w badanym okresie zamieszczono łącznie 351 przekazów.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami zamieszczono w **36 serwisach**, czyli w połowie (49%) wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **46 przekazów dotyczących wyborów**, zajmujących łącznie **44 min.**, co stanowiło **13%** ogólnej liczby przekazów nadanych w badanym okresie oraz **11%** łącznego czasu ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 37 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Pozostałe przekazy (9 przekazów) miały charakter kryptowyborczy – ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

W poszczególnych dniach tygodnia emitowano średnio 7 przekazów wyborczych (ok. 10% wszystkich przekazów obecnych w dziennikach), a wraz z końcem kampanii było ich wyraźnie więcej (np. w piątek 19 listopada – 15 przekazów).

Na 36 dzienników zawierających tematykę wyborczą, w 18 przekazy wyborcze zapowiedziano w forszpanie, a w 4 dziennikach informacje wyborcze umieszczono na pierwszym miejscu. W 23 dziennikach przekazy o tematyce wyborczej umieszczano na drugim bądź trzecim miejscu. Wynika z tego, że problematyce tej Radio Białystok nadało stosunkowo wysoką rangę.

Szczeble wyborów

Większość przekazów nie odnosiła się do konkretnego szczebla wyborów. Przekazy te dotyczyły albo wyborów wszystkich szczebli, albo zawierały instruktaż wyborczy, informacje o porze nadawania audycji wyborczych lub też dotyczyły innych zagadnień (np. ocena przebiegu kampanii, prognozy dotyczące frekwencji, zachęcanie przez autorytety i instytucje do udziału w wyborach). Zajęły one łącznie 28 min., tj. 81% czasu trwania wszystkich przekazów wyborczych.

W przekazach, które zawierały odniesienia do konkretnych szczebli wyborów (13 przekazów), najczęściej (4 przekazy) była mowa o wyborze na urząd prezydentów miast,

najrzadziej natomiast dotyczyły one wyborów na urząd wójta i do rady gminy wiejskiej (po 1 informacji). Czas przekazów dotyczących poszczególnych szczebli wyborów wynosił średnio ok. 1 min.; najwięcej czasu zajmowały przekazy o wyborach do rad miast i powiatu (średnio 1 min. 45 sek.) oraz na urząd prezydenta (średnio 1,5 min.), a najmniej (średnio 40 sek.) do rady gminy wiejskiej oraz na urząd wójta i burmistrza.

Spośród 13 informacji wyborczych odnoszących się do określonego szczebla wyborów, 4 zapowiedziano w forszpanie, a 2 nadano na pierwszym miejscu w dziennikach. Spośród tych przekazów największą rangę nadano informacjom dotyczącym szczebla prezydenckiego – 2 przekazy były zapowiedziane w forszpanie, z nich jeden wyemitowano na pierwszym miejscu w dzienniku. W forszpanie znalazło się również po 1 informacji dotyczącej wyboru na urząd burmistrza i wójta.

Podsumowując, 3/4 przekazów nie odnosiło się do konkretnego szczebla wyborów. W przekazach, które zawierały odniesienia do konkretnych szczebli wyborów (13), najczęściej odnoszono się do wyborów na urząd prezydenta, najrzadziej - na urząd wójta i do rady gminy wiejskiej.

Komitety wyborcze

W 35 przekazach wyborczych (zajęły łącznie 35 min.), z których każdy przekaz niejednokrotnie dotyczył nie tylko różnych szczebli wyborów ale i różnych komitetów wyborczych i partii, nadano 21 informacji dotyczących poszczególnych komitetów wyborczych. Informacje tego rodzaju zajęły łącznie 15,5 min., zaś czas emisji bezpośrednich wypowiedzi przedstawicieli komitetów („setek”) był 5 razy mniejszy (3,5 min.).

Przekazy wyborcze zawierające informacje o komitetach dotyczyły 3 komitetów wyborczych partii parlamentarnych (PO, PiS, SLD) oraz 5 komitetów lokalnych (KW Wyborców Praworządność i Solidarność; Akcja Wyborcza Zgoda; KW Wyborców Gminna Jedność; KW Wyborców Jedność i Samorządność; KWW Rozwój Sokół. W serwisie w ogóle nie pojawiły się przekazy wyborcze dotyczące PSL.

Najwięcej informacji odnosiło się do PO (13% czasu emisji przekazów wyborczych), a następnie SLD i PiS (po 10%). Także liczba informacji dotyczących PO i SLD była największa: 5-6 wobec 3 dotyczących PiS i 1-2 dotyczących pozostałych komitetów. Ta tendencja widoczna była również w czasie trwania „setek” przedstawicieli komitetów na antenie: najwięcej PO (17% czasu emisji setek w przekazach wyb.), dalej PiS i SLD (7-8%). Obecność na antenie przekazów odnoszących się do komitetów lokalnych, kształtowała się na poziomie 1-3% czasu nadawania przekazów wyborczych, a ich przedstawiciele w ogóle nie

byli obecni na antenie „własnym głosem”. Tym samym, w **badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.**

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu	Liczba przekaz.	% liczby przekaz	Czas przekaz	% czasu przekaz	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	5	10%	0:04:34	13%	0:01:52	17%
KW PiS	3	6%	0:03:28	10%	0:00:54	8%
KW SLD	6	13%	0:03:25	10%	0:00:45	7%
KW PSL	0	0%	0:00:00	0%	0:00:00	0%
KW Praworządność i Solidarność	2	4%	0:01:12	3%	0:00:00	0%
KWW Jedność i Samorządność	2	4%	0:01:12	3%	0:00:00	0%
KWW Rozwój Sokół	1	2%	0:00:39	2%	0:00:00	0%
KW Wyborców "Gminna Jedność")	1	2%	0:00:38	2%	0:00:00	0%
KW Akcja Wyborcza "Zgoda"	1	2%	0:00:15	1%	0:00:00	0%

W serwisach, spośród wszystkich 21 informacji wyborczych dotyczących komitetów wyborczych, około połowy było zapowiedzianych w forszpanie, a tylko 1 była na pierwszym miejscu w serwisie. Oznacza to, że nadawca w serwisach wyższą rangę nadał innym informacjom wyborczym niż dotyczącym konkretnych komitetów.

Spośród informacji odnoszących się do komitetów, najwyższą rangę nadano dotyczącym PO. W forszpanie serwisów 3-krotnie zapowiadano informacje dotyczące PO, natomiast pozostałe komitety zarówno partii parlamentarnych jak i lokalne umieszczono w forszpanie tylko raz (z wyjątkiem KW Akcja Wyborcza Zgoda – 0). Na pierwszym miejscu wyemitowano 1 przekaz dotyczący procesu wyborczego pomiędzy komitetami działającymi w Wysokim Mazowieckim, KWW Jedność i Samorządność oraz KWW Praworządność i Solidarność. Informacje które nadawca wyemitował na wysokim 2-3 miejscu w serwisie, dotyczyły głównie komitetów partii parlamentarnych, tj. PO (4 informacje), SLD (3) i PiS (2). Takiej rangi nie nadano przekazom dotyczącym komitetów lokalnych.

Podsumowując, spośród informacji dotyczących komitetów, najwięcej uwagi poświęcono, nadając im jednocześnie najwyższą rangę, komitetom wyborczym partii parlamentarnych, tj. PO, SLD i PiS; w ogóle nie nadano informacji wyborczych

dotyczących PSL. Najwięcej czasu emisji oraz najwyższą rangę nadano informacjom dotyczącym PO. Najgorzej pod tym względem wypadły komitety lokalne.

W badanym tygodniu kampanii, w przekazach wyborczych dziennika nie zachowano równowagi ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.

Treść przekazów

Największą grupę przekazów (43% liczby informacji odnoszących się do tematyki wyborczej) poświęcono przebiegowi kampanii. Spośród nich najwięcej informacji dotyczyło procesów wyborczych głównie pomiędzy lokalnymi komitetami, ale także dotyczących komitetów partii ogólnokrajowych (SLD i PiS). Inne informacje dotyczyły zapowiedzi debat wyborczych, działań PiS w wyborach samorządowych w związku ze stworzeniem przez część posłów partii PJN, warszawskiego konfliktu wyborczego pomiędzy SLD i PO dotyczącego otwarcia Mediateki na Bielanach, czy ciekawostek wyborczych dotyczących wykorzystywania w wyborach osiągnięć grafiki komputerowej, statystycznych danych o kandydatach, czy obsłudze wyborów.

Kolejną, znaczącą grupą tematów była ocena przebiegu kampanii przez ekspertów oraz instruktaż wyborczy (łącznie 28%), obecne w serwisach głównie w końcu tygodnia, bezpośrednio przed wyborami. Eksperci, m.in. politolog z UW Bartłomiej Biskup, dr Olgierd Annusewicz, prof. Wawrzyniec Konarski, politolog białostockiego uniwersytetu Elżbieta Kurzelewska) dokonali oceny przebiegu kampanii, jej natężenia, zaangażowania kandydatów, sposobu prowadzenia, wykorzystywanych gadżetów i haseł wyborczych, skrytykowali brak merytorycznej debaty i rolę informacji sondażowych, jednocześnie zachęcając do udziału w wyborach. Przekazy instruktażowe dotyczyły procedury głosowania poza miejscem zamieszkania, ciszy wyborczej, terminu głosowania i pór otwarcia lokali, zakazu prowadzenia działalności reklamowej w okresie ciszy wyborczej.

Kolejną grupę tematyczną stanowiły informacje dotyczące walki i agitacji partyjnej (9%) oraz zaangażowania przedstawiciela rządu w kampanię. Nadano informacje o wsparciu kandydata SLD na prezydenta Białegostoku przez posła Ryszarda Kalisza,; minister Rozwoju Regionalnego Elżbieta Bieńkowska (PO) przebywając w Suwałkach i Białymstoku odpierała zarzuty opozycji, jakoby rządową strategię rozwoju gospodarczego adresowano tylko do dużych ośrodków miejskich, informacja o wniosku złożonym do prokuratury przez SLD w sprawie naruszenia samorządowej ordynacji wyborczej przez przedstawicieli PO, którzy – zdaniem SLD – za publiczne środki prowadzą własną kampanię samorządową.

Porównywalną grupę przekazów stanowiły przekazy zachęcające do udziału w wyborach. Nadano bezpośrednie wypowiedzi („setki”) przedstawicieli polityki krajowej (L. Wałęsa, B. Komorowski, A. Kwaśniewski), działaczy znanych lokalnie (przedstawicielka Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej w Białymstoku, białostocki kapłan), którzy poprzez obecność i wypowiedzi działali na rzecz zwiększenia frekwencji wyborczej.

Również 9% zajęły informacje o sondażach popularności partii ogólnokrajowych oraz lokalnych, w tym sondaż przeprowadzony wśród mieszkańców Białegostoku dotyczący oceny stosowanych przez kandydatów i komitety sposobów zdobywania poparcia.

Podsumowując, tematyka przekazów koncentrowała się głównie na przebiegu kampanii wyborczej (najwięcej przekazów dotyczyło procesów wyborczych), w niewielkim stopniu przekazy dotyczyły merytorycznego wymiaru kampanii, czyli informacji o programach komitetów i kandydatów.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w dzienniku Radiu Białystok **nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.**

Jak pokazano wyżej, **nie zachowano równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów poświęconych komitetom wyborczym.** Komitetom partii ogólnokrajowych (z wyjątkiem PSL) – a szczególnie PO, poświęcono więcej przekazów i czasu na antenie (w tym „setki”) niż komitetom lokalnym oraz nadano im wyższą rangę.

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie programu 9 przekazów uznano za kryptowyborcze. Zajęły one łącznie 9 min.

- W poniedziałek 15 listopada o godz. 7.00 nadano przekaz trwający 1 min. 12 sek. dotyczący starań augustowskiego szpitalu o uruchomienie lądowiska dla helikopterów. Skutkiem odmownej decyzji Ministerstwa Zdrowia burmistrz Augustowa nie wydał szpitalowi oczekiwanej decyzji środowiskowej, a dyrekcja odwołała się do Samorządowego Kolegium Odwoławczego. W „setce” wiceburmistrz Tomasz Spiczko mówił o pomysłe burmistrza budowy lądowiska zastępczego. Przekaz mówi o istotnej społecznie, bieżącej sprawie i zaangażowaniu w nią burmistrza (Kazimierza Kożuchowskiego, nie wymienionego z nazwiska) oraz wiceburmistrza, starających się o reelekcję i kandydujących z KW Wyborców Augustów Porozumienie Samorządowe, o czym słuchacze nie zostali poinformowani.

- W poniedziałek 15 listopada o godz. 7.00 nadano 36-sekundowy przekaz dotyczący otwarcia w gminie Nowe Piekuty dwóch punktów przedszkolnych (podano szczegóły rozwiązania i źródło finansowania); przytoczono w nim wypowiedź wójta Marka Kaczyńskiego o dużym zainteresowaniu i potrzebie działania takich placówek. Ukazano bieżące działania wójta, który starał się o reelekcję (na liście KW Nasza Gmina), o czym nadawca nie poinformował.
- We wtorek 16 listopada o godz. 10.00 nadano trwający 48 sek. przekaz dotyczący starań Białegostoku o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Miasto w trakcie rywalizacji wprawdzie odpadło, ale zaangażowało się w poparcie kandydatury Lublina. Przekaz zawierał „setkę” wiceprezydenta Białegostoku Tadeusza Arłukowicza o wspólnych działaniach miast i ukazywał bieżące działania władz Białegostoku. Nie podano informacji o kandydowaniu wiceprezydenta do sejmiku wojewódzkiego z listy PO.
- We wtorek 16 listopada o godz. 12.00 nadano trwający 56 sek. przekaz informujący o możliwości zapoznawania się mieszkańców Białegostoku z opracowywanym ponad rok i zaakceptowanym przez radnych dokumentem „Strategia Rozwoju Miasta Białystok na lata 2011-20”. Informacja o tak ważnym dla gminy opracowaniu w okresie wyborczym staje się elementem kampanii wyborczej poprzez zaangażowania władz lokalnych, których przedstawiciele w większości starają się o poparcie wyborcze.
- We wtorek 16 listopada o godz. 19.00 oraz w środę 17 listopada o godz. 7.00 nadano dwa przekazy trwające łącznie 2 min. 25 sek., dotyczące planów budowy lotniska w województwie podlaskim. W przekazach wymieniono m.in. zaangażowanie marszałka województwa Jarosława Dworzańskiego (mówił o kosztach i randze inwestycji), który był kandydatem PO do Sejmu, o czym nadawca nie poinformował.
- W środę 17 listopada o godz. 6.00 nadano trwający 1 min. 20 sek. skrót relacji z uroczystości wmurowania kamienia węgielnego pod budowę obiektów przy szpitalu wojewódzkim w Białymstoku (m.in. blok operacyjny, zakład radiologii). Przekaz zawierał m.in. informację, że inwestycja finansowana jest z budżetu województwa (45 mln. zł) i wypowiedź wicemarszałka Bogusława Dębskiego, podkreślającego wagę inwestycji dla pracowników i mieszkańców. Przekaz dotyczył zaangażowania wicemarszałka w powyższą sprawę, który jednocześnie był kandydatem w wyborach na urząd prezydenta Białegostoku, o czym nie poinformowano na antenie.
- W czwartek 18 listopada o godz. 17.00 oraz w piątek 19 listopada o godz. 9.00 nadano dwa przekazy trwające łącznie ok. 1,5 min., dotyczące otwarcia 7 nowoczesnych

pracowni technicznych w Zespole Szkół Technicznych w Augustowie. Przekaz zawierał „setkę” dyrektora Krzysztofa Bręka informującego o tym wydarzeniu i placówce a także o bieżących działaniach dyrektora. Nie poinformowano słuchaczy, że Krzysztof Bręk ubiega się o mandat radnego w Augustowie.

B. PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH „WYBORY 2010”

W badanym okresie dwa razy dziennie, tj. o godz. 6.10 i 13.10, w porze dobrej słuchalności Radia Białystok, nadano 10 wydań serwisu informacyjnego „Wybory 2010”, poświęconego w całości problematyce wyborczej. Trwające średnio 6 min. dzienniki wyborcze zajęły łącznie **1 godzinę**; zamieszczono w nich **73 przekazy**. Wszystkie przekazy dotyczyły bezpośrednio wyborów i nie stwierdzono w nich obecności przekazów kryptowyborczych. Serwisowi nie towarzyszyły zapowiedzi forszpanu.

Szczeble wyborów

Poszczególne wydania serwisów trwające 2,5-9,5 min. zawierały od 5 do 10 przekazów. W 73 przekazach wyborczych, często wielowątkowych, w których pojedyncze przekazy niejednokrotnie dotyczyły różnych szczebli wyborów, komitetów i zagadnień, w monitorowanym okresie nadano 129 informacji odnoszących się do różnych szczebli wyborów samorządowych oraz 23 przekazy odnoszące się do wyborów bez wskazania ich szczebla.

Przekazy zawierające odniesienia do poszczególnych szczebli wyborów, dotyczyły wyborów do wszystkich szczebli samorządu (gminnego, powiatowego i wojewódzkiego). Wśród badanych szczebli wyborów (wójt, burmistrz, prezydent, rada gminy wiejskiej i miejskiej, rada powiatowa, radna sejmiku), **w serwisach nie stwierdzono jedynie informacji dotyczących wyboru na burmistrza oraz do rad gmin wiejskich**. Wśród ogólnej liczby informacji odnoszących się do wyborów, ponad połowa odnosiła się do wyborów na urząd prezydenta, z przewagą informacji dotyczących wyborów na prezydenta miasta wojewódzkiego, tj. Białegostoku (21% liczby informacji o szczeblu wyborów), rzadziej na prezydenta Suwałk i Łomży. Przewaga informacji dotyczących miasta wojewódzkiego dotyczyła również wyborów do rady miasta - na 20 informacji dotyczących tego szczebla, 16 odnosiło się do rady miasta Białystok. Także czasowy udział informacji odnoszących się do poszczególnych szczebli wyborów potwierdza te tendencje. W łącznym czasie emisji

serwisów (1 godz.), 48% tego czasu poświęcono wyborom na urząd prezydenta, 21% do sejmiku oraz 12% do rad miasta i powiatu. Przekaz dotyczący wyborów na urząd wójta zajął 20 sek.

Każdy z 10 serwisów wyborczych Radia Białystok rozpoczynał się przekazem odnoszącym się do prezydenckiego szczebla wyborów. Także czas jaki przeznaczono w serwisach na bezpośrednie wypowiedzi („setki”) dotyczące prezydenckiego szczebla wyborów potwierdza tę prawidłowość: na 26 min. trwania „setek”, ponad połowa dotyczyła wyborów na urząd prezydenta, 1/4 do sejmiku i 1/8 do rady miasta.

Podsumowując, w specjalnie przygotowanych na czas wyborów serwisach Radia Białystok pt. „Wybory 2010”, najwięcej przekazów, czasu ich trwania oraz „setek”, a także najwyższą rangę nadano informacjom dotyczącym wyborów na prezydenta Białegostoku i do rady tego miasta.

Komitety wyborcze

W 73 przekazach wyborczych, dotyczących nie tylko różnych szczebli wyborów ale i różnych komitetów wyborczych i partii, zawarto 246 informacji odnoszących się do poszczególnych komitetów wyborczych biorących udział w wyborach samorządowych w regionie. Informacje odnoszące się do komitetów wyborczych zajęły łącznie 50 min., zaś czas emisji bezpośrednich wypowiedzi („setek”) przedstawicieli komitetów o połowę mniejszy – 27 min.

Przekazy wyborcze zawierające informacje o komitetach dotyczyły 4 komitetów partii parlamentarnych (PO, PiS, SLD, PSL) oraz 22 komitetów lokalnych. W serwisach dominowały przekazy dotyczące PO (40 informacji), SLD (35), PiS (27). Na kolejnych miejscach były: KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe Wspólnota Samorządowa (*wspólny komitet PSL i Prawicy Podlasia*) oraz PSL – po 16 informacji. Dalej znalazły się: KW Nasz Dom Polska Samoobrona A. Leppera, KW Krajowa Partia Emerytów i Rencistów oraz KW Wyborców Suwałki Wizja Gajewskiego (10-13 informacji o komitecie). Jeszcze mniej, bo 1-6 informacji (w tym „setki”) odnosiło się do komitetu Wspólna Inicjatywa Polska Podlasie, KW Stowarzyszenie Łomżyńskie Filary, KW Wyborców Wspólna Łomża i KW Wyborców Samorządowe Porozumienie Łomży. Pozostałych 14 komitetów lokalnych zaistniało w serwisach wyborczych jedynie poprzez podanie ich nazwy przy zapowiedziach emisji bezpłatnych audycji wyborczych komitetów.

Czas trwania przekazów poświęconych poszczególnym komitetom potwierdza przewagę obecności na antenie największych komitetów, o zasięgu ogólnokrajowym.

W badanym tygodniu kampanii, fakt ten jednocześnie wskazuje, że w 10 wydaniach serwisu wyborczego nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Na 60 min. przekazów dotyczących poszczególnych komitetów, najwięcej czasu nadawca przeznaczył na przekazy dotyczące komitetu SLD (20% tego czasu), PO (16%), PiS (12%). Wśród komitetów partii parlamentarnych najmniej czasu w dziennikach zajęło PSL (7%). Wśród komitetów lokalnych zaś liderem był KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe Wspólnota Samorządowa (10%), który był komitetem stworzonym w regionie przez PSL i Prawicę Podlasia. W przypadku 6 innych lokalnych komitetów, obecnych na antenie również poprzez „setki” ich przedstawicieli, udział czasu przekazów dotyczących komitetów kształtował się na poziomie 2-3% (z wyjątkiem KW Wyborców Samorządowe Porozumienie Łomży – 1%). Informacja o pozostałych 14 komitetach pojawiła się (jedynie poprzez podanie nazwy) przy zapowiedziach emisji bezpłatnych audycji wyborczych komitetów.

Oceniając obecność na antenie komitetów poprzez bezpośrednie wypowiedzi ich przedstawicieli („setki”), które zajęły łącznie 27 min., również najwięcej czasu miał komitety partii parlamentarnych: SLD (25% czasu), PO (22%), PiS (15%), PSL (8%). Wśród lokalnych liderem był KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe Wspólnota Samorządowa (13%), w przypadku 7 innych lokalnych komitetów, „setki” ich przedstawicieli zajmowały najwyżej 1 min. W przypadku innych 14 komitetów lokalnych w ogóle nie stwierdzono „setek” na antenie.

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu	Liczba przekaz	% liczby przekaz	Czas przekaz	% czasu przekaz	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	40	16%	0:09:19	16%	0:05:50	22%
KW PiS	27	11%	0:07:00	12%	0:03:54	15%
KW PSL	16	7%	0:04:02	7%	0:02:17	8%
KW SLD	35	14%	0:11:40	20%	0:06:50	25%
KW Krajowa Partia Emerytów i Rencistów	12	5%	0:00:57	2%	0:00:30	2%
KW Nasz Dom Polska Samoobrona A Leppera	13	5%	0:02:51	6%	0:01:02	4%
KW Stowarzyszenie Łomżyńskie Filary	3	1%	0:00:50	2%	0:00:40	2%
KW Wyborców Suwałki Wizja Gajewskiego	10	4%	0:01:53	3%	0:00:58	4%
KW Wyborców Samorządowe Porozumienie Łomży	1	0%	0:00:18	1%	0:00:13	1%

Nazwa Komitetu	Liczba przekaz	% liczby przekaz	Czas przekaz	% czasu przekaz	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
Wspólna Inicjatywa Polska Podlasie	6	2%	0:01:14	2%	0:00:29	2%
KW Wyborców Wspólna Łomża	3	1%	0:00:53	2%	0:00:36	2%
KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorz.- Ludowe Wspólnota Samorządowa	16	7%	0:05:43	10%	0:03:38	13%
KW Wyborców Krynki 21	5	2%	0:00:16	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców TPS Wspólne Dobro	5	2%	0:00:16	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców Mała Ojczyzna Augustowszczyzna	9	4%	0:00:27	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców Augustów - Porozumienie Samorządowe	5	2%	0:00:16	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców Krajowa Wspólnota Samorządowa	3	1%	0:00:10	0%	0:00:00	0%
KW Związku Słowińskiego	5	2%	0:00:16	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców Razem dla Rozwoju	5	2%	0:00:16	1%	0:00:00	0%
KW Wyborców Koalicja Wyborcza Ziemia Hajnowska	9	4%	0:00:27	1%	0:00:00	0%
Polska Partia Pracy Sierpień 80	2	1%	0:00:06	0%	0:00:00	0%
KW Przyszłość	4	2%	0:00:12	0%	0:00:00	0%
Akcja Wyborcza Zmiana	2	1%	0:00:05	0%	0:00:00	0%
KW Wspólnie Zmienimy Gminę	4	2%	0:00:12	0%	0:00:00	0%
KW Za Lasem Nasza Gmina	4	2%	0:00:12	0%	0:00:00	0%
KW Andrzeja Chmielewskiego Nasz Dom Augustów	2	1%	0:00:06	0%	0:00:00	0%

Najwyższą rangę w serwisach wyborczych, poprzez emisję przekazów na miejscu 1-3 w serwisie, nadawca nadał komitetom wyborczym związanym z partiami parlamentarnymi: PO, PiS, SLD, PSL oraz – związanym w regionie z PSL – lokalnym komitetem

KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe „Wspólnota Samorządowa”. Pojedyncze przekazy emitowane na wysokim 2-3 miejscu w serwisie dotyczyły jeszcze tylko lokalnego KW Wyborców Suwałki Wizja Gajewskiego i Wspólna Inicjatywa Polska Podlasie. Przekazy dotyczące pozostałych 19 komitetów lokalnych znajdowały się na dalszych miejscach serwisu.

Radio Białystok w serwisie „Wybory 2010” zaprezentowało na antenie stosunkowo dużą liczbę komitetów wyborczych, tj. komitety 4 partii parlamentarnych i 22 lokalnych komitetów wyborców. Biorąc jednak pod uwagę liczbę informacji i czas poświęcony w serwisie poszczególnym komitetom należy stwierdzić, że w dzienniku wyborczym nie zachowano równowagi w ich prezentacji. Najwięcej miejsca zajęły i najwyższą rangę miały przekazy dotyczące komitetów partii parlamentarnych, szczególnie PO i SLD, a wśród komitetów lokalnych - KW Wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe „Wspólnota Samorządowa”. W przypadku komitetów lokalnych, większość z nich (14) obecna była na antenie jedynie z nazwy, przy zapowiedziach emisji bezpłatnych audycji wyborczych.

Treść przekazów

Największą część informacji w dzienniku „Wybory 2010” wyborczych poświęcono przebiegowi kampanii, tj. spotkaniom wyborczym komitetów, zapowiedziom debat i innych audycji wyborczych, działaniom kandydatów i komitetów w kampanii. Stosunkowo dużo miejsca poświęcono też propozycjom programowym kandydatów i komitetów. **Informacje o programach dotyczyły największych komitetów, tj. SLD (13 informacji), PO (8), KWW Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe „Wspólnota Samorządowa” (7), PiS (3);** pojedyncze przekazy dotyczyły programu KW Wyborców Suwałki Wizja Gajewskiego oraz KW Nasz Dom Polska Samoobrona A. Leppera.

Bezpośrednio do programów odnosiły się również nadane w dzienniku wyborczym fragmenty debat kandydatów na urząd prezydentów miast: Łomży, Suwałk i Białegostoku, przeprowadzonych i nadanych przez Radio Białystok oraz - w jednym przypadku - przez Łomżyńską Izbę Przemysłowo-Handlową (debata prezydencka w Łomży). Nadane fragmenty zawierały z reguły odpowiedzi kandydatów na 2-3 pytania dotyczące problemów miasta. W nadanych fragmentach debat zachowano równowagę czasu między kandydatami.

W 12 przekazach znalazły się zapowiedzi spotkań wyborczych w regionie organizowanych przez cztery komitety (PO – 7, „Wspólnota Samorządowa” – 2, PiS – 1, Wizja Gajewskiego – 1). W przekazach kończących kolejne wydania dziennika nadawca

umieszczał trwające 0,5-1 min. informacje o kolejności i porze emisji bezpłatnych audycji przygotowywanych przez poszczególne komitety wyborcze (26). W kolejnych 17 przekazach (17%) znalazły się informacje o kandydatach i komitetach nie dotyczące spraw programowych, ale budujące pozytywny wizerunek kandydatów poprzez ukazanie ich atutów.

Agitacja partyjna zajęła 11% ogólnej liczby tematów obecnych w przekazach wyborczych. Najwięcej w tej grupie przekazów (6) dotyczyło zaangażowania przedstawicieli rządu w kampanię, którzy swoją obecnością w regionie i poprzez bezpośrednie wypowiedzi wspierali kandydatów. W 1 przekazie podsekretarz stanu i wiceminister zdrowia Cezary Rzymek (przyjechał do Suwałk na zaproszenie PO w sprawach zadłużenia szpitala wojewódzkiego), negatywnie oceniając odpowiedzialnych za krytyczną sytuację szpitala, stwierdził, że trzy lata złego zarządzania szpitalem trzeba dwa razy dłużej naprawiać. W 2 przekazach wiceminister gospodarki Dariusz Bogdan (PSL) wspierał kandydaturę Piotra Grabanego na prezydenta Łomży, zachęcając do głosowania na ludzi sprawdzonych i potrafiących zarządzać finansami publicznymi oraz do popierania osób godnych zaufania (przekaz dotyczył kandydatury Bogusława Dębskiego na prezydenta miasta). W wymienionych 2 przekazach wicewojewoda podlaski i szef podlaskiego PSL Wojciech Dzierzgowski rekomendował Piotra Grabanego na prezydenta Łomży, mówiąc o nim jako o doskonałym menedżerze (sprawdził się jako dyrektor łomżyńskiego oddziału NOT) oraz marszałka Bogusława Dębskiego na prezydenta Białegostoku. W kolejnym przekazie, w którym kandydat na radnego do sejmiku Walenty Korycki (PSL) podkreślał wagę programu PSL dla rolnictwa w regionie oraz atuty kandydatów, wicewojewoda podlaski Wojciech Dzierzgowski przedstawił priorytety programowe radnych sejmiku.

W tej grupie znalazły się także informacje (4%) o poparciu kandydatów przez liderów partii (SLD - Ryszarda Kalisza dla kandydatury Janusza Kochana na prezydenta Białegostoku i Mariana Szamatowicza do Sejmiku oraz Aleksandra Kwaśniewskiego dla kandydatury Władysława Czerniawskiego na prezydenta Łomży; PiS - Jarosława Kaczyńskiego dla kandydatów i programu samorządowego dla Augustowa).

Sześć przekazów dotyczyło krytyki władz lokalnych, konkurencji w regionie oraz krytyki rządu. Krytyka władz lokalnych zawarta była w wypowiedziach przedstawicieli PiS, którzy negatywnie oceniali, m.in. liczne zagraniczne podróże prezydenta Białegostoku, krytykowali jego zaniedbania w stosunku do lokalnych przedsiębiorców i nastawienie głównie na pozyskiwanie inwestycji zewnętrznych, poddali negatywnej ocenie mijającą kadencję sejmiku podlaskiego rządzonego przez koalicję PO-PSL, głównie za złe wykorzystanie funduszy unijnych kierowanych głównie do Białegostoku, zaniedbując

potrzeby mniejszych ośrodków. Jeden przekaz zawierał krytykę, przez przedstawiciela SLD, rozwiązań przyjętych dla prowadzonej budowy obwodnicy śródmiejskiej Białegostoku. W innym przekazie przebywający w regionie europoseł PiS (Jacek Kurski) wskazał wybory samorządowe jako szansę na złamanie monopolu PO i zapowiedź zwycięstwa w kampanii parlamentarnej 2011, zaś kandydat na radnego sejmiku Andrzej Chmielewski (KW Nasz Dom Polska Samoobrona A Leppera) skrytykował wystąpienia w regionie prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego odnoszące się do budowy obwodnicy Augustowa.

Pozostałe przekazy dotyczyły instruktażu wyborczego (zostały one omówione oddzielnie w dalszej części raportu), sondażu wyborczego przeprowadzonego dla Polskiego Radia przez pracownię Homo Homini oraz zachęt do uczestnictwa w wyborach, w tym wypowiedzi eksperta z Fundacji Batorego (Marek Solon-Lipiński) na ten temat.

Podsumowując, tematyka przekazów w dzienniku wyborczym Radia Białystok „Wybory 2010” skupiała się najczęściej na merytorycznych wątkach programów poszczególnych kandydatów i komitetów oraz zapowiedzi spotkań wyborczych i emisji audycji dotyczących komitetów. Biorąc pod uwagę znaczną liczbę przekazów odnoszących się do propozycji programowych komitetów oraz emisję fragmentów programowych debat prezydenckich należy stwierdzić, że kwestiom programowym nadawca nadał w dzienniku wyborczym dużą wagę.

Przekazy te dotyczyły jednak głównie największych komitetów wyborczych uczestniczących w kampanii, tj. komitetów partii parlamentarnych, rzadko – lokalnych komitetów wyborców.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Brak równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów, wystąpił natomiast w prezentacji komitetów wyborczych. Jak wykazano wyżej, największą liczbę informacji oraz najwięcej czasu przeznaczono na informacje dotyczące komitetów partii parlamentarnych, tj. SLD, PO, PiS i PSL, a także komitetowi wyborców Prawicowe Porozumienie Samorządowo-Ludowe Wspólnota Samorządowa (wspólny komitet PSL i Prawicy Podlasia). Udział przekazów o komitetach lokalnych był zdecydowanie niższy, w tym nazwy 14 z nich zostały wymienione jedynie przy zapowiedziach emisji bezpłatnych audycji wyborczych. Tendencję tę potwierdził również czas trwania na antenie bezpośrednich wypowiedzi („setek”) poszczególnych przedstawicieli komitetów.

Serwis wyborczy Radia Białystok zdominowany był przez przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta, w tym szczególnie prezydenta Białegostoku, i do rady tego miasta.

INSTRUKTAŻE WYBORCZE

Radio Białystok	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	1	0:34:01	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	9	0:02:49	4	3	1	0	0	0	0	0	3	3	0
razem	10	0:36:50	5	4	1	1	1	0	1	0	4	4	0

W okresie objętym monitoringiem Radio Białystok, nadało jedną, ponad 30-minutową audycję instruktażową zatytułowaną „Masz prawo” (17 listopada 2010, godz. 13:23). W audycji tej, dyrektor białostockiej delegatury Krajowego Biura Wyborczego, w rozmowie z dziennikarzem wyjaśniał, jak jest finansowana i rozliczana kampania wyborcza, jak prawidłowo może być ona prowadzona, do kiedy trwa i co oznacza cisza wyborcza oraz czym grozi jej nieprzestrzeganie. Słuchacze otrzymali też pełne informacje dotyczące wyborów i głosowania, a więc: termin wyborów i godziny otwarcia lokali wyborczych, o tym jak można dopisać się do rejestru wyborców poza miejscem zameldowania, w jaki sposób należy głosować i o co zadbać, aby głos był ważny oraz jak będą wyglądały karty do głosowania. Dyrektor delegatury KBW poinformował też, o stosownych pouczeniach umieszczonych na kartach do głosowania, oraz możliwości zasięgnięcia porady u członków komisji obwodowych. Wyjaśnione zostały też systemy wyborów – proporcjonalny i większościowy.

W dwóch ostatnich dniach kampanii Radio Białystok zamieszczało porady wyborcze w stałych dziennikach i specjalnych dziennikach wyborczych.

Przekazy instruktażowe zajęły 14% łącznego czasu nadawanych przekazów o tematyce wyborczej.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Audycje publicystyczne poświęcone wyborom samorządowym zajęły w badanym tygodniu na antenie Radia Białystok **3 godziny 14 minut**, czyli **2,7%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Nadano debaty wyborcze z udziałem kandydatów na urząd prezydentów miast w trzech miastach województwa, w których ten urząd jest sprawowany: w Łomży (16 XI), Suwałkach (17 XI) i Białymstoku (18 XI). Krótkie fragmenty tych debat powtarzano następnego dnia w magazynie informacyjno-publicystycznym „Raport dnia”.

Ponadto w ramach cotygodniowej audycji publicystycznej pn. „Gry polityczne” przedstawiono dyskusję polityków dotyczącą oceny przebiegu i treści tegorocznej kampanii.

Publicystyka wyborcza w Radiu Białystok	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n =120 h)
Debaty wyborcze	3	2h 30'	2,1%
Powtórzenia fragmentów debat („Raport dnia”)	10	24'	0,3%
Politycy o kampanii wyborczej („Gry polityczne”)	1	20'	0,3%
Razem	14	3h 14'	2,7%

I. Debaty wyborcze

– Uczestnicy debat

W trzech omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta łącznie 16 osób: 9 kandydatów komitetów partyjnych (wśród nich urzędujący prezydent Białegostoku) i 7 osób z lokalnych komitetów wyborców (w tym prezydent Łomży oraz były wiceprezydent Suwałk).

Radio Białystok w każdym mieście zaprosiło do debaty, jak podkreślono na antenie, wszystkich kandydatów. Stworzyło więc szansę zaprezentowania się wszystkim 16 pretendentom.

Z możliwości tej skorzystało 13 kandydatów, w tym 8 kandydatów komitetów partyjnych i 5 kandydatów lokalnych komitetów wyborców. Z udziału w debatach zrezygnowali kandydat KW PiS w Łomży oraz dwaj kandydaci komitetów lokalnych: w Białymstoku i Łomży, w tym ubiegający się o reelekcję prezydent tego miasta.

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Białystok	w tym:	
		kandydaci komitetów partii *	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Łomża	7	3	4	5	2	3
Suwałki	4	3	1	4	3	1
Białystok	5	3	2	4	3	1
Razem	16	9	7	13	8	5

* W Łomży i Białymstoku uczestniczyły w wyborach na urząd prezydenta komitety PO, SLD i PiS, w Suwałkach - PO, PiS i KPEiR.

– Sposób przedstawienia kandydatów

W debatach na urząd prezydenta Łomży i Suwałk kandydaci zostali przedstawieni jedynie poprzez wskazanie ich komitetu wyborczego. Nie podano żadnych informacji o ich dotychczasowej działalności w samorządach i pełnionych funkcjach (nawet w odniesieniu do ubiegających się o reelekcję prezydentów).

Ten ascetyzm informacyjny i konwencja anonimowości kandydatów wynikały z przyjętych założeń. W debacie łomżyńskiej prowadzący sformułował je następująco: „Świadomie nie podaję, kto kim był ani czego dokonał w przeszłości, bo wybieramy prezydenta na nadchodzące 4 lata, przeszłości nie rozliczamy. **To stanowisko nie jest nagrodą za dotychczasowe osiągnięcia**, w związku z tym pytań dotyczących przeszłości też nie będzie. Skupiamy się na tym, co ma być”. W debacie w Suwałkach prowadzący stwierdził z kolei: „Proponuję nie oglądać się w tył i nie oceniać tego co było. Mijająca kadencja została przerwana śmiercią urzędującego prezydenta miasta [lipiec 2010] i **teraz każdy z kandydatów startuje, przynajmniej teoretycznie, z czystą kartą**. Zajmijmy się zatem wizjami i planami kandydatów”.

Odmienne założenia przyjęto w debacie w Białymstoku. Przedstawiając uczestników obok wskazania komitetu wyborczego poinformowano o ich funkcjach samorządowych i politycznych („obecny prezydent”; „dotychczasowy wiceprzewodniczący Rady Miejskiej w Białymstoku, jeden z liderów SLD w województwie podlaskim”; „były marszałek województwa” itd.), a w toku debaty odwoływano się do ich doświadczeń związanych z pełnieniem tych funkcji.

Kandydaci w Białymstoku zostali także przedstawieni w wymiarze prywatnym, poprzez informacje uzyskane w krótkim „kwestionariuszu osobowym”, składającym się z pytań po części serio, po części żartobliwych, o wypełnienie którego zostali poproszeni tuż przed debatą. Odpowiedzi na pytania tego kwestionariusza (wiek, zawód, sytuacja rodzinna, przynależność partyjna, ulubione zajęcie w czasie wolnym, wymarzony samochód, posiadane

zwierzęta domowe, odpowiedź na pytanie, co jest najważniejsze w życiu kandydata, oraz dokończenie zdania: „Nigdy nie...”) zostały odczytane przez prowadzących na początku debaty.

Należy dodać, że podane w debacie białostockiej informacje o dotychczasowej działalności samorządowej kandydatów nie były wykorzystywane przez prowadzących ani do promowania ich, ani do krytyki, nie naruszały więc zasady równości szans w debacie. Były jedynie elementem obiektywnej wiedzy o kandydatach.

– **Formuła debat**

Każda z debat trwała 50 minut. Debaty białostocką i łomżyńską przeprowadzono w studio rozgłośni w Białymstoku, suwalską - w lokalnym studiu w Suwałkach. Debaty łomżyńska i suwalska prowadzone były przez dziennikarzy Radia Białystok jednoosobowo; debatę w Białymstoku prowadziły dwie osoby: dziennikarka Radia Białystok i dziennikarz z lokalnego wydania „Gazety Wyborczej”, która następnego dnia zamieściła zapis spotkania.

Debaty realizowane były według podobnych zasad. Uczestnicy odpowiadali na kilka rund pytań, takich samych dla wszystkich; pytania zadawali prowadzący. Każdy z uczestników miał **1 minutę** na odpowiedź; koniec tego czasu wskazywał gong. W poszczególnych rundach kolejność odpowiadających była zmieniana, tak aby wszyscy uczestnicy mieli szanse odpowiedzenia na któreś z pytań jako pierwsi. Rundy pytań oddzielane były specjalnymi dzinglami. Na zakończenie debaty każdy z kandydatów miał **30 sekund** na swobodną wypowiedź „autopromocyjną”, czyli na podsumowanie argumentów na rzecz własnej kandydatury.

Według powyższych reguł odbyły się debaty w Łomży i Suwałkach. W Białymstoku formułę debaty uzupełniono o dwa istotne elementy.

Po pierwsze, po każdej rundzie pytań i odpowiedzi uczestnicy mieli prawo do tzw. **riposty** - każdy **po 30 sekund** - czyli do polemiki lub uzupełnienia wypowiedzi kontrkandydatów. Riposty były fakultatywnym elementem debaty (prowadzący pytał po zakończeniu rundy, czy ktoś chce zabrać głos), ale z prawa do nich korzystali za każdym razem wszyscy uczestnicy. Po wtóre, oprócz pytań od prowadzących wprowadzono **rundę pytań własnych** uczestników. Każdy mógł zadać jedno pytanie wybranemu kontrkandydatowi; czas na pytanie i odpowiedź - **po 30 sekund**.

Riposty i pytania do innych kandydatów wprowadziły w debacie w Białymstoku element dialogu między uczestnikami, dyskusji programowej, co pozwoliło w pełniejszy sposób przedstawić ich poglądy i propozycje dla miasta. W dwóch pozostałych debatach

kandydaci nie mieli możliwości dialogu; ich odpowiedzi biegły niejako „równolegle”, nie nawiązując do siebie. Teoretycznie kandydaci mogliby wykorzystać na polemikę przysługujący im czas odpowiedzi, traciliby jednak wówczas możliwość przedstawienia własnych propozycji programowych.

– **Prezentacja programów w debatach**

Pytania zadane przez dziennikarzy w debatach w Łomży i Suwałkach dotyczyły różnych aspektów rozwoju gospodarczego miasta (np. perspektyw Suwalskiej Strefy Ekonomicznej, przyciągania inwestycji, przeciwdziałania bezrobociu); zagrożeń demograficznych; perspektyw zawodowych i edukacyjnych młodzieży i programowi zatrzymania jej w mieście i regionie; rozwoju infrastruktury rekreacyjno-kulturalnej miasta; usprawnienia pracy Urzędu Miasta; a także konkretów inwestycyjnych: pomysłu na przekształcenie zaniedbanego dworca autobusowego w Łomży z antywizytówki miasta w porządną obiekt oraz potrzeby przeniesienia w inne miejsce dworca kolejowego w Suwałkach. W debacie białostockiej rzadziej pytano o tak formułowane problemy ogólne, a częściej o bardzo konkretne zamierzenia i przedsięwzięcia (np.: Jak zamierza Pan rozwiązać problem śmieci w Białymstoku, w sytuacji gdy obecne wysypiska są bliskie wypełnienia, a nowych terenów nie ma skąd pozyskać?; Czy i w jakim stopniu władze Białegostoku powinny Pana zdaniem partycypować w utrzymaniu lotniska w Białymstoku - najważniejszej, obok opery, inwestycji realizowanej obecnie przez województwo?; Czego obecnie najbardziej brakuje w Białymstoku - co miasto powinno wybudować w pierwszym rzędzie?). Stawiając pytanie, dziennikarze prowadzący debatę w Białymstoku dodawali też do niego krótki background informacyjny, tj. dane o aktualnej sytuacji w mieście w zakresie danego problemu, wyjaśnienie, czemu dana kwestia jest taka ważna dla miasta itp.

Oprócz pytań merytorycznych prowadzący pytali także o kwestie, które można określić jako polityczne: było to pytanie o nazwiska przyszłych wiceprezydentów (w Łomży i Białymstoku); o to, z którym z konkurentów chciałby się uczestnik debaty spotkać w II turze wyborów (Łomża); o dostrzegane zalety kontrkandydatów i możliwą współpracę z nimi po wyborach (Suwałki). Pytania te można uznać jednak za w dużym stopniu zmarnowane, ponieważ uczestnicy albo nie udzielali odpowiedzi (jak w przypadku nazwisk przyszłych wiceprezydentów), albo składali ogólne deklaracje o możliwości współpracy ze wszystkimi opcjami politycznymi.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Białystok, poprzez zaproszenie do debaty wszystkich kandydatów uczestniczących w wyborach na urząd prezydenta w miastach regionu, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom. Przyczyny nieuczestniczenia w debatach kilku kandydatów leżały po ich stronie.

Wszyscy uczestniczący w debacie kandydaci byli traktowani przez prowadzącego w taki sam, neutralny sposób. Przyjęte reguły prowadzenia debat (takie same pytania do wszystkich kandydatów, równy czas odpowiedzi, zmiana kolejności odpowiadających w każdej rundzie) miały na celu zapewnienie pełnej równowagi w traktowaniu kandydatów i danie wszystkim takiej samej szansy wypowiedzenia się we wszystkich poruszanych problemach. Zasady te zrealizowano w trzech debatach w Radiu Białystok niemal idealnie, co było zasługą zarówno przyjętych zasad i sposobu prowadzenia debat przez dziennikarzy, jak i samodyscypliny kandydatów, którzy nie łamali reguł, odpowiadali na temat i starali się mieścić w czasie wyznaczonym na odpowiedź.

– **Naruszenie neutralności dziennikarskiej**

W omówionych debatach odnotowano jeden przypadek, który był naruszeniem zasady neutralności dziennikarzy wobec jednej z partii uczestniczących w wyborach, a mianowicie PiS. Przypadek ten miał miejsce w debacie w Białymstoku, gdzie w odpowiedzi o nazwiska swoich przyszłych zastępców Tadeusz Truskolaski, kandydat Platformy Obywatelskiej (zarazem urzędujący prezydent miasta) wyjaśniał, że do sprawnego rządzenia uważa za konieczne posiadanie większości w Radzie Miasta, a wobec tego zaproponuje stanowiska wiceprezydentów tej opcji politycznej, która zdobędzie większość w wyborach. Na stwierdzenie to współprowadzący debatę dziennikarz z „Gazety Wyborczej” zareagował pytaniem: „Nawet jeśli będzie to PiS?”. Na twierdzącą odpowiedź kandydata, że nie wyklucza współpracy z żadnymi radnymi, wyraziła z kolei zdziwienie druga prowadząca, dziennikarka Radia Białystok: „Ale na poziomie wiceprezydentów też?”. Pytania te były o tyle uderzające, że prowadzący debatę dziennikarze nie komentowali wcześniej żadnych wypowiedzi uczestników, a reguły debaty nie przewidywały dyskusji prowadzących z kandydatami.

W tej sytuacji dwukrotne wyrażenie przez dziennikarzy zdziwienia wypowiedzią kandydata i dopytywanie o jedną tylko partię stanowiło naruszenie zasady bezstronnego, równego traktowania wszystkich podmiotów politycznych uczestniczących w wyborach (równego dystansu do nich). Dopytując z wyraźnym niedowierzaniem, dziennikarze podali

też w wątpliwość wiarygodność odpowiedzi kandydata. Żadnej z tych rzeczy prowadząc debatę nie powinni byli zrobić.

II. Dyskusja o kampanii wyborczej w audycji „Gry polityczne”

Poza debatami nadano w badanym tygodniu jedną tylko jeszcze audycję publicystyczną dotyczącą wyborów, tj. 20-minutową rozmowę trzech posłów z Podlasia, z trzech partii parlamentarnych: PO, SLD i PiS.

Partia	Czas wypowiedzi w dyskusji	Rozmówca	Czy kandydują
PO	ok. 5'	poseł Damian Raczkowski	nie
SLD	ok. 5'	poseł Eugeniusz Czykwin	nie
PiS	ok. 5'	poseł Mariusz Kamiński	nie
Prowadząca	ok. 5'		

Tematem audycji była merytoryczna wartość kampanii, rola polityków w kampanii samorządowej i ocena autopromocyjnych i marketingowych zachowań urzędników samorządowych kandydujących w wyborach.

Należy podkreślić, że politycy nie spierali się między sobą, w ich ocenie bowiem kampania przebiegała prawidłowo i była bardzo pracowita zarówno dla kandydatów, jak wspierających ich polityków. Krytyczny pogląd na tegoroczną kampanię przedstawiła natomiast dziennikarka prowadząca audycję, twierdząc, że kampania jest bezbarwna (zalew podobnych bilbordów i ulotek) i nie pozwala wyróżnić pozytywnie żadnego z kandydatów; działacze partyjni nie powinni angażować się w wybory samorządowe, nie jest to bowiem ich domena; urzędujący kandydaci, zgodnie z propozycją Fundacji Batorego, powinni brać na czas kampanii 2-tygodniowy urlop i nie używać pełnionej funkcji i publicznych pieniędzy do prowadzenia kampanii - zwłaszcza zaś nie otwierać w czasie kampanii nowych dróg, oper czy boisk, jest to bowiem wyraźna propaganda wyborcza.

Posłowie odpierali te zarzuty twierdząc, że w kampanii uczestniczy bardzo wielu wartościowych kandydatów, rolę polityków, zwłaszcza tych o rozpoznawalnych twarzach i nazwiskach, jest aktywne wspieranie kandydatów, a przymusowe 2-tygodniowe urlopy sparaliżowałyby w praktyce pracę samorządu. Co się zaś tyczy ewentualnego reklamowania się urzędników i rządzącej partii poprzez otwieranie nowych obiektów i przecinanie wstąg, to, **zdaniem uczestniczących w dyskusji posłów, dziennikarze powinni po prostu, zgodnie z etyką zawodową, odmówić informowania o takich działaniach w czasie kampanii (sic!).**

Dyskusja nie miała ścisłych reguł, posłowie wypowiadali się bez limitu czasu, zachowano jednak w praktyce równowagę czasową wypowiedzi wszystkich uczestników.

– **Szczebel wyborów**

Radio Białystok w nadanych debatach wyborczych skupiło się na prezentacji **programów kandydatów na urząd prezydentów miast**: wojewódzkiego i dwóch miast na prawach powiatu. Przeprowadzono debaty programowe pretendentów we wszystkich trzech miastach województwa, w których ten urząd jest sprawowany.

Dyskusja polityków dotycząca kampanii nie odnosiła się do konkretnego szczebla wyborów; oceniono w niej ogólne reguły rządzące tegoroczną kampanią samorządową.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Białystok**

Mimo wskazanych w opisie niewielkich mankamentów w przeprowadzeniu debat wyborczych spełniły one w dużym stopniu zadanie skutecznej prezentacji kandydatów na prezydentów miast. Kandydaci mieli możliwość przedstawienia swoich poglądów na to, jakie problemy są szczególnie ważne dla miasta, i jak należy je rozwiązać. Najlepiej, jak się wydaje, sprawdziła się - stosowana przede wszystkim w Białymstoku - formuła pytań o rozwiązanie konkretnych problemów. Odpowiedzi dawały bowiem wgląd w rzeczywistą znajomość spraw przez kandydatów, ponadto mieli oni w tym przypadku możliwość zmieszczenia się założonych ramach czasowych odpowiedzi. Mniej fortunate poznawczo okazały się, wbrew pozorom, pytania o kwestie ogólne, głównie dlatego, że limit czasu nie pozwalał na wystarczające rozwinięcie tych odpowiedzi. Kandydaci skazani więc byli często w tym przypadku albo na niekończenie myśli, albo na odpowiedzi jedynie hasłowe.

Szerszemu omówieniu programów kandydatów służyła zastosowana w debacie w Białymstoku możliwość prowadzenia przez nich dyskusji, czyli zasada riposty i własnych pytań do kontrkandydatów. Dobre rezultaty, z punktu widzenia słuchacza, przyniósł również nie-anonimowy sposób prezentacji kandydatów w tej debacie. Niewątpliwie bowiem lepiej (z większym zrozumieniem) słucha się wypowiedzi osób, o których życiu i działalności coś się już wie, niż całkowitych anonimów.

Uwagi te nie oznaczają jednak, że pozostałe dwie debaty były mało wartościowe. Szczególnie efektywnie przyczyniła się do poznania programów kandydatów debata w Suwałkach, dzięki bardzo wielu poruszonym w niej problemom dotyczącym różnych aspektów rozwoju miasta: gospodarczym, społecznym, kulturalnym, demograficznym.

Podsumowując, trzy debaty wyborcze w Radiu Białystok, starannie zaplanowane i przeprowadzone, skutecznie zaprezentowały poglądy i programy kandydatów, na tyle na ile jest to możliwe w krótkim czasie takiego spotkania, a w jednej z debat scharakteryzowano też nieco samych kandydatów.

Z kolei dyskusja w „Grach politycznych”, do której zaproszono przedstawicieli trzech partii parlamentarnych, zarazem posłów z regionu - a więc osoby znające przebieg kampanii na tym terenie - pokazała ważny problem dotyczący wyborów samorządowych i zróżnicowane opinie na jego temat. Z jednej strony przedstawiono częsty (zwłaszcza w wypowiedziach dziennikarzy) zarzut upolitycznienia kampanii i wykorzystywania stanowisk przez urzędników, z drugiej zaś dano politykom możliwość przedstawienia odmiennych racji i obrony przebiegu kampanii. Pokazanie argumentów obu stron pozwoliło odbiorcom wyrobić sobie własne zdanie na ten temat.

RADIO POMORZA I KUJAW

w Bydgoszczy

W wyborach samorządowych w województwie kujawsko-pomorskim uczestniczyło 11 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 616 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 163 rad, w tym do rad 4 miast na prawach powiatu (Bydgoszcz, Grudziądz, Toruń, Włocławek), 19 rad powiatowych i 144 – gminnych, oraz 5 prezydentów miast (Bydgoszcz, Grudziądz, Inowrocław, Toruń, Włocławek), 47 burmistrzów i 92 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia PiK w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **6 godzin 9 minut**, czyli **5,1%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów miast, oraz 3 audycje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu PiK w Bydgoszczy	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	99	1h 36'	1,3%
Instruktaż wyborczy	4	8'	0,1%
Publicystyka	9	4h 25'	3,7%
Razem	112	6h 9'	5,1%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godz. 8.00 - 16.00 oraz o godz. 20.00 nadano 50 wydań serwisu informacyjnego (10 dziennie). Zajął one łącznie 4 godz. 30 minut, zamieszczono w nich 226 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami były nadane w **38 serwisach**, czyli w 3/4 wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **99 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **1 godz. 36 min.**, czyli stanowiły **44%** ogólnej liczby przekazów nadanych w badanym okresie i **36%** łącznego czasu ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 99 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Liczba przekazów wyborczych w poszczególnych dniach była zmienna (od 9 do 27 przekazów), generalnie im bliżej dnia wyborów tym więcej nadawano przekazów wyborczych.

Informacje wyborcze w serwisach Radia PiK miały bardzo wysoką rangę, niemalże co drugi przekaz został zapowiedziany w forszpanie, co piąty był na pierwszym miejscu, 65% przekazów wyborczych nadano na 2-3 miejscu.

Szczeble wyborów

Połowa przekazów wyborczych dotyczyła kandydatów na urząd prezydenta największych miast w regionie (Bydgoszcz, Toruń), aż **68%** wszystkich setek nadawanych w dziennikach dotyczyło wyborów tej rangi. W dalszej kolejności informowano o wyborach na prezydenta w mniejszych miastach (Grudziądz, Włocławek) stanowiły 18% ogółu przekazów.

Pozostałe szczeble wyborów potraktowano dość marginalnie, 4 przekazy dotyczyły wyborów do sejmiku, 3 do rady miasta, 2 na urząd wójta. W serwisach nie znalazły się informacje dotyczące wyborów na urząd burmistrza oraz do rady gmin. W pozostałych przekazach (21%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. w instruktażu wyborczym), zagadnień ogólnych (np. sondaże przedwyborcze, znaczenie dla wyborów ciszy przedwyborczej).

Informacje o wyborach na urząd prezydenta poszczególnych miast miały również wysoką rangę w monitorowanych dziennikach. Co drugi przekaz dotyczący tego szczebla został zapowiedziany w forszpanie, 28% zostało nadanych na 1 miejscu. W przekazach odnoszących się do wyborów do sejmiku województwa tylko 1 spośród czterech przekazów został zapowiedziany w forszpanie i nadany na 1 miejscu. Jeden z dwóch przekazów dotyczących wyboru wójta został zapowiedziany w forszpanie, nadano go na 2 miejscu w serwisie. Wszystkie przekazy dotyczące wyboru do rady miasta wojewódzkiego zostały zapowiedziane w forszpanie, jednak nie znalazły się ani razu na 1 miejscu w dzienniku.

Podsumowując, zdecydowana większość przekazów dotyczyła wyborów na urząd prezydenta największych miast w regionie (Bydgoszcz, Toruń) - stanowiły one połowę czasu przekazów. O ponad połowę mniej czasu (ok. jednej piątej) poświęcono innym miastom regionu (Włocławek, Grudziądz). Informacje o wyborach niższych szczebli i do innych organów samorządu nadawano rzadko.

Komitety wyborcze

Nadano łącznie 101 informacji odnoszących się do poszczególnych komitetów (czasem jeden przekaz zawierał po kilka informacji o różnych komitetach), co stanowiło aż 92% wszystkich przekazów wyborczych.

Najczęściej mówiono o komitetach wyborczych dwóch partii parlamentarnych: KW PiS (30 razy) oraz KW PO (23 razy). O połowę mniej informacji (14) dotyczyło KW SLD. Najmniej mówiono o kandydatach KW PSL (2 przekazy) i KW SDPL (2 przekazy). Więcej przekazów niż dwóm ostatnim wymienionym komitetom poświęcono komitetowi związanym z partią pozaparlamentarną KW Samoobrona (5 przekazów).

Podsumowując, w badanym tygodniu nie zachowano równowagi w liczbie przekazów i czasie poświęconym poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowaną pozycję miał KW PiS, drugą KW PO. Marginalną pozycję w serwisach miał KW PSL, warto podkreślić, że chociaż KW SDPL i KW PSL miały identyczną liczbę przekazów, to jednak KW SDPL poświęcono dwukrotnie więcej czasu na antenie.

Nie było znaczących różnic jeżeli chodzi o pozycje w dzienniku przekazów dotyczących poszczególnych komitetów związanych z partiami parlamentarnymi. W przypadku 3 komitetów KW PiS, PO, SLD, co druga informacja zapowiadana była w forszpanie, mniej więcej co trzecia prezentowana była na 1 miejscu w dzienniku.

Przekazy wyborcze w serwisach zawierały informacje o 7 lokalnych komitetach. Najczęściej informowano o KW Wyborców Konstantego Dombrowicza „Miasto dla pokoleń” (8 przekazów), KKW Lewica (6 przekazów) KW Wyborców Michała Zaleskiego „Czas gospodarzy” (5 przekazów) oraz o KW Wyborców Przymierze Samorządowe (3 przekazy), o pozostałych komitetach informowano rzadko (po jednym przekazie). Łącznie informacje o lokalnych komitetach zajęły 23% czasu wszystkich przekazów; był to czas porównywalny do czasu KW PO. Informacje o KW lokalnych były stosunkowo rzadko obecne w forszpanach (w co 4) oraz na pierwszym miejscu w dzienniku (zaledwie 4 razy na 25 informacji, tj. 16%).

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazu	% czasu przekazu	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu Wypowiedzi („setek”)
KW PO RP	23	20,9%	20'25''	21,2%	6'20''	23,5%
KW PiS	30	27,3%	25'5''	26%	6'35''	24,5%
KW PSL	2	1,8%	1'30''	1,6%	20''	1,2%
KW SLD	14	12,7%	13'25''	13,9%	4'25''	16,4%
KW Samoobrona	5	4,5%	2'30''	2,6%	20''	1,2%
KW SDPL	2	1,8%	3'40''	3,8%	1'	3,7%
KKW Lewica	6	5,5%	5'10''	5,4%	2'5''	7,7%
KW WYBORCÓW MICHAŁA ZALESKIEGO CZAS GOSPODARZY	5	4,5%	3' 5''	3,2%	1'15''	4,6%
KW WYBORCÓW GRAŻYNY CIEMNIAK	1	0,9%	55''	0,9%	20''	1,2%
KW WYBORCÓW KONSTANTEGO DOMBROWICZA. MIASTO DLA POKOŁEŃ	8	7,3%	7'25''	7,7%	2'55''	10,8%
KW STOWARZYSZENIE MIĘDZYGMINNE POROZUMIENIE SAMORZĄDOWE- MPS	1	0,9%	30''	0,5%	10''	0,6%
KW WYBORCÓW PRZYMIERZE SAMORZĄDOWE	3	2,7%	3'55''	4,1%	40''	2,5%
KWW RPN W BYDGOSZCZY	1	0,9%	1'20''	1,4%	0	0,0%

Podsumowując, w programie Radia PiK skupiono się na informacjach o kompaniach komitetów wyborczych związanych z partiami parlamentarnymi: PiS i PO. Tym informacjom nadano najwyższą rangę, przeznaczono najwięcej czasu oraz przekazów. Również dobrą pozycję mimo mniejszej liczby przekazów i czasu ich trwania miał komitet wyborczy SLD. Najmniej czasu poświęcono KW PSL (1,6% czasu trwania wszystkich przekazów wyborczych).

W programie radia PiK przedstawiono programy 7 lokalnych komitetów (na 616 zarejestrowanych w województwie kujawsko - pomorskim). Zajął jedną czwartą ogółu informacji dotyczących wyborów, poświęcone były głównie wyborom na urząd prezydenta większych miast w regionie.

Treść przekazów

W przekazach wyborczych Radia PiK dominowały informacje o programie określonych kandydatów oraz komitetów, zajęły łącznie **32%** ogółu informacji. Informacje o poszczególnych kandydatach dotyczyły w większości kandydatów na urząd prezydenta największych miast w regionie (Bydgoszcz, Toruń), rzadziej na urząd prezydenta mniejszych miast (Włocławek, Grudziądz). Informacje te zawsze wzbogacone były wypowiedziami kandydatów (setkami) które zajmowały zazwyczaj od 10 do 30 sekund w każdym przekazie.

Druga pod względem wielkości grupa przekazów (**26%**), dotyczyła przebiegu kampanii wyborczej. Były to relacje z happeningów, wieców wyborczych, procesów w trybie wyborczym oraz innych wydarzeń o charakterze afer, sensacji. Nadawano m.in. relacje z wieców KW PO (3 przekazy), z happeningu zorganizowanego przez ten komitet w Grudziądzu (6 przekazów). Procesy w trybie wyborczym dotyczyły głównie kandydatów z lokalnych komitetów wyborczych (7 przekazów), oraz kandydatów KW PiS (3 przekazy). Afery dotyczyły min. oskarżeń o zrywanie, zaklejanie plakatów wyborczych oraz oskarżeń o plagiat materiałów wyborczych (łącznie 6 przekazów).

Ponad jedna piąta wszystkich przekazów (**23%**) dotyczyła walki partyjnej, czyli krytyki kontrkandydatów obecnie pełniących stanowiska samorządowe (13%), krytyki partii rządzącej PO (8%), oraz sporadycznie krytyki poszczególnych kandydatów (2%). Krytykowano w większości kandydatów KW PO, którzy w momencie kampanii wyborczej zajmowali główne stanowiska w regionie. Kandydaci KW PiS oraz KW SLD krytykowali również obecną partię rządzącą (PO), za angażowanie w kampanię i za agitację wyborczą ministrów na rzecz kandydatów PO.

W monitorowanym programie około 10% informacji dotyczyło tzw. agitacji partyjnej czyli poparcia kandydatów i komitetów wyborczych regionalnych przez kierownictwo partii. Nadano informacje o popieraniu kandydatów przez Jarosława Kaczyńskiego (PiS – 3 przekazy), ministra infrastruktury Cezarego Grabarczyka oraz premiera Donalda Tuska (PO – 3 przekazy), swoją partię promował również Marek Borowski (SDPL – 2 przekazy) oraz Waldemar Pawlak (PSL - 1 przekaz). Te rekomendacje nie dotyczyły zazwyczaj konkretnych osób, lecz ogółu kandydatów danej partii, nie zawierały również merytorycznych informacji o programach kandydatów, a jedynie apele o głosy wyborców na rzecz kandydatów.

Ponadto przedstawiono wyniki sondaży przedwyborczych (2 przekazy), wypowiedź socjologa o znaczeniu ciszy przedwyborczej oraz instruktaż wyborczy (1 przekaz) – jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu.

W przekazach wyborczych koncentrowano się głównie na merytorycznej stronie kampanii tj. na programie komitetów i kandydatów oraz na przebiegu kampanii. Łącznie tego typu informacje stanowiły ponad połowę wszystkich przekazów. Niemala część przekazów dotyczyła walki partyjnej i zaangażowania rządu w kampanie. Komitetom lokalnym poświęcono mniej czasu i liczby przekazów, dotyczyły one głównie programów kandydatów na urząd prezydenta dużych miast w regionie (Bydgoszczy, Torunia).

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu PiK nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano pod tym względem komitety trzech partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS i KW SLD) wobec KW PSL i każdego z komitetów lokalnych.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio PiK	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	3	0:06:54	2	1	2	0	1	0	0	2	1	0	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	1	0:01:10	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
razem	4	0:08:04	2	1	2	0	1	0	1	2	1	0	1

Bydgoskie Radio PiK emitowało przed wyborami audycję o nazwie „Poradnik Wyborcy” w paśmie porannym (około godz. 7:45). W dniach 15-17 listopada w audycji informowano o terminie wyborów i godzinach otwarcia lokali wyborczych, o tym jakich organów samorządowych te wybory dotyczą, o dwóch różnych systemach głosowania

(proporcjonalnym i większościowym), o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych oraz o możliwości dopisania się do rejestru wyborców poza miejscem zameldowania. W dwóch ostatnich dniach kampanii w audycji omówiono zakres władzy organów samorządowych, kompetencje, jakimi powinni odznaczać się dobrzy kandydaci na burmistrza i prezydenta miasta oraz rolę władz województwa przy podziale środków unijnych. Ekspertami „Poradnika Wyborcy” byli Dyrektor Biura Wyborczego w Bydgoszczy, przedstawiciele Fundacji Batorego oraz politolog z Uniwersytetu Warszawskiego. W ostatnim dniu kampanii nadano w ramach dziennika o godz. 10:00 jeden przekaz instruktażowy dotyczący prawidłowego wypełniania karty wyborczej.

Łącznie, w monitorowanym okresie, instruktaże wyborcze stanowiły 2,2% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy **4 godziny 25 minut**, czyli **3,7%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia zorganizowała w tym czasie i transmitowała na antenie cztery **publiczne** debaty kandydatów na urząd prezydentów miast: Torunia (15 XI), Włocławka (16 XI), Grudziądz (17 XI) i Inowrocławia (18 XI).

Tematyki wyborów samorządowych dotyczyły także wszystkie wydania porannej audycji publicystycznej pn. „Rozmowa dnia”. Nadano w jej ramach cztery wywiady z politykami największych ugrupowań parlamentarnych oraz rozmowę z ekspertem - socjologiem i politologiem, na temat oceny kampanii.

Publicystyka wyborcza w Radiu PiK	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debaty wyborcze	4	3h 34'	3,0%
Wywiady z politykami („Rozmowa dnia ”)	4	40'	0,6%
Rozmowa z ekspertem - socjologiem	1	11'	0,1%
Razem	9	4h 25'	3,7%

Deбата prezydencka w stolicy województwa - Bydgoszczy odbyła się wcześniej, w niedzielę 14 XI, i nie objęta badaniem.

I. Debaty wyborcze

– Uczestnicy debat

W wyborach na urząd prezydentów wymienionych czterech miast uczestniczyło łącznie 25 kandydatów, w tym 18 kandydatów komitetów partyjnych (wśród nich urzędujący prezydenci Włocławka i Grudziądza) i 7 osób z lokalnych komitetów wyborców (w tym prezydenci Torunia i Inowrocławia).

Radio PiK w każdym mieście zaprosiło do debaty, jak podkreślono na antenie, **wszystkich kandydatów**. Stworzyło więc szansę zaprezentowania się wszystkim 25 pretendentom. **Skorzystało z tej możliwości 20 kandydatów**, w tym 15 kandydatów zgłoszonych przez partie polityczne i 5 kandydatów lokalnych komitetów wyborców.

W Toruniu i Grudziądzu uczestniczyli w debatach wszyscy kandydaci. W dwóch pozostałych miastach część kandydatów nie przyjęła zaproszenia, wśród nich: we Włocławku - kandydatka jedyne go komitetu lokalnego w wyborach prezydenckich w tym mieście oraz kandydaci komitetów PO i PiS; w Inowrocławiu - urzędujący prezydent, także kandydat komitetu lokalnego, oraz kandydat PiS.

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu PiK	w tym:	
		kandydaci komitetów partii*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Toruń	4	3	1	4	3	1
Grudziądz	9	6	3	9	6	3
Włocławek	7	6	1	4	4	0
Inowrocław	5	3	2	3	2	1
Razem	25	18	7	20	15	5

* Kandydaci komitetów partyjnych: Toruń - PO, PiS i KKW Lewica; Inowrocław - SLD, PSL i PiS; Grudziądz i Włocławek - kandydaci wszystkich 4 partii parlamentarnych, ponadto w Grudziądzu – PPP Sierpień’80 i NDP-Samoobrona Andrzeja Leppera, we Włocławku - KKW Lewica i NDP-Samoobrona Andrzeja Leppera.

– Sposób prezentacji kandydatów

Uczestnicy debat byli przedstawiani przez prowadzących jedynie poprzez wymienienie ich nazwisk i komitetów wyborczych. Stworzono im natomiast możliwość, by sami przekazali słuchaczom najważniejsze dane o sobie.

Wszyscy kandydaci zwięźle poinformowali o swoim wykształceniu, zawodzie, pełnionych stanowiskach i o sytuacji rodzinnej oraz o dotychczasowej pracy w samorządzie, jeśli taką za sobą mieli. Wypowiedzi były rzeczowe i nawet w przypadku kandydatów z dużym stażem samorządowym nie miały charakteru samochwalstwa ani „pijaru”. Przyjęty sposób autoprezentacji kandydatów w debatach Radia PiK dawał im równe szanse w tym

zakresie, pozwolił też odbiorcom na wyrobienie sobie poglądu na temat zawodowego i społecznego przygotowania kandydatów do funkcji, o którą się ubiegali.

– **Formuła debat**

Radio PiK zorganizowało debaty wyborcze wspólnie z lokalną prasą, tj. z oddziałami dziennika „Nowości” w Toruniu, Włocławku i Grudziądzu oraz „Expressem Bydgoskim”. Spotkania odbyły się w salach obrad Urzędów Miast (debata w Toruniu i Grudziądzu) lub w innych miejscach publicznych (we Włocławku - sala Collegium Novum, w Inowrocławiu - SPA) i były **nadawane na żywo** na antenie Radia PiK. Dokładne relacje z nich zamieszczały następnego dnia także wymienione dzienniki. Wszystkie debaty były otwarte dla mieszkańców, którzy mogli nie tylko przysłuchiwać się spotkaniom, ale także, według określonej procedury, zadawać pytania kandydatom.

Poszczególne debaty **trwały od 52 do 55 minut**. Każda prowadzona była przez dwóch (lub dwoje) dziennikarzy - z Radia PiK i z prasy. Były poprzedzane i kończone promującym je, rozbudowanym dżingiem „Wybory samorządowe 2010”, w którym przypomniano daty debat w poszczególnych pięciu miastach, zachęcając do słuchania, i wymieniano ważne dziedziny życia miast, które zostaną omówione podczas debat. Zapowiedź kończyła się sugestywnym hasłem: „**Posłuchaj, zanim wybierzesz**”.

Każda z debat prezydenckich w Radiu PiK miała założony taki sam porządek.

W krótkim wstępie prowadzący prezentowali ideę debat prezydenckich w Radiu PiK: przypominali o wielkiej wadze wyborów samorządowych i potrzebie dobrego poznania programów kandydatów. Zapowiedziawszy, że debaty będą miały charakter interaktywny, informowali o prawach uczestniczącej w debacie publiczności: mogła ona głośno wyrażać aplauz i dezaprobatę (i rzeczywiście, słychać było w trakcie debaty oklaski, a czasem i buczenie), proszona była jednak, by „na zasadzie dżentelmeńskiej umowy” nie działać się to w trakcie wypowiedzi kandydatów.

Pierwszą część debaty stanowiła omówiona w poprzednim punkcie autoprezentacja uczestników (czas - **30 sekund**).

Następnie przeprowadzano dwie rundy pytań przygotowanych i zadawanych przez dziennikarzy. W pierwszej kandydaci mieli przedstawić swoje pomysły na rozwój miasta w pierwszym roku po wyborze („im konkretniej, tym lepiej, bo wyborcy chcą konkretów”), przy czym miały to być przedsięwzięcia nie tylko rozpoczęte, ale i zakończone realnymi rezultatami już w pierwszym roku działania. W drugiej rundzie kandydaci przedstawiali program rozwoju jednej z dziedzin życia miasta. Dziedzina była losowana z listy

przygotowanej przez dziennikarzy, we wszystkich czterech debatach takie samej. Czas na odpowiedzi w każdej z rund - **1 minuta**.

Potem następowała runda pytań kandydatów do rywali. Kandydaci sami decydowali, do kogo skierują pytanie, ale obowiązywała zasada, że każdy z uczestników mógł być indagowany tylko raz. Kolejną rundę stanowiły odpowiedzi na pytania publiczności. Były one składane na kartkach do urny i losowane - dla każdego z kandydatów po jednym pytaniu. Publiczność była proszona o formułowanie pytań o sprawy na tyle ogólne, by ich adresatem mógł być każdy z uczestników debaty.

Na odpowiedź także w tych rundach uczestnicy mieli **po 1 minucie**. Czas pytań (publiczności i kandydatów) nie był formalnie limitowany, prowadzący kontrolowali go jednak i pilnowali, by pytania nie zamieniały się w expose.

Czas odpowiedzi był odmierzany przez włączony głośno zegar (stoper). Kandydaci odpowiadali na tle jego „pospiesznego” dźwięku, co miało ich zapewne mobilizować do odpowiadania szybko i zwięźle, mogło jednak także przeszkadzać.

Kandydaci odpowiadali w porządku alfabetycznym, przy czym w kolejnych rundach dla zachowania równowagi kolejkę odpowiedzi zaczynało raz od początku, raz od końca listy. W pytaniach do kontrkandydatów, gdzie nie można było zachować równych szans wyboru rywala (bo grono osób, do których można było skierować pytanie, z każdym pytaniem malało), kolejność zadających pytania była wyznaczana przez losowanie.

Na zakończenie debaty każdy z uczestników miał **30 sekund** (w Inowrocławiu - **1 minutę**) na podsumowanie i ewentualne uzupełnienie swoich programów i argumentów na rzecz własnej kandydatury.

Ze względu na różną liczbę uczestników poszczególnych debat (od 3 do 9) opisane wyżej rundy pytań i odpowiedzi zajęły w każdym mieście inną ilość czasu. W efekcie, w trzech miastach: Toruniu, Włocławku i Inowrocławiu zdołano przeprowadzić (przed końcowymi autopodsumowaniami) drugą rundę wypowiedzi kandydatów o programie rozwoju poszczególnych dziedzin życia miasta i drugą rundę pytań do kontrkandydatów, a w Inowrocławiu, gdzie liczba uczestników była najmniejsza, także drugą rundę pytań od publiczności. Z powodu braku czasu nie zrealizowano natomiast tego samego w Grudziądzu, poprzestając na opisanych wcześniej pojedynczych rundach pytań i odpowiedzi.

– **Prezentacja programów w debatach**

W debatach w Radiu PiK kandydaci odpowiadali na dwa rodzaje pytań dziennikarzy o program: o konkretne przedsięwzięcia możliwe do realizacji w ciągu jednego roku oraz o

całościowy program rozwoju jednej z dziedzin życia miasta i zarazem dziedzin działalności samorządu. Dziedziny te zostały określone przez prowadzących następująco: **gospodarka; kultura; zdrowie; nauka i edukacja; promocja miasta; drogi, transport i komunikacja; bezpieczeństwo; pomoc społeczna; sport**. Warto zauważyć, że lista tych dziedzin nie była przypadkowa, lecz odpowiada zadaniom gminy wskazanym w ustawie o samorządzie gminnym. Odpowiedzi na te dwa rodzaje pytań miały dać odbiorcom dobry wgląd w sposób myślenia kandydata o problemach miasta i priorytetach w tym zakresie, umiejętności sprecyzowania najważniejszych problemów i programu ich rozwiązania.

W praktyce, o ile można ocenić, lepiej poznawczo sprawdziły się pytania o konkrety. Kandydaci wykazywali się tu na ogół dobrą znajomością zarówno problemów miasta, jak i reguł zarządzania, realizmem i zdrowym rozsądkiem. Odpowiedzi „wszystkoistyczne”, czysto deklaratywne zdarzały się tu rzadko. Pytania o dziedziny natomiast były najwyraźniej zbyt szerokie na krótki (1-minutowy) czas odpowiedzi; kandydaci w wielu przypadkach przedstawiali pośpieszny koncert życzeń i pomysłów, nie mając czasu na ich uzasadnienie, wskazanie, jak te pomysły się wzajemnie łączą itd. Pewne uzupełnienie stanowiła druga runda pytań o dziedziny (przeprowadzona, jak pokazano wyżej, w trzech miastach). Mimo że formalnie pytano w niej o inne sfery życia miasta niż w pierwszej rundzie, kandydaci najczęściej znajdowali sposób, by wrócić do tego, co generalnie uważali za najważniejsze, i te pomysły rozwijali bardziej szczegółowo.

Pytania kandydatów do rywali dotyczyły najczęściej doprecyzowania jakiegoś elementu programu, na ogół po to, by podjąć z nim polemikę. W nielicznych tylko przypadkach kandydaci wykorzystywali tę część debaty do otwartego ataku na konkurentów.

Ciekawe rezultaty przyniosły pytania od publiczności. Były one kompetentne i w większości, wbrew wstępnym zaleceniom prowadzących, dotyczyły spraw bardzo konkretnych. Część pytających wykazała się też sporym sceptycyzmem wobec przedstawianych programów (np.: „Kandydaci prześcigają się w pomysłach - a czy potrafią podsumować ich koszty?”, lub: „Jaki procent waszych obietnic wyborczych będzie możliwy do spełnienia?”). Odpowiedzi na dociekliwe pytania publiczności wymagały od kandydatów szczegółowej znajomości spraw miasta i reguł zarządzania.

– Równowaga w traktowaniu kandydatów

Radio PiK, poprzez zaproszenie do debaty wszystkich kandydatów uczestniczących w wyborach na urząd prezydenta w miastach regionu, stworzyło im równe szanse

zaprezentowania się wyborcom. Przyczyny nieuczestniczenia w debatach kilku kandydatów leżały po ich stronie.

W ramach każdej z debat przeprowadzonych przez Radio PiK zachowano pełną równowagę w traktowaniu kandydatów. Służyły temu zarówno założona formuła debat (tj. przedstawienie wszystkim kandydatom tych samych pytań, równy czas wypowiedzi, równa lub przynajmniej określona losowo kolejność odpowiadania, równe dla wszystkich zasady autoprezentacji i końcowego autopodsumowania), jak i staranne przestrzeganie tych reguł przez prowadzących, którzy zwracali się do wszystkich uczestników w taki sam, neutralny i grzeczny sposób, a jednocześnie stanowczo przerywali wypowiedzi przekraczające dozwolony czas. (Jedynie w debacie w Inowrocławiu, w której kandydaci mieli najwięcej czasu, prowadzący byli bardziej liberalni i pozwalali na przedłużenie wypowiedzi, wszystkim uczestnikom jednak w tym samym stopniu, dzięki czemu równowaga czasu tu także została zachowana).

Odrębną sprawą jest fakt, że czas, jaki mieli kandydaci w debacie na prezentację programów, zależał nie tylko od przyjętych reguł, ale i od liczby uczestników. W skrajnym przypadku, jak w Grudziądzu, gdzie było ich aż 9, każdy z kandydatów miał w ramach debaty dwukrotnie mniej czasu na prezentację siebie i swojego programu niż kandydaci w pozostałych miastach. Wydaje się, że problem ten powinien być wzięty zawczasu pod uwagę i jakoś rozwiązany - np. poprzez odpowiednie wydłużenie czasu debaty w mieście z największą liczbą kandydatów.

II. Rozmowy z politykami i ekspertami

Oprócz debat prezydenckich, w badanym tygodniu tematyki wyborów i kampanii dotyczyły „rozmowy dnia”, nadane w porannej audycji o tym tytule. Rozmówcami byli związani z regionem kujawsko-pomorskim posłowie z czterech ugrupowań parlamentarnych: PO, SLD, PSL i PiS, oraz ekspert - socjolog i politolog z uniwersytetu w Bydgoszczy.

Partia	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówca (gość audycji)	Czy kandyduje
PiS	15 XI	10'	Posel Zbigniew Girzyński	nie
PO	16 XI	10'	Posel Pawel Olszewski	nie
SLD	17 XI	11'	Poslanka Anna Bańkowska	nie
PSL	18 XI	9'	Posel Eugeniusz Kłopotek	nie
nie dotyczy	19 XI	11'	Ekspert - socjolog i politolog dr Grzegorz Kaczmarek	nie

Rozmowy z politykami dotyczyły zdolności i planów koalicyjnych partii w wyborach samorządowych (PiS), przyczyn cofnięcia poparcia dla części kandydatów na urząd prezydentów miast i ostrego konfliktu wyborczego partii z jednym z kandydatów (PO), projektowanych rządowych zmian w ustawodawstwie dotyczącym rent i emerytur oraz programu pomocy społecznej w samorządach (SLD), oceny szans wyborczych partii i „planu awaryjnego” na wypadek braku sukcesu w wyborach (PSL). Poszczególne rozmowy zajęły zbliżoną ilość czasu (od 9 do 11 minut), zachowano więc względną równość czasu między politykami z poszczególnych partii, jakkolwiek nieco krótsza od innych była rozmowa z politykiem PSL.

Rozmowa z ekspertem poświęcona była ocenie i cechom szczególnym tegorocznej kampanii samorządowej. W opinii socjologa, do negatywnej specyfiki tej kampanii należy duża liczba kandydujących w wyborach urzędników samorządowych, zwłaszcza wyższego szczebla. Jego zdaniem powinno to być prawnie zabronione, a korpus urzędniczy ściśle oddzielony od polityki. Kandydowanie urzędników uznał za nadużywanie społecznego zaufania wiążącego się z funkcją i nie wypływającego z osobistych dokonań kandydata. **Zdaniem eksperta, przygotowanie do wyborów i czas kampanii „przespały” zarówno społeczności lokalne, niemal bez wyjątku bierne i nie znające reguł wyborczych, jak i organizacje pozarządowe, które powinny być naturalnym „rezerwuarem” kandydatów.** Aktywne są wciąż jedynie partie polityczne i to one głównie typują kandydatów, a w związku z tym **wybory samorządowe są nadmiernie upolitycznione.**

Ekspert odniósł się też krytycznie do propagowanego w wyborach hasła rządzących, iż na szczeblu lokalnym „nie uprawiamy polityki”, a „budujemy drogi”. Jego zdaniem hasło jest bałamutne, ponieważ istotą polityki jest zawsze wybór wartości i celów, a to dzieje się także i dając musi na szczeblu samorządowym.

Podsumowując, omawiane rozmowy przedstawiały politykę (stanowisko) poszczególnych partii wobec różnych aspektów wyborów samorządowych i działania samorządu i obrazowały ogromną rolę partii politycznych w tych wyborach. Tego samego zagadnienia - upolitycznienia wyborów samorządowych - dotyczyła też opinia eksperta.

– **Szczebel wyborów**

Radio PiK skupiło uwagę w kampanii na wyborze prezydentów miast: wojewódzkiego i powiatowych. Przeprowadzono debaty programowe pretendentów we wszystkich pięciu miastach województwa, w których ten urząd jest sprawowany (przedstawiony wyżej opis dotyczy debat w czterech miastach). Rozmowy z politykami i ekspertem dotyczyły ogólnych

reguł rządzących tegoroczną kampanią samorządową i nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu PiK**

Radio PiK stworzyło w debatach wyborczych możliwość zaprezentowania sylwetek i programów wszystkich kandydatów na urząd prezydenta w miastach regionu. Debaty zostały zaprojektowane starannie i pomysłowo; składały się z kilku różnych części, co je uatrakcyjniało, dużą ich zaletą był również aktywny udział publiczności. Kandydaci mieli czas na przedstawienie w autoprezentacji swoich doświadczeń zawodowych i działalności samorządowej. Pytania zadawane sobie wzajemnie przez kandydatów pozwoliły wprowadzić element dyskusji programowej.

Nie do końca fortunny okazały się natomiast sposób pytania o program. W głównym pytaniu programowym (o rozwój poszczególnych dziedzin życia miasta) kandydaci musieli się mierzyć z bardzo szeroko zakrojonymi zagadnieniami, a dostali na to niewiele czasu; w efekcie ich odpowiedzi były niekiedy zbyt pośpieszne i chaotyczne lub ogólnikowe. Jeśli mieli możliwość wrócić drugi raz do danego zagadnienia, wypowiedź porządkowali i uszczegółowiali, co wskazuje na to, że przyczyną wcześniejszego chaosu nie był brak poglądu czy wiedzy o danej sprawie, a właśnie pośpiech. Choć więc pytania zostały pomyślane dobrze i teoretycznie powinny dać pełny wgląd w kompetencje kandydata, zostały po części zmarnowane ze względu na zbyt mało czasu na odpowiedź. Niewątpliwie było to ze szkodą dla merytorycznej wartości debat. Być może więc należało dać kandydatom więcej czasu na wypowiedzi albo uprzedzić ich o charakterze pytań i pozwolić im przygotować się do bardzo zwięzłych, syntetycznych odpowiedzi.

Przy założonym reżimie czasowym zdecydowanie lepiej sprawdzały się pytania o konkrety; kandydaci mieli tu możliwość wykazania się zarówno znajomością rzeczy jak i wyraźnymi poglądami w danej sprawie. Dawało to słuchaczom podstawę do ich porównania i oceny.

Pozostałe audycje publicystyczne nie miały na celu, inaczej niż debaty, prezentacji programów wyborczych. Poruszały natomiast ważną kwestię mechanizmu wyłaniania kandydatów w wyborach samorządowych, roli partii politycznych w tym zakresie i braku aktywności społeczności lokalnych.

RADIO GDAŃSK

W wyborach samorządowych w województwie pomorskim uczestniczyło 10 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 716 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 139 rad, w tym do rad 4 miast na prawach powiatu (Gdańsk, Gdynia, Słupsk, Sopot), 16 rad powiatowych i 123 - gminnych, oraz 7 prezydentów miast (Gdańsk, Gdynia, Słupsk, Sopot, Starogard Gdański, Tczew, Wejherowo), 35 burmistrzów i 81 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Gdańsk w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **4 godziny 35 minut**, czyli **3,8%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także 4 debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów miast oraz 2 audycje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Gdańsk	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	77	1h 34'	1,3%
Instruktaż wyborczy	18	23'	0,3%
Publicystyka	4	2h 38'	2,2%
Razem	99	4h 35'	3,8%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 10.00-20.00, tj. w porze najlepszej słuchalności Radia Gdańsk, nadano 44 wydania serwisu informacyjnego (8 - 9 dziennie). Zajęły one łącznie 3 godz. 54 minuty, zamieszczono w nich 178 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **37 serwisach**, czyli w 84% wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **77 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **1 godz. 34 minuty**, czyli stanowiły **43%** ogólnej liczby przekazów nadanych w badanym okresie i **40% łącznego czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy są 74 przekazy odnoszące się do wyborów bezpośrednio. Trzy przekazy miały charakter kryptowyborczy - ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych w poszczególnych dniach tygodnia wahała się od 13 do 18 dziennie. Najwięcej (18) nadano we wtorek, najmniej (13) ostatniego dnia w piątek.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Gdańsk miały wysoką rangę – w 90% serwisów (w 33 na 37 nadanych), które zawierały przekazy o tematyce wyborczej, zapowiedź tych przekazów znalazła się w forszpanie. W ponad 1/3 omawianych serwisów (w 13 na 37) przekaz taki nadano na pierwszym miejscu. Ponadto we wszystkich tych serwisach przekazy o tematyce wyborczej znalazły się na miejscu drugim lub trzecim.

Szczeble wyborów

W blisko połowie przekazów (46%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. kary za wynoszenie z lokali wyborczych kart do głosowania, informacji o ciszy wyborczej itd.).

Określonego szczebla wyborów dotyczyło 40 przekazów, z czego najwięcej, bo 28 przekazów (43% łącznego czasu przekazów wyborczych), dotyczyło kampanii na urząd prezydenta Gdańska (11 przekazów, 16% czasu jw.) i pozostałych miast w regionie - Gdyni, Sopotu, Wejherowa, Elbląga i Słupska (17 przekazów, 27% czasu jw.). Pozostałe 12 przekazów (17% łącznego czasu przekazów wyborczych) dotyczyło wyborów do sejmiku wojewódzkiego (4), na urząd burmistrza (3), na urząd wójta (2), do rady miasta wojewódzkiego (2) i do rady miasta powiatowego (1). Nie nadawano żadnych informacji dotyczących wyborów do rady gminy.

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydenta Gdańska oraz pozostałych miast w regionie. Niewiele mówiono o wyborach do sejmiku wojewódzkiego, na urząd burmistrza, wójta oraz do rad miast. Nie podano żadnej informacji o wyborach do rad gmin wiejskich.

W przekazach odnoszących się do wyborów na prezydenta Gdańska większość (7 spośród 11) została zapowiedziana w forszpanie i większość (9) nadano na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie (w tym 4 na pierwszym miejscu). Spośród przekazów dotyczących kampanii na urząd prezydenta pozostałych miast w regionie połowa (8 z 17) została zapowiedziana w forszpanie i prawie wszystkie (16) podano w dzienniku na jednym z trzech pierwszych miejsc (w tym 1 na pierwszym miejscu). Spośród 12 przekazów dotyczących pozostałych szczebli wyborczych, wszystkie zamieszczono na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie (w tym 1 na pierwszym miejscu), a 5 zapowiedziano w forszpanie.

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli różniły się nie tylko pozycją (rangą) w serwisie, ale także rodzajem przedstawianych w nich treści.

Przekazy związane z wyborami na urząd prezydenta Gdańska i pozostałych miast w regionie dotyczyły przebiegu kampanii (dyskusji wyborczych, elementów programu kandydatów, agitacji, ale także i walki partyjnej, w tym krytyki konkurencji, władz lokalnych i partii rządzącej).

W przekazach dotyczących wyborów do sejmiku wojewódzkiego, na urząd burmistrza, wójta, do rady miasta wojewódzkiego i powiatowego (nadawanych w większości na trzech pierwszych miejscach w serwisie) najwięcej miejsca poświęcono procesom wyborczym i strategii wyborczej. Krytykowano również władze lokalne i partie rządzące.

W dużej liczbie przekazów dotyczących wszystkich szczebli informowano o spotkaniach wyborczych i przedstawiano sondaże.

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydenta Gdańska oraz pozostałych miast w regionie. Przekazy te były częściej umieszczane w forszpanie niż przekazy dotyczące pozostałych szczebli.

Komitety wyborcze

W 74 przekazach wyborczych nadano 110 informacji (w poszczególnych przekazach informowano o kilku komitetów wyborczych jednocześnie, dlatego też liczba informacji o komitetach jest wyższa od liczby przekazów wyborczych), w tym - 94 informacje odnosiły się bezpośrednio do poszczególnych komitetów. Stanowiły one 79% czasu przekazów wyborczych (1/4 czwartą z tego czasu zajęły „setki”).

Spośród informacji o tematyce wyborczej większość (70) poświęcona była komitetom wyborczym 4 partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS, pozostałe (24) informacje dotyczyły lokalnych komitetów wyborczych: KWW Samorządność W. Szczurka (8), KWW

„Kocham Sopot W. Fułka”(5), KWW "Wolne Wejherowo"(3), KWW Nasza Gdynia (2), po jednym - KWW "Nowy Gdańsk", KWW Człuchowskie Forum Samorządowe, KWW Krystyny Danileckiej-Wojewódzkiej, KWW Słupsk 700 Plus, KWW Stanisława Cory "Czas na zmiany", KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej.

Informacjom dotyczącym poszczególnych komitetów wyborczych nadano wysoką rangę w dziennikach – 56% (52 informacje z 94 dotyczących komitetów wyborczych) z nich zapowiedziano w forszpanie, a 23% (21 z 94) nadano w serwisie na 1 miejscu.

W forszpanach zapowiedziano 57% (17 z 30) informacji dotyczących KW PO, a 93% (28) z nich znalazło się na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie, w tym 23% (7) na pierwszym miejscu. Nieco większą rangę nadano informacjom poświęconym KW PiS 63% (15 z 24) z nich znalazło się w forszpanie, 96% (23) - na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie, w tym 29% (7) na pierwszym miejscu. Spośród 13 informacji dotyczących KW SLD 62% (8) znalazło się w forszpanie, 100% (13) - na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie, w tym 31% (4) na pierwszym miejscu. Z 3 informacji dotyczących KW PSL w forszpanie zapowiedziano dwie, wszystkie znalazły się na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie.

Spośród 24 informacji dotyczących łącznie **10 komitetów lokalnych, w forszpanie zapowiedziano 24% (10), a 71% (17) z nich znalazło się na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie, w tym 8% (2) – na miejscu pierwszym.**

Podsumowując, z punktu widzenia rangi w dzienniku najlepszą pozycję otrzymały informacje dotyczące KW PiS i KW SLD.

W ostatnim tygodniu kampanii **nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.** Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania KW PO. O tym Komitecie wyborczym informowano więcej razy (30) niż o jakiegokolwiek innej partii, i więcej niż o wszystkich komitetach lokalnych łącznie. Informacje o KW PO zajęły także najwięcej czasu (27% czasu przekazów wyborczych), również najwięcej „setek” dotyczyło KW PO (31%). Na drugim miejscu (liczba informacji, czas informacji, czas setek) znalazł się KW PiS. Kolejne miejsce zajął KW SLD, a najmniejszą rangę spośród wiodących partii parlamentarnych nadano KW PSL, którego dotyczyły jedynie 3 informacje, 4% czasu przekazów wyborczych i 4% czasu „setek”.

Komitetom lokalnym poświęcono łącznie 17,4% czasu przekazów wyborczych (w tym wypowiedzi zajęły łącznie 20%). Spośród 10 prezentowanych komitetów lokalnych najwięcej miejsca zajęły KWW Samorządność W. Szczurka i KWW Kocham Sopot W. Fułka. Szczegółowe dane przedstawiono w tabeli poniżej.

Nazwa komitetu wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazów	% czasu przekazów	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	30	40,5	24’33”	27,1	7’45”	31,3
KW PiS	24	32,4	16’44”	18,5	5’47”	23,4
KW SLD	13	17,6	10’23”	11,5	3’44”	15,1
KW PSL	3	4,1	3’56”	4,4	57”	3,8
KWW Samorządność	8	10,8	5’	5,5	1’27”	5,9
KWW „Kocham Sopot”	5	6,8	2’55”	3,2	1’8”	4,6
KWW „Wolne Wejherowo”	3	4,1	2’17”	2,5	42”	2,8
KWW „Nasza Gdynia”	2	2,7	1’20”	1,5	34”	2,3
KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej	1	1,4	1’22”	1,5	24”	1,6
KWW Człuchowskie Forum Samorządowe	1	1,4	1’21”	1,5	11”	0,7
KWW Stanisława Cory "Czas na zmiany"	1	1,4	31”	0,6	16”	1,1
KWW "Nowy Gdańsk	1	1,4	27”	0,5	9”	0,6
KWW Krystyny Danileckiej-Wojewódzkiej	1	1,4	14”	0,3	0	0
KWW Słupsk 700 Plus	1	1,4	14”	0,3	0	0

Podsumowując, w ostatnim tygodniu kampanii nie zachowano równowagi mierzonej liczbą informacji, ich rangą oraz ilością czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano komitety wyborcze związane z partiami parlamentarnymi, głównie KW PO. W analizowanej próbie programu Radia Gdańsk w niewielkim stopniu stworzono wyborcom możliwość poznania lokalnych komitetów wyborczych - słuchacze otrzymali informacje jedynie o dziesięciu na 716 zarejestrowanych w województwie pomorskim.

Treść przekazów

W Radiu Gdańsk blisko 30% informacji wyborczych poświęcono przebiegowi kampanii wyborczej, w tym dużą grupę stanowiły informacje o mających się odbyć debatach

kandydatów na urząd prezydenta Gdańska i Gdyni. W mniejszym stopniu (9 informacji) informowano w nich o różnych sensacyjnych wydarzeniach, nieprawidłowościach – wykorzystywaniu władzy oraz publicznych pieniędzy, naruszaniu zasad ordynacji wyborczej i innych zakłóceniach związanych z kampanią, a także o sporach i procesach wyborczych (np. burmistrz Ustki Jan Olech skierował do sądu skargę w trybie wyborczym przeciw Stowarzyszeniu „Życzliwi Ustce” za zniesławiający banner i kolportowanie ulotek w formie listu gończego; posłowie PiS w Sopocie domagali się dymisji ministra Sławomira Nowaka za udział w kampanii kandydata na prezydenta Sopotu). Wszystkie przekazy poświęcone przebiegowi kampanii wyborczej miały wysoką rangę, znajdowały się w forszpanach i w większości umieszczano je na jednym z pierwszych trzech miejsc w serwisie.

Drugą dużą grupę (18%) stanowiły przekazy dotyczące programu kandydatów i komitetów wyborczych. Przedstawiano w nich wybrane elementy z programów kandydatów. Dotyczyły one m.in. różnych inwestycji w miastach regionu pomorskiego, pozyskiwania funduszy unijnych, ograniczenia czasu kadencji na urząd prezydenta, burmistrza czy wójta, upowszechniania idei wolontariatu, możliwości współdecydowania mieszkańców na co przeznaczyć część miejskich pieniędzy itp. Wszystkie te przekazy, znajdowały się w forszpanach i w większości umieszczano je na jednym z pierwszych trzech miejsc w dzienniku.

Dużo miejsca w analizowanym programie Radia Gdańsk (14%) poświęcono również walce partyjnej - krytyce władz lokalnych i partii rządzących oraz konkurentów. Również te przekazy miały wysoką rangę – ich zapowiedzi pojawiały się w forszpanie i zajmowały one często jedno z trzech pierwszych miejsc w serwisie.

Podobną grupę pod względem wielkości (13%) stanowiły informacje poświęcone agitacji wyborczej. Część z nich dotyczyła wyborczego PR - działań kandydatów i komitetów oraz ich poparcia przez liderów i posłów danej partii przyjeżdżających do regionu na spotkania z kandydatami i wyborcami. Zachwalano i rekomendowano kandydatów, mówiono o szansach wyborczych danej partii. Pozostałe informacje w tej grupie poświęcone były strategii partii. Były one ilustrowane „setkami”, zapowiadano je w forszpanie i zajmowały jedno z trzech pierwszych miejsc w serwisie.

Sporą grupę stanowiły przekazy informujące o wynikach sondażu przedwyborczego przeprowadzonego przez Homo Homini (23% przekazów), a także informacje dotyczące instruktażu wyborczego (19% przekazów). Przekazy te miały jednak wyraźnie niższą rangę, o wiele rzadziej zapowiadano je w forszpanie i z reguły umieszczano na dalszych pozycjach w dzienniku.

Podsumowując, najwięcej przekazów o tematyce wyborczej odnosiło się do przebiegu kampanii wyborczej. Kolejną grupę stanowiły przekazy prezentujące programy kandydatów i komitetów wyborczych oraz ważne dla wyborców informacje poświęcone instruktażowi wyborczemu.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych Radia Gdańsk nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

W dziennikach Radia Gdańsk nie zachowano równowagi w prezentacji komitetów wyborczych, mierzonej liczbą i czasem przekazów. Jak przedstawiono wyżej, komitetowi wyborczemu PO poświęcono dużo więcej informacji i więcej czasu niż pozostałym. Na kolejnym miejscu znalazł się KW PiS. Te dwa komitety (łącznie 54 informacje) zajęły więcej czasu (41 min. 17 sek.) niż wszystkie pozostałe łącznie (30 min.). Dziesięciu zaprezentowanym komitetom lokalnym poświęcono łącznie jedynie 15 min. 41 sek. (łącznie 24 informacje).

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie programu Radia Gdańsk 3 przekazy uznano za kryptowyborcze. Zajęły one łącznie 3 min. 5 sek. Były to następujące przekazy:

- 17 XI o godz. 14.00, nadano przekaz dotyczący odbudowy staromiejskiego ratusza w Elblągu, możliwej dzięki dofinansowaniu tej inwestycji w 80% ze środków unijnych. Obok wypowiedzi historyka miasta Lecha Słodownika zamieszczono „setkę” prezydenta Elbląga Henryka Słoniny: „(...)Uważam, że to że uzyskaliśmy środki w takim stopniu to dofinansowanie to jest ogromny sukces. Bez tych środków na pewno nie zrobilibyśmy tej inwestycji (...). Henryk Słonina ubiegał się o reelekcję na urząd prezydenta Elbląga, a zatem występował zarówno w roli urzędowej jak i kandydującego. Informacja o jego kandydowaniu nie została podana w przekazie. (czas 1 min. 34 sek.)
- 19.XI nadano dwa przekazy (o godz. 17.00, czas trwania 46 sek. oraz o godz. 18.00, czas trwania 45 sek.) dotyczące tego samego tematu tj. starań burmistrza Rumi o zwiększenie dotacji na remont i rozbudowę szkoły podstawowej w Rumi. Elżbieta Rogala Kończak (burmistrz Rumi) poinformowała, że wniosek wojewody pomorskiego w tej sprawie jest już w gabinecie premiera i czeka na ostateczną decyzję. Elżbieta Rogala - Kończak wystąpiła tu zarówno w roli urzędowej jak i kandydującego, ale informacja o jej kandydowaniu na

burmistrza Rumi i do rady miejskiej Rumi nie została podana (przekaz ten mógł zwiększyć jej szanse wyborcze, pomimo, że nie wiadomo było jeszcze czy szkoła otrzyma tę dotację).

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Gdańsk	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	2	0:07:56	0	0	2	2	1	0	1	0	0	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	16	0:14:56	9	0	0	0	0	0	0	3	3	1	5
razem	18	0:22:52	9	0	2	2	1	0	1	3	3	1	5

Radio Gdańsk nadawało o godzinie 9:40 audycje poświęcone wyborom pod wspólną nazwą „Przystanek wyborczy”. Dwie z nich były audycjami instruktażowymi (we wtorek 16 listopada oraz w piątek 19 listopada), pozostałe omawiały zadania samorządu terytorialnego i przedstawiały argumenty zachęcające do udziału w wyborach. Z audycji o tematyce instruktażowej słuchacze mogli się dowiedzieć o tym do jakich organów samorządowych będą mogli wybierać, o systemach głosowania do rady gminy – większościowym i proporcjonalnym, o tym jakiego koloru są poszczególne karty do głosowania i jak je wypełniać, aby głos był ważny.

W badanym okresie, przekazy o tematyce instruktażowej nadawano także w serwisach informacyjnych. Oprócz wymienionych wyżej kwestii informowano o terminie wyborów, godzinach otwarcia lokali wyborczych, o możliwościach głosowania osób niepełnosprawnych poprzez pełnomocnika, o warunkach dopisania się do rejestru wyborców, o zasadach ciszy wyborczej oraz miejscu pozyskania informacji potrzebnych wyborcom.

Łącznie porady zajęły 8,9% czasu wszystkich przekazów wyborczych w badanym okresie.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Gdańsk **2 godziny 38 minut**, czyli **2,2%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia zorganizowała w tym czasie i transmitowała na antenie **publiczne** debaty kandydatów na urząd prezydenta w czterech nadmorskich miastach: w Wejherowie (15 XI), Gdyni (17 XI), Sopocie (18 XI) i Gdańsku (19 XI).

Publicystyka wyborcza w Radiu Gdańsk	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Deбаты wyborcze	4	2h 38'	2,2%

Deбаты w trzech pozostałych prezydenckich miastach regionu: Słupsku, Starogardzie Gdańskim i Tczewie przeprowadzono w tygodniu poprzednim, w dniach 8-10 XI (nie zostały objęte badaniem).

Deбаты wyborcze

– Uczestnicy debat

W czterech omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta łącznie 19 osób: 9 kandydatów z komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych (w tymi urzędujący prezydent Gdańska, kandydujący z komitetu wyborczego PO) oraz 10 osób z komitetów lokalnych (w tym ubiegający się o reelekcję prezydenci Wejherowa, Gdyni i Sopotu).

Do debat, jak stwierdzono na antenie, **zaproszono** w każdym mieście „**najważniejszych kandydatów**”. Z wyjątkiem kandydata SLD na prezydenta Sopotu, który nie wziął udziału w debacie (jego nieobecności nie wyjaśniono na antenie), **uczestniczyli w spotkaniach wszyscy kandydaci komitetów partii**, natomiast spośród kandydatów komitetów lokalnych - jedynie aktualni prezydenci tych miast i dwóch innych działaczy samorządowych, w tym były wiceprezydent Sopotu. **Pozostałych pięciu kandydatów komitetów lokalnych** (wśród których były zarówno osoby „nowe” w samorządach, jak i byli radni) **nie zaproszono**.

W efekcie mimo że wśród ogółu kandydatów w omawianych czterech miastach niewielką przewagę liczbową mieli kandydaci komitetów lokalnych (10:9), to wśród

uczestników debat przeprowadzonych na antenie Radia Gdańsk proporcja zmieniła się na korzyść kandydatów partii parlamentarnych (8:5).

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczył i w debatach w Radiu Gdańsk	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament. *	kandydaci komitetów w lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Wejherowo	3	2	1	3	2	1
Gdynia	4	2	2	3	2	1
Sopot	5	2	3	3	1	2
Gdańsk	7	3	4	4	3	1
Razem	19	9	10	13	8	5

*Kandydaci z komitetów partyjnych: Wejherowo i Gdynia - PO i SLD, Sopot - SLD i PiS, Gdańsk - PO, SLD i PiS.

– Sposób przedstawienia kandydatów

Uczestnicy byli przedstawiani przez prowadzących poprzez wskazanie ich komitetów wyborczych oraz pełnione aktualnie funkcje w samorządzie. Zwracano się do nich per „panie prezydencie”, „panie marszałku”, „panie wiceprezydencie” itp., do pozostałych jedynie po nazwisku. W żadnej z debat nie przewidziano wstępnej prezentacji ani autoprezentacji kandydatów.

– Formuła debat

Debaty prezydenckie w Radiu Gdańsk (z wyjątkiem debaty w Wejherowie) nie były nadawane na żywo, lecz następnego dnia po debacie zamieszczano na antenie ich ok. **40-minutowe skróty**.

Debaty kandydatów z Wejherowa i Gdyni zorganizowano na miejscu w tych miastach (w Centrum Handlowym Kaszuby i w Parku Naukowo-Technologicznym w Gdyni), natomiast spotkania kandydatów z Gdańska i Sopotu odbyły się w Studiu Koncertowym Radia Gdańsk. Każda z debat prowadzona była przez dwóch lub dwoje dziennikarzy.

Debaty były otwarte dla publiczności, która w końcowej części spotkań mogła zadawać kandydatom pytania; w jednym z miast (Sopot) zaproszono młodzież z miejscowego liceum. Publiczność, poza debatą w Wejherowie, gdzie jej reakcje były żywe i częste (oklaski, śmiechy, gwizdy), nie była na antenie słyszalna.

Każda z debat prezydenckich w Radiu Gdańsk miała założony taki sam porządek.

Spotkania zaczynały się od przedstawienia wyników zamówionego przez Radio Gdańsk sondażu wyborczego (zrealizowanego przez pracownię Homo Homini) dotyczącego

spodziewanej frekwencji wyborczej w danym mieście oraz preferencji ankietowanych w wyborach prezydenta i radnych Rady Miasta. Kandydaci byli następnie proszeni o skomentowanie przedstawionych wyników sondażu.

Część tych wyników odnosiła się do nich osobiście, i tutaj ich komentarze miały na ogół charakter propagandy wyborczej (dziękowano wyborcom za dobry wynik lub przekonywano, że na pewno nie jest tak źle, jak wskazuje sondaż). Poza tym jednak kandydaci analizowali też rzeczowo spodziewany układ sił w Radzie Miasta i przyszłe koalicje, i oceniali przyczyny niskiej, jak wynikało z sondażu, frekwencji wyborczej.

Następnie zaczynała się część merytoryczna, czyli kilka rund pytań do kandydatów. Pytania, zadawane prowadzących debatę dziennikarzy, były w każdej debacie inne, dostosowane do specyficznych problemów danego miasta, ale w ramach jednej debaty takie same dla wszystkich jej uczestników.

Na końcu każdy z kandydatów odpowiadał na dwa pytania ze strony publiczności, zadane bezpośrednio z sali.

Spotkania nie miały sztywnych reguł - kandydaci (wywoływani do odpowiedzi w zmiennej kolejności) mogli wypowiadać się swobodnie, bez określonego z góry limitu czasu. Jednocześnie jednak prowadzący dbali wyraźnie o równowagę i przerywali wypowiedzi zbyt długo się przedłużające lub nie na temat. W razie potrzeby zadawali też pytania uściślające, tak by pogląd kandydata w danej kwestii został jasno przedstawiony. W przypadku wypowiedzi polemicznych kandydaci atakowani (byli nimi najczęściej ubiegający się o reelekcję prezydenci) mieli zawsze możliwość, a nawet obowiązek repliki i wyjaśnienia swojego stanowiska. **Całość debaty miała więc wyraźnie charakter dyskusji między kandydatami, z aktywnym udziałem prowadzących.**

– **Prezentacja programów w debatach**

Problemy stawiane przed kandydatami przez dziennikarzy prowadzących debaty były bardzo konkretne i dotyczyły, jak już powiedziano, specyficznych problemów danego miasta. W Wejherowie były to np. pytania o to, jak przezwyciężyć podział miasta na dwie nieskomunikowane części, jak poradzić sobie z brakiem terenów pod inwestycje, czy koszty utrzymania Filharmonii Kaszubskiej będą do udźwignięcia dla budżetu miasta, jakie zastosować metody pobudzenia rozwoju gospodarczego, w tym jaka powinna być polityka w sprawie podatków miejskich (obniżać czy podwyższać) itd. W Gdyni - pytano o program współpracy z sąsiednimi gminami, budowę lotniska i centrum kulturalnego, program tzw. metropolizacji miasta. W Sopocie: o partnerstwo publiczno-prywatne, sposoby najlepszego

wykorzystania walorów turystycznych miasta dla dobra mieszkańców, o rozwiązanie konfliktu między specyfiką turystyczną miasta a jakością życia mieszkańców, w tym wysokimi kosztami życia; o to, czy bogacić się na turystach powinno miasto czy mieszkańcy; o drogi dalszego rozwoju kurortu i ocenę potrzeby dużych inwestycji; o tanie komunalne budownictwo mieszkaniowe; o program stworzenia perspektyw życia i rozwoju dla młodzieży itd. W Gdańsku - o problemy komunikacyjne miasta; o pogląd w sprawie decyzji budżetowych: czy przeznaczać środki głównie na nowe inwestycje czy na podtrzymywanie dotychczasowej infrastruktury i remonty; o tanie budownictwo komunalne - jakie i dla kogo; o podwyżki opłat komunalnych, politykę socjalną i ochronę najuboższych, a także o poprawę oferty kulturalnej i rozrywkowej w mieście; itd.

Odpowiadając na te szczegółowe pytania kandydaci musieli wykazać się bardzo dobrą znajomością problemów miasta i posiadaniem wyraźnej wizji ich rozwiązywania.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Wszyscy uczestnicy debat mieli równe szanse wypowiedzenia się i byli traktowani przez prowadzących z równą dociekliwością. Mimo faktu, że jedni z kandydatów byli przez prowadzących tytułowani (zgodnie ze swoimi dotychczasowymi funkcjami w samorządzie), a inni nie, żaden z kandydatów nie był faworyzowany. Zachowano też równowagę czasową wypowiedzi kandydatów w ramach debat jako całości (wskazuje na to zliczenie czasu wypowiedzi poszczególnych kandydatów w każdej z debat), tzn., mimo braku sztywnych limitów czasu pojedynczych odpowiedzi, każdemu z uczestników udzielono w sumie w całej debacie tyle samo czasu.

Brak równowagi przejawiał się natomiast w doborze uczestników debat spośród ogółu kandydatów. Zgodnie z zasadą, że zaprasza tylko „najważniejszych kandydatów”, Radio Gdańsk wykluczyło w praktyce z udziału w debatach w omawianych czterech miastach, poza urzędującymi prezydentami, kandydatów komitetów lokalnych. Nie stworzyło im więc szansy zaprezentowania siebie i swoich programów. Jedynie w Wejherowie, gdzie kandydatów było w ogóle tylko trzech i jedyny kandydat niezależny był zarazem urzędującym prezydentem, do debaty zaproszono wszystkich pretendentów.

Podsumowując, Radio Gdańsk nie stworzyło w przeprowadzonych debatach równych szans uczestnictwa wszystkim kandydującym na urząd prezydenta miasta. Pominęto bowiem z założenia część kandydatów startujących z lokalnych komitetów wyborców. Przy widocznej tendencji, że zaproszeni zostali wszyscy kandydaci komitetów partii, nie wytłumaczono też

nieobecności w debacie sopockiej kandydata SLD - nie podano, czy nie mógł, czy też nie chciał przybyć, i dlaczego.

Natomiast w ramach debat równowaga między zaproszonymi kandydatami została w pełni zachowana.

– **Szczebel wyborów**

Radio Gdańsk skoncentrowało się w czasie kampanii na prezentacji programów kandydatów na urząd prezydentów miast.

Przeprowadzono prezydenckie debaty wyborcze we wszystkich siedmiu miastach województwa, w których ten urząd jest sprawowany, w tym w monitorowanym okresie, tj. w ostatnim tygodniu kampanii, przedstawiono kandydatów na prezydentów czterech głównych miast regionu: wojewódzkiego i pozostałych miast Trójmiasta.

– **Edukacyjno-poznawcze walory debat wyborczych w Radiu Gdańsk**

Należy je ocenić bardzo wysoko. Prowadzący debaty dziennikarze trafnie formułowali najważniejsze problemy miasta, o czym świadczył m.in. szeroki problemowy zakres wypowiedzi kandydatów i żywość dyskusji. Odpowiedzi na postawione przez prowadzących pytania pozwoliły uczestnikom przedstawić podstawowe elementy swoich programów i poglądy na problemy miasta. W efekcie bardzo czytelnie zarysowały się zarówno problemy rozwojowe poszczególnych miast, jak i różnice programowe między kandydatami. Dobremu poznaniu poglądów kandydatów służył też brak sztywnych limitów czasowych odpowiedzi jak i prowadzenie debat w dużym stopniu jako merytorycznej dyskusji między kandydatami.

RADIO KATOWICE

W wyborach samorządowych w województwie śląskim uczestniczyło 13 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 924 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 184 rad, w tym do rad 19 miast na prawach powiatu (Bielsko-Biała, Bytom, Chorzów, Częstochowa, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Jastrzębie-Zdrój, Jaworzno, Katowice, Mysłowice, Piekary Śląskie, Ruda Śląska, Rybnik, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tychy, Zabrze, Żory), 17 rad powiatowych i 167 - gminnych, oraz 24 prezydentów miast (Będzin, Bielsko-Biała, Bytom, Chorzów, Częstochowa, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Jastrzębie-Zdrój, Jaworzno, Katowice, Knurów, Mysłowice, Piekary Śląskie, Racibórz, Ruda Śląska, Rybnik, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tychy, Wodzisław Śląski, Zabrze, Zawiercie, Żory), 47 burmistrzów i 96 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Katowice w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **3 godziny 24 minuty**, czyli **2,8%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debatę wyborczą kandydatów do Sejmiku województwa, oraz audycję edukacyjno-instruktażową, poświęconą objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Katowice	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	30	32'	0,4%
Instruktaż wyborczy	12	28'	0,4%
Publicystyka	6	2h 24'	2,0%
Razem	48	3h 24'	2,8%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w Radiu Katowice, nadano 19 wydań serwisu informacyjnego (w poniedziałek 3 wydania nadane w godz. 7.00, 12.00 i 16.00, zaś od wtorku do piątku 4 wydania dziennie w godz. 7.00, 12.00, 16.00 i 00.00). Zajęły one łącznie 2 godz. 24 minuty,

zamieszczono w nich łącznie 116 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami. W badanym okresie nie odnotowano przekazów krypto wyborczych.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **16 serwisach**, co zajęło **84,2%** serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **30 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **31,5 min.**, czyli stanowiły **26%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie i **22%** łącznego **czasu** ich emisji.

Liczba przekazów odnoszących się do wyborów zwiększała się w kolejnych dniach tygodnia. W poniedziałek 15 XI nadano jeden przekaz wyborczy, w środę trzy, a w pozostałe dni tygodnia - po cztery przekazy.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Katowice miały średnio wysoką rangę - w 12 serwisach, które zawierały przekazy o tematyce wyborczej, zapowiedź przekazów o tej tematyce znalazła się w forszpanie, a w połowie serwisów (15) przekaz taki nadano na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W ponad połowie przekazów (55% ich ogólnej liczby) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. udziału lidera PO w wiecach wyborczych na Śląsku).

W przekazach z określonym szczeblem wyborów 6 dotyczyło kampanii na urząd prezydenta Katowic (21% liczby przekazów, 23% czasu ich trwania). Również 6 przekazów wyborczych odnosiło się do wyborów do sejmiku wojewódzkiego (21% liczby przekazów, 17% czasu). W monitorowanym czasie nadano tylko jeden przekaz dotyczący wyborów do rady miasta Jaworzna (3,5% przekazów, 1,4% czasu). **Nie nadawano przekazów dotyczących innych szczebli wyborczych.**

Im wyższego szczebla wyborów dotyczył przekaz, tym większą miał rangę w dzienniku. W przekazach odnoszących się do wyborów na urząd prezydenta Katowic większość (5 spośród 6) została zapowiedziana w forszpanie, a 3 nadano na pierwszym miejscu w serwisie. Spośród przekazów dotyczących wyborów do sejmiku wojewódzkiego połowa (3 z 6) została zapowiedziana w forszpanie i jeden podano w dzienniku na pierwszym miejscu. Przekaz dotyczący wyborów do rady miasta Jaworzna był obecny w forszpanie i nadano go na drugim miejscu.

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli różniły się nie tylko pozycją (rangą) w serwisie, ale także rodzajem przedstawianych w nich treści. Przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta Katowic w większości informowały o procesach wyborczych kandydatów (połowa z nich znalazła się na pierwszym miejscu w serwisie). Wszystkie przekazy związane z wyborami do sejmiku województwa (zamieszczone raz na pierwszym miejscu, dwa razy na trzecim, pozostałe - na niższych pozycjach w serwisie) zawierały informacje o poparciu udzielonym przez Joannę Kluzik-Rostowską dla Andrzeja Rostłochowskiego, kandydata do sejmiku wojewódzkiego z listy PiS. Z kolei informacja dotycząca wyborów do rad powiatowych dotyczyła rezygnacji kandydata PO na radnego w Jaworznie i umieszczono ją na drugiej pozycji w serwisie. Nie tylko więc sam szczebel wyborów, ale także rodzaj treści wpłynął na zróżnicowaną rangę informacji o poszczególnych szczeblach wyborów.

Komitety wyborcze

W 30 przekazach wyborczych nadano 36 informacji (uwaga: poszczególne przekazy zawierały informacje dotyczące kilku komitetów jednocześnie, dlatego też liczba informacji o komitetach przewyższała liczbę przekazów wyborczych), z czego 25 odnosiło się do poszczególnych komitetów. Informacje dotyczące komitetów zajęły 53% łącznego czasu przekazów wyborczych, w tym jedną trzecią zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii (co stanowiło połowę czasu wszystkich setek dotyczących wyborów).

Informacjom tym nadano wysoką rangę w dziennikach. Trzyście informacji zapowiedziano w forszpanie (w tym pozostałe, tj. dotyczące instruktażu, umieszczone w forszpanie trzykrotnie), 6 razy umieszczono je na pierwszym miejscu w dzienniku, podczas gdy w pozostałych na pierwszym miejscu nie nadano żadnego przekazu.

Znaczące różnice odnotowano w pozycji w dzienniku przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. W forszpanach zapowiedziano 6 przekazów dotyczących KW PO, jedynie 3 KW PiS-u i 1 KW SLD, ponadto na pierwszym miejscu w dzienniku znalazło się 5 przekazów dotyczących KW PO i 1 przekaz odnoszący się do KW PiS. Tak więc z **punktu widzenia rangi w dzienniku najlepszą pozycję zdecydowanie otrzymały przekazy dotyczące KW PO.**

Większość spośród omawianych informacji (20) odnosiła się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS. Jedynie 5 przekazów

dotyczyło lokalnych komitetów wyborczych: 4 - Forum Samorządowe i P. Uszoka oraz 1 - Ruchu Autonomii Śląska.

W ostatnim tygodniu kampanii słuchacz nie uzyskał informacji z serwisów Radia Katowice o działaniach jakichkolwiek innych komitetów wyborczych w województwie, poza komitetami partii obecnych w Parlamencie RP oraz dwoma jedynie lokalnymi komitetami wyborczymi.

W badanym tygodniu nie zachowano równowagi pod względem liczby i czasu przekazów poświęconych poszczególnym komitetom wyborczym.

Najwięcej informacji wyborczych dotyczyło KW PO i KW PiS – w prezentowaniu informacji o tych dwóch komitetach zachowano równowagę pod względem liczby informacji (po 31% ogólnej liczby przekazów wyborczych). Jednak KW PO był uprzywilejowany pod względem czasu jaki mu poświęcono w programie (20% czasu trwania przekazów wyborczych – wobec 16% poświęconych KW PiS).

Informacje o pozostałych komitetach partii parlamentarnych (tj. KW SLD i KW PSL) stanowiły jedynie po 3% ogólnej liczby przekazów. Przy czym na informacje o KW PSL poświęcono najmniej czasu (2,5% łącznego czasu trwania przekazów wyborczych). Informacje wyborcze w analizowanym programie Radia Katowice dotyczyły tylko dwóch komitetów lokalnych - KWW Forum Samorządowe i P. Uszok oraz KWW Ruch Autonomii Śląska. Zdecydowanie uprzywilejowany wśród nich pod względem zarówno liczby informacji, jak i czasu ich trwania był KWW Forum Samorządowe (14% wszystkich przekazów wyborczych, 8% czasu ich trwania).

W omawianych informacjach wypowiedzi dotyczące komitetów wyborczych zajęły połowę wszystkich setek odnoszących się do wyborów (pozostałe setki dotyczyły instruktażu wyborczego), z czego najwięcej (22%) zajęły wypowiedzi KW PO.

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa komitetu wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazów	% czasu przekazów	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	9	31	5’52”	19,5	2’33”	21,8
KW PiS	9	31	4’46”	15,8	1’16”	10,8
KW SLD	1	3,4	1’42”	5,6	30”	4,3
KW PSL	1	3,4	45”	2,5	20”	2,8
KW Forum Samorządowe	4	13,8	2’26”	8,1	1’13”	10,4
KW Ruch Autonomii Śląska	1	3,4	21”	1,2	0	0

Oznacza to, że w programie Radia Katowice skupiono się przede wszystkim na informacjach o przebiegu kampanii prowadzonej przez największe komitety wyborcze, związane z partiami parlamentarnymi. Tym informacjom nadano najwyższą rangę pod względem liczby przekazów, czasu trwania informacji oraz liczby i czasu wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów wyborczych.

Treść przekazów

Przekazy dotyczące wyborów pod względem treści można było podzielić na trzy grupy.

Ponad jedną trzecią (11 przekazów na 30) stanowiły przekazy zawierające instruktaż wyborczy - jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu.

Jedną trzecią przekazów wyborczych poświęcono agitacji wyborczej (10 przekazów na 30), w tym wszystkie informacje dotyczyły poparcia kandydatów przez liderów i posłów danej partii, przyjeżdżających do regionu na spotkania z kandydatami i wyborcami. Sześć z tych agitacyjnych przekazów dotyczyło Andrzeja Rospłochowskiego, kandydata do sejmiku śląskiego z listy PiS, którego popierała Joanna Kluzik – Rostkowska (w tym w dwóch przekazach również on sam zachwalał swoją kandydaturę, choć nie podawał żadnych konkretów dotyczących swojego programu). W pozostałych 4 przekazach liderzy partii parlamentarnych (PO, SLD, PSL) zachęcali do wyborów i do głosowania na ugrupowania, które reprezentują. Rekomendacje te w połowie ilustrowane były „setkami” polityków, nie zawierały jednak żadnych konkretnych informacji, programowych czy personalnych o kandydatach, a jedynie ogólne zapewnienie, że są to dobrzy kandydaci. Tak więc nie zachowano równowagi - kandydat PiS był wyraźnie uprzywilejowany. Przekazom tym jednak nie nadawano w dziennikach zbyt wysokiej rangi – co prawda połowa z nich została zapowiedziana w forszpanie, ale tylko dwa umieszczono na pierwszym miejscu w serwisie.

Siedem przekazów poświęcono negatywnym aspektom przebiegu kampanii wyborczej - w 5 przekazach odnoszących się do konkretnych komitetów informowano o procesach wyborczych, w których uczestniczył kandydat na urząd prezydenta Katowic Arkadiusz Godlewski (PO) i jego kontrkandydat Piotr Uszok (PiS) oraz o rezygnacji z ubiegania się o mandat radnego w Jaworznie kandydata PO podejrzanego o posiadanie narkotyków. Dwa pozostałe przekazy dotyczyły walki partyjnej (liderzy SLD krytykowali koalicję rządzącą). W większości informacjom tym nadano wysoką rangę w dzienniku - w 4 serwisach informację tę umieszczono w forszpanie, a w 3 - na pierwszym miejscu w serwisie.

Podsumowując, dużą grupę przekazów wyborczych stanowiły ważne dla wyborców informacje dotyczące instruktażu wyborczego. Pozostałe przekazy odnosiły się bezpośrednio do komitetów wyborczych i kandydatów. Dominowała tu agitacja partyjna i informacje sensacyjne dotyczące głównie procesów w trybie wyborczym. Konkretnie programowym poświęcono znikomą ilość czasu.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radia Katowice nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Brak równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów, wystąpił natomiast w prezentacji komitetów wyborczych w dziennikach Radia Katowice. Jak przedstawiono wyżej, komitetom wyborczym PO i PiS poświęcono więcej przekazów i dużo więcej czasu niż pozostałym. Te dwa komitety zajęły dwa razy więcej czasu niż wszystkie pozostałe łącznie.

W serwisach Radia Katowice mówiono jedynie o dwóch komitetach lokalnych: o Forum Samorządowym i P. Uszoka (w 4 przekazach) i o Ruchu Autonomii Śląska (w jednym przekazie) - na 924 komitetów lokalnych zarejestrowane w woj. śląskim.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Katowice	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym o dokumentach	potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	1	0:15:00	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	11	0:12:28	11	10	10	9	4	0	0	0	0	2	5
razem	12	0:27:28	12	10	11	10	5	0	1	1	0	3	5

Radio Katowice nadało w ramach audycji „Kawa na ławę” jedną piętnastominutową rozmowę z dyrektorem delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Katowicach.

W rozmowie tej została wyjaśniona większość kwestii ważnych dla wzięcia udziału w głosowaniu i prawidłowego oddania głosu (zob. tabela powyżej). Audycja była wyemitowana na dwa dni przed wyborami – w piątek 19 listopada w porannym szczycie słuchalności radia – o godz. 7:45.

Radio Katowice zamieszczało porady związane z głosowaniem również w serwisach informacyjnych nadawanych o różnych porach dnia. W monitorowanym okresie, tego rodzaju porady nadawano regularnie w ciągu tygodnia o różnych porach dnia.

Łącznie, w monitorowanym okresie, instruktaże wyborcze stanowiły 14,6% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Katowice **2 godziny 24 minut**, czyli **2%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia retransmitowała w tym czasie (19 XI) publiczną debatę kandydatów do Sejmiku województwa, przeprowadzoną na Uniwersytecie Śląskim, nad którą Radio Katowice, jak poinformowano, objęło patronat medialny. W ramach stałych codziennych audycji: „Kawa na ławę” i „Temat do dyskusji”, nadano cykl rozmów ze specjalistami z Uniwersytetu Śląskiego poświęconych samorządom i kampanii. Tematyki tej dotyczyły też dwie krótkie rozmowy z politykami.

Publicystyka wyborcza w Radiu Katowice	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Deбата wyborcza	1	45'	0,6%
Rozmowy z ekspertami	3	1h 32'	1,3%
Rozmowy z politykami	2	7'	0,1%
Razem	6	2h 24'	2,0%

Własne debaty wyborcze Radio Katowice przeprowadziło w okresie wcześniejszym, nie objętym badaniem. Zorganizowano i nadano 3 debaty na urząd prezydentów miast: Katowic, Bielska-Białej i Częstochowy (7 XI).

I. Debata wyborcza do Sejmiku województwa

Debata, której **fragmenty** nadano w ostatnim dniu kampanii na antenie Radia Katowice, odbyła się 26 października na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego. Była szeroko komentowana w regionalnych mediach jako debata polityczna o autonomii Śląska.

– Uczestnicy debaty

Zaproszono do niej, jak poinformowano w krótkim wstępie na antenie rozgłośni, katowickie „jedyńki” w wyborach do Sejmiku, czyli kandydatów zajmujących pierwsze miejsca na listach zarejestrowanych w wyborach do Sejmiku w okręgu katowickim. W istocie jednak spośród **16** komitetów wyborczych, w tym 12 komitetów partii i organizacji i 4 komitetów wyborców, które zarejestrowały listy w wyborach do Sejmiku województwa w okręgu katowickim, zaproszono do debaty przedstawicieli tylko **5 największych komitetów** - czterech partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD i PiS, oraz komitetu Ruchu Autonomii Śląska (RAŚ). Byli to zarazem prominentni działacze samorządowi i społeczni (dwóch dotychczasowych wicemarszałków Sejmiku, przewodniczący RAŚ) lub urzędnicy państwowi wysokiego szczebla (dotychczasowy wicewojewoda; była minister w Kancelarii Prezydenta i Główna Inspektor Pracy).

Liczba komitetów uczestniczących w wyborach do Sejmiku w okręgu katowickim	w tym:		Komitety reprezentowane w debacie	w tym:	
	komitety partii i organizacji	komitety wyborców		komitety partii i organizacji	komitety wyborców
16	12	4	5	5	0

Do debaty na Uniwersytecie Śląskim nie zaproszono przedstawicieli żadnego z komitetów partii pozaparlamentarnych ani komitetów wyborców.

– Sposób przedstawienia kandydatów

Uczestnicy byli przedstawiani przez prowadzącego poprzez wskazanie ich obecnych lub byłych funkcji samorządowych i państwowych (wicemarszałek, wicewojewoda, minister) i ewentualnych tytułów naukowych oraz przynależności partyjnej lub komitetu wyborczego. Tak też się do nich zwracano w trakcie debaty.

– **Formuła debaty**

Nie wiadomo, jaki był rzeczywisty czas debaty na Uniwersytecie, ponieważ tego na antenie nie podano. Nadane w Radiu Katowice fragmenty (czy też skrót) debaty zajęły **45 minut**.

Debatę prowadził pracownik naukowy Uniwersytetu. Zaproszono do niej troje innych pracowników naukowych Uniwersytetu: politologów i socjologa, w roli ekspertów komentujących wypowiedzi kandydatów i zadających im pytania.

Debata, jak wynikało z zapowiedzi prowadzącego na wstępie, miała mieć trzy części: w pierwszej kandydaci przedstawiali, jak to określono, swoje mini-expose, w drugiej - zaproszeni naukowcy oceniali je i komentowali, w trzeciej pytania kandydatom mieli zadawać przysłuchujący się debacie studenci i dziennikarze.

W skrócie debaty nadanym na antenie Radia Katowice przedstawiono część pierwszą, a z drugiej - wystąpienia dwojga komentatorów. Nie nadano komentarza trzeciego z ekspertów ani trzeciej części debaty, czyli pytań publiczności.

Na swoje expose każdy z kandydatów miał, jak podał prowadzący, 5 do 6 minut. Na antenie wypowiedzi te trwały tylko od 2,5 do 5 minut, musiały więc zostać skrócone (montaż nie był widoczny), choć nie wiadomo, w jakim stopniu. Oprócz wypowiedzi wstępnych każdy z kandydatów zabierał na antenie jeszcze głos dwukrotnie, odpowiadając na pytania - takie same dla wszystkich - dwojga ekspertów.

– **Prezentacja programów w debacie**

Pozostawienie kandydatom możliwości swobodnej, dłuższej wypowiedzi pozwoliło na sformułowanie przez nich własnej wizji rozwoju samorządu. Większość uczestników debaty przedstawiała nie tyle program realizacji zadań Sejmiku województwa, co program w zakresie samorządności jako takiej i relacji samorządów do struktury państwa. Kandydaci domagali się „dokończenia reformy samorządowej”, tj. zwiększenia kompetencji samorządów, zwłaszcza powiatowego i wojewódzkiego, przejęcia od państwa dalszych kompetencji i uprawnień, przesunięcia na programy regionalne, jako znacznie bardziej efektywne niż programy rządowe, większej niż dotychczas części prorozwojowych środków unijnych, zwiększenia samodzielności regionów i uprawnień samorządu terytorialnego. Najbardziej radykalny w tym zakresie był przedstawiciel RAŚ, który przedstawił program „Autonomia 2020”, zakładający przejście w Polsce do federacji regionów, z możliwością wydawania przez samorząd aktów prawnych z mocą ustawy i pełną autonomią fiskalną.

Mówiono ponadto o potrzebie uchwalenia ustawy metropolitalnej tworzącej aglomerację śląską jako silny organizm miejski, o konieczności poprawy infrastruktury drogowej, zmniejszenia bezrobocia i poprawy bezpieczeństwa pracy, oraz o problemie wyludniania się Katowic, czyli ucieczki młodych ze Śląska, któremu należy przeciwdziałać poprzez ofertę kulturalną, uatrakcyjnienie miasta jako miejsca nie tylko pracy, ale i odpoczynku, tworzenie miejsc pracy. Sprawy te były jednak przedstawiane przez kandydatów w kategoriach zadań i potrzeb, a nie konkretnych programów działania.

Eksperci zadali uczestnikom debaty dwa pytania. Pierwsze dotyczyło postulowanego kierunku reformy samorządowej w Polsce i modelu samorządu wojewódzkiego - czy ma to być model „petycji do władz centralnych”, czy też model demokratycznej Polski zdecentralizowanej. W drugim proszono uczestników o dookreślenie, jaka jest ich i ich partii wizja rozwoju Śląska, a jeśli jest to wizja utworzenia wielkiej aglomeracji jako drogi rozwiązania problemów regionu, to jaki konkretnie jest ten projekt.

Odpowiadając, wszyscy kandydaci uznali za właściwe zwiększenie autonomii terytorialnej, choć, jak się wydaje, różnie ją rozumieli: od „wspólnoty małych ojczyzn” (PiS) po całkowitą prawną, organizacyjną i finansową autonomię regionów (RAŚ). Uzupełnili też przedstawione wcześniej idee, odnosząc się między innymi do podziału kompetencji między poszczególnymi szczeblami samorządu: kto powinien zawiadywać siecią dróg, oświatą, służbą zdrowia, decydować o inwestycjach itd. Co interesujące, zwolennicy maksymalnej autonomii regionów chcieli zarazem stworzenia silnego samorządu wojewódzkiego, kosztem uprawnień samorządu niższych szczebli - podczas gdy zwolennicy pozostawienia struktur państwa bronili samodzielności miast i gmin, opowiadając się za utrzymaniem ich dotychczasowych kompetencji.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Wszyscy uczestniczący w debacie kandydaci byli traktowani przez prowadzącego w taki sam, neutralny sposób. Kolejność wypowiadających się była w każdej rundzie zmieniana. Przestrzegano też, jak to opisano wyżej, reżimu czasowego tzw. expose. Nie wiadomo natomiast, jaki - czy równy, czy dowolny - był podział czasu między kandydatami w dalszej części debaty.

W prezentowanym na antenie skrócie debaty, dokonanym przez Radio Katowice, nie zachowano pełnej równowagi czasu między kandydatami. Zbliżoną ilość czasu w debacie jako całości zajęły wypowiedzi kandydatów PO, PiS i SLD, mniej - kandydatów RAŚ i PSL. Różnice wystąpiły przede wszystkim w odniesieniu do nadanych na antenie expose, gdzie

wypowiedź kandydata PSL zajęła blisko dwa razy mniej czasu niż pozostałych. Natomiast odpowiedzi kandydatów na pytania ekspertów zajęły na antenie podobną ilość czasu.

Kandydat	Czas expose	Czas odpowiedzi na pytania ekspertów	Łączny czas wypowiedzi w debacie
PO	4'45"	3'26"	8'11"
PiS	5'	3'05"	8'05"
SLD	4'37"	3'15"	7'52"
RAŚ	4'	3'18"	7'18"
PSL	2'30"	3'22"	5'52"

Nie wiadomo, w jakim stopniu różnice czasu wypowiedzi kandydatów wynikały z rzeczywistej długości ich wypowiedzi w debacie, a w jakim z dokonanych przez Radio Katowice skrótów. Należy jednak przyjąć, że za brak pełnej równowagi czasu odpowiada nadawca, ponieważ to on dokonał wyboru fragmentów (skrótów) na antenę.

Oddzielną sprawą jest wybór uczestników debaty, w którym nie dano równych szans wszystkim komitetom uczestniczącym w wyborach do Sejmiku. Wybór uczestników był dobrym prawem organizatora, czyli Uniwersytetu Śląskiego, i Radio Katowice za ten wybór nie odpowiada. Niemniej wydaje się, że decydując się na retransmisję debaty, nadawca powinien był poinformować słuchaczy we wstępie, że w debacie uczestniczy tylko część komitetów.

II. Rozmowy z ekspertami i politykami

Partia	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówcy	Czy Kandyduje	Temat
nie dotyczy	15 XI	11'	Ekspert - problematyka samorządowa, prof. Marek Barański, UŚI	nie	Upolitycznienie kampanii
nie dotyczy	16 XI	41'	Ekspert - p. Weronika Ślęzak-Tazbir, socjolog z UŚI; działacz ngo - Grzegorz Wojkowski, Stowarz. Bona Fides	nie	Bierność społeczeństwa, Nieznajomość działalności i uprawnień samorządów
nie dotyczy	18 XI	40'	Ekspert - problematyka samorządowa, dr Sebastian Kuwas, UŚI	nie	Przyczyny niskiej frekwencji
PO	18 XI	3'	Jerzy Buzek, przew. Parlamentu Europejskiego	nie	Wzmocnienie powiatów
Partia Kobiet [kandydują z list SLD]	18 XI	4'	Magdalena Konus, członkini Partii Kobiet	tak	Wydarzenie w kampanii (relacja reporterska)

Rozmowy z ekspertami dotyczyły przede wszystkim braku znajomości pracy samorządu wśród mieszkańców regionu, wynikającej stąd bierności w wyborach i braku rzeczywistych, własnych preferencji co do osób kandydatów - zdaniem ekspertów, dlatego właśnie w wyborach zwyciężają tak często kandydaci już znani ze swej działalności. Rozmawiano także o niedostatecznej aktywności i zakorzenienia w społecznościach lokalnych organizacji pozarządowych, które powinny przygotowywać działaczy spośród tych społeczności, przygotowanych do pracy w samorządzie. Poruszono także kwestię upolitycznienia kampanii - zdaniem eksperta, prof. Marka Barańskiego, wszyscy ten fakt krytykują, niemniej w sytuacji gdy wiedza wyborców o kandydatach nie jest duża, a tak właśnie jest w tej kampanii, wspieranie kandydatów przez liderów partii jest po prostu konieczne.

Co do polityków, prof. Jerzy Buzek odniósł się przede wszystkim do potrzeby wzmocnienia powiatów, które, jego zdaniem, powinny być tym ogniwem samorządu, który ma środki na inwestycje i podejmuje decyzje w tym zakresie. Natomiast relacja reporterska i rozmowa z członkiniami Partii Kobiet w regionie śląskim związana była z przeprowadzanym przez nie happeningiem wyborczym na ulicach Katowic, w którym promowały udział kobiet w wyborach (członkinie PP kandydowały w Katowicach z list SLD).

– Szczelbel wyborów

Debata zorganizowana przez Uniwersytet Śląski i transmitowana w badanym tygodniu w Radiu Katowice dotyczyła kandydatów do Sejmiku, czyli wojewódzkiego szczelbla samorządu. Własne audycje publicystyczne rozgłośni w tym okresie dotyczyły ogólnie problemów samorządu i kampanii i nie odnosiły się do konkretnego szczelbla wyborów.

We wcześniejszym okresie kampanii Radio Katowice zorganizowało i nadało własne debaty programowe - kandydatów na urząd prezydentów miast w trzech miastach regionu: wojewódzkim i powiatowych.

– Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Katowice

Debata, zorganizowana przez Uniwersytet Śląski, pozwoliła poznać poglądy kandydatów głównych partii i ruchów w regionie na politykę samorządową, kwestię decentralizacji państwa i polityczny program działań w ramach wojewódzkiego szczelbla samorządu. Niewiele mówiono w niej natomiast o programach rozwiązywania konkretnych problemów województwa, wpływających na jakość życia mieszkańców.

Debata była dość specjalistyczna, tj. wymagała w odbiorze wiedzy o obecnych uprawnieniach samorządu, zasadach finansowania i podziale kompetencji między jego różnymi szczeblami itp., ponieważ w toku dyskusji powoływano się na te regulacje, ale ich nie objaśniano. W tym więc sensie była skierowana bardziej do innych polityków, samorządowców i ekspertów niż do ogółu wyborców, którzy na ogół nie mają tak specjalistycznej wiedzy o samorządach. Do wyborców mógł trafić przede wszystkim przekaz polityczny: autonomia czy nie.

Ograniczeniem informacyjnej wartości debaty dla wyborców był także omówiony wyżej brak wzmianki na antenie o innych komitetach uczestniczących w wyborach.

W pozostałych audycjach rozważano najczęściej kwestię wpływu partii politycznych na dobór kandydatów i wynik wyborów, przedstawiono także brak znajomości pracy samorządu wśród mieszkańców regionu.

RADIO KIELCE

W wyborach samorządowych w województwie świętokrzyskim uczestniczyło 11 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 588 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 115 rad, w tym do rad 1 miasta na prawach powiatu (Kielce), 13 rad powiatowych i 102 - gminnych, oraz 4 prezydentów miast (Kielce, Ostrowiec Świętokrzyski, Skarżysko-Kamienna, Starachowice), 27 burmistrzów i 71 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Kielce w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **4 godziny 26 minut**, czyli **3,7%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów miast oraz 3 audycje edukacyjno-instruktażowe poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Kielce	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	22	32'	0,4%
Instruktaż wyborczy	5	11'	0,2%
Publicystyka	4	3h 43'	3,1%
Razem	31	4h 26'	3,7%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie o godzinie 16.00, tj. (zgodnie z deklaracją nadawcy) w porze najlepszej słuchalności Radia Kielce, tematyka wyborcza pojawiła się w 5 głównych wydaniach „Wiadomości” (jedno wydanie każdego dnia - średni czas trwania 19 minut). Zajęły one łącznie 1 godz. 36 minut, zamieszczono w nich 75 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **5 serwisach**, czyli we wszystkich wyemitowanych we wskazanym czasie. Nadano w nich **22 przekazy dotyczące wyborów**,

które zajęły łącznie **33 minuty** i stanowiły **29,3%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie oraz **34%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 19 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Trzy przekazy miały charakter kryptowyborczy - ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych była zróżnicowana w poszczególnych dniach tygodnia. W poniedziałek oraz piątek, czyli na początku i na końcu tygodnia - przed dniem wyborów, odnotowano od 6 do 7 przekazów poświęconych wyborom, zaś od wtorku do czwartku nadawano od 1 do 3 przekazów dziennie. Na ich większą liczbę w pierwszym i ostatnim dniu tygodnia wpłynęła m.in. emisja przekazów dotyczących instruktażu wyborczego, zapowiedź radiowych i telewizyjnych debat przedwyborczych oraz omówienie bieżących procesów sądowych w trybie przedwyborczym.

Informacje wyborcze w głównych wydaniach „Wiadomości” miały stosunkowo niską rangę – tylko 1 raz przekaz wyborczy został zapowiedziany w forszpanie (18.XI) i dotyczył on poparcia przez kandydatów Prawicy Rzeczypospolitej idei budowy Świętokrzyskiej Wyspy Tropikalnej, żaden z 19 przekazów nie znalazł się w dzienniku na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W ponad jednej trzeciej przekazów (37% przekazów, 38% czasu) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły one bowiem wyborów wszystkich szczebli (tj. np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. wypowiedź liderów partii popierających kandydatów na wszystkich szczeblach wyborczych)

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Kielc (32% przekazów i 33% czasu) i były to np. zapowiedzi debat radiowych i telewizyjnych, wyniki sondażu przedwyborczego, programy kandydatów z ramienia PIS i PO, a także sprostowania wypowiedzi kandydata z ramienia SLD. Rzadziej (11% przekazów i 8% czasu) informowano o wyborach na urząd prezydenta Ostrowca Świętokrzyskiego - były to zapowiedzi debaty oraz wyniki sondażu. Podobne miejsce zajęły przekazy dotyczące wyborów na urząd wójta (11% przekazów, 6% czasu) oraz instruktażu wyborczego (11% przekazów, 9% czasu). Pozostałe szczeble wyborów potraktowano dość marginalnie. Nadano po jednym przekazie dotyczącym wyborów na urząd burmistrza (5% przekazów, 7% czasu) oraz kampanii wyborczej na szczeblu powiatu (5% przekazów, 8% czasu).

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydenta miast - Kielc i Ostrowca Świętokrzyskiego (43% przekazów, 41% czasu). Nie informowano o przebiegu kampanii do sejmiku województwa, rad miasta oraz gmin wiejskich.

Komitety wyborcze

Nadano łącznie 35 informacji odnoszących się do poszczególnych komitetów (czasem jeden przekaz zawierał po kilka informacji o różnych komitetach). Stanowiły one ponad siedemdziesiąt procent (77,3%) czasu trwania przekazów wyborczych. Wypowiedzi – „setki” - przedstawicieli poszczególnych komitetów stanowiły 84,1% wszystkich wypowiedzi nadanych w przekazach wyborczych.

Najczęściej (w 21 informacjach) mówiono o komitetach wyborczych czterech partii parlamentarnych: KW PiS (7 razy), KW PO (5 razy), KW PSL (5 razy). Prawie o połowę mniej informacji (4) dotyczyło KW SLD. Pozostałe 14 informacji dotyczyło 1 komitetu ogólnopolskiego (Porozumienie Prawicy) oraz 9 lokalnych (KW Świętokrzyski Komitet Obrony Społecznej, KWW Teraz Kielce, KWW Nasza Gmina Pawłów, KW Wspólnota Świętokrzyska Aktywni, KWW Porozumienie Samorządowców, KW Porozumienie Samorządowe Wojciech Lubawski, KW Wyborców Jana Szostaka, KW Ostrowiecki Ruch Społeczny).

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania KW PiS - 15% wszystkich informacji o partiach i komitetach. Informacje dotyczące tego komitetu zajęły prawie 4 razy więcej czasu niż informacje poświęcone KW SLD - 4%, któremu poświęcono najmniej czasu spośród komitetów wyborczych partii parlamentarnych.

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazów	% czasu przekazów	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PiS	7	20%	4’02”	15%	1’24”	24%
KW PSL	5	14%	2’38”	10%	1’09”	19%
KW PO	5	14%	2’04”	7%	56”	16%
KW SLD	4	12%	1’08”	4%	54”	15%
KW Prawica Rzeczypospolitej	2	6%	2’42”	10%	1’08”	19%
KW Świętokrzyski Komitet Obrony Społecznej	2	6%	45”	5%	-	-
KW Teraz Kielce	2	6%	24”	3%	-	-
KWW Nasza Gmina Pawłów	2	6%	27”	3%	23”	6%
KW Wspólnota Świętokrzyska Aktywni	1	3%	21”	2%	-	-
KW Porozumienie Samorządowców	1	3%	7”	0,5%	-	-
KW Porozumienie Samorządowe Wojciech Lubawski	1	3%	17”	2%	-	-
KW Twój Ostrowiecki Samorząd	1	3%	8”	1%	-	-
KW Wyborców Jana Szostaka	1	3%	8”	1%	-	-
KW Ostrowiecki Ruch Społeczny	1	3%	8”	1%	-	-

Informacje dotyczące pozostałych 9 komitetów lokalnych pojawiły się na antenie po jednym razie i trwały od 8” do 45”. W większości były to informacje zawarte w sondażach i nie były obrazowane wypowiedziami polityków. Wyjątkiem była wypowiedź Jana Pochcia, przedstawiciela KW Wyborców Nasza Gmina Pawłów (23”), który pozwał byłego wójta Ignacego Gieradę (PSL) o zawarcie nieprawdziwych informacji w materiałach wyborczych.

Należy podkreślić, że słuchacze Radia Kielce mieli możliwość uzyskania informacji, poza informacjami o 4 komitetach wyborczych partii parlamentarnych, jedynie o 9 spośród 588 lokalnych komitetów wyborczych zarejestrowanych w województwie świętokrzyskim.

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (23%) poświęcono informacjom o programach komitetów i kandydatów. Dotyczyły one dwóch partii parlamentarnych: PIS i PO oraz ogólnopolskiej pozaparlamentalnej partii Prawica Rzeczypospolitej. W tym 3 przekazy z 5

mówiły o programie kandydata KW PIS (relacje ze spotkań z wyborcami). Wszystkie przekazy były ilustrowane wypowiedziami kandydatów.

Drugą dużą grupą przekazów (18,2%) były relacje z procesów sądowych w trybie wyborczym. W monitorowanym okresie informowano o rozpatrywaniu trzech pozwów w trybie wyborczym. Dotyczyły one rozpowszechniania nieprawdziwych informacji np.: Bartłomiej Derywalski (członek PiS, kandydat KW Porozumienie Prawicy) oskarżył Sławomira Owczarka (KW PSL), Jan Pocheć (KW Nasza Gmina Pawłów) wystąpił przeciw Ignacemu Gieradzie (KW PSL) i Bogusław Włodarczyk (KW PO) pozwał Stanisława Podlódowskiego (KW PIS).

Następną grupę (9,1%) stanowiły informacje o poparciu kandydatów przez kierownictwo partii w regionie oraz elementy partyjnej agitacji wyborczej. Między innymi informowano o poparciu przez kandydatów z list Prawicy Rzeczypospolitej budowy Świętokrzyskiej Wyspy Tropikalnej (obiektu łączącego funkcje sportowe, edukacyjne i rozrywkowe). Po dwa przekazy poświęcono wynikom sondaży przedwyborczych, przeprowadzonych specjalnie na zlecenie Radia Kielce, oraz instruktażowi wyborczemu.

Obrazu kampanii dopełniały przekazy o debatach wyborczych na urząd prezydenta Kielc i pozostałych miast regionu (Ostrowca Świętokrzyskiego). Wysoką rangę zajęły przekazy krypto wyborcze (13,6%).

Podsumowując, tematyka przekazów wyborczych w Radiu Kielce skupiona była na prezentacji programów poszczególnych kandydatów. Dotyczyło to przede wszystkim kandydatów reprezentujących komitety ogólnopolskie (KW PO, KW PiS, KW SLD czy KW Prawica Rzeczypospolitej). Lokalne komitety były raczej przedstawiane w kontekście trwających debat, sondaży i przekazów opisujących zakłócenia w kampanii.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Kielce nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano pod tym względem komitet wyborczy partii parlamentarnej PiS wobec komitetów wyborczych pozostałych partii parlamentarnych i komitetów lokalnych.

Przekazy kryptowyborcze

Trzy z przekazów nadanych w monitorowanej próbie programu w tygodniu przedwyborczym (15-19 listopada 2010 roku) w „Wiadomościach” Radia Kielce zakwalifikowano jako kryptowyborcze (o łącznym czasie trwania 4 minuty 11 sekund).

Dwa z nich nadano we wtorek 16 listopada.

- Pierwszy był poświęcony podsumowaniu czteroletniej kadencji samorządu powiatowego. Zenon Janus, starosta powiatu kieleckiego, przez ok. 51 sekund opowiadał o inwestycjach, które zrealizowano przez ostatnie cztery lata, ponadto dziennikarze poinformowali radiosłuchaczy o pozostałych sukcesach obecnego Samorządu. Przez cały czas trwania przekazu nie podano informacji, że Zenon Janus ponownie kandyduje w wyborach do Rady Powiatu. (czas: 1 minuta 34 sekundy)
- W drugim przekazie, poświęconym otwarciu drogi w Sędziszowie (w ramach Narodowego Programu Przebudowy Dróg Lokalnych) wypowiadał się burmistrz Wacław Szarek, który przez 35 sekund podkreślał wagę niniejszej inwestycji. Następnie przedstawiono sondaż, w którym mieszkańcy nie kryli zadowolenia z inwestycji. Na koniec dziennikarz poinformował radiosłuchaczy o kosztach niniejszego przedsięwzięcia i współfinansowaniu go w ramach narodowego programu przebudowy dróg lokalnych. W wyżej opisanym przekazie nie poinformowano, że Wacław Szarek jest jedynym kandydatem na stanowisko burmistrza Sędziszowa. (czas: 1 minuta 34 sekundy)

W środę 17 listopada w przekazie poświęconym zakończeniu po 11 latach sporu dotyczącego podziału budynku świętokrzyskiego urzędu wojewódzkiego, poproszono o wypowiedź wicemarszałka Zdzisława Wrzałkę. W przekazie nie poinformowano o ponownym kandydowaniu wicemarszałka do sejmiku województwa świętokrzyskiego. (czas: 1 minuta 37 sekund).

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Kielce	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	3	0:08:51	0	1	0	1	2	1	0	1	1	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	2	0:02:25	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
razem	5	0:11:16	0	1	0	1	2	1	0	1	2	1	0

Radio Kielce w porze wysokiej słuchalności (10:20) nadawało codziennie audycję „Wyborcze ABC”. Dwa z wydań tej audycji miały charakter edukacyjny – dotyczyły rozwoju samorządności w Polsce, natomiast pozostałe trzy były audycjami instruktażowymi – omówiono w nich przebieg wyborów, proporcjonalny i większościowy system głosowania, rodzaje kart wyborczych. Poinformowano też o godzinach otwarcia lokali wyborczych, dokumentach potrzebnych do głosowania, oraz o możliwości ustanowienia pełnomocnika dla osoby niepełnosprawnej. W tematykę wyborów wprowadzali słuchacze obecni w audycji eksperci – Dyrektor Zespołu Kontroli i Finansowania Partii Politycznych i Kampanii Wyborczych PKW oraz Dyrektor Delegatury KBW w Kielcach. Większość z tych informacji została przekazana w audycji wyemitowanej w ostatnim dniu kampanii wyborczej.

W serwisach informacyjnych, informowano słuchaczy o możliwości dopisania się do rejestru wyborców poza miejscem zameldowania, oraz o zasadach obowiązujących w czasie ciszy wyborczej.

Przekazy instruktażowe zajęły 4,4% łącznego czasu nadawanych przekazów o tematyce wyborczej.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Kielce **3 godziny 43 minuty**, czyli **3,1%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia zorganizowała w tym czasie i nadała **publiczne** debaty kandydatów na urząd prezydenta w czterech prezydenckich miastach regionu: Skarżysko-Kamiennej (16 XI), Starachowicach (17 XI), Ostrowcu Świętokrzyskim (18 XI) i Kielcach (19 XI).

Publicystyka wyborcza w Radiu Kielce	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Deбаты wyborcze	4	3h 43'	3,1%

Deбаты wyborcze

– Uczestnicy debat

W czterech omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta łącznie 25 osób: 13 kandydatów z komitetów partii parlamentarnych i 12 osób z komitetów lokalnych - wśród tych ostatnich czterech aktualnych prezydentów ubiegających się o reelekcję.

Radio Kielce zaprosiło do debat, jak podkreślono na antenie, wszystkich kandydatów. Z wyjątkiem debaty w Skarżysku-Kamiennej, gdzie nie stawily się bez podania przyczyn 3 osoby, wszyscy kandydaci przyjęli zaproszenie.

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radio Kielce	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament.*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Skarżysko-Kamienna	6	2	4	3	1	2
Starachowice	5	4	1	5	4	1
Ostrowiec Świętokrz.	7	3	4	7	3	4
Kielce	7	4	3	7	4	3
Razem	25	13	12	22	12	10

* Kandydaci partyjni na urząd prezydenta: w Skarżysku-Kamiennej - z komitetów PO i SLD, w Ostrowcu - PO, SLD i PiS, w Starachowicach i Kielcach - kandydaci wszystkich 4 partii parlamentarnych.

– Sposób przedstawienia kandydatów

Przedstawiając uczestników debaty, prowadzący obok imienia i nazwiska wskazywali tylko ich komitet wyborczy. W żadnej z debat nie przewidziano wstępnej prezentacji ani

autoprezentacji kandydatów, nie podawano też informacji o ich dotychczasowej działalności w samorządach i pełnionych funkcjach (nawet w odniesieniu do ubiegających się o reelekcję prezydentów).

Funkcje te i stanowiska ujawniali natomiast sami uczestnicy debaty, zwracając się do siebie stosownymi tytułami. Wśród kandydatów znajdowali się obecni i poprzedni prezydenci i wiceprezydenci miast, byli wojewodowie, byli radni itd., a także jeden z senatorów. Tylko nieliczni kandydaci nie mieli za sobą kariery samorządowej.

– **Formuła debat**

Deбаты trwały około 50 minut, jedynie debata na urząd prezydenta Kielc był znacznie dłuższa - trwała blisko półtorej godziny. Miały stałych prowadzących - dwójkę dziennikarzy Radia Kielce. Przeprowadzono je w studiu radiowym rozgłośni, z udziałem publiczności. Zaproszenia na debaty były rozdawane wcześniej na antenie, można było je zdobyć dzwoniąc do studia. Uprawniały one do zadawania pytań kandydatom. Debata na urząd prezydenta Kielc była retransmitowana tego samego dnia w godzinach późniejszych na antenie regionalnego oddziału TVP.

Deбаты miały podobny przebieg. Składały się z kilku rund odpowiedzi na pytania dziennikarzy, takich samych dla wszystkich uczestników, z rundy odpowiedzi na pytania publiczności i rundy pytań kandydatów do siebie nawzajem. W poszczególnych rundach kolejność odpowiadających była zmieniana. Na zakończenie debat kandydaci (z wyjątkiem debaty w Skarżysku) wygłaszali końcowe oświadczenia.

Publiczność zadawała pytania wybranym przez siebie kandydatom bezpośrednio w studio. Osoby z publiczności mające możliwość zadania pytania losowano w danej rundzie, na podstawie numerów uzyskanych wcześniej w radiu zaproszeń.

Czas na odpowiedzi kandydatów był stały - po półtorej minuty, pytania publiczności i kontrkandydatów nie mogły przekroczyć 30 sekund. W rundzie pytań wzajemnych pytający po uzyskaniu odpowiedzi od rywala miał czas na ripostę - 30 sekund. Na oświadczenie końcowe dano kandydatom 2 minuty. Czas pytań i odpowiedzi był odmierzany dźwiękiem zegara.

Z wyjątkiem debaty w Skarżysku-Kamiennej, uczestnicy debaty nie słyszeli, jak na pytania dziennikarzy odpowiadają inni kandydaci - na czas ich wypowiedzi zakładali obowiązkowe słuchawki.

W dniu debaty trwała sonda smsowa, zapowiadana na antenie jako „Wielki sondaż popularności kandydatów na prezydenta”; głosowano w niej na pretendentów z miasta,

którego debata dotyczyła. Wyniki sondy były przedstawiane na zakończenie debat (z wyjątkiem Skarżyska-Kamiennej, gdzie sonda jeszcze trwała), ale już nie komentowane.

– **Prezentacja programów w debatach**

Pytania przygotowane przez dziennikarzy dotyczyły głównych problemów omawianych miast i regionu: przewyciężenia bezrobocia i ucieczki młodych z miasta; sposobów przyciągnięcia inwestorów; perspektyw rozwoju specjalnej strefy ekonomicznej w regionie i omawianych miastach; zasadności budowy hipermarketów; problemów z komunikacją zbiorową i ewentualnej komunalizacji PKS; rewitalizacji centrum miasta i in.

Pytania od kontrkandydatów i publiczności odnosiły się z kolei do konkretnych przedsięwzięć i decyzji podjętych przez ustępujące władze miasta; najczęściej zresztą były ich krytyką. Należy dodać, że wśród publiczności, jak wynikało z treści wypowiedzi, przeważały osoby same zaangażowane czynnie w działalność samorządową - obecni lub byli radni itp. Ponieważ liczba pytań do jednego kandydata (zarówno ze strony publiczności jak i kontrkandydatów) nie była limitowana, debata przypominała w tych rundach grę do jednej bramki, gdzie broniącym podjętych w mijającej kadencji rozwiązań był ustępujący prezydent.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Kielce, poprzez zaproszenie do debaty wszystkich kandydatów uczestniczących w wyborach na urząd prezydenta w czterech miastach regionu, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom. Nieobecność trzech kandydatów w debacie w Skarżysku-Kamiennej była niezależna od rozgłośni.

W debatach została zachowana ze strony prowadzących pełna równowaga w traktowaniu kandydatów. Przyjęte reguły debat (takie same pytania do wszystkich kandydatów, równy czas odpowiedzi, losowanie kolejności odpowiadających i zmiana tej kolejności w każdej rundzie, a także brak możliwości „podśluchania” odpowiedzi kontrkandydatów), dawały wszystkim uczestnikom równe szanse wypowiedzenia się we wszystkich poruszanych problemach i równą pozycję w debacie. Prowadzący dbali o przestrzeganie limitu czasowego wypowiedzi (przerywając je gdy czas minął) i odnosili się do wszystkich kandydatów w taki sam, neutralny sposób. Nie komentowali żadnych wypowiedzi kandydatów.

– **Szczebel wyborów**

Radio Kielce skoncentrowało się w badanym tygodniu na prezentacji programów kandydatów na urząd prezydentów miast: wojewódzkiego i trzech innych największych miast regionu. Przeprowadzono debaty wyborcze pretendentów we wszystkich czterech miastach województwa, w których ten urząd jest sprawowany.

– **Edukacyjno-poznawcze walory debat wyborczych w Radiu Kielce**

Debaty bardzo skutecznie służyły poznaniu poglądów kandydatów na najważniejsze problemy rozwoju poszczególnych miast i wybór dróg ich rozwiązania. Prowadzący debaty dziennikarze trafnie formułowali najważniejsze problemy, o czym świadczyła m.in. merytoryczność odpowiedzi kandydatów. Odpowiedzi na te pytania dobrze zarysowały różnice programowe między kandydatami. Dodatkowo, możliwość prowadzenia dyskusji przez uczestników, czyli zasady riposty i własnych pytań do kontrkandydatów, a także dopuszczenie dociekliwych pytań publiczności (kompetentnej, mimo że najczęściej stronnicej) pozwoliły uszczegółwić i ukonkretnić przedstawiane przez kandydatów projekty i programy.

RADIO KOSZALIN

W wyborach samorządowych w województwie zachodniopomorskim uczestniczyło 9 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 575 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 132 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Koszalin, Szczecin, Świnoujście), 18 rad powiatowych i 114 - gminnych, oraz 5 prezydentów miast (Koszalin, Stargard Szczeciński, Szczecin, Świnoujście), 58 burmistrzów i 51 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Koszalin w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **2 godziny 29 minut**, czyli **2,1%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także rozmowy z ekspertami na temat wyborów oraz 5 audycji edukacyjno-instruktażowych, poświęconych objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Koszalin	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	69	58'	0,8%
Instruktaż wyborczy	10	26'	0,4%
Publicystyka	4	1h 5'	0,9%
Razem	83	2h 29'	2,1%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-17.00, tj. w czasie wysokiej słuchalności Radia Koszalin, nadano 50 wydań serwisu informacyjnego „Wiadomości Radia Koszalin”, trwających średnio po 5 min. (10 wydań dziennie). Emisja nadawanego o pełnych godzinach dziennika (z wyłączeniem godz. 15.00), zajęła łącznie 4 godz. 1 min. W „Wiadomościach” zamieszczono 275 przekazów informacyjnych. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanem.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **39 serwisach**, czyli w ponad 3/4 wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **69 przekazów**

dotyczących wyborów, które zajęły łącznie **58 min.**, stanowiąc **25%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie oraz **24%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 56 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Pozostałe przekazy (13) miały charakter kryptowyborczy – ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

W poszczególnych dniach tygodnia emitowano średnio 10 przekazów wyborczych (ok. 1/5 wszystkich przekazów obecnych w dziennikach), na początku tygodnia było ich mniej (5-7 przekazów wyborczych w poniedziałek 15XI i środę 16XI), natomiast wzrost liczby przekazów wyborczych następował wraz ze zbliżającym się końcem kampanii (12-17 przekazów).

Przekazom wyborczym w serwisach Radia Koszalin nadano wysoką rangę – na 39 serwisów, w 33 przekazy wyborcze zapowiedziano w forszpanie, w 25 informacja związana z wyborami znalazła się na pierwszym miejscu w serwisie, a w 19 serwisach tego rodzaju przekaz znalazł się na drugim bądź trzecim miejscu.

Szczeble wyborów

W 56 przekazach wyborczych, niejednokrotnie wielowątkowych, dotyczących różnych szczebli wyborów, komitetów i zagadnień tematycznych, nadano 38 informacji odnoszących się do różnych szczebli wyborów oraz 22 odnoszące się co prawda do wyborów ale bez wskazania ich szczebla. Najwięcej, bo 38% dotyczyło kampanii na urząd prezydenta, 10% wyborów na burmistrza i 6% do rady miasta. Po 2 informacje dotyczyły szczebla rady powiatowej i sejmiku wojewódzkiego. Tylko 1 przekaz odnosił się do szczebla gminy wiejskiej i dotyczył kandydata na wójta gminy Chojnice.

Spośród 23 informacji odnoszących się do wyborów na prezydenta, aż 18 dotyczyło urzędu prezydenta Koszalina, a pozostałych 5 – prezydenta Piły (4) i Kołobrzegu (1). Także czasowy udział informacji odnoszących się do poszczególnych szczebli wyborów potwierdza te tendencje. W łącznym czasie emisji przekazów wyborczych (44 min.), połowę tego czasu poświęcono wyborom prezydenckim, 11% na burmistrza i po 2 % na urząd wójta, do rady miasta i sejmiku. Także wśród bezpośrednich wypowiedzi kandydatów („setki”) różnych szczebli dominowały „setki” kandydatów na urząd prezydenta: 55% czasu trwania „setek” w przekazach wyborczych zajęły dotyczące szczebla prezydenckiego, 11% na burmistrza, zaś inne szczeble nie były ilustrowane „setkami”.

Spośród 38 informacji wyborczych odnoszących się do określonego szczebla wyborów, 29 miało zapowiedź w forszpanie, a 20 nadano na pierwszym miejscu w serwisie.

Spośród tych przekazów **największą rangę nadano informacjom dotyczącym wyborów na urząd prezydenta miasta**, niższą – wyborom na burmistrza. Aż 17 informacji dotyczących kandydata na prezydenta i 6 na burmistrza miało swoją zapowiedź w forszpanie. Wśród nich, serwis rozpoczynało 12 przekazów dotyczących wyborów prezydenckich i 4 na burmistrza. Szczebel gminy wiejskiej w ogóle nie miał zapowiedzi w forszpanie i nie rozpoczynał żadnego dziennika.

Podsumowując, w dziennikach Radia Koszalin nadano najwięcej informacji dotyczących prezydenckiego szczebla wyborów, z dominacją wyborów na prezydenta Koszalina.

Komitety wyborcze

W przekazach wyborczych nadano 52 informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów wyborczych; przekazy niejednokrotnie dotyczyły różnych komitetów wyborczych.

Informacje odnoszące się do komitetów wyborczych zajęły łącznie 32 min., zaś czas bezpośrednich wypowiedzi („setek”) przedstawicieli komitetów 4 razy mniej (8 min.). Informacje o komitetach stanowiły blisko $\frac{3}{4}$ liczby przekazów wyborczych i ich czasu na antenie.

Informacje o komitetach dotyczyły 4 partii parlamentarnych (PO, PiS, SLD, PSL) oraz 5 komitetów lokalnych (KW Lepszy Koszalin, KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej, KW Terra, KWW Rozwój Gminy Chojnice, KWW Zbigniewa Kosmatka Razem dla Piły).

Najwięcej informacji dotyczyło PO (16 informacji), KW Lepszy Koszalin (14) oraz KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej w Ustce (7). Na kolejnym miejscu znalazł się SLD (6 informacji), zaś na pozostałe komitety przeznaczono od 1 do 4 informacji. Informacjom dotyczącym KW PO, KW Lepszy Koszalin oraz KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej w Ustce nadano wysoką rangę - na 26 informacji o komitetach obecnych w forszpanie, 21 dotyczyło ww. komitetów. Miały one również wysoką pozycję w serwisach.

Nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Na 44 min. czasu trwania przekazów wyborczych, najwięcej dotyczyło KW PO oraz KW Lepszy Koszalin (po 22% tego czasu). Przekazy dotyczące innych 4 komitetów: PiS, PSL, SLD, KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej zajęły zdecydowanie mniej czasu na antenie niż PO i KW Lepszy Koszalin. Jeśli chodzi o

obecność na antenie komitetów „własnym głosem”, to również najwięcej czasu zajęły „setki” przedstawicieli komitetów: PO (2 min. 40 sek.) i KW Lepszy Koszalin (3 min.).

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Partia/Komitet	Liczba przekaz	% liczby przekaz	Czas przekaz	% czasu przekaz	Czas setek	% czasu setek
KW PO	16	22%	0:09:38	22%	0:02:40	24%
KW Lepszy Koszalin	14	19%	0:09:36	22%	0:02:57	26%
KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej	7	10%	0:04:41	11%	0:00:00	0%
KW SLD	6	8%	0:04:01	9%	0:01:17	11%
KW PiS	4	6%	0:01:50	4%	0:00:35	5%
KW PSL	2	3%	0:00:54	2%	0:00:24	4%
KWW Rozwój Gminy Chojnice	1	1%	0:01:02	2%	0:00:00	0%
KW Terra	1	1%	0:00:20	1%	0:00:00	0%
KWW Zbigniewa Kosmatka Razem dla Piły	1	1%	0:00:10	0%	0:00:00	0%

Przekazom wyborczym dotyczącym KW PO nadano najwyższą rangę - w forszpanach zapowiedziano je 10-krotnie. Informacje o KW Lepszy Koszalin oraz KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej pojawiły się w forszpanie 5-6 razy. Pozostałe komitety obecne były w forszpanie znacznie rzadziej - maksymalnie 2-krotnie (SLD), a dotyczących KW PSL oraz KW Terra w ogóle nie było w forszpanie. Również z najlepszą pozycję serwisach otrzymały przekazy dotyczące KW PO – 12 razy na 1-3 miejscu. O połowę mniej przekazów umieszczonych na wysokich pozycjach w dzienniku miały: KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej oraz KW Lepszy Koszalin a jeszcze mniej SLD (4).

W ostatnim tygodniu kampanii, wśród przekazów wyborczych obecnych w serwisach, słuchacz Radia Koszalin nie uzyskał informacji o działaniach komitetów innych, poza 9 wyżej wymienionymi. Najwięcej miejsca i najwyższą rangę miały przekazy dotyczące PO i - w nieco mniejszym stopniu - komitetu lokalnego KW Lepszy Koszalin.

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (52% liczby informacji na temat wyborów) poświęcono przebiegowi kampanii, tj. konfliktom i procesom wyborczym (najczęściej), informacjom i zapowiedziom o spotkaniach wyborczych, zapowiedziom i relacjom z debat wyborczych, zapowiedziom audycji wyborczych. Na 15 informacji wyborczych dotyczących procesów w trybie wyborczym, 7 dotyczyło koszalińskiego sporu pomiędzy KW PO a KW Lepszy Koszalin. Komitet PO zarzucał kandydatowi lokalnego komitetu na prezydenta Koszalina nieprawidłowości w pozyskiwaniu środków finansowych na rzecz Politechniki Koszalińskiej, której kandydat był Kanclerzem. Informacje dotyczące konfliktu przekazywane były do ostatniego dnia kampanii i wyroku niekorzystnego dla PO. W innych 6 przekazach informowano o sporze w Ustce pomiędzy kandydującym z KWW Porozumienie Samorządowe Ziemi Słupskiej obecnym burmistrzem a lokalnym biznesmenem związanym ze Stowarzyszeniem Życzliwi Ustce, który rozpowszechniał informacje oczerniające władze ratusza i urzędników (wyrok korzystny dla burmistrza). Ponadto, 1 przekaz dotyczył pozwu (oddalonego przez sąd) wójta gminy Chojnice i kandydata z KWW Rozwój Gminy Chojnice przeciw portalowi www.gmina.chojnice.com, który zarzucał wójtowi kłamstwa i niegospodarność. Informowano także o konflikcie w Pile pomiędzy kandydatem do rady powiatu z listy PO a radną i kandydatką do sejmiku wojewódzkiego z listy SLD oraz konflikcie w Szczecinku między kandydatem do rady miasta z KW PO a lokalnym stowarzyszeniem KW Terra. Wszystkie przekazy dotyczące procesów wyborczych miały wysoką rangę – zapowiadane były w forszpanie oraz miały wysokie miejsce emisji w serwisach. Nadawano także relacje z konferencji komitetów podsumowujących przebieg kampanii i zachęcających do głosowania na ich kandydatów. Przekazy tego rodzaju dotyczyły największych komitetów, tj. SLD (2), PiS (2) i PSL (1). Nadawca w serwisach trzykrotnie poinformował słuchaczy również o porach emisji bloków audycji wyborczych na antenie Radia Koszalin.

Około 1/4 informacji wyborczych (23%) zajęły informacje o charakterze agitacyjnym (w 13 przekazach), tj. dotyczące wsparcia kandydatów i komitetów przez liderów partyjnych, posłów, ale też przedstawicieli administracji rządowej (m.in. wicemarszałek Senatu, senator Anna Sztark z PO, poseł SLD Bartosz Arłukowicz, poseł PiS Jan Dziędziczak, Minister Sprawiedliwości Krzysztof Kwiatkowski wspierał kandydata PO na prezydenta Piły). Działania na rzecz własnych kandydatów podejmowały również – choć w mniejszym stopniu niż ww. wymienione - niektóre komitety lokalne (KW Lepszy Koszalin).

14% informacji wyborczych stanowiły przekazy poświęcone instruktażowi wyborczemu

Przekazy dotyczące programów wyborczych kandydatów i komitetów były niemalże nieobecne – nadano jedynie 2 przekazy dotyczące elementów programu kandydatów i komitetu KW SLD (kandydatki na prezydenta Koszalina oraz przedstawiciela tej partii informującego o programie, który planują realizować w sejmiku województwa).

Podsumowując, największą grupę stanowiły przekazy dotyczące konfliktów i procesów wyborczych, zaś najmniejsza przekazy dotyczące programów kandydatów i komitetów. Stosunkowo duża grupę przekazów stanowiły te, które zawierały instruktaż wyborczy.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Koszalin nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Nie zachowano równowagi, mierzonej liczbą i czasem trwania informacji dotyczących poszczególnych komitetów wyborczych. Informacjom dotyczącym KW PO i lokalnego KW Lepszy Koszalin poświęcono znacznie więcej informacji i czasu na antenie (w tym „setki”) niż pozostałym komitetom, zarówno tworzonemu przez partie parlamentarne jak i lokalnym.

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie programu **13** przekazów uznano za kryptowyborcze, pośrednio dotyczące wyborów, tj. kandydatów i komitetów. Trwały one łącznie **10 min. 35 sek.**

W czwartek 18 listopada o godz. 8.00, 11.00, 17.00 i w piątek 19 listopada o godz. 7.00 nadano 4 przekazy trwające łącznie 3 min. 9 sek., dotyczące podpisania z marszałkiem województwa zachodniopomorskiego umowy o dofinansowanie ze środków unijnych (z władzami miasta Szczecinka) - rewitalizacji Zamku Książąt Pomorskich oraz (z władzami Koszalina) – na rozwój „parku technologicznego”. Przekaz dotyczył działalności urzędującego marszałka Władysława Husejko, który jednocześnie był kandydatem PO do Rady Miasta Koszalina, o czym nie poinformowano na antenie.

W środę 17 listopada o godz. 11.00, 12.00 i 14.00 nadano 3 przekazy trwające łącznie 3,5 min. dotyczące organizowanej dla pedagogów i nauczycieli w Koszalinie konferencji „Stop dopalaczom”. W przekazach przytoczono wypowiedź wicewojewody Andrzeja

Chmielewskiego podkreślającego wagę problemu. Jednocześnie tenże wicewojewoda był kandydatem PSL do Sejmiku województwa, o czym nie poinformowano na antenie.

W poniedziałek 15 listopada o godz. 11.00 nadano przekaz trwający 50 sek., który dotyczył zorganizowanego dla mieszkańców gminy Polanowo konkursu historycznego o Puchar Burmistrza Polanowa, w którym przewidziano nagrody finansowe. Przekaz dotyczył działalności urzędującego burmistrza Grzegorza Lipskiego, nie wymienionego z nazwiska, który z KWW Mieszkańców Gminy Polanów starał się o reelekcję, o czym nadawca nie poinformował.

W środę 17 listopada o godz. 12.00 nadano 34-sekundowy przekaz dotyczący 2 gmin - Postomino i Koszalin, wyróżnionych w II edycji, organizowanego przez Ministra Infrastruktury konkursu „Gmina atrakcyjna turystycznie”. Przekaz zawierał również informację, że nagrodę specjalną w konkursie o tytuł „Najlepszego Wójta Roku” otrzymał wójt Postomina Janusz Bojkowski (nie poinformowano, że Janusz Bojkowski ponownie kandyduje na wójta).

W czwartek 18 listopada o godz. 9.00 nadano trwający 20 sek. przekaz, który dotyczył m.in. inauguracji – przez marszałka woj. zachodniopomorskiego - przebudowy drogi wojewódzkiej nr 203 w Suchej Koszalińskiej. Przekaz dotyczył działalności urzędującego marszałka Władysława Husejko, w przekazie nie wymienionego z nazwiska, który startował z list PO do Rady Miasta Koszalina, o czym nadawca nie poinformował.

W piątek 19 listopada o godz. 9.00 wyemitowano 48-sekundowy przekaz dotyczący przebywającej w Słupsku delegacji dyrektorów placówek oświatowych z Grodna, mówiący o zakresie współpracy w ramach partnerstwa miast. Przekaz zawierał „setkę” wiceprezydenta Słupska, Ryszarda Kwiatkowskiego, o rozwijającej się współpracy. Wiceprezydent był jednocześnie kandydatem na radę miasta w Słupsku, startując z KW Wyborców Macieja Kobylińskiego (kandydata na prezydenta Słupska), o czym nadawca nie poinformował.

W piątek 19 listopada o godz. 14.00 nadano przekaz trwający 34 sek., który dotyczył rozpoczętego remontu, na ważnym dla mieszkańców i turystów odcinku, drogi administrowanej przez powiat słupski. Przekaz zawierał „setkę” urzędującego starosty Sławomira Ziemianowicza, zapowiadającego ułatwienia wynikające z realizacją inwestycji, który jednocześnie z list PO starał się o mandat radnego powiatowego, o czym nadawca nie poinformował.

W piątek 19 listopada o godz. 14.00 nadano przekaz trwający 50 sek. dotyczący problemu lokalizacji i budowy toalet miejskich w centrum Koszalina, który chciały rozwiązać władze miasta, zaś utrudniał konserwator zabytków. W „setce” rzecznik prezydenta wskazał,

że toalety będą budowane w nowej lokalizacji, że są zabezpieczone środki, załatwione potrzebne pozwolenia oraz rozpisano przetarg. W okresie wyborczym informacja o uruchomieniu prac dotyczących nowych potrzebnych urządzeń w mieście jest jednocześnie pochwałą działań starającego się o fotel prezydenta Koszalina, dotychczasowego p.o. prezydenta Piotra Jedlińskiego z PO. Przekaz nie zawierał informacji o nazwisku prezydenta ani o jego udziale w wyborach.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Koszalin	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	4	0:19:37	3	3	2	1	2	1	0	2	4	1	2
przekazy instruktażowe w dziennikach	6	0:06:01	3	5	2	4	2	0	0	1	2	2	4
razem	10	0:25:38	6	8	4	5	4	1	0	3	6	3	6

W monitorowanym okresie Radio Koszalin nadawało codziennie pod różnymi tytułami i o różnych porach dnia krótkie audycje o charakterze instruktażowym, w tym jedną nieco dłuższą, jedenastominutową, rozmowę z Komisarzem Wyborczym w Koszalinie (15 listopada, poranna audycja „Gość Studia Bałtyk”). W rozmowie tej przedstawiono informacje pomocne w głosowaniu (zob. tabela powyżej), a ponadto objaśniono jak ustalany jest wynik wyborczy, jaki jest tryb zgłaszania protestów wyborczych i w jakich przypadkach może nastąpić II tura wyborów. Również w innych audycjach instruktażowych głos zabierali eksperci – zastępca przewodniczącego PKW oraz Dyrektor Wydziału Spraw Obywatelskich Urzędu Miejskiego w Słupsku. Audycja z dnia 17 listopada miała charakter edukacyjny. Jej goście – politolog z uniwersytetu Warszawskiego, oraz ekspert z Fundacji Batorego wyjaśniali rolę, jaką pełnią samorządy oraz na jakie kompetencje kandydatów warto zwrócić uwagę.

W ramach swoich serwisów informacyjnych Radio Koszalin kilkakrotnie zamieszczało porady dla wyborców objaśniające wygląd kart do głosowania, systemy

głosowania (proporcjonalny i większościowy), sposób dopisania się do rejestru wyborców. Przypominany był też termin wyborów oraz godziny otwarcia lokali wyborczych.

W monitorowanym okresie, instruktaże wyborcze stanowiły łącznie 20% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Koszalin **1 godzinę 5 minut**, czyli **0,9%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie w ramach codziennych bloków „Popołudniowe studio Bałtyk” i „Zawsze blisko was” 3 krótkie audycje z udziałem ekspertów na temat kompetencji i znaczenia samorządu lokalnego oraz w cyklu „Dwie strony medalu” blisko godziną audycję z udziałem słuchaczy poświęconą ocenie kampanii wyborczej.

Publicystyka wyborcza w Radiu Koszalin	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Rozmowy z ekspertami	3	12'	0,2%
Audycja z udziałem słuchaczy	1	53'	0,7%
Razem	4	1h 5'	0,9%

W czasie całej kampanii Radio Koszalin zorganizowało ponadto i nadało debaty kandydatów na prezydentów w trzech spośród czterech „prezydenckich” miast regionu pozostających w zasięgu odbioru Radia Koszalin - tj. w Pile, Koszalinie i Słupsku. Debaty te, nadane w dniach 8 - 10 XI, nie zostały objęte monitoringiem.

Audycje z udziałem ekspertów i słuchaczy

Audycja	Data	Czas	Uczestnicy	Temat
ABC Samorządu	17 XI	4'	Eksperci – politolog, ustrój samorządu, dr Jolanta Itrich-Drabarek, INP UW; prawnik Dawid Sześciłło, Fundacja Batorego	Kompetencje samorządu; organy uchwałodawcze i wykonawcze; kogo wybierać
Nie bądź offcą, idź na wybory	18 XI	4'	Działacz - Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku, Marta Makuch	Zachęcanie młodych do udziału w wyborach
Zawsze blisko was	18 XI	4'	Eksperci – politolog, ustrój samorządu, dr Elżbieta Sękowska-Grodzicka, INP UW; Joanna Załuska, Fundacja Batorego	Kompetencje samorządu; potrzeba aktywności społecznej
Dwie strony medalu	18 XI	53'	Ekspert - psycholog; Słuchacze	Ocena kampanii i jej wpływu na frekwencję wyborczą

W dwóch audycjach dotyczących kompetencji samorządu („ABC samorządu”, „Zawsze blisko was”) eksperci przedstawili szczeble i organy samorządu terytorialnego i przypomnieli, za organizację jakich dziedzin życia mieszkańców odpowiada. „Od samorządu nie można uciec - to on organizuje nam życie na co dzień” – tę tezę wszyscy eksperci podkreślali bardzo mocno.

Wyjaśniali też, że mandat radnych jest mandatem otwartym, tzn. są oni przedstawicielami wszystkich mieszkańców, a nie komitetu wyborczego partii czy organizacji, z ramienia których startowali i że - co do zasady - nie są związani w swojej działalności samorządowej, uchwałodawczej żadnymi instrukcjami politycznymi, a jedynie dobrem mieszkańców. Podkreślali znaczenie szerokiego uczestnictwa w wyborach i zachęcali do odpowiedzialnego wyboru kandydatów - według ich dotychczasowych dokonań, a nie obietnic wyborczych, a następnie do aktywności obywatelskiej i rozliczania radnych z obietnic już w ciągu kadencji, a nie dopiero na jej koniec.

W audycji „Nie bądź offcą” przedstawiono inicjatywę Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku mającą na celu - poprzez dowcipną akcję internetową (nagranie mini-skeczu „Nie bądź offcą - idź na wybory - nie daj się przerobić na sweter”, wykorzystujące grę słów „być off” - być niemądrym jak owca) i happeningi na ulicach miasta zmotywowanie najmłodszych wyborców - deklarujących w większości brak zainteresowania

wyborami samorządowymi i brak wiedzy o kandydatach - by jednak wzięli odpowiedzialność za swoje miasto i poszli do wyborów.

Audycja w stałym cyklu „Dwie strony medalu”, z telefonicznym i mailowym udziałem słuchaczy, miała z kolei odpowiedzieć na pytanie, czy tegoroczna kampania wyborcza - według dziennikarza prowadzącego audycję operująca tak wieloma formami jak nigdy dotychczas (bilbordy, ulotki, banery, plakaty, wizyty w domach, spotkania z wyborcami na ulicach itd.) - zachęca do uczestnictwa w wyborach czy raczej męczy i zniechęca. Postawiono też przed słuchaczami pytanie o ich odbiór kampanii negatywnej (której przykładem, zdaniem prowadzącego audycję, była np. kampania w Ustce). Większość słuchaczy oceniała tegoroczną kampanię jako przesadną i niepotrzebne marnotrawienie pieniędzy, ponieważ w wyborach samorządowych większość kandydatów, ich zdaniem, jest ludziom znana, wiedzą co z nich za ludzie prywatnie i czy są dobrymi gospodarzami na własnym podwórku. Zdaniem słuchaczy, kampania „ulotkowa” potrzebna jest dopiero na wyższych szczeblach samorządu - np. w wyborach do Sejmiku, gdzie nie sposób znać wszystkich kandydatów.

Niezależnie jednak od oceny kampanii wszyscy dzwoniący do studia deklarowali swoje uczestnictwo w wyborach - jako obywatelski obowiązek i zarazem niezbywalne prawo.

– Szczębel wyborów

Audycje publicystyczne nadane w badanym okresie dotyczyły kompetencji samorządu oraz oceny kampanii i nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów.

Natomiast we wcześniejszej fazie kampanii Radio Koszalin skoncentrowało się na wyborach prezydentów miast - wojewódzkiego i dwóch innych dużych miast w regionie.

– Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Koszalin

Omawiane audycje, nadane w przedostatnim dniu kampanii, przypominające o wielkim znaczeniu samorządu lokalnego, miały niewątpliwie na celu zachęcenie niezdecydowanych by, jeszcze w ostatniej chwili, zapoznali się z kandydaturami i poszli na wybory. Zachęceniu do udziału w wyborach służyły też przekazane w audycjach informacje o uprawnieniach samorządu i roli poszczególnych jego organów.

RADIO KRAKÓW

W wyborach samorządowych w województwie małopolskim uczestniczyło 9 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 868 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 201 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Kraków, Nowy Sącz, Tarnów), 19 rad powiatowych i 182 gminnych, oraz 4 prezydentów miast (Kraków, Nowy Sącz, Oświęcim, Tarnów), 56 burmistrzów i 122 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Kraków w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **5 godzin 16 minut**, czyli **4,4%** całego czasu emisji programu w badanych dniach. Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów i burmistrzów miast, oraz audycję edukacyjno-instruktażową, poświęconą objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Kraków	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	47	54'	0,8%
Instruktaż wyborczy	3	33'	0,5%
Publicystyka	11	4h 17'	3,5%
Razem	61	5h 44'	4,8%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00 – 19.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia Kraków, nadano 65 wydań serwisu informacyjnego „Wiadomości” (13 dziennie). Zająły one łącznie 5 godzin 12 minut, zamieszczono w nich 239 przekazów. Każde wydanie poprzedzał forszpan.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **33 serwisach**, czyli w połowie wszystkich serwisów nadanych w tygodniu przedwyborczym. Znalazło się w nich **47 przekazów dotyczących wyborów**, które **zajęły 54 minuty**, czyli stanowiły **20% ogólnej liczby przekazów** nadanych w badanym okresie i **17% łącznego czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 40 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio, bowiem 7 z nich miało charakter kryptowyborczy i ich opis znajduje się w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych zmieniała się w poszczególnych dniach tygodnia – od poniedziałku do piątku była wyraźna tendencja rosnąca: od 4 przekazów (poniedziałek) i 3 (wtorek) do 9 (czwartek) i 19 (piątek). Na zwiększenie liczby przekazów miało wpływ włączenie tematów instruktażu wyborczego, cytowanie wyników sondażu wyborczego, podsumowywanie kampanii ze strony uczestników i obserwatorów sceny wyborczej.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Kraków miały wysoką rangę – w niemal połowie (28 na 65) nadanych serwisów były zapowiedziane w forszpanie, a w niemal jednej trzeciej znalazły się na pierwszym miejscu serwisu, i w tej samej wielkości - na drugim lub trzecim.

Szczeble wyborów

Ponad jedna trzecia przekazów (14) odnosiła się do wyborów, ale nie wskazywała na konkretny szczebel samorządowy. Znalazły się w tej grupie przekazy instruktażowe, wypowiedzi eksperckie, apele o frekwencję wyborczą i zaangażowanie partii parlamentarnych w kampanię i agitacja na rzecz swoich kandydatów.

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Krakowa (38% ogólnej liczby przekazów i 31% czasu ich trwania), jeden – prezydenta innego miasta regionu – Tarnowa (3% przekazów, 4% czasu). Około jedna dziesiąta wszystkich przekazów wyborczych odnosiła się do wyborów do Sejmiku województwa (8% przekazów, 9% czasu), i jedna dziesiąta do rady powiatu (10% przekazów, 15% czasu). Przekazy odnoszące się do wyborów na urząd burmistrza i do rady gminy stanowiły mniej niż jedną dziesiątą (8 % przekazów, 6 % czasu).

Reasumując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na szczeblu wojewódzkim (prezydent Krakowa i Sejmik Małopolski – łącznie 45% przekazów, 45% czasu). Informacje o pozostałych szczeblach wyborów zostały zmarginalizowane, ale nie pominięte w treści przekazów.

Wojewódzkiemu szczeblowi wyborów odpowiadała wysoka pozycja przekazu w serwisie. Spośród 15 przekazów odnoszących się do wyboru na urząd prezydenta Krakowa 8 zostało zapowiedzianych w forszpanie, a 5 znalazło się na pierwszym miejscu w serwisie. Spośród 3 przekazów mówiących o wyborach do sejmiku wojewódzkiego, 1 znalazł się w forszpanie i 1 na pierwszym miejscu serwisu. 4 przekazy dotyczące wyborów do rady

powiatu nie były zapowiedziane w forszpanie, ani nadane na pierwszym miejscu w serwisie. Z 3 przekazów odnoszących się do szczebla gminnego (rada gminy, burmistrz), 1 został zapowiedziany w forszpanie i 1 nadany jako pierwszy w serwisie.

Przekazów odnoszących się do poszczególnych szczebli nie różniły przedstawiane treści. Przekazy odnoszące się do szczebla powiatowego i gminnego omawiały sytuację wyborczą kandydatów lub komitetów partyjnych.

Komitety wyborcze

Przekazy odnoszące się do poszczególnych komitetów (31) stanowiły ponad trzy czwarte zarówno ich liczby (78%), jak i czasu ich emisji (76%), a prawie połowę tego czasu zajęły wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów (tzw. setki - 47 %).

Przekazy te miały dość wysoką rangę w serwisach - w forszpanie znalazły się zapowiedzi prawie dwóch trzecich z nich, jedna trzecia zajmowała pierwsze miejsce w serwisie, prawie dwie trzecie zajmowały drugie i trzecie miejsca. Wszystkie ilustrowane były setkami.

Dwie trzecie przekazów odnosiły się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PiS, SLD i PSL, jedna trzecia – do komitetów lokalnych i ogólnopolskiego komitetu Prawicy RP. Wśród komitetów lokalnych znalazły się – KW Twoje Zakopane, KW Kocham Tarnów, Wspólnota ponad Podziałami Nowy Sącz (każdy z nich przywoływany w przekazach jednokrotnie) oraz Wspólnota Małopolska i KW Wyborców Jacka Majchrowskiego (oba trzykrotnie obecne w przekazach).

W ostatnim tygodniu kampanii słuchacze serwisów Radia Kraków otrzymali informacje jedynie o pięciu lokalnych komitetach wyborczych na 868 zarejestrowanych w Małopolsce.

W badanym tygodniu w serwisach nie zachowano także równowagi w czasie poświęconym komitetom wyborczym. Najwięcej czasu poświęcono KW PiS, który zajął około jedną piątą liczby przekazów wyborczych, czasu przekazów wyborczych i łącznego czasu setek. Kolejnym był KW PO.

Szczegółowe dane przedstawia tabelka.

Nazwa komitetu	Liczba przekaz	% liczby przekaz	czas przekaz	% czasu przekaz	czas setek	% czasu setek
KW PiS	8	20%	8'51"	20%	4'51"	22%
KW PO	7	18%	6'25"	14%	3'11"	15%
KW SLD	4	10%	4'22"	10%	2'15"	10%
KW PSL	2	5%	1'27"	3%	52"	4%
KW Prawica RP	1	3%	1'26"	3%	45"	3%
KW Wyborców J. Majchrowskiego	3	8%	3'27"	8%	1'03"	5%
Wspólnota Małopolska	3	8%	3'51"	9%	1'52"	9%
KW Twoje Zakopane	1	3%	1'17"	3%	0"	0%
KW Kocham Tarnów	1	3%	1'35"	4%	35"	3%
Wspólnota Ponad Podziałami Nowy Sącz	1	3%	1'30"	3%	40"	3%

Brak równowagi dotyczył także zapowiedzi przekazu w forszpanie i pozycji w serwisie. W forszpanach dominowały zapowiedzi KW PO (16%) i KW PiS (13%), wśród komitetów lokalnych - KW Jacka Majchrowskiego (10%). Także KW PO i KW PiS częściej zajmowały pierwsze miejsce w serwisach (po 13%).

Liczba przekazów, ich czas, zapowiedzi w forszpanie i pozycja w serwisie – wskazują, że komitety wyborcze PiS i PO zostały bardziej wyeksponowane w serwisach Radia Kraków niż wszystkie pozostałe.

Treść przekazów

Ponad jedna piąta przekazów wyborczych (22%) przedstawiała programy wyborcze – kandydatów, partii i komitetów. Było to np. zwiększenie bezpieczeństwa w Krakowie, konsultacje społeczne na temat przyszłości dawnego składu solnego, apel o odpartyjnienie samorządów, budowanie silnego państwa, wzywanie kobiet do aktywnego udziału w życiu politycznym itp. W tej grupie największy udział miały komitety lokalne (KWW J. Majchrowskiego, Wspólnota Małopolska, Wspólnota Ponad Podziałami Nowy Sącz - 2/3). Pojedyncze przekazy dotyczyły programów komitetów wyborczych partii parlamentarnych (PO, PiS, SLD – łącznie 1/3).

Mniejszą grupę przekazów stanowiły informacje odnoszące się do przebiegu kampanii (12% przekazów). Były to informacje o spotkaniach z wyborcami (np. kandydaci rozdawali ulotki pod Hutą Sendzimira), o procesach w trybie wyborczym (np. kandydat PiS na burmistrza Zakopanego ma przeprosić urzędującego burmistrza), o zapowiedziach działań

prawnych (SLD zapowiedziało, że złoży w prokuraturze wniosek w sprawie naruszeń zasad finansowania kampanii przez PO).

Jedna trzecia przekazów mówiła o agitacji partyjnej (33%). W tej grupie znalazły się informacje o poparciu udzielonym kandydatom przez partie lub komitety wyborcze (np. Marek Jurek poparł Piotra Boronia, kandydata na urząd prezydenta Krakowa, Donald Tusk na regionalnej konwencji wyborczej w Krakowie wezwał do głosowania na Stanisława Kracika). Informacje o zaangażowaniu rządu w kampanię samorządową stanowiły ponad jedną dziesiątą przekazów wyborczych (np. poparcie Waldemara Pawlaka dla występującego o reelekcję Jacka Majchrowskiego, wypowiedź premiera – zapewnienie, że rząd będzie się starał współpracować ze wszystkimi wybranymi, niezależnie od ich przynależności partyjnej, i apel do społeczeństwa, by wybrać najlepszych). Około jedna szóstą informacji pokazywała tzw. PR kandydatów i partii (np. szef PSL mówił, że jego partia ma za sobą 115 lat dobrej polityki, przedstawiciel SLD – że tylko oni zadbali o parytet).

Poniżej jednej dziesiątej stanowiły informacje mówiące o walce wyborczej. Była to krytyka władz lokalnych (np. komitet „Kocham Tarnów” wręczył prezydentowi miasta, starającemu się o reelekcję, kalkulator, bowiem – ich zdaniem – pomylił się w ocenie zadłużenia miasta o 100 tys. PLN) i krytyka konkurencji (np. Andrzej Duda krytycznie o Jacku Majchrowskim).

Poniżej jednej dziesiątej stanowiły też informacje eksperckie (wypowiedzi socjologa i politologa nt. samorządności) i sondaże przedwyborcze.

Informacje instruktażowe nadawane w serwisach Radia Kraków stanowiły marginalną część przekazów wyborczych.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych radia Kraków nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich. **Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.** Uprzywilejowano komitety dwóch partii parlamentarnych (PiS i PO) wobec komitetów SLD i PSL i każdego z komitetów lokalnych.

Przekazy kryptowyborcze

W badanym tygodniu w „Wiadomościach” nadano siedem przekazów uznanych za kryptowyborcze:

- **15.11.2010, godz. 9.00**, czas trwania przekazu: 74 sekundy.

Dziennikarka przytoczyła wypowiedzi Marka Sowy (przedstawiła go jako członka PO i członka Zarządu Woj. Małopolskiego, ale nie jako kandydata w nadchodzących wyborach) - M. Sowa bardzo dobrze ocenił rozwój Małopolski w ostatnich 4 latach („wzrost inwestycji niesamowity, widać to w każdej gminie, a to przede wszystkim efekt środków unijnych”). Zarysował dalszą perspektywę - „Będziemy oczywiście kontynuowali te prace, które zostały przez nas przygotowane, które są realizowane lub czekają na uruchomienie. Jestem przekonany, że bardzo dobrze wykorzystamy fundusze europejskie”. Dodał, że to, co jest obecnie kluczowe, to „przygotowanie Małopolski do nowej perspektywy finansowej na lata 2014-2020, po to, aby od pierwszego dnia 2014 r. zacząć ją realizować.” Dziennikarka dopowiedziała, iż M. Sowa uznał, że najbliższe lata zdecydują, jak Małopolska będzie się rozwijać i jaką będzie miała pozycję.

– **15.11.2010, godz. 11.00**, czas trwania przekazu: 58 sekund.

Dziennikarka podała informację, że w Krynicy Zdroju na obszarze ok. 2,5 ha powstanie nowoczesne centrum sportowo-rekreacyjne – miasteczko rowerowe, park z infrastrukturą dla miłośników rolek i deskorolek, dwa boiska sportowe i plac zabaw. Następnie nadano setkę burmistrza miasta Emila Bodzionego (przedstawiony został tylko jako urzędujący burmistrz, nie jako kandydat w nadchodzących wyborach, choć kandydował z ramienia „Prawicy Razem”) – o znaczeniu inwestycji dla turystów i mieszkańców uzdrowiska. Dziennikarka dodała, że park zostanie otwarty przy końcu 2011 r.

– **15.11.2010, godz. 15.00**, czas trwania przekazu: 55 sekund.

Dziennikarz poinformował, że specjalistyczne przychodnie medyczne przy ul. Batorego w Krakowie nie są już zagrożone. ZUS, który upominał się o budynki, po dwumiesięcznych negocjacjach przyjął inne w Woli Justowskiej, zatem przychodnie nie będą przenoszone. Dalej nadano setkę wojewody małopolskiego Stanisława Kracika, startującego w wyborach samorządowych na urząd prezydenta miasta, ale nie przedstawionego na antenie jako kandydat w wyborach samorządowych. S. Kracik poinformował, jak ważna jest ta przychodnia dla mieszkańców Krakowa – „jest nie do przecenienia”.

– **16.11.2010, godz. 9.00**, czas trwania: 46 sekund.

Dziennikarka, powołując się na wypowiedź urzędującego prezydenta Oświęcimia Janusza Marszałka, powiedziała, że nie powinno być problemów z budową obwodnicy Oświęcimia i drogi S1 przez Wrzeszcze, i mimo że mieszkańcy i ekologowie wielokrotnie protestowali, nie zgadzając się na proponowany przebieg drogi, szanse na porozumienie ciągle są. Następnie nadano wypowiedź prezydenta, który wyjaśnił, że protestującym chodzi o niewielką korektę obwodnicy, a porozumienie jest możliwe. Dodał, że są zarezerwowane

środki na budowę drogi, a obwodnica powinna być ukończona w 2014 roku. Nie podano, że urzędujący prezydent ubiega się o reelekcję.

- **16.11.2010, godz.19.00 i powtórka 17.11.2010, godz.10.00**, czas trwania pojedynczego przekazu: 35 sekund.

Dziennikarka poinformowała, że prezydent miasta Jacek Majchrowski przedstawił projekt budżetu na 2011 r. Zaczęła od lapidarnego podsumowania – „mniej na inwestycje, administrację, więcej dla nauczycieli”. Dodała jeszcze, że wg budżetu zadłużenie miasta zmaleje o 33 mln PLN. Setka prezydenta dotyczyła już tylko tematu zadłużenia. Wyjaśniał – „W tej chwili jesteśmy nieco ponad 2 mld zadłużeni. I to się będzie już utrzymywało, bo to jest ta granica 58-59% i na tej granicy cały czas stoimy, z tym że w ciągu roku schodzimy zawsze do 50 – to jest planowane, a wykonane to jest 55 mniej więcej”.

Urzędujący prezydent nie został na antenie przedstawiony jako kandydat w nadchodzących wyborach. Słuchacz otrzymał komunikat, że projekt budżetu jest dobry – przewiduje mniejsze kwoty dla administracji, większe dla nauczycieli, zadłużenie będzie mniejsze i jest kontrolowane.

- **17.11.2010, godz.13.00**, czas trwania przekazu: 51 sekund.

Dziennikarz przekazał informację, że prezydent miasta J. Majchrowski wmurował kamień węgielny pod budowę nowoczesnego basenu i kompleksu wodnego w Krakowie Prokocimiu. Rozmowy na temat inwestycji trwały od 2006 r., a basen będzie gotowy za dwa lata. Sam prezydent powiedział (setka), że w Krakowie jest mało basenów krytych, ten będzie ósmy. Kolejny głos (nieprzedstawiony na antenie) szczegółowo wyjaśniał, że w skład centrum wejdzie basen, jacusi, sauna, zjeżdżalnia dla dzieci. Będzie ono służyło mieszkańcom i młodzieży szkolnej w ramach zajęć wychowania fizycznego. Słuchacz otrzymał kolejny komunikat o działaniach Jacka Majchrowskiego, urzędującego prezydenta, ale zabiegającego o reelekcję w nadchodzących wyborach. Tej informacji na antenie nie było.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Kraków	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	1	0:30:39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	2	0:02:20	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
Razem	3	0:32:59	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2

Radio Kraków wyemitowało w ostatnim dniu kampanii, o godz. 13:05 jedną, ponad półgodzinną audycję poświęconą sposobowi głosowania w wyborach samorządowych. W audycji wzięło udział trzech ekspertów: przedstawiciel miejskiej Komisji Wyborczej w Krakowie, pracownik delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Krakowie oraz politolog z Klubu Jagiellońskiego. W trakcie rozmowy zostały omówione wszystkie ważne kwestie związane z głosowaniem. Szczególnie dokładnie objaśniono poszczególne karty do głosowania. Tego samego dnia Radio Kraków zamieszczało przekazy instruktażowe w dwóch swoich serwisach informacyjnych.

Łącznie porady wyborcze zajęły 10,8% czasu wszystkich przekazów wyborczych nadawanych w badanym okresie.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Kraków **4 godziny 17 minut**, czyli **3,6%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie **publiczne** debaty kandydatów na urząd prezydenta Krakowa (17 XI) i burmistrza Niepołomic (16 XI) oraz debatę o roli kobiet w samorządzie i polityce, do której zaproszono kandydatki na radne Sejmiku województwa i Rady Miasta Krakowa (17 XI).

Tematyki wyborów samorządowych dotyczyła także w badanym tygodniu większość wydań trzech codziennych audycji publicystycznych: „Postscriptum”, „O tym się mówi” i „Poranny gość”. Nadano w nich kilka wywiadów z politykami i działaczami samorządowymi, rozmowy z ekspertami na temat oceny kampanii oraz audycję przedstawiającą korespondencje z debat wyborczych prezydentów i burmistrzów różnych miast regionu.

Publicystyka wyborcza w Radiu Kraków	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debaty na urząd prezydenta i burmistrza	2	1h 48'	1,5%
Debata na temat roli kobiet w samorządzie	1	43'	0,6%
Wywiady z politykami	5	46'	0,6%
Rozmowy z ekspertami - socjolog, politolog	2	24'	0,3%
Korespondencje wyborcze dziennikarzy RK z różnych miast regionu	1	36'	0,5%
Razem	11	4h 17'	3,5%

Należy dodać, że oprócz audycji wyemitowanych w badanym tygodniu, Radio Kraków nadawało audycje dotyczące wyborów i samorządu już od początku października, w ramach specjalnego cyklu pn. „Samorządowa środa”. W obrębie tego cyklu nadawano co tydzień dwie debaty: kolejno, kandydatów do Sejmiku województwa i do Rady Miasta Krakowa, a także kandydatów na urzędy burmistrzów i prezydentów wszystkich większych miast Małopolski.

I. Debaty kandydatów na urząd prezydenta Krakowa i burmistrza Niepołomic

Nadana w badanym tygodniu debata kandydatów na urząd prezydenta Krakowa była drugą z kolei poświęconą temu wyborowi (pierwszą przeprowadzono tydzień wcześniej, 10 listopada; dotyczyła rozwoju infrastruktury drogowej Krakowa i budownictwa mieszkaniowego). Kandydaci na urząd burmistrza Niepołomic spotkali się na antenie rozgłośni po raz pierwszy.

– Uczestnicy debat

Radio Kraków zaprosiło do obu wymienionych debat wszystkich kandydatów i wszyscy wzięli w nich udział.

Organ samorządu	Kandydaci na urząd	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Kraków	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlam.*	kandydaci komitetów wyborców		kandydaci komitetów partii parlam.*	kandydaci komitetów wyborców
Prezydent Krakowa	6	2	4	6	2	4
Burmistrz Niepołomic	3	1	2	3	1	2
Razem	9	3	6	9	3	6

* W wyborach na urząd prezydenta Krakowa uczestniczyli kandydaci 2 partii parlamentarnych: PO i PiS, na urząd burmistrza Niepołomic - kandydat PiS. Pozostali kandydaci - w tym urzędujący prezydent i burmistrz - startowali z komitetów wyborców, lokalnych lub ponadlokalnych.

– Sposób prezentacji kandydatów

W debacie prezydenckiej w Krakowie we wstępnej prezentacji uczestników (obok nazwy komitetu wyborczego) podano także pełnione przez nich, obecnie lub w przeszłości, funkcje samorządowe, rządowe itd. i tytuły naukowe (np. wojewoda małopolski; urzędujący prezydent Krakowa; były członek KRRiT, były senator i były radny wojewódzki i miejski; profesor socjologii; itd.). W trakcie debaty zwracano się do wszystkich uczestników w jednolity sposób, tylko po nazwisku (w tym także do urzędującego prezydenta), zachowując w ten sposób równowagę między nimi.

W debacie na urząd burmistrza Niepołomic prowadząca przedstawiła dwóch kandydatów tylko poprzez nazwę komitetu, podała natomiast funkcję urzędującego burmistrza i tym tytułem zwracała się do niego w trakcie debaty. Wynikało to z faktu, że przy niewielkiej liczbie uczestników debata się „personalizowała”, wypowiedzi programowe kontrkandydatów w znacznej mierze odnosiły się do tego, co w danej dziedzinie zrobił burmistrz, a czego nie (a co ich zdaniem zrobić należało), był więc proszony przez prowadzącą o wyjaśnienie krytykowanych decyzji. W tej sytuacji zwracanie się do niego nazwą funkcji związaną z odpowiedzialnością za te decyzje było czymś naturalnym i nie miało charakteru uprzywilejowania.

– **Formuła debat**

Każda z debat trwała blisko godzinę. Debata prezydencka, przeprowadzona z udziałem publiczności w największym studiu rozgłośni, prowadzona była przez dwoje dziennikarzy Radia Kraków. Pytania zadawał jeden z prowadzących dziennikarzy. Publiczność mogła składać pytania na kartkach; na koniec kilka z nich losowano. Kolejność odpowiadających w poszczególnych rundach była zmieniana, wskazywał ją prowadzący debatę. Każdy z uczestników miał na odpowiedź 2 minuty, a po zakończeniu rundy pytań ewentualnie dodatkową minutę, na ripostę, jeśli chciał, lub na odpowiedź na pytania kontrkandydata. Czas odpowiedzi odmierzany był przez sygnał dźwiękowy.

Debata na urząd burmistrza Niepołomicz prowadzona była jednoosobowo, a słuchacze mogli w niej zadawać pytania drogą mailową. Na początek uczestnicy byli proszeni o przedstawienie swoich programów; mieli na to po 2 minuty. Następnie odpowiadali na pytania prowadzącej, przy czym czas odpowiedzi nie był z góry limitowany, odpowiadali w sposób swobodny. Niemniej, prowadząca dbała o zachowanie równowagi czasu między kandydatami. Na zakończenie debaty każdy z uczestników miał minutę na podsumowanie swojego programu.

– **Prezentacja programów**

W drugiej debacie na urząd prezydenta Krakowa tematami postawionymi przez dziennikarzy były: kondycja finansowa i budżet miasta; promocja Krakowa, zwłaszcza za granicą, i metody przyciągnięcia bogatych turystów (tak problem sformułował dziennikarz prowadzący debatę); kultura; bezpieczeństwo.

W debacie dominowały konkrety i widoczna znajomość problemów miasta niemal u wszystkich uczestników. Kandydaci przytaczali szereg liczb dotyczących poziomu zadłużenia Krakowa i jego dochodów, spierali się o to, czy środki przeznaczone w mijającej kadencji na inwestycje, tworzące dziś zadłużenie miasta, zostały wydane z pożytkiem, czy też należało je wykorzystać w lepszy sposób. W kwestii promocji, którą uczestnicy połączyli ze strategią rozwoju turystyki, zastanawiano się m.in., jakich gości należałoby w pierwszym rzędzie przyciągać do Krakowa: bogatych turystów, dla których inwestorzy będą budować 5 gwiazdkowe hotele, czy też może na przykład, mając na względzie ogromny potencjał naukowy i kulturalny miasta (wyższe uczelnie, park technologiczny) studentów i naukowców zza granicy, którzy zamieszkawszy w Krakowie będą ten potencjał powiększać i w naturalny sposób promować miasto, jednocześnie będąc źródłem wymiernych dochodów z wynajmu mieszkań. Rozważano, co zrobić z tzw. turystą weekendowym, przynoszącym niewiele

dochodu, za to często sporo bałaganu, i co z mało dochodową turystyką pielgrzymkową. Przedstawiono też pogląd, że tworzenie specjalnych biur promocji, zwłaszcza za granicą, jest wyłącznie synekurą dla urzędników i marnowaniem pieniędzy, miasto bowiem promuje się swoją jakością samo - ofertą kulturalną i rozrywkową, bezpieczeństwem na ulicach itd.

W debacie na urząd burmistrza Niepołomic kandydaci oceniali dotychczasowy rozwój miasta i dokonania mijającej kadencji, przedstawiali listę najpilniejszych potrzeb inwestycyjnych i remontowych w mieście, zastanawiali się także nad przyszłością niepołomickiej strefy przemysłowej. Co ciekawe, kandydaci wprowadzili dość krytycznie odnosili się do poczynąń dotychczasowego burmistrza (a ściślej - p.o. burmistrza, pełniącego swój urząd zaledwie od roku), twierdząc, że różne podjęte przez niego przedsięwzięcia należało zrobić szybciej albo taniej, albo w innym miejscu miasta itp., ale w istocie, jeśli idzie o zadania na przyszłość i strategię dalszego rozwoju Niepołomic, mieli bardzo podobne poglądy, co w podsumowaniu debaty zresztą sami podkreślili. Wyborca wybierał więc w tym przypadku nie tyle między różnymi programami, co między różnymi osobami (osobowościami).

– Równowaga w traktowaniu kandydatów

Radio Kraków, zapraszając do debat wszystkich kandydatów uczestniczących w wyborach na dwa omawiane urzędy, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom.

W ramach obu debat zachowano równowagę między kandydatami, zarówno jeśli chodzi o czas ich wystąpień (choć w Krakowie nie było to łatwe, bo kandydaci notorycznie rozgadywali się ponad wyznaczony czas), jak i neutralny sposób ich traktowania.

II. Debata o roli kobiet w polityce

Do debaty, przeprowadzonej 17 XI w ramach cyklu „Samorządowa środa”, zaproszono przedstawicielki komitetów partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS, kandydujące do Sejmiku województwa lub do Rady Miasta Krakowa.

Komitet wyborczy	Czas wypowiedzi	Rozmówca	Organ, do którego kandydują
PO	ok. 8'	Bożena Pietras-Goc	Sejmik województwa
PSL	ok. 8'	Jolanta Zajączkowska	jw
SLD	ok. 8'	Monika Piątkowska	jw
PiS	ok. 8'	Agata Tatara	Rada Miasta Krakowa

Wybrano trzy kandydatki spośród 184 kandydujących w regionie do Sejmiku, w tym 83 kandydujących z komitetów partii parlamentarnych, oraz jedną spośród 82 kandydatek tych komitetów do Rady Miasta Krakowa. Były wśród nich radna i urzędniczka samorządu, działaczka swej partii oraz niezależna ekspertka do spraw strategii rozwoju regionalnego. Na antenie jednak tych informacji nie podano, przedstawiając uczestniczki debaty jedynie poprzez ich komitet wyborczy i organ samorządu, do którego kandydują. Nie podano też, według jakiego klucza dokonano wyboru uczestniczek debaty.

Tematem debaty była pozycja kobiet w wyborach, zwłaszcza samorządowych, i ich rola w polityce w Polsce. Wszystkie uczestniczki stwierdziły, że aktualne wybory samorządowe są pierwszymi w Polsce, w których tak wiele kobiet kandyduje, i że po raz pierwszy też kandydatki-kobiety dostały tak wysokie miejsca na listach wyborczych. Ich zdaniem, świadczy to o dokonującej się zmianie atmosfery w Polsce wokół kobiet w polityce, być może także o zmianie mentalności mężczyzn-polityków, w tym liderów partii, którzy przestali „zapychać” kobietami, jak to określily, dolne pozycje na listach i zaczęli dostrzegać potencjał przygotowania i wiedzy tkwiący w kandydujących kobietach. Pytane o to, dlaczego wobec tego kobiety-wyborcy nadal mimo wszystko wolą głosować na mężczyzn, stwierdziły zgodnie, że pogląd taki jest nieprawdziwym stereotypem, nie znajdującym potwierdzenia w ich osobistych doświadczeniach w kampanii.

Uczestniczki debaty były też zdania, że kobiety wprowadzają do polityki w Polsce istotnie nową jakość. Po pierwsze, wolą działać niż mówić, w efekcie więc robią więcej niż mężczyźni; po wtóre, są skromniejsze - nie przechwalają się dokonaniem, a dzięki temu nie antagonizują współpracowników ani konkurentów; po trzecie wreszcie, łagodzą obyczaje, już przez sam fakt swojej obecności w różnych politycznych gremiach.

W debacie, trwającej 43 minuty, została zachowana równowaga czasu wypowiedzi poszczególnych kandydatek, mimo iż nie założono z góry żadnych limitów czasowych odpowiedzi na pytania prowadzącego. Równowaga czasu nie była zresztą w tym przypadku tak istotna, jak w debatach wyborczych sensu stricto, ponieważ uczestniczki nie występowały tu jako przedstawicielki swoich komitetów wyborczych (choć tak zostały zapowiedziane), lecz jako przedstawicielki kobiet w wyborach w ogóle, i mówiły o tym problemie jednym głosem.

Inną kwestią jest fakt, że do debaty zaproszono tylko kandydatki z komitetów partii parlamentarnych - choć obok tych komitetów w wyborach do Sejmiku uczestniczyły jeszcze kandydatki z 5 komitetów partii pozostających poza parlamentem i z 5 lokalnych

i ponadlokalnych komitetów wyborców, oraz kandydatki z podobnej liczby tych komitetów w wyborach do Rady Miasta.

III. Wywiady z politykami

W codziennej audycji „Poranny gość” Radio Kraków nadało w badanym tygodniu 5 rozmów z politykami i działaczami samorządowymi różnego szczebla.

Partia	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówca	Organ samorządu, do którego kandyduje
PO	15 XI	11’	Marek Sowa, członek Zarządu wojew. małopolskiego	Sejmik
nie należy	19 XI	11’	Marek Nawara, marszałek Małopolski	Sejmik
nie należy	16 XI	7’	Janusz Marszałek, prezydent Oświęcimia	prezydent Oświęcimia
PiS	17 XI	7’	Zbigniew Ziobro, europoseł i wiceprezes PiS	nie kandyduje
PSL	18 XI	10’	Władysław Kosiniak-Kamysz, sekretarz NKW PSL	nie kandyduje

Dwie z tych rozmów przeprowadzono z członkami krajowego kierownictwa PiS i PSL. Dotyczyły one wyborów tylko w części. Obaj politycy byli pytani o ocenę koalicji rządowej PO-PSL oraz sukcesów i niepowodzeń rządu; jak łatwo się domyślić, oceny były skrajnie różne. Rozmawiano także o możliwych wewnętrznych kłopotach PiS i PSL w związku z powstaniem PJN (potencjalny odływ wyborców centrowych) oraz o szansach obu partii w wyborach samorządowych, w tym zwłaszcza do Sejmiku województwa, jak też o szansach w tych wyborach lokalnych komitetów wyborców. Zdaniem sekretarza PSL, lokalne komitety sprawdzają się znakomicie na niższych szczeblach samorządu, ponieważ znają lepiej niż ktokolwiek problemy swoich miejscowości, natomiast w wyborach na szczeblu całego województwa, do Sejmiku, małe komitety w starciu z dużymi partiami nie mają szans, gdyż wybory te praktycznie są już porównywalne z wyborami parlamentarnymi.

Pozostałe rozmowy przeprowadzono z samorządowcami ubiegającymi się o reelekcję: prezydentem Oświęcimia, marszałkiem Sejmiku województwa małopolskiego i członkiem zarządu województwa; dwaj z nich to kandydaci komitetów niepartyjnych: KW Samorządny Oświęcim (komitet organizacji) i KWW „Wspólnota Małopolska Marka Nawary”, trzeci - kandydat komitetu wyborczego PO.

W rozmowach z członkami samorządowych władz województwa pytano o ocenę działań Sejmiku w mijającej kadencji, o program działań na przyszłość i planowaną strategię rozwoju regionu. **Obaj kandydaci mieli więc możliwość zaprezentowania swoich programów.** Kandydata PO indagowano ponadto o możliwe przyszłe koalicje, zarówno ze Wspólnotą Samorządową - z którą PO i PSL razem dotąd zarządzały województwem - jak i z PiS (tę kandydat w praktyce wykluczył). Marszałek Nawara natomiast był pytany o skargę, jaką wraz z innymi samorządowcami złożył do Rzecznika Praw Obywatelskich na uprzywilejowanie, w wyborach samorządowych, komitetów partyjnych w porównaniu z lokalnymi i regionalnymi komitetami wyborców. Wyjaśniał także, na czym polega i czemu ma służyć podjęta przez niego i samorządowców z innych regionów inicjatywa Krakowskiej Obywatelskiej Deklaracji Samorządowej.

Inny nieco przebieg i ton miała rozmowa z ubiegającym się o reelekcję prezydentem Oświęcimia. Dano mu bardzo niewiele czasu na przedstawienie swojego programu - właściwie zdążył tylko wylistować na koniec rozmowy główne priorytety programowe. Ponadto, inaczej niż w rozmowach z pozostałymi kandydatami, pytania o dotychczasowe działania zadawano w tonie oskarżycielskim (np. dlaczego jedną trzecią roku spędza na wyjazdach zagranicznych; dlaczego „przespał” rozdział unijnych środków na inwestycje; jak zamierza rozwiązać problem protestu mieszkańców przeciwko budowie obwodnicy; itd.), tak jakby prowadząca rozmowę dziennikarka nie była osobą bezstronną, lecz rzeczniczką przeciwników kandydata. Z jego wyjaśnień wynikało, że zarzucane mu fakty mają swoje racjonalne wytłumaczenie (np. wyjeżdża z powodu pełnionych funkcji, jest bowiem, z ramienia Związku Miast Polskich, przewodniczącym Grupy ds. Współpracy Partnerskiej w Radzie Gmin i Regionów Europy, ponadto, funkcja ta przynosi wymierne korzyści dla Oświęcimia, a on wyjeżdża niemal wyłącznie w weekendy) albo zawierają tylko część prawdy (mieszkańcy nie protestują przeciwko budowie obwodnicy w ogóle, lecz chcą korekty jej trasy i porozumienie jest możliwe; itd.). Nieco inkwizytorski ton tych pytań i fakt, że pytano tylko o działania prezydenta oceniane (przez konkurentów, jak stwierdzono) negatywnie, uderzał w porównaniu z pozostałymi rozmowami, przeprowadzonymi w tonie neutralnym, w których dano kandydatom m.in. możliwość pochwalenia się sukcesami kierowanych przez nich jednostek samorządu.

W rozmowach nie zachowano pełnej równowagi czasu: jak widać w tabeli, mniej czasu niż pozostali mieli na wypowiedź prezydent Oświęcimia oraz wiceprezes PiS.

IV. Rozmowy z ekspertami i korespondencje wyborcze dziennikarzy Radia Kraków

W ramach stałej audycji „Post scriptum” nadano dwie rozmowy z ekspertami - dziennikarzem ekonomicznym i politologiem - dotyczące m.in. oceny kampanii.

Tytuł audycji	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówcy	Temat
Post scriptum	16 XI	6’	Wojciech Żurawski, dziennikarz ekonomiczny agencji Reuters	ocena 3 lat rządów PO i PSL; ocena inwestycji samorządów; ocena kampanii
O tym się mówi	18 XI	36’	dr Łukasz Stach, politolog; dziennikarze-korespondenci Radia Kraków	ocena kampanii w województwie; relacje z debat wyborczych prezydentów i burmistrzów w Oświęcimiu, Chrzanowie, Nowym Sączu, na Podhalu itd.
Post scriptum	19 XI	18’	dr Łukasz Stach, politolog, Wojciech Żurawski, dziennikarz	ocena kampanii

Rozmowa z dziennikarzem Wojciechem Żurawski w „Post scriptum” tylko w części dotyczyła wyborów i samorządu, przede wszystkim - oceny (pozytywnej) rządów koalicji PO i PSL. W odniesieniu do samorządów gość audycji analizował sensowność realizowanych przez nie inwestycji, stwierdzając, że część z nich podejmowana jest na wyrost, bez uwzględnienia rzeczywistych potrzeb mieszkańców i rachunku kosztów.

W audycji „O tym się mówi” dziennikarze-korespondenci Radia Kraków przedstawili relacje z debat wyborczych i kampanii kandydatów na urzędy burmistrzów i prezydentów kilku miast regionu: Oświęcimia, Chrzanowa, Nowego Sącza, Nowego Targu, Tarnowa itd., przedstawiając zarówno listę kandydatów w każdym z tych miast, jak i charakteryzując pokrótce ich programy i szanse wyborcze. W audycji wystąpił też ekspert-politolog dr Łukasz Stach, który bardzo krytycznie ocenił bieżącą kampanię samorządową, stwierdzając, że we wszystkich programach i debatach pojawiają się stale te same, zbanalizowane, jego zdaniem, tematy, jak bezpieczeństwo, komunikacja, bezrobocie itd.

W drugiej rozmowie w „Post scriptum” oceniano mijającą kampanię, konstatując, że nie wniosła ona żadnych nowych jakości do życia politycznego. Istotną jej cechą było natomiast, zdaniem obu rozmówców, całkowite upolitycznienie wyborów na szczeblu Sejmiku. Ekspert-politolog powtórzył swoją krytyczną ocenę kampanii sformułowaną na antenie poprzedniego dnia w audycji „O tym się mówi”.

Szczebel wyborów

W badanym okresie Radio Kraków nadało debaty wyborcze kandydatów związane z dwoma organami samorządu i szczeblami wyborów - na urząd prezydenta Krakowa, czyli miasta wojewódzkiego, i na urząd burmistrza miasta i gminy.

W okresie całej kampanii wyborczej natomiast przeprowadziło debaty wyborcze kandydatów do Rady Miasta Krakowa, do Sejmiku województwa, a także kandydatów na burmistrzów i prezydentów wszystkich ważnych miast Małopolski. Zaprezentowało więc programy kandydatów w wyborach na szczeblu całego województwa, miasta wojewódzkiego i większych gmin (tj. liczących powyżej 20 tys. mieszkańców), zarówno na urzędy włodarzy miast, jak i na radnych.

Pozostałe audycje publicystyczne poświęcone wyborom, nadane w badanym tygodniu, odnosiły się także do wymienionych wyżej organów samorządu lub do wyborów jako takich, bez konkretyzowania szczebla.

Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Kraków

W obu debatach wyborczych kandydaci, odpowiadając na przygotowane przez dziennikarzy Radia Kraków rozbudowane pytania dotyczące obecnego stanu miasta, jego potrzeb inwestycyjnych i głównych problemów, mieli dobrą możliwość przedstawienia swoich programów. Programy kandydatów przedstawiono także w trzech wywiadach nadanych w cyklu „Poranny gość”. Ponadto oddzielną audycję („O tym się mówi”) poświęcono scharakteryzowaniu „panoramy wyborczej” głównych miast regionu.

W publicystyce nadanej w badanym tygodniu przedstawiono także ważny problem upolitycznienia wyborów samorządowych.

RADIO LUBLIN

W wyborach samorządowych w województwie lubelskim uczestniczyło 14 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 926 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 233 rad, w tym do rad 4 miast na prawach powiatu (Biała Podlaska, Chełm, Lublin, Zamość), 20 rad powiatowych i 213 gminnych, oraz 5 prezydentów miast (Biała Podlaska, Chełm, Lublin, Puławy, Zamość), 37 burmistrzów i 171 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Lublin w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **2 godziny 3 minuty**, czyli **1,7%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym rozmowy z ekspertami na temat wyborów, oraz 3 audycje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Lublin	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n=120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	61	41'	0,6%
Instruktaż wyborczy	6	24'	0,3%
Publicystyka	7	58'	0,8%
Razem	74	2h 3'	1,7%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W monitorowanym okresie o godz. 16.30 - w porze dobrej słuchalności Radia Lublin – nadawany był „Serwis wyborczy”, w całości poświęcony tematowi wyborczemu. W piątek oprócz nowego wydania „Serwisu” nadano powtórzenie czwartkowego, czyli w sumie wyemitowano 6 wydań. Żaden serwis nie był poprzedzony forszpanem. Nie zawierały przekazów kryptowyborczych.

Czas i ranga tematyki wyborczej

„Serwis wyborczy” zawierał wyłącznie przekazy wyborcze – w 6 serwisach nadano **61 przekazów, zajmujących łącznie 41 minut**. Liczba przekazów zmieniała się w kolejnych dniach. W poniedziałek, 15 listopada 2011 r., nadano ich 17 (były to omówienia spotkań wyborczych z soboty i niedzieli). Od wtorku, 16 listopada 2011 r., wyraźna była tendencja rosnąca – 7, 8, 11 i 18 w ostatnim dniu kampanii, tj. piątek, 19 listopada 2011 r. Piątkowa wysoka liczba przekazów to przede wszystkim efekt powtórzenia serwisu czwartkowego.

W czwartek, 18 listopada 2011 r., i piątek, 19 listopada 2011 r., czyli tuż przed ciszą wyborczą, nadano przekazy instruktażowe, czyli tematy niepodejmowane wcześniej.

Podsumowując, tematyce wyborczej nadano wysoką rangę poświęcając jej specjalny „Serwis wyborczy”, nadawany w porze dobrej słuchalności.

Szczebel wyborów

Prawie połowa wszystkich przekazów mówiła o kandydatach na urząd prezydenta Lublina (26). Przekazy te zajęły połowę czasu antenowego wszystkich przekazów wyborczych.

Jedna czwarta przekazów (16) nie odnosiła się do szczebla wyborów. Były to instruktaże wyborcze, omówienie sondażu, informacje o spotkaniach wyborczych, zaangażowanie partii parlamentarnych w kampanię i agitacja na rzecz swoich kandydatów i happeningi na rzecz udziału w wyborach.

Prawie jedna czwarta przekazów dotyczyła wyborów do sejmiku wojewódzkiego (13). Czas ich emisji zajął nieco ponad jedną szóstą czasu przekazów wyborczych.

Mniej niż dziesiąta część przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydentów innych miast w regionie (4). Przekazy te zajęły mniej niż jedną dziesiątą czasu poświęconego na przekazy wyborcze.

Najmniejsza grupa przekazów – zaledwie jedna trzydziesta - mówiła o wyborach do rady miasta (2). Przekazy te stanowiły ok. jedną dwudziestą czasu przekazów wyborczych.

Podsumowując, zdecydowana większość przekazów odnosiła się do wyborów na szczeblu wojewódzkim (prezydent Lublina i sejmik wojewódzki – łącznie 64% przekazów i 67% czasu). Wśród przekazów wyborczych znalazły się także te, które odnosiły się do wyborów na urząd prezydenta pozostałych miast w regionie i do rad tych miast (łącznie 10% przekazów i 13% czasu). Całkowicie zabrakło przekazów o wyborach do rad gmin.

Przekazy mówiące o wyborach na prezydenta Lublina kilkakrotnie zajmowały wysokie pozycje w serwisach - raz pierwsze miejsce i 5 razy miejsce drugie lub trzecie. Przekazy mówiące o wyborach do sejmiku wojewódzkiego były trzykrotnie nadane na pozycji drugiej i trzeciej. Przekazy odnoszące się do pozostałych szczebli wyborczych nie były nadawane na trzech pierwszych pozycjach serwisu. **Wynika z tego, że szczebel wyborów nie był dla Stacji najważniejszy przy układaniu kolejności przekazów w serwisie. Na pierwszym miejscu w serwisach trzykrotnie znalazły się instruktaże**

wyborcze, raz omówienie sondażu przedwyborczego i raz omówienie wizyty Grzegorza Schetyny na Lubelszczyźnie.

Komitety wyborcze

Przekazy odnoszące się do poszczególnych komitetów wyborczych (55 przekazów) stanowiły 90% liczby przekazów wyborczych i 93% łącznego czasu ich emisji, a 94% łącznego czasu „setek” zajęły „setki” kandydatów i przedstawicieli komitetów.

Przekazy dotyczące komitetów wyborczych dwukrotnie otwierały serwisy, na drugiej i trzeciej pozycji serwisów znalazło się 10 takich przekazów. Wszystkie ilustrowane były „setkami”.

Prawie dwie trzecie przekazów odnosiły się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PiS, SLD i PSL. Nieco ponad jedna trzecia przypadła komitetom lokalnym, ogólnopolskim komitetom - Prawicy PR i Stronnictwa „Piaś”. Wśród komitetów lokalnych znalazły się – KWW Zbigniewa Wojciechowskiego, KWW Marcina Zamoyskiego, KW „Nasze miasto wspólne dobro – Biała Podlaska”, KWW Krasnostawianie, koalicyjny KW Lista Sierakowskiej – Lewica.

W ostatnim tygodniu kampanii wyborczej słuchacze serwisu wyborczego Radia Lublin nie otrzymali informacji o innych komitetach lokalnych regionu. Było ich 926.

W badanym tygodniu w serwisie nie zachowano również równowagi w czasie poświęconym poszczególnym komitetom wyborczym. Jedna czwarta przekazów odnosiła się do KW PiS (także jedna czwarta czasu przekazów i prawie jedna czwarta łącznego czasu setek), prawie jedna szósta – do KW PSL (także jedna szósta czasu przekazów i setek). Szczegółowe dane przedstawia tabela.

Nazwa komitetu	Liczba przekaz	% liczby przekaz	czas przekaz	% czasu przekaz	Czas setek	% czasu setek
KW PO	8	13%	5’56’’	15%	3’11’’	18%
KW PiS	16	26%	9’44’’	25%	3’55’’	22%
KW PSL	9	15%	6’25’’	16%	2’56’’	16%
KW SLD	5	8%	2’20’’	6%	58’’	5%
KW Stronnictwa Piast	4	7%	2’03’’	5%	1’02’’	6%
KW Prawica RP	1	2%	39’’	2%	20’’	2%
KWW Zbigniewa Wojciechowskiego	6	10%	4’39’’	12%	2’18’’	13%
KWW Marcina Zamoyskiego	1	2%	46’’	2%	28’’	3%
KW Nasze Miasto Wspólne Dobro - Biała Podlaska	1	2%	43’’	2%	23’’	2%
KWW Krasnostawianie	1	2%	55’’	2%	33’’	3%
Koalicyjny KW Lista Sierakowskiej - Lewica	3	5%	1’54’’	5%	46’’	4%

Reasumując - wyraźna była preferencja komitetów PiS i PSL w liczbie przekazów i zajętych przez nie czasie, ale nie miało to przełożenia na pozycję przekazów w serwisie. Na jednym z trzech pierwszych miejsc serwisu przekaz poświęcony KW PiS znalazł się raz, a przekazy poświęcone PSL – dwa razy.

Treść przekazów

Ponad połowa przekazów wyborczych (56%) przedstawiała programy wyborcze – przede wszystkim kandydatów (51%), ale także komitetów wyborczych partii politycznych. Były to np. informacje o planach urbanistycznych Lublina, zmianach dotyczących oświaty, leczenia, nieruchomości komunalnych, terenów sportowych i rekreacyjnych. Dwie trzecie przekazów w tej grupie odnosiły się do kandydatów partii parlamentarnych, preferując PiS (9 przekazów) i PSL (6). Jedna trzecia przekazów mówiła o programie Zbigniewa Wojciechowskiego (7), Izabeli Sierakowskiej (3), Stronnictwa Piast (2) i Mariana Burdy z Białej Podlaskiej (1).

Jedna czwarta przekazów wyborczych przedstawiała agitację partyjną (25%). Zawierały one informacje o poparciu udzielonym kandydatom przez liderów partii (np. J. Kaczyński poparł kandydaturę A. Abramowicza na prezydenta Białej Podlaskiej). Tu także trafiły informacje pokazujące tzw. PR kandydatów i partii (np. Zbigniew Wojciechowski powiedział o sobie, jak dobrze jest przygotowany do sprawowania urzędu prezydenta, Andrzej Bieńko, podsumowując kampanię, powiedział, że PSL wystawił doskonałych kandydatów).

Żaden z przekazów nie dotyczył zaangażowania rządu w kampanię wyborczą.

Prawie jedna szósta przekazów opisywała przebieg kampanii wyborczej (14%). Były to omówienie spotkań, które już się odbyły (weekend poprzedzający wybory w Puławach) i zapowiedzi spotkań wyborczych (program wizyty na Lubelszczyźnie Jarosława Kaczyńskiego), relacje z happeningów na rzecz wyborów w Lublinie i jedna relacja nt. incydentu zakłócającego przebieg kampanii w Zamościu.

Prezentacja walki partyjnej to prawie jedna dziesiąta przekazów (9%). Była to krytyka władz lokalnych (np. radni lubelskiego PiS skrytykowali dobiegającą końca kadencję i stan budżetu miasta) i krytyka rządu (np. stan szpitali po reformie dokonanej za rządów J. Buzka, L. Miller o polityce prywatyzacyjnej rządu).

Marginalną pozycję miały przekazy instruktażowe (5%), omówione dalej, i przekazy mówiące o sondażach wyborczych (2%).

Reasumując - Radio Lublin przekazywało przede wszystkim przekazy o programach wyborczych kandydatów i komitetów wyborczych. Dzięki temu słuchacze otrzymali niezbędne informacje potrzebne do dokonania własnego wyboru.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych Radio Lublin nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich. **Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.** Uprzywilejowano komitety trzech partii parlamentarnych (PiS, PSL i PO) wobec komitetów SLD, Stronnictwa Piast, Prawicy RP i każdego z komitetów lokalnych.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Lublin	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	3	0:23:13	0	0	3	2	3	2	2	2	2	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	3	0:00:47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0
Razem	6	0:24:00	0	0	3	2	3	2	2	2	2	3	0

W okresie objętym monitoringiem Radio Lublin nadawało porady wyborcze w porannej audycji „*Vademecum Wyborcze*” (o 8:18 rano). Dwie z tych audycji miały charakter edukacyjny i przedstawiały słuchaczom ideę samorządności, strukturę samorządu, zadania sejmiku wojewódzkiego i wynikające z nich umiejętności, których należy oczekiwać od kandydatów. Pozostałe audycje, nadane 17, 28 i 19 listopada były przekazami poradniczymi, w których eksperci (Komisarz Wyborczy w Lublinie, oraz politolog z UMCS) w rozmowie z dziennikarzem wyjaśniali jakich organów samorządowych te wybory dotyczą, jakie będą rodzaje kart do głosowania i jak je wypełniać, a także z jakich udogodnień mogą skorzystać osoby niepełnosprawne, jakie dokumenty są potrzebne, aby móc zagłosować oraz

to i pod jakimi warunkami może dopisać się do rejestru wyborców. Radio Lublin nie zamieszczało porad wyborczych w dziennikach.

Przekazy instruktażowe zajęły 20% łącznego czasu nadawanych przekazów o tematyce wyborczej.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Lublin **58 minut**, czyli **0,8%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie 2 cykle audycji „Samorząd 2010” i „Vademecum wyborcze”, w których przedstawiła rozmowy z politykami i ekspertami na temat znaczenia wyborów samorządowych i oceny kampanii.

Publicystyka wyborcza w Radiu Lublin	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Wywiady z politykami	3	27'	0,4%
Rozmowy z ekspertami	4	31'	0,4%
Razem	7	58'	0,8%

I. Rozmowy z ekspertami

W codziennej audycji „Vademecum Wyborcze” obok porad jak głosować (omówionych oddzielnie w audycjach instruktażowych) nadano dwie rozmowy z ekspertami - znawcami problematyki samorządowej, na temat idei samorządu terytorialnego i znaczenia samorządu w budowie społeczeństwa obywatelskiego.

Ponadto w cyklu „Samorząd 2010” nadano rozmowy z socjologami i dziennikarzami dotyczące roli mediów lokalnych w wyborach i oceny tegorocznej kampanii.

Rozmówca	Data audycji	Czas rozmowy	Temat rozmowy
Eksperci - problematyka samorządu	15, 16 XI	14'	znaczenie samorządu terytorialnego
Ekspert - socjolog, KUL	18 XI	3'	rola mediów lokalnych w wyborach
Ekspert - historyk kultury i publicysta, i dziennikarz mediów lokalnych	19 XI	14'	ocena kampanii; rola mediów w upolitycznieniu wyborów

O. prof. Leon Dyczewski, socjolog z KUL, stwierdzając, że dziś media lokalne odgrywają taką samą rolę jak w dawnych społeczeństwach komunikacja bezpośrednia, konstatował jednocześnie, że media te są za mało aktywne i zbyt mało informują o kandydatach. Zamieszczają tylko wywiady z nimi, a to dostarcza informacji zbyt powierzchownych. Przytoczył przykład USA, gdzie w okresie kampanii media przeświecają kandydatów na wszelkie dostępne sposoby i przedstawiają ich pełne dossiers. Jego zdaniem, nie należy się bać pokazywania także tzw. prywatnych informacji o kandydatach, ponieważ są to ludzie, którym oddajemy jakiś zakres władzy, a wobec tego powinniśmy ich dobrze poznać, by móc ocenić ich przygotowanie i charakter. Postulował ponadto, by media nie ograniczały się jedynie do informowania o wydarzeniach, co robią dziś, ale opisywały potrzeby społeczne, potrzeby społeczności lokalnych - wydobywały je na powierzchnię i stawały się ich rzecznikiem.

Z kolei redaktor naczelny „Kuriera Lubelskiego” Dariusz Kotlarz i historyk kultury i publicysta Łukasz Jasina oceniali w rozmowie na antenie tegoroczną kampanię samorządową - czy wprowadzając nowe formy wyrazu (bilbordy, plakaty itd.) wniosła także nową jakość w sferze treści i programów. Ocena nie była pozytywna. Zastanawiali się też nad rolą mediów, stwierdzając, że przyczyniają się często wydatnie do upolitycznienia kampanii.

II. Rozmowy z politykami

W codziennej popołudniowej audycji „Samorząd 2010” nadano w badanym tygodniu 3 rozmowy z politykami: Waldemarem Pawlakiem, Grzegorzem Schetyną i Aleksandrem Gradem.

Partia	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówca	Temat rozmowy
PSL	15 XI	11'	Waldemar Pawlak wicepremier, prezes PSL	Zagospodarowanie terenów samorządowych w Niedźwiadzie
PO	16 XI	5'	marszałek Grzegorz Schetyna	Znaczenie wyborów samorządowych; budowa dróg w województwie; niskie wykorzystanie środków unijnych w regionie
PO	17 XI	11'	Aleksander Grad minister skarbu	Powstanie koncernu energet. w Lublinie; losy kopalni w Bogdance

Politycy zostali zapowiedzeni na antenie w swoich rolach rządowych i sejmowych (wicepremier, marszałek, minister skarbu), a rozmowy dotyczyły głównie korzystnych dla województwa lubelskiego aktualnych decyzji i działań rządu w sprawie ważnych dla regionu

inwestycji i przedsięwzięć. Do kampanii samorządowej nawiązał wprost tylko marszałek Schetyna, apelując o udział w wyborach i przyznając, że przyjechał do regionu, by wesprzeć kandydatów PO. Wicepremier i minister skarbu stwierdzili natomiast, że ich przyjazd i zorganizowane konferencje prasowe związane są z faktem, że udało się właśnie pomyślnie sfinalizować zaczęte wcześniej ważne przedsięwzięcia dla regionu. Wszyscy trzej politycy omawiali też perspektywy dalszego rozwoju województwa, stwierdzając, że rząd PO i PSL zrobił już bardzo dużo dla modernizacji tzw. Ściany Wschodniej i że jest gwarantem jej dalszego rozwoju, w tym dobrego wykorzystania środków unijnych.

– **Równowaga czasu partii**

W nadanych w badanym tygodniu rozmowach z politykami nie zachowano równowagi między partiami. Na antenie obecni byli tylko przedstawiciele koalicji rządzącej, zabrakło w omawianych, ważnych dla regionu problemach i decyzjach opinii opozycji oraz - co jeszcze ważniejsze - samych samorządowców.

– **Szczebel wyborów**

Nadane w badanym tygodniu rozmowy i wywiady dotyczyły ogólnych problemów kampanii wyborczej oraz problemów województwa i nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów ani do konkretnych organów samorządu.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Lublin**

Nadane rozmowy przyniosły bardzo interesujące, choć krótkie, rozważania socjologa na temat pożądanej roli mediów lokalnych w samorządowej kampanii wyborczej, w tym zwłaszcza w odkrywaniu wiedzy o potrzebach społeczności lokalnej i kształtowaniu rzetelnej wiedzy o kandydatach. Zawierały też (w wypowiedziach polityków) mocną zachętę do udziału w wyborach.

RADIO ŁÓDŹ

W wyborach samorządowych w województwie łódzkim uczestniczyło 10 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 892 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 198 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Łódź, Piotrków Trybunalski, Skierniewice), 21 rad powiatowych i 177 - gminnych, oraz 11 prezydentów miast (Bełchatów, Kutno, Łódź, Pabianice, Piotrków Trybunalski, Radomsko, Sieradz, Skierniewice, Tomaszów Mazowiecki, Zduńska Wola, Zgierz), 32 burmistrzów i 134 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Łódź w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **2 godziny 37 minut**, czyli **2,2%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym rozmowę z ekspertami i organizacjami pozarządowymi dotyczącą wyborów, oraz 4 audycje edukacyjno-instruktażowe poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Łódź	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	48	47'	0,6%
Instruktaż wyborczy	4	12'	0,2%
Publicystyka	3	1h 38'	1,4%
Razem	55	2h 37'	2,2%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w programie Radia Łódź monitorowano 27 serwisów informacyjnych; zajęły one łącznie 2 godz. 14 minut, zamieszczono w nich 135 przekazów. Poszczególne wydania nie były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami były obecne we wszystkich monitorowanych serwisach. Nadano w nich łącznie **48 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły **47 min.**, czyli stanowiły **35%** ogólnej liczby przekazów nadanych w badanym okresie i **35%** łącznego czasu ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 47 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio.

Liczba przekazów wyborczych w poszczególnych dniach była bardzo zmienna, najwięcej przekazów nadano na trzy dni przed ciszą wyborczą (środa, 17. 11.2010 - 15 przekazów), najmniej ostatniego dnia kampanii (piątek, 19.11.2011 – 4 przekazy).

Informacje wyborcze w serwisach Radia Łódź miały stosunkowo wysoką rangę: 32 przekazy (czyli 68%) nadane zostały na 2 lub 3 miejscu w serwisie, ale tylko jeden przekaz został nadany na 1 miejscu.

Szczeble wyborów

Najwięcej przekazów (67%) dotyczyło wyborów na urząd prezydenta miast w regionie, w tym 51% wszystkich przekazów wyborczych stanowiły przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta Łodzi a 16% przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta pozostałych większych miast w regionie: Kutna, Sieradza, Piotrkowa Trybunalskiego. Kandydatom do Rady Miasta Łodzi poświęcono 14% przekazów. Pozostałym szczeblom wyborów poświęcono znacznie mniej czasu: wyborom do sejmiku wojewódzkiego – 6%, wyborom na urząd wójta- 2%, do rady powiatu – 2%. W monitorowanej próbie programu nie nadano żadnych informacji o kandydatach na urząd burmistrza oraz do rady gminy.

Podsumowując, zdecydowana większość przekazów dotyczyła kandydatów na urząd prezydenta Łodzi i pozostałych miast w regionie oraz kandydatów do Rady Miasta Łódź - stanowiły one łącznie 81% przekazów wyborczych. Informacje o wyborach do innych organów samorządu i o wyborach niższych szczebli nadawano sporadycznie lub nie nadano ich w ogóle.

Komitety wyborcze

Przekazy odnoszące się do poszczególnych komitetów stanowiły zdecydowaną większość wszystkich przekazów dotyczących wyborów (na 47 przekazów tylko dwa nie dotyczyły komitetów wyborczych). Najczęściej mówiono o komitecie wyborczym PO (12 przekazów - czyli 25% liczby wszystkich przekazów dotyczących wyborów), o 1/3 mniej informacji dotyczyło KW SLD (8 przekazów, 17%) oraz KW PiS (8 przekazów, 17%). Najmniej mówiono o kandydatach KW PSL- w kontrolowanym tygodniu nadano zaledwie 2 przekazy poświęcone kandydatom tego komitetu. Nadano 1 przekaz dotyczący KW Samoobrona.

Przekazy wyborcze w serwisach zawierały informacje o 7 lokalnych komitetach (łącznie 15 przekazów). Najczęściej podawano informacje o KWW Prof. Zdzisławy Janowskiej (5 przekazów) oraz o KWW Łódzkie Porozumienie Obywatelskie (4 przekazy). Nie było znaczących różnic jeżeli chodzi o pozycje w dzienniku przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. W kontrolowanym programie tylko raz przekaz wyborczy nadano na pierwszym miejscu w dzienniku (dotyczył on KW PO), pozostałe przekazy wyborcze umieszczane były zazwyczaj na 2-3 miejscu.

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazu	% liczby przekazu	Czas przekazu	% czasu przekazu	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO RP	13	25%	12’45’’	27,9%	4’	32,2%
KW PiS	9	17,3%	6’50’’	15,0%	2’	16,1%
KW SLD	10	19,2%	8’15’’	18,1%	2’20’’	18,8%
KW PSL	2	3,8%	2’20’’	5,1%	35’’	4,7%
KW Samoobrona	1	1,9%	50’’	1,8%	20’’	2,7%
KWW ZBIGNIEWA BURZYŃSKIEGO	1	1,9%	1’10’’	2,6%	10’’	1,3%
KWW ŁÓDZKIE POROZUMIENIE OBYWATELSKIE	4	7,7%	3’5’’	6,8%	50’’	6,7%
KW RAZEM DLA RADOMSKA	1	1,9%	1’5’’	2,4%	10’’	1,3%
KWW PROF. ZDZISŁAWY JANOWSKIEJ	5	9,6%	3’55’’	8,6%	1’	8,1%
KWW ROZWÓJ GOSPODARNOŚĆ DLA PIOTRKOWIAN	2	3,8%	1’	2,2%	20’’	2,7%
KWW STABILNA GMINA	1	1,9%	1’10’’	2,6%	20’’	2,7%
KW OGÓLNOPOLSKA INICJATYWA OBYWATELSKA	1	1,9%	35’’	1,3%	5’’	0,7%

Podsumowując, w programie Radia Łódź prezentowano głównie informacje o kampaniach największych komitetów wyborczych związanych z partiami parlamentarnymi, z przewagą komitetu PO. Najmniej czasu poświęcono KW PSL- 5% czasu trwania wszystkich przekazów wyborczych. Przedstawiono programy 7 lokalnych komitetów (na 892 zarejestrowanych w województwie łódzkim). Zajęły jedną czwartą

ogółu informacji dotyczących wyborów, poświęcone były głównie wyborom na urząd prezydenta Łodzi.

Treść przekazów

Przekazy wyborcze poświęcone były głównie **(57%)** programom wyborczym poszczególnych kandydatów oraz komitetów. Prezentowały je komitety lokalne (7 przekazów), KW SLD (7 przekazów), KW PiS (6 przekazów) oraz KW PO (3 przekazy). Informacje zawsze zawierały wypowiedzi kandydatów („setki”), które zajmowały zazwyczaj od 10 do 30 sekund w każdym przekazie.

Druga liczna grupa przekazów **(22%)** dotyczyła wydarzeń związanych z kampanią. Nadano m.in. relację z wiecu wyborczego PO, informowano o procesach w trybie wyborczym.

Agitacja partyjna zajęła **7%** ogólnej liczby omawianych przekazów. W tej grupie znalazły się przekazy o poparciu kandydatów KW PO: Hanny Zdanowskiej (kandydatka na prezydenta Łodzi, popierana była przez Tomasza Nałęcza) oraz Jerzego Runińskiego (kandydat na prezydenta Kutna, popierany był przez prezydenta RP Bronisława Komorowskiego, który odznaczył go Złotym Krzyżem Zasług).

Podsumowując, tematyka przekazów wyborczych w Radiu Łódź koncentrowała się głównie na programach wyborczych komitetów oraz poszczególnych kandydatów. Dotyczyło to zarówno kandydatów reprezentujących ogólnopolskie, jak i lokalne komitety wyborcze.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano pod tym względem komitety trzech partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS i KW SLD) wobec KW PSL i każdego z komitetów lokalnych.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Łódź	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	4	0:12:26	1	0	3	3	2	0	2	0	0	0	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	0	0:00:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	4	0:12:26	1	0	3	3	2	0	2	0	0	0	1

Radio Łódź w okresie przedwyborczym umieściło w swoim programie audycję „Wyborcze ABC” nadawaną o godz. 8:50 rano. W badanym okresie audycja nadawano codziennie od poniedziałku 15 listopada do czwartku 18 listopada. Słuchacze mogli w niej usłyszeć wypowiedzi licznych ekspertów: Prezesa Zarządu Instytutu Spraw Publicznych, politologów z Instytutu Studiów Politycznych PAN i z Uniwersytetu Warszawskiego, przedstawicieli Fundacji Batorego oraz Dyrektora Delegatury KBW w Łodzi. Z audycji można było się dowiedzieć jakich organów samorządowych będą dotyczyć te wybory, ile i jakich kart do głosowania otrzymają wyborcy i jak powinni je wypełniać, aby głos był ważny, a także gdzie można zasięgnąć informacji dotyczącej wyborów. Ponadto, 17 listopada o godzinie 8:13 Radio Łódź nadało ponad czterdziestominutową audycję „Samorząd od A do Z”, w której obecni w studio goście (politolog z uniwersytetu Łódzkiego oraz przedstawiciele Fundacji „Fenomen”) rozmawiali o znaczeniu wyborów samorządowych dla mieszkańców, o zadaniach poszczególnych organów samorządowych, o małym zainteresowaniu wyborców programami oraz o programie społecznego monitoringu kandydatów.

Instruktaże wyborcze stanowiły w monitorowanym okresie łącznie, 8% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Łódź **1 godzinę 38 minut**, czyli **1,4%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia w ramach stałego śródogodzinowego cyklu „Samorząd od A do Z” przeprowadziła rozmowę z politologiem i przedstawicielami organizacji pozarządowych o wyborach i samorządzie. Ponadto w codziennej audycji „Puls miasta i regionu” ostatniego dnia kampanii nadała relacje ze spotkań kandydatów z wyborcami, a w czwartkowej audycji „Cztery strony regionu” zamieściła tzw. wyborcze ciekawostki.

Publicystyka wyborcza w Radiu Łódź	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Rozmowa z ekspertem i organizacjami pozarządowymi	1	43’	0,6%
Relacje ze spotkań kandydatów z wyborcami i wyborcze „ciekawostki”	2	55’	0,8%
Razem	3	1h 38’	1,4%

I. Rozmowa z ekspertem i przedstawicielami organizacji pozarządowych

W audycji „Samorząd od A do Z” przedstawiono dwie oddzielne, ale tematycznie powiązane, bardzo interesujące rozmowy na temat znajomości kompetencji i organów samorządu terytorialnego w społeczeństwie, reguł kampanii wyborczej i inicjatyw organizacji pozarządowych związanych z wyborami.

Audycja	Data	Czas	Uczestnicy	Temat
Samorząd od A do Z	17 XI	11’	Ekspert - politolog, dr Hubert Horbaczewski, UŁ	Warunki frekwencji wyborczej; znaczenie wyborów spersonalizowanych; trudności w zdobyciu informacji o kandydatach
		32’	Działacze ngo - Fundacja Fenomen - Normalne Miasto - Jarosław Góralczyk i Patrycja Wojtaszczyk	Wspólna akcja ngo na rzecz popularyzowania wyborów i praw wyborców; Monitoring kandydatów w Łodzi na stronie Fundacji;

W pierwszej politolog z Uniwersytetu Łódzkiego dr Hubert Horbaczewski wskazał, że niewielkie początkowo zainteresowanie wyborami samorządowymi w społeczeństwie

wydatnie się zwiększyło po spersonalizowaniu wyborów, tzn. po wprowadzeniu w 2002 roku bezpośredniego wyboru wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Od tej pory frekwencja wyraźnie wzrasta, ponieważ wyborcy chcą wybierać konkretnych ludzi, a nie listy, z których nie wiadomo, kto ostatecznie wejdzie. W dalszym ciągu jednak barierą dla wielu wyborców w dużych ośrodkach, gdzie ludzie bezpośrednio się nie znają, jest brak wiedzy o kandydatach i trudność w dotarciu do niej. Ulotki i plakaty nie niosą takiej wiedzy, są informacyjnie puste; także w internecie informacje na stronach kandydatów i komitetów są powierzchowne. Zdaniem eksperta, dobrą drogą do przedstawienia się wyborcom są osobiste wizyty w ich domach i bezpośrednie rozmowy, niestety, wciąż jeszcze, nawet w stosunkowo niewielkich okręgach wyborczych, ta metoda prezentowania przez kandydatów siebie i swojego programu jest rzadka.

W drugiej części audycji rozmówcami była dwójka młodych działaczy łódzkiej Fundacji Fenomen, organizacji pozarządowej, która prowadziła w trakcie kampanii, jak to określono, monitoring kandydatów w Łodzi. Pozyskiwała ona różnymi drogami - poprzez ankiety do kandydatów, pytania do komitetów wyborczych, szukanie informacji w BIP i na stronach PKW, przeszukiwanie Internetu i prasy itd. - merytoryczne informacje o kandydatach i ich programach i udostępniała je mieszkańcom na stronie internetowej Fundacji. Rozmówcy potwierdzili z własnych doświadczeń to, o czym była mowa w audycji wcześniej, tzn. fakt, iż bardzo jest trudno obecnie uzyskać rzeczywistą, potrzebną wyborcom wiedzę o kandydatach. Podali też szereg rad, jak i gdzie jej szukać.

Przedstawili również informacje o podjętych przez organizację pozarządową wspólnych działaniach, mających na celu upowszechnienie wiedzy o zadaniach i kompetencjach różnych szczebli i organów samorządu, wyborach samorządowych i kandydatach, w tym o bardzo dobrej, ich zdaniem, akcji „Mam prawo wiedzieć”. Zapowiedzieli, że po wyborach ich fundacja będzie monitorować realizację obietnic przedwyborczych i zachęcać do tego samego obywateli.

II. Pozostałe audycje - Relacje ze spotkań kandydatów i wyborcze ciekawostki

Przedostatniego dnia kampanii nadano audycję o „wyborczych ciekawostkach”, w której podano np. informację o ukazaniu się poradnika „Jak wygrać wybory”, w cenie... 1000 zł. Ostatniego dnia natomiast w relacjach reporterskich przedstawiono spotkania kandydatów z wyborcami na ulicach miasta, na targu itp., oraz sondy wśród mieszkańców na temat oceny tej formy spotkań kandydatów z wyborcami.

– **Szczebel wyborów**

Opisane wyżej audycje dotyczyły ogólnie kompetencji samorządu, oceny kampanii oraz do inicjatyw społecznych związanych z uczestnictwem w wyborach i nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Łódź**

Audycja z udziałem eksperta i działaczy organizacji pozarządowych dostarczyła bardzo interesujących informacji o uwarunkowaniach frekwencji wyborczej, o ograniczonej wiedzy wyborców na temat kompetencji i uprawnień samorządu oraz o podjętych przez organizacje pozarządowe działaniach mających na celu zarówno upowszechnienie wiedzy o samorządzie jak i zwiększenie aktywności obywatelskiej mieszkańców w wyborach i potem, w czasie trwania normalnej kadencji samorządu.

RADIO OLSZTYN

W wyborach samorządowych w województwie warmińsko-mazurskim uczestniczyło 7 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 568 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 135 rad, w tym do rad 2 miast na prawach powiatu (Elbląg, Olsztyn), 19 rad powiatowych i 116 - gminnych, oraz 3 prezydentów miast (Elbląg, Elk, Olsztyn), 46 burmistrzów i 67 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Olsztyn w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **4 godziny 56 minut**, czyli **4,1%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii oraz informacje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania, przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych. Nadano także 5 debat wyborczych kandydatów do różnych organów samorządu.

Tematyka wyborcza w Radiu Olsztyn	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	63	51'	0,7%
Instruktaż wyborczy	18	5'	0,1%
Publicystyka	8	4h	3,3%
Razem	89	4h 56'	4,1%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

Monitoringiem objęto 44 wydania serwisu informacyjnego „Wiadomości” (9-10 wydań dziennie) nadanych w badanym okresie w godzinach 6.00-10.00 i 15.00-18.00, tj. w porze najlepszej słuchalności Radia Olsztyn. Zajęły one łącznie 3 godz. 23 minuty, zamieszczono w nich 172 przekazy. Były to serwisy kilkuminutowe. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami. Nadawca nie dostarczył nagrań trzech serwisów nadanych 18 listopada (w czwartek) w godz. 16.00-18.00.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **31 serwisach**, czyli w niemal 3/4 wszystkich serwisów monitorowanych w badanym czasie. Nadano w nich **63 przekazy**

dotyczące wyborów, które zajęły łącznie **51 minut**, czyli stanowiły **25%** łącznego czasu emisji przekazów nadanych w badanym okresie oraz **37%** ogólnej ich **liczby**.

Tematem dalszej analizy jest 60 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Trzy przekazy miały charakter kryptowyborczy - ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych różniła się niewiele w poszczególnych dniach tygodnia (przeciętnie 14-16 dziennie), z wyjątkiem czwartku (18 listopada). Z powodu opisanego wyżej braku materiału nie można stwierdzić ile przekazów o tej tematyce pojawiło się w analizowanym serwisie.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Olsztyn miały stosunkowo wysoką rangę – w niemal 3/4 serwisów (w 30 na 44 nadane), ich zapowiedź znalazła się w forszpanie, a w niemal 1/3 serwisów (w 15 na 44) przekaz taki nadano na pierwszym miejscu.

Szczeble wyborów

Niemal połowa przekazów (48%) dotyczyła wyborów wszystkich szczebli - jak np. instruktaż wyborczy, lub ogólnie wsparcia udzielanego kandydatom do samorządów przez liderów partii, czy wyników sondaży wyborczych itp.

W przekazach dotyczących określonego szczebla wyborów w większości informowano o kampanii na urząd prezydenta Olsztyna (27% przekazów i 34% czasu), a więc miasta wojewódzkiego. Informowano też o wyborach do rady powiatu lub rady miasta Olsztyna (18% przekazów i 26% czasu) oraz do sejmiku wojewódzkiego (5% przekazów i 5% czasu). Przekazy zawierające informacje o wyborach na urząd wójta (1 przekaz dotyczący wyborów na urząd wójta gminy Ełk) stanowiły 2% wszystkich przekazów i 3% ich czasu. Nie nadano w tym czasie ani jednego przekazu dotyczącego wyborów do rady gminy czy na urząd burmistrza. Nie informowano także o wyborach na urząd prezydentów pozostałych miast w regionie.

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów w mieście wojewódzkim (prezydent Olsztyna, rada miasta wojewódzkiego), do sejmiku województwa, do rady powiatu - łącznie 50% przekazów, 65% czasu. Zabrakło informacji o wyborach w gminach wiejskich – tylko 1 z przekazów dotyczył wyborów na urząd wójta.

Im wyższego szczebla wyborów dotyczył przekaz, tym większą miał rangę w dzienniku. Spośród 16 przekazów dotyczących wyborów na urząd prezydenta miasta

wojewódzkiego (Olsztyna) 15 zostało zapowiedzianych w forszapnie, a 2 znalazły się na 1 miejscu w serwisie. Jednak najwięcej z przekazów (połowa), spośród tych które znalazły się w serwisie na 1 miejscu, dotyczyło wyborów do rady powiatu lub rady miasta. Była to także niemal połowa wszystkich nadanych przekazów o tej tematyce. Przekaz dotyczący wyborów na urząd wójta gminy (Elk) znalazł się w serwisie na trzecim miejscu.

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli różniły się nie tylko pozycją w serwisie, ale także rangą przedstawianych w nich treści. Przekazy związane z wyborami do sejmiku województwa (zamieszczone w większości na wysokiej pozycji w serwisie – od 1 do 3 miejsca) zawierały przede wszystkim informacje o kandydatach i ich programach. Przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta Olsztyna informowały m.in. o procesach wyborczych kandydatów (i te przekazy znalazły się na wysokich miejscach w serwisie), o happeningach (np.: kandydat PO na prezydenta Olsztyna Janusz Cichoń zorganizował happening ukazujący problemy związane z parkowaniem w mieście), wynikach sondaży, o spotkaniach wyborczych. W przypadku kandydatów do rad miast i powiatów - najwięcej miejsca poświęcono informacjom o procesach wyborczych.

Nie tylko więc sam szczebel wyborów, ale także rodzaj treści wpłynął na zróżnicowaną rangę informacji o poszczególnych szczeblach wyborów.

Komitety wyborcze

Informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów (38 przekazów) stanowiły znacznie ponad połowę (63%) przekazów wyborczych i większość (83%) ich czasu, w tym ok. 1/3 czasu ich emisji (11 minut i 19 sekund) zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii.

Przekazom tym nadano wysoką rangę w dziennikach. Wszystkie zostały zapowiedziane w forszapnie. Jedna trzecia z nich znalazła się w serwisie na pierwszym miejscu i znacznie częściej niż inne zawierała „setki” – stanowiły one 92% czasu wszystkich wypowiedzi nadanych w przekazach wyborczych.

Ponad połowa (64%) spośród omawianych przekazów odnosiła się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO RP, PSL, SLD, PiS.

Pozostałe (36%) przekazów dotyczyło trzech komitetów ogólnopolskich - KW "Prawica Rzeczypospolitej", KW PPP Sierpień 80, KW Porozumienie Samorządowo-Ludowe i pięciu komitetów lokalnych - KWW Krzysztofa Piłata, KWW Antoniego Polkowskiego, KW Elbląski Komitet Obywatelski, KW Stowarzyszenie Dobry Samorząd i KW Zielony Olsztyn Młodzi Socjaliści.

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania KW PO RP i KW PiS - przekazy informujące o tych komitetach były znacznie liczniejsze od pozostałych, zajęły od ok. 3 do 7,5 więcej czasu i od 2 do 9 razy częściej były ilustrowane „setkami” niż przekazy odnoszące się do komitetów innych partii, spośród tych, którym poświęcono najwięcej czasu w programie Radia Olsztyn. Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazów	% czasu przekazów	Czas setek	% czasu setek
KW PO RP	10	17%	7'33"	18%	3'25"	28%
KW PiS	8	13%	6'51"	16%	3'22"	27%
KW PSL	2	3%	2'43"	6%	24"	3%
KW SLD	4	7%	4'19"	10%	59"	8%
KW "Prawica Rzeczypospolitej"	1	2%	10"	8%	0	0%
KW (lokalny) Zielony Olsztyn Młodzi Socjaliści	3	5%	3'25"	8%	1'	8%
KW (lokalny) Stowarzyszenie Dobry Samorząd	3	5%	3'24"	8%	15"	2%
KW (lokalny) Elbląski Komitet Obywatelski	2	3%	3'24"	8%	12"	2%
KW PPP Sierpień 80	2	3%	2'58"	7%	1'7"	9%
KW Porozumienie Samorządowo-Ludowe	1	2%	32"	1%	15"	2%
KWW Antoniego Polkowskiego	1	2%	21"	1%	20"	3%
KWW Krzysztofa Piłata	1	2%	18"	1%	24"	3%

W forszpanach zapowiedziano 9 z 10 przekazów dotyczących KW PO RP (30% wszystkich przekazów, które znalazły się w forszpanie), 6 z 7 przekazów dotyczących KW PiS (20%) oraz 3 z 4 przekazów dotyczących KW SLD (10%) i jeden z dwóch przekazów dotyczących KW PSL oraz od 1 do 2 przekazów dotyczących pozostałych, wymienionych wyżej, komitetów.

Natomiast na pierwszym miejscu w serwisie znalazły się 2 przekazy dotyczące KW SLD i 1 przekaz dotyczący KW PiS oraz po 2 przekazy dotyczące komitetów lokalnych KW Zielony Olsztyn Młodzi Socjaliści, KW Elbląski Komitet Obywatelski i 1 przekaz dotyczący PW PPP Sierpień 80. Żaden z przekazów dotyczących KW PO RP i KW PSL nie otrzymał tak wysokiej rangi.

Zatem największą rangę pod względem liczby oraz czasu trwania informacji wyborczych nadano komitetom dwóch partii parlamentarnych: KW PO RP i KW PiS. Zajęły one odpowiednio - 17% i 13% ogólnej liczby przekazów wyborczych oraz 18% i 16% czasu ich trwania.

Spośród innych komitetów ogólnopolskich i lokalnych największą rangę pod względem liczby przekazów nadano KW Zielony Olsztyn Młodzi Socjaliści i KW Stowarzyszenie Dobry Samorząd (po 5% ogólnej liczby przekazów), a pod względem czasu trzem komitetom (wymienionym wyżej) oraz KW Elbląski Komitet Obywatelski (po 8% czasu trwania przekazów).

W analizowanym programie Radia Olsztyn koncentrowano się na informacjach dotyczących kampanii prowadzonej przede wszystkim przez ogólnopolskie komitety wyborcze, związane z partiami parlamentarnymi (głównie PO i PiS). Przedstawiono także informacje o dwóch komitetach partyjnych (KW "Prawica Rzeczypospolitej" oraz KW PPP Sierpień 80) oraz o 6 lokalnych komitetach wyborczych. Zatem w analizowanym programie, w niewielkim stopniu, stworzono możliwość poznania przez wyborcę lokalnych komitetów wyborczych, jednak były to informacje o znikomej ich liczbie wobec wszystkich 568 komitetów lokalnych które uczestniczyły w wyborach w województwie warmińsko-mazurskim.

Treść przekazów

Niemal jedną trzecią (32%) omawianych przekazów poświęcono „instruktażowi wyborczemu” (jest on omówiony w dalszej części tekstu), 19% przekazów dotyczyło informacji o przebiegu kampanii - o spotkaniach, audycjach i debatach wyborczych oraz happeningach organizowanych przez kandydatów na ulicach Olsztyna, w tym najwięcej miejsca zajęły spory i procesy wyborcze (11%).

Niewiele mniej, 16% przekazów, poświęcono na informacje o poparciu kandydatów przez kierownictwo partii w regionie i posłów danej partii, przyjeżdżających do regionu na spotkania z kandydatami i wyborcami, o szansach wyborczych danej partii w wyborach. Te rekomendacje, ilustrowano często „setkami”. Przekazom tym nadano w dziennikach wysoką rangę - wszystkie zostały zapowiedziane w forszpanie i nadane w serwisie na miejscach od pierwszego do trzeciego. Pięć z tych przekazów dotyczyło kandydatów KW PO RP, trzy – kandydatów KW PiS, po dwa - kandydatów KW SLD i kandydatów lokalnego komitetu KW Zielony Olsztyn Młodzi Socjaliści. Kandydatom KW PSL nie poświęcono ani jednego z

takich przekazów, tak więc również w tym przypadku KW PSL znalazł się na gorszej pozycji w stosunku do pozostałych komitetów.

W 10% przekazów informowano o drodze zawodowej i doświadczeniu społecznym kandydatów, a 8% poświęcono na informację o ich programie. Informacje o wynikach sondaży wyborczych zajęły 3% przekazów. Krytyce władz lokalnych poświęcono 2% przekazów.

Podsumowując, dużą grupę przekazów wyborczych stanowiły instruktaż wyborczy i ważne dla wyborców informacje o mających się odbyć debatach kandydatów; informowano także o zakłóceniach w kampanii. W treści przekazów koncentrowano się głównie na instruktażu wyborczym.

Drugą, równie dużą, grupę przekazów stanowiły przekazy dotyczące agitacji przedstawicieli partii parlamentarnych na rzecz swoich kandydatów oraz walki partyjnej między komitetami. Konkretno programowym poświęcono niewiele czasu.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Olsztyn nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Brak równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów, wystąpił natomiast w prezentacji komitetów wyborczych w dziennikach Radia Olsztyn. Jak przedstawiono wyżej, komitetom wyborczym PO RP i PiS poświęcono znacznie więcej przekazów niż pozostałym oraz przeznaczono na nie dużo więcej czasu.

Przekazy kryptowyborcze

W monitorowanym tygodniu, w serwisach informacyjnych Radia Olsztyn nadano 3 przekazy o charakterze kryptowyborczym. Zajęły one łącznie 4 minuty 54 sekundy, co stanowi 10 % emisji wszystkich przekazów o tematyce wyborczej nadanych w badanym okresie. Były to:

- 15 listopada, w serwisie o godzinie 10.00 przekaz, w którym swoją mijającą kadencję pozytywnie ocenił urzędujący marszałek województwa warmińsko-mazurskiego – Jacek Protas. Nie podano jednocześnie, że jest on kandydatem do sejmiku wojewódzkiego w nadchodzących wyborach samorządowych. Przekaz trwał 1 minutę i 36 sekund.
- 17 listopada, w serwisie nadanym o g. 9.00, przekaz zawierający informacje dotyczące osiągnięć samorządu Elbląga – uzyskano 43 mln złotych na rewitalizację centrum miasta; mówiono także o dobrej współpracy samorządu Elbląga z sejmikiem, dzięki czemu

w mijającej kadencji miasto uzyskało 170 mln dofinansowania. W przekazie tym wypowiadali się Henryk Słonina – prezydent Elbląga i Jacek Protas – marszałek województwa warmińsko-mazurskiego. Na antenie nie padła informacja o tym, że kandydują oni ponownie na urząd, który sprawują. Przekaz trwał 1 minutę i 11 sekund.

- 19 listopada, w serwisie nadanym o g. 17.30, przekaz zawierający informację o tym, że województwo warmińsko-mazurskie jest na pierwszym miejscu w rankingu województw które najlepiej wykorzystują środki unijne, opublikowanym przez PULS Biznesu. Nadano w nim wypowiedzi marszałka Jacka Protasa i w-ce marszałka Urszuli Pasławskiej. Kolejny raz nie poinformowano, że oboje kandydują w nadchodzących wyborach do sejmiku wojewódzkiego. Przekaz trwał 2 minuty 7 sekund.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Olsztyn	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	0	0:00:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	18	0:05:15	1	1	1	1	1	0	1	0	2	1	16
Razem	18	0:05:15	1	1	1	1	1	0	1	0	2	1	16

Radio Olsztyn nie nadawało w dniach 15-19 listopada 2010 r. oddzielnych audycji instruktażowych poświęconych wyborom. Natomiast, w dniu 19 listopada zamieściło w porannym wydaniu dziennika informacje o terminie wyborów, godzinach otwarcia lokali wyborczych, sposobach głosowania, rodzajach kart do głosowania oraz o możliwości dopisania się do rejestru wyborców. Tego samego dnia, w wydaniu popołudniowym dziennika zamieszczono również wypowiedź eksperta PKW na temat warunków ciszy wyborczej. Radio Olsztyn przez cały tydzień nadawało w serwisach informacyjnych krótki przekaz przypominający, gdzie można znaleźć informacje dotyczące wyborów.

Przekazy instruktażowe zajęły 1,8% łącznego czasu nadawanych informacji wyborczych.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Audycje publicystyczne poświęcone wyborom samorządowym zajęły w badanym tygodniu na antenie Radia Olsztyn **4 godziny**, czyli **3,3%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Nadano w tym czasie 5 **publicznych** debat wyborczych: na urząd prezydenta Elku (16 XI) i Olsztyna (18 XI), na radnych obu tych miast (16 XI i 18 XI) oraz do Sejmiku województwa (17 XI).

Ponadto w ramach stałej, cotygodniowej audycji publicystycznej pn. „My, wy, oni” (15 XI) przedstawiono dyskusję uczestniczących w wyborach w Olsztynie polityków na temat sondaży przedwyborczych. Nadano także dwie krótkie rozmowy z innymi politykami na temat bieżących wydarzeń politycznych i popieranych kandydatów.

Publicystyka wyborcza w Radiu Olsztyn	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n =120 h)
Debaty na urząd prezydenta	2	1h 25'	1,2%
Debaty kandydatów do Rad Miast	2	1h 30'	1,3%
Debate kandydatów do Sejmiku	1	45'	0,6%
Razem debaty wyborcze	5	3h 40'	3,1%
Politycy-kandydaci o sondażach przedwyborczych	1	12'	0,1%
Rozmowy z politykami	2	8'	0,1
Razem	8	4h	3,3%

Wcześniej Radio Olsztyn nadało także debatę kandydatów na urząd prezydenta Elbląga (10 XI), czyli trzeciego miasta prezydenckiego w regionie, oraz pierwszą debatę na urząd prezydenta Olsztyna (5 XI) i pierwszą debatę kandydatów do Sejmiku (9 XI). Debaty te nie zostały objęte badaniem.

I Debaty wyborcze

– Uczestnicy debat

Radio Olsztyn przyjęło jako zasadę, że zaprasza do uczestnictwa w debatach wszystkich kandydatów na urząd prezydenta i przedstawicieli wszystkich komitetów, które wystawiły listy w wyborach radnych do Rad Miast i do Sejmiku województwa, tj. zarówno kandydatów z komitetów dużych partii jak i z lokalnych komitetów wyborców. W przypadku

kandydatów na radnych na prośbę Radia Olsztyn uczestników debat wytypowały same komitety. Jedynie w pojedynczych przypadkach odmówiono uczestnictwa w debacie.

Organ samorządu	Liczba kandydatów uczestniczących w wyborach	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Olsztyn	w tym:	
		kandydaci komitetów partii *	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Prezydent Elku	7	4	3	7	4	3
Prezydent Olsztyna	7	3	4	6	2	4
Razem na urząd prezydenta	14	7	7	13	6	7

Organ samorządu	Liczba komitetów uczestniczących w wyborach	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Olsztyn	w tym:	
		komitety partii *	komitety lokalne		kandydaci z komitet. partyjnych	kandydaci z komitet. lokalnych
Rada Miasta Elk	7	4	3	7	4	3
Rada Miasta Olsztyn	10	4	6	9	3	6
Razem do Rad Miast	17	8	9	16	7	9
Sejmik województwa	9	8	1	7	7	0

Ogółem kandydaci/ komitety	40	23	17	36	20	16
----------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

* W wyborach na urząd prezydenta miasta i do rad obu miast brały udział - spośród komitetów partyjnych - tylko komitety 4 partii parlamentarnych (w tym na urząd prezydenta Olsztyna - 3 partii, bez PSL, które nie wystawiło tu kandydata), natomiast w wyborach do Sejmiku uczestniczyły ponadto komitety partii pozaparlamentarnych: PPP Sierpień 80, Samoobrona A. Leppera, KPEiR i koalicyjny komitet Lewica.

Czterej nieobecni to:

- kandydat komitetu PiS w debacie na urząd prezydenta Olsztyna, który opuścił spotkanie po wygłoszeniu oświadczenia, że nie weźmie udziału w debacie na znak protestu przeciwko przyzwoleniu społecznemu na uczestnictwo w wyborach kandydata skompromitowanego sex-aferą i mającego proces sądowy,
- kandydat komitetu SLD do Rady Miasta w Olsztynie, który przyjął zaproszenie na debatę, ale z niewiadomych powodów nie przybył,

- kandydaci komitetu wyborców Wspólnota Samorządowa Prawicy oraz koalicyjnego komitetu Lewica w debacie do Sejmiku, które to komitety nie przyjęły zaproszenia do debaty.

Podsumowując, **Radio Olsztyn** w przeprowadzonych przez siebie na antenie debatach do pięciu organów samorządu: na urząd prezydentów dwóch miast, do rad tych miast oraz do Sejmiku województwa **stworzyło szansę uczestnictwa wszystkim pretendentom**, tj. 14 kandydatom na urząd prezydenta i przedstawicielom (kandydatom) 26 komitetów uczestniczących w wyborach do wymienionych rad. Z możliwości tej skorzystała zdecydowana większość (36) pretendentów i komitetów uczestniczących w wyborach do wymienionych organów samorządu.

W efekcie, w debatach w Radiu Olsztyn kilkakrotnie zaprezentowali się kandydaci komitetów czterech partii parlamentarnych, uczestniczący w wyborach do wszystkich wymienionych organów samorządu, i przynajmniej raz przedstawiciele 9 lokalnych komitetów wyborców oraz 3 (uczestniczących tylko w wyborach do Sejmiku) partii pozaparlamentarnych. Nie przedstawił się wyborcom ani razu jedynie koalicyjny komitet partyjny Lewica.

– **Sposób przedstawienia kandydatów**

Kandydaci do urzędu **prezydentów** Olsztyna i Elku byli przedstawiani na wstępie debaty poprzez specjalne „wizytówki”, zawierające (oprócz wskazania ich komitetów wyborczych) pełnione przez nich, obecnie lub w przeszłości, funkcje samorządowe i polityczne (np. „urzędujący prezydent miasta”; „były wiceprezydent”; „radny miejski”; „były poseł”; itd.). W debacie na prezydenta Olsztyna, zorganizowanej wspólnie przez Radio Olsztyn i oddział TVP w Olsztynie, prezentacja kandydatów miała postać felietonów filmowych; słuchacze Radia Olsztyn odbierali oczywiście jedynie głos.

Kandydaci w wyborach **radnych Rad Miast i do Sejmiku** byli przedstawiani w debacie jedynie z imienia i nazwiska i ze wskazaniem ich komitetu wyborczego, bez podawania „wizytówek”, jak w debatach prezydenckich - zapewne w celu zachowania równowagi, ponieważ były wśród nich też osoby nie pełniące dotychczas żadnych ważnych funkcji.

W trakcie wszystkich debat zwracano się do uczestników jednakowo, nie tytułując ich, jedynie po nazwisku i zawsze z podaniem nazwy komitetu.

– **Formuła debat**

Wszystkie debaty zorganizowane przez Radio Olsztyn miały takie same zasady i podobny przebieg.

Odbływały się w studiu Radia Olsztyn (debata do rady tego miasta i do Sejmiku) lub w lokalnym studiu Radia w Ełku (obie debaty ełckie). Debatę na prezydenta Olsztyna, zorganizowaną wspólnie, jak już wspomniano, przez Radio Olsztyn i oddział TVP w Olsztynie, przeprowadzono w studiu OTV Olsztyn. Była to pierwsza, jak podkreślono na antenie, debata radiowo-telewizyjna w historii obu stacji.

Deбаты trwały **od 40 do 50 minut**. Były prowadzone przez dwóch dziennikarzy.

W każdej debacie przeprowadzano dwie rundy pytań i odpowiedzi. Wyjątkiem była radiowo-telewizyjna debata prezydencka w Olsztynie, gdzie przeprowadzono trzy takie rundy. Bezpośrednio przed rozpoczęciem spotkania - w obecności kandydatów lub pełnomocników komitetów wyborczych - losowano kolejność odpowiedzi uczestników w każdej z rund.

W I rundzie we wszystkich debatach kandydaci odpowiadali na przygotowane wcześniej (ale znane tylko autorom i prowadzącym debatę) **pytania konkurentów**. Każdy z uczestników odpowiadał na jedno pytanie. Pytania były losowane dla każdego z uczestników bezpośrednio na antenie (jeśli zdarzyło się, że wylosowano dla kandydata jego własne pytanie, wracało ono do puli, a losowanie pytania przeprowadzano ponownie). Uczestnicy mieli na odpowiedź **po 1 minucie** (w obu debatach w Olsztynie) lub **po 1,5 minuty** (w debatach pozostałych). Po każdej odpowiedzi autor pytania miał czas - zawsze **30 sekund** - na **ripostę** lub uzupełnienie wypowiedzi konkurenta.

W II rundzie kandydaci w obu **debatach prezydenckich** odpowiadali na **pytania słuchaczy** (w Olsztynie - widzów i słuchaczy), natomiast uczestnicy trzech **debat na radnych** - na pytania przygotowane przez **dziennikarzy** Radia Olsztyn lub lokalnej redakcji Radia w Ełku (w debacie ełckiej).

Pytania **od publiczności** w debatach prezydenckich zostały zebrane przez dziennikarzy wcześniej wśród mieszkańców Olsztyna i Ełku, zarejestrowane na taśmie i odtwarzane w trakcie debaty. Pytania były losowane; w obu debatach zadano każdemu z kandydatów po jednym pytaniu od słuchaczy. W Olsztynie kandydaci mieli na odpowiedź **po 1 minucie**, w Ełku - **po 1,5 minuty**; ponadto w Ełku odpowiedź każdego kandydata była recenzowana przez - wylosowanego bezpośrednio po odpowiedzi - innego uczestnika debaty. Czas **recenzji** (komentarza) - **30 sekund**.

W **debatach na radnych** Rad Miast i Sejmiku pytania dziennikarzy także były dla poszczególnych kandydatów losowane; każdy z kandydatów odpowiadał na jedno pytanie. Czas odpowiedzi: **1 minuta** (debata do Rady Miasta w Olsztynie) lub **1,5 minuty** (dwie pozostałe). Po każdej odpowiedzi następowała riposta któregoś z kontrkandydatów (wylosowanego na antenie); czas na **ripostę - 30 sekund**.

W radiowo-telewizyjnej debacie prezydenckiej w Olsztynie dodano III rundę pytań - pytania od dziennikarzy Radia Olsztyn i OTV Olsztyn. Czas na odpowiedzi, podobnie jak w poprzednich rundach w tej debacie, wynosił 1 minutę. Kolejność odpowiadających nie była w tym przypadku losowana, decydowali o tym prowadzący. Podobnie jak w II rundzie w tej debacie, nie było ripost.

Na zakończenie debat każdy z uczestników miał czas - **30 sekund** (w większości spotkań) **lub 1 minutę** (w radiowo-telewizyjnej debacie prezydenckiej w Olsztynie) - na swobodną wypowiedź, czyli **na podsumowanie** lub uzupełnienie swoich wcześniejszych stwierdzeń w debacie.

Czas poszczególnych odpowiedzi odmierzał gong. Prowadzący pilnowali, by nie przekraczano limitu czasu i w razie potrzeby (grzecznie, ale stanowczo) przerywali wypowiedzi.

– **Prezentacja programów w debatach**

Problemy stawiane przed kandydatami zarówno przez dziennikarzy prowadzących debatę, jak i słuchaczy i kontrkandydatów były bardzo konkretne i dotyczyły specyficznych problemów i spraw danego miasta, zarówno strategii jego rozwoju jak i większych czy mniejszych inwestycji komunalnych. Np.:

Olsztyn:

W granicach miasta jest ponad 10 jezior i innych atrakcji turystycznych - jak wykorzystać ten potencjał, żeby Olsztyn przestał być miejscem tranzytowym i stał się centrum turystyki? Olsztyn będzie miał teraz duże i nowoczesne obiekty sportowe: basen, stadion - czy władze miasta będą potrafiły sprowadzić do miasta duże imprezy sportowe, żeby te obiekty nie stały puste? Czy jest pan za szybkim przyłączeniem Olsztyna Bartąga do Olsztyna? Mieszka tam dużo ludzi pracujących na co dzień w Olsztynie.

Dlaczego zabetonowano otoczenie ratusza? Czy powstanie Centrum Alfa nie wymaga zbudowania teraz przejścia dla pieszych? uchwalono to już w 2005 roku. Co z zieloną falą w ruchu? wciąż jej nie ma, a miasto się korkuje. Co z nowym układem komunikacyjnym i transportem tramwajowym? Co z parkingami? itd.

Elk:

Za jaką strategią rozwoju miasta się pan opowiada: za rozwijaniem turystyki czy tworzeniem miejsc pracy w przemyśle? Czy jest pan za bardziej proekologiczną (hasło: „Mazury - cud natury”, konkurs na 7 cudów przyrody świata), czy za bardziej proinwestycyjną, pro wzrostową strategią rozwoju Elku? Jakie są pana priorytety inwestycyjne dla miasta - co powinno zostać zbudowane w pierwszej kolejności? Centrum Elku może stać się w bardziej przyjazne dla pieszych, ale warunkiem jest wyłączenie go z ruchu. Co pan o tym sądzi? itd.

Sejmik:

Według badań prof. Ryszarda Mazurowskiego, jeziora mazurskie wysychają. Jak temu przeciwdziałać i kto powinien się tym zająć?

16 września tego roku weszła w życie ustawa o sporcie, która wprowadza całkowicie nowe prawne regulacje sportu w Polsce, a także określa zasady jego uprawiania i organizacji. Jak samorząd województwa powinien wspierać sport w kontekście nowej ustawy? itd.

Czasem pytania wyrażały krytykę, np.: Obecna rada wysyła 10-osobową delegację do Chin za publiczne pieniądze. Czy jest pan za taką promocją miasta?

Stosunkowo niewiele pytań (głównie zadanych przez publiczność) dotyczyło rozwiązywania ogólnych problemów gospodarczych i społecznych, powtarzających się też w innych rejonach kraju – jak problem bezrobocia, braku perspektyw zawodowych dla młodzieży czy niskich uposażeń w służbie zdrowia.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Olsztyn, poprzez zaproszenie do debat wszystkich kandydatów w wyborach na urząd prezydenta Olszyna i Elku i przedstawicieli wszystkich komitetów uczestniczących w wyborach do rad w tych miastach i do Sejmiku województwa, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom. Nieobecność czterech kandydatów była niezależna od rozgłośni.

Podczas debat została zachowana pełna równowaga w traktowaniu kandydatów. Przyjęte reguły (losowanie pytań, równy czas odpowiedzi, losowanie kolejności odpowiadających), dawały wszystkim uczestnikom równe szanse wypowiedzenia się w poruszanych problemach i równą pozycję w debacie. Prowadzący dbali o przestrzeganie limitu czasowego wypowiedzi i odnosili się do wszystkich kandydatów w taki sam, neutralny sposób.

II. Dyskusja o sondażach wyborczych i rozmowy z politykami

W audycji nadanej 15 XI w stałym cyklu publicystycznym Radia Olsztyn „My, wy, oni” uczestniczyło czterech kandydatów do różnych organów samorządu w województwie, startujących z komitetów czterech głównych partii, zarazem polityków i samorządowców wysokiego szczebla.

Komitet	Czas wypowiedzi	Rozmówca	Kandyduje
PO	ok. 2,5'	Janusz Cichoń, poseł, b. prezydent Olsztyna	Prezydent Olsztyna
PSL	ok. 2,5'	Ryszard Cecot, członek ZW PSL	Rada Miasta Olsztyn
SLD	ok. 2,5'	Andrzej Ryński, radny Sejmiku, b. wicemarszałek	Sejmik
PiS	ok. 2,5'	Jerzy Szmit, b. radny Sejmiku	Prezydent Olsztyna
Prowadzący	ok. 2'		

W zamyśle prowadzącego audycję miała ona dotyczyć prognoz wyborczych wynikających z opublikowanych właśnie trzech różnych sondaży dla miasta i województwa. Uczestnicy dyskusji zgodnie jednak skrytykowali je jako niewiarygodne - wskazując na przykład, że według jednego z nich frekwencja ma sięgnąć 80%, co jest przecież absolutnie nieprawdopodobne - zmanipulowane, a nawet zniechęcające wyborców do udziału w wyborach. Politycy stwierdzili ponadto, że szkoda czasu na zajmowanie się sondażami, lepiej dyskutować o programach; jest jeszcze kilka dni, by przekonać wyborców do siebie, i prognozy mogą się zmienić. Ostatecznie więc każdy z uczestników dyskusji przedstawiał fakty świadczące o szansach jego ugrupowania, bez odwoływania się do sondaży.

Dyskusja miała swobodny przebieg, niemniej zachowano równowagę czasu między uczestnikami.

W badanym tygodniu nadano ponadto dwie krótkie rozmowy z politykami nie kandydującymi w wyborach samorządowych: posłanką Beatą Kempą z PiS i byłym posłem Ryszardem Bugajem, dawnym liderem Unii Pracy.

Partia	Data	Czas	Rozmówca	Czy kandyduje
PiS	15 XI	4'	posłanka Beata Kempa	nie
nd (d.UP)	16 XI	4'	b. poseł Ryszard Bugaj	nie

Proszono ich o opinię na temat aktualnych wydarzeń politycznych, takich jak powstanie PJN i wizyta A. Fotygi w USA. Przede wszystkim jednak rozmawiano o wyborach w województwie. Politycy byli pytani, kogo przyjechali popierać w tych wyborach: Beata Kempa - kandydata PiS na prezydenta Elku, Ryszard Bugaj - kandydata lokalnego komitetu wyborców Zielony Olsztyn – Młodzi Socjaliści, na prezydenta Olsztyna. Nie mieli jednak możliwości, by szerzej zareklamować tych kandydatów.

Obie rozmowy trwały tyle samo czasu. Nie nadano jednak w badanym tygodniu rekomendacji żadnych innych partii i komitetów, co należy potraktować jako niezachowanie w tym przypadku równowagi między partiami.

– **Szczebel wyborów**

Radio Olsztyn, jak wskazano wyżej, nadało w badanym okresie debaty wyborcze do różnych organów samorządu i na różne szczeble wyborów: na prezydentów miast - wojewódzkiego i innego dużego miasta w regionie, do Rad Miast i do Sejmiku województwa.

W całym okresie kampanii rozgłośnia przeprowadziła debaty do wszystkich miast prezydenckich w województwie oraz w sumie dwie debaty do Sejmiku województwa.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Olsztyn**

Wiążą się one przede wszystkim z przeprowadzonymi debatami, które dostarczyły wiedzy o programach i poglądach kandydatów do pięciu różnych organów samorządu.

Deбаты zostały pomyślane bardzo pomysłowo i miały urozmaiconą formułę. Pytania od publiczności wprowadziły do debaty problemy „z życia wzięte”, takie, które rzeczywiście żywo interesują mieszkańców obu miast. Z kolei wprowadzenie pytań od kontrkandydatów oraz zasada riposty i recenzji wypowiedzi pozwoliły uczestnikom na element dyskusji programowej między sobą, a dzięki temu na pełniejsze przedstawienie swoich poglądów i omawianych zagadnień. Dzięki tym czynnikom debaty dobrze pokazały nie tylko główne problemy rozwojowe obu miast, ale i zróżnicowane poglądy poszczególnych kandydatów i ugrupowań na sposoby rozwiązywania tych problemów i na wybór strategii rozwoju dla obu miast i regionu.

RADIO OPOLE

W wyborach samorządowych w województwie opolskim uczestniczyło 8 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 298 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 82 rad, w tym do rad 1 miasta na prawach powiatu (Opole), 11 rad powiatowych i 71 - gminnych, oraz 2 prezydentów miast (Kędzierzyn-Koźle, Opole), 33 burmistrzów i 36 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Opole w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **7 godzin 10 minut** i stanowiła **6%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także 6 debat kandydatów do różnych organów samorządu oraz 5 audycji edukacyjno-instruktażowych poświęconych objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Opole	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	55	56'	0,8%
Instruktaż wyborczy	22	31'	0,4%
Publicystyka	6	5h 43'	4,8%
Razem	83	7h 10'	6%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

Monitoringiem objęto 40 wydań serwisu informacyjnego „Wiadomości” (8 wydań dziennie) nadanych w badanym okresie o godzinie 9.00, 10.00, 11.00, 12.00, 13.00, 14.00, 15 i 16.00, tj. w porze najlepszej słuchalności Radia Opole. Zajęły one łącznie 2 godz. 54 minuty, zamieszczono w nich 178 przekazów. Były to serwisy krótkie, kilkuminutowe. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **35 serwisach**, czyli w niemal 90% wszystkich serwisów monitorowanych w badanym czasie. Nadano w nich **55 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **56 minut**, czyli stanowiły **32%** łącznego czasu emisji przekazów nadanych w badanym okresie oraz **31%** ogólnej ich liczby.

Tematem dalszej analizy jest 41 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Czternaście przekazów miało charakter kryptowyborczy - ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych różniła się nieco w poszczególnych dniach tygodnia (przeciętnie 8-14 dziennie). Najwięcej nadano ich w piątek - 14, a najmniej w czwartek - 8.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Opole miały wysoką rangę – w 92% serwisów (w 32 na 35 nadanych), które zawierały przekazy o tematyce wyborczej, zapowiedź przekazów o tej tematyce znalazła się w forszpanie, a w ponad połowie tych serwisów (w 19 z 35) przekaz taki nadano na pierwszym miejscu.

Szczeble wyborów

Ponad połowa przekazów (61%) dotyczyła wyborów wszystkich szczebli - jak np. instruktaż wyborczy, lub ogólnie wsparcia udzielanego kandydatom do samorządów przez liderów partii, czy wyników sondaży wyborczych itp.

W przekazach dotyczących określonego szczebla wyborów w większości informowano o kampanii na urząd burmistrza (19,5% przekazów i 19% czasu), a więc dotyczyły one mniejszych miast w województwie. W pozostałych przekazach informowano o wyborach na urząd prezydenta Opola (9,8% przekazów i 11% czasu), do rady powiatu lub rady miasta wojewódzkiego (4,9% przekazów i 5,6% czasu). Przekazy zawierające informacje o wyborach na urząd wójta stanowiły 2,4% wszystkich przekazów i 1,2% ich czasu, do rady gminy – 2,4% przekazów i 5% czasu.

Nie nadano w tym czasie ani jednego przekazu dotyczącego wyborów do sejmiku wojewódzkiego.

W forszpanie zapowiedziano 59% spośród przekazów dotyczących wyborów. Najwięcej – 22% dotyczyło ogólnie tematyki wyborczej, a na pozostałe 37% złożyły się przekazy dotyczące wyborów na urząd burmistrza (16%), wyborów do rady powiatu lub rady miasta i na urząd prezydenta Opola po (6%), na urząd wójta i do rady gminy (po 3%).

Jednak na pierwszym miejscu w serwisie znalazły się tylko przekazy dotyczące wyborów na urząd burmistrza, do rady powiatu lub miasta i instruktaż wyborczy oraz przekazy dotyczące ogólnie tematyki wyborczej.

Podsumowując, większość z przekazów odnosila się do wyborów na urząd prezydenta Opola i w mniejszych miastach województwa oraz do rady powiatu i rady miasta wojewódzkiego - łącznie nieco ponad 34% przekazów i 35,4% czasu. Przekazy dotyczące wyborów na urząd burmistrza, do rady powiatu lub miasta i instruktaż

wyborczy oraz przekazy dotyczące ogólnie tematyki wyborczej otrzymały wysoką rangę – nadawano je w serwisach na pierwszych miejscach. Bardzo mało czasu poświęcono wyborom do gmin wiejskich. Zabrakło informacji o wyborach do sejmiku województwa.

Komitety wyborcze

Informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów (17 przekazów) stanowiły 39% przekazów wyborczych i 36% ich czasu, w tym nieco ponad 1/4 czasu ich emisji (4 minuty i 23 sekundy) zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii.

Przekazom tym nadano wysoką rangę w dziennikach. Większość z nich (80%) została zapowiedziana w forszpanie. Blisko 3/4 z nich znalazło się w serwisie na miejscu pierwszym, drugim lub trzecim. Tylko te przekazy ilustrowano setkami - zamieszczone w nich wypowiedzi stanowiły 100% czasu wszystkich „setek” nadanych w przekazach wyborczych.

Ponad połowa spośród omawianych przekazów (59%) odnosiła się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS. Pozostałe (41%) przekazów o tej tematyce dotyczyło 7 komitetów lokalnych – KW Razem dla Opola, KWW Jana Woźniaka, KW Stowarzyszenie Forum Samorządowe 2002, KW Forum Samorządowe PLUS, KW Towarzystwa Społeczno - Kulturalnego Niemców na Śląsku Opolskim, KWW Jolanty Barskiej, KWW Stanisława Jędrusika.

Podsumowując, w ostatnim tygodniu kampanii jako najważniejsze (podawane na 1 miejscu w serwisie) traktowano zarówno informacje o komitetach wyborczych partii parlamentarnych, jak i o opolskich komitetach lokalnych. Słuchacz nie uzyskał informacji o działaniach dotyczących innych, poza wymienionymi wyżej, lokalnych komitetów wyborczych w województwie opolskim, a było ich 298.

W badanym tygodniu kampanii, w serwisach informacyjnych Radia Opole, nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.

Dotyczy to przede wszystkim uprzywilejowania KW PiS i KW SLD. Przekazy informujące o KW PiS zajęły 12% łącznego czasu przekazów o tematyce wyborczej i 7% liczby tych przekazów w badanym tygodniu. Przekazy poświęcone KW SLD zajęły 9% łącznego czasu tych przekazów i 10% ich liczby w badanym tygodniu. Natomiast przekazy poświęcone KW PO i KW PSL zajęły po 4% łącznego czasu i po 2% łącznej liczby przekazów wyborczych. Ponadto czas przekazu „setek” poświęconych KW SLD stanowił 26% łącznego czasu przekazu setek nadanych w badanym tygodniu. Odpowiednio – setki

poświęcone KW PO zajęły 11% tego czasu, KW PiS i KW PSL – po 14%. Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazów	% liczby przekazów	Czas przekazów	% czasu przekazów	Czas setek	% czasu setek
KW PO	1	2%	1'24"	4%	28"	11%
KW PiS	3	7%	4'17"	12%	37"	14%
KW PSL	1	2%	1'18"	4%	37"	14%
KW SLD	4	10%	3'25"	9%	1'9"	26%
KW "Razem dla Opola"	1	2%	1'5"	3%	36"	14%
KWW Jana Woźniaka	1	0%	35"	2%	20"	8%
KW Stowarzyszenie Forum Samorządowe 2002	1	2%	36"	2%	14"	5%
KW Forum Samorządowe PLUS	1	2%	0	0%	13"	5%
KW Tow. Społ. - Kult. Niemców na Śląsku Opolskim	1	2%	1'42"	5%	0	0%
KWW Jolanty Barskiej	2	5%	1'46"	5%	0	0%
KWW Stanisława Jędrusika	1	2%	0	0%	9"	3%

W forszpanach zapowiedziano 3 z 4 przekazów dotyczących KW SLD (9% wszystkich przekazów, które znalazły się w forszpanie) i 2 z 3 przekazów dotyczących KW PiS (6 %) oraz po 1 z przekazów dotyczących pozostałych komitetów wyborczych (po 3%).

Natomiast na pierwszym miejscu w serwisie nadano po 1 z przekazów dotyczących KW SLD, PiS, PO i PSL oraz KW Razem dla Opola i KWW Jana Woźniaka.

Przekazy dotyczące KW SLD znalazły się również na drugim i trzecim miejscu w serwisach (2 przekazy), podobnie jak przekazy dotyczące KW PiS i KW Stowarzyszenie Forum Samorządowe 2002 – po 1 przekazie.

Podsumowując, w ostatnim tygodniu kampanii nie zachowano równowagi mierzonej liczbą informacji, ich rangą oraz ilością czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano komitety wyborcze związane z partiami parlamentarnymi, głównie KW PiS i KW SLD. W analizowanej próbie programu Radia Opole w niewielkim stopniu stworzono wyborcom możliwość poznania lokalnych komitetów wyborczych - słuchacze otrzymali informacje jedynie o 7 na 298 tych komitetów zarejestrowanych w województwie opolskim.

Treść przekazów

Niemal jedną trzecią (31%) przekazów wyborczych poświęcono „instruktażowi wyborczemu” (jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu), 16% przekazów dotyczyło informacji o przebiegu kampanii - o spotkaniach, audycjach i debatach wyborczych, ale przede wszystkim o sporach i procesach wyborczych (9%). Elementom partyjnej agitacji wyborczej i partyjnego public relations (PR) poświęcono 11% przekazów. Przekazom tym nadano w dziennikach wysoką rangę - wszystkie zostały zapowiedziane w forszpanie i nadane w serwisie na miejscach od pierwszego do trzeciego. Po trzy z tych przekazów dotyczyły kandydatów KW SLD i KW PiS, po jednym poświęcono KW PO i lokalnemu KW Razem dla Opola. Kandydatom KW PSL nie poświęcono ani jednego z takich przekazów, tak więc w tym przypadku KW PSL znalazł się na gorszej pozycji w stosunku do pozostałych komitetów.

W 4% przekazów informowano o drodze zawodowej i doświadczeniu społecznym kandydatów. Dotyczyły one przede wszystkim kandydatów z ramienia lokalnych komitetów wyborczych - KWW Jana Woźniaka i KW Stowarzyszenia Forum Samorządowe 2002. Informacje o wynikach sondaży wyborczych zajęły 2% przekazów.

Podsumowując, największą grupę przekazów wyborczych stanowił instruktaż wyborczy. Drugą dużą grupą były ważne dla wyborców informacje o przebiegu kampanii. Dominowały w nich przekazy informujące o zakłóceniach w kampanii – sporach i procesach wyborczych. Kolejna, nieco mniejsza grupa przekazów odnosiła się bezpośrednio do komitetów wyborczych i kandydatów - dominował tu wyborczy PR. Zabrakło informacji o programach komitetów wyborczych.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Opole nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Brak równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów, wystąpił natomiast w prezentacji komitetów wyborczych w dziennikach Radia Opole. Jak przedstawiono wyżej, komitetom wyborczym PiS i SLD poświęcono znacznie więcej czasu niż pozostałym.

Przekazy kryptowyborcze

W monitorowanym tygodniu, w serwisach informacyjnych Radia Opole nadano 14 przekazów o charakterze kryptowyborczym. Zajęły one 25% emisji wszystkich przekazów o

tematyce wyborczej nadanych w tym czasie w Radiu Opole. Przekazy te znalazły się w serwisach nadanych:

15 listopada:

- godz. 9.00 - w przekazie dotyczącym ewentualnej rozbudowy Jura Parku w Krasiejowie, nadano wypowiedź na ten temat przewodniczącego sejmiku wojewódzkiego Bogusława Wierdaka, który wystąpił tu w podwójnej roli, tj. urzędujący przedstawiciel samorządu oraz - jako kandydat do sejmiku (o czym nie poinformowano w przekazie). *35 sekund*

- godz. 10.00 – w przekazie dotyczącym braku działań związanych z polityką społeczną w Opolu, nadano wypowiedzi: przedstawiciela opozycji w sejmiku Jerzego Czerwińskiego oraz wypowiedź przewodniczącego sejmiku Bogusława Wierdaka, a także: wypowiedź Andrzeja Mazura (SLD) i Renaty Zalewskiej z PSL (nie poinformowano, że ostatni dwoje wymienieni są ponownymi kandydatami w wyborach do sejmiku). *1 minuta 27 sekund*

16 listopada:

- godz. 10.00 – w przekazie na temat mającego odbyć się konwentu starostów w Strzelcach Opolskich nadano rozmowę na ten temat ze starostą Józefem Swaczyną. Nie poinformowano słuchaczy, że jest on ponownie kandydatem do Rady Powiatu Strzeleckiego w wyborach (z ramienia KW Towarzystwo Społeczno-Kulturalne Niemców Na Śląsku Opolskim). *1 minuta 8 sekund*. Skrót tego przekazu (trwający 43 sekundy) powtórzono w serwisie o godz. 11.00.

- godz. 15.00 – w jednym z przekazów poinformowano o możliwości zawiązania przez studentów stowarzyszenia, w celu uzyskania dofinansowania z miasta na organizację imprez studenckich. Na ten temat wypowiedział się Ryszard Zembaczyński - urzędujący prezydent Opola, a zarazem kandydat na urząd prezydenta oraz do rady miasta. W przekazie zabrakło informacji o jego ponownym kandydowaniu. *21 sekund*

- godz. 16.00 – w informacji o dotacji na rozbudowę Jura Parku w Krasiejowie nadano wypowiedź marszałka Józefa Sebesty na ten temat. Nie poinformowano, że urzędujący marszałek sejmiku wojewódzkiego ponownie ubiega się o mandat radnego do Sejmiku Województwa Opolskiego. *1 minuta*

17 listopada:

- godz. 16.00 – w informacji na temat dotacji dla Jura Parku w Krasiejowie nadano wypowiedź przewodniczącego sejmiku, Bogusława Wierdaka (i zarazem kandydata PO do sejmiku – o czym nie poinformowano), który domagał się wyciągnięcia konsekwencji wobec osób, które wstrzymały wypłatę dotacji - za upór w tej kwestii obarcza wicemarszałka Józefa Kotysia (wicemarszałek sejmiku, kandyduje ponownie do sejmiku); nadano także wypowiedź

w tej sprawie marszałka województwa Józefa Sebesty (kandydata PO do sejmiku województwa opolskiego). *1 minuta 25 sekund*

18 listopada:

- godz. 10.00 – przekaz na temat doposażania przez gminę Popielów wiejskie świetlic w sprzęt komputerowy, zawierał wypowiedź wójta Popielowa Dionizego Duszyńskiego - kandydata KWW Integracja Rozwój Przyszłość do rady gminy Popielów (o czym nie poinformowano). *55 sekund*

- godz. 10.00 – w ramach przekazu dotyczącego przekazania w Gogolinie nowoczesnego kompleksu boisk, w ramach programu Orlik 2012, nadano wypowiedź burmistrza Joachima Wojtali, kandydata KW Towarzystwo Społeczno-Kulturalne Niemców Na Śląsku Opolskim na burmistrza Gogolina. Nie podano informacji o ponownym ubieganiu się Joachima Wojtali na urząd burmistrza. *54 sekundy*

- godz. 16.00 – w przekazie na temat pozyskiwania przez Opole dotacji z Unii Europejskiej nadano wypowiedzi w tej sprawie osób kandydujących w wyborach: Tomasza Garbowskiego (kandydata SLD na prezydenta Opola), Patryka Jakiego (szefa kampanii wyborczej PiS) oraz ówczesnie urzędującego prezydenta Opola Ryszarda Zembaczyńskiego (i zarazem kandydata na kolejną kadencję z ramienia PO – o czym nie poinformowano). *1 minuta 35 sekund*

19 listopada:

- godz. 10.00 – w przekazie na temat ułatwień w dojeździe do Opola z Tułowic i okolicznych miejscowości nadano wypowiedź wójta Tułowic Wiesława Plewy, który kandyduje ponownie na to stanowisko (słuchacz nie otrzymał tej informacji). *57 sekund*

- godz. 15.00 – przekaz dotyczący braku zgody ze strony opolskich starostów na obniżki kontraktów z NFZ zawierał wypowiedź w tej sprawie Józefa Swaczyny - wiceprzewodniczącego konwentu starostów województwa opolskiego, a zarazem kandydata do Rady Powiatu Strzeleckiego – o czym nie poinformowano słuchaczy. *46 sekund*

- godz. 16.00 – w informacji o nowym centrum handlowym w Nysie nadano wypowiedź burmistrz Jolanty Barskiej, kandydującej ponownie na ten urząd (z ramienia KWW Jolanty Barskiej) – o czym nie poinformowano. *1 minuta*

- godz. 16.00 – w przekazie dotyczącym stanu budowy stadionu miejskiego w Brzegu nadano wypowiedź zastępcy burmistrza Artura Kotary – kandydata na burmistrza Lewina Brzeskiego i nie poinformowano o jego udziale w wyborach. *57 sekund*

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Opole	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	5	0:15:24	1	2	0	1	0	0	1	0	2	3	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	17	0:15:23	7	3	6	4	7	0	3	1	1	6	3
Razem	22	0:30:47	8	5	6	5	7	0	4	1	3	9	4

W badanym okresie Radio Opole codziennie o godz. 13:45 nadawało audycję „Poradnik Wyborczy Radia Opole”. Ekspertami *Poradnika* byli przedstawiciele Opolskiej Delegatury Krajowego Biura Wyborczego. W audycji informowano o tym jak znaleźć swój lokal wyborczy oraz o warunkach ciszy wyborczej. Wyjaśniano też procedurę postępowania, w przypadku, gdy ten sam kandydat startuje w różnych szczeblach wyborów (np. jako kandydat na wójta i do rady gminy). W ostatnim dniu kampanii w audycji radzono jak należy prawidłowo wypełniać karty wyborcze.

Liczne instrukcje dotyczące sposobu głosowania, rodzajów kart do głosowania i ciszy wyborczej oraz przypomnienie terminu wyborów i godzin otwarcia lokali wyborczych pojawiały się także w serwisach informacyjnych nadawanych o różnych porach dnia w ciągu całego okresu objętego monitoringiem.

Łącznie, w monitorowanym okresie, instruktaże wyborcze stanowiły 7,8% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Audycje publicystyczne poświęcone wyborom samorządowym zajęły w badanym tygodniu na antenie Radia Opole **5 godzin 43 minuty**, czyli **4,8%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

W stałym cyklu pn. „Samorządowa loża radiowa” nadano 6 debat wyborczych kandydatów na włodarzy miast, tj. dwukrotnie debatę kandydatów na urząd prezydenta Opola (16 i 19 XI) oraz debaty kandydatów na urząd burmistrzów: Brzegu (15 XI), Nysy (17 XI), Głubczyc (18 XI) i Kluczborka (19 XI).

Publicystyka wyborcza w Radiu Opole	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n =120 h)
Debaty kandydatów na prezydenta Opola	2	1h 50'	1,5%
Debaty kandydatów na burmistrzów	4	3h 53'	3,3%
Razem	6	5h 43'	4,8%

Debaty wyborcze na urząd prezydenta Opola i burmistrzów 4 miast

– Uczestnicy debat

W pięciu omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta lub burmistrza łącznie 31 osób: 15 kandydatów z komitetów partii, wśród nich urzędujący prezydent Opola, i 16 z komitetów lokalnych, wśród nich czterech aktualnych burmistrzów.

Radio Opole zaprosiło do debat, jak podkreślono na antenie, wszystkich kandydatów. Z zaproszenia nie skorzystało tylko 3 kandydatów: jeden w debatach prezydenckich w Opolu i dwóch w debacie na urząd burmistrza Nysy; byli to kandydaci z lokalnych komitetów wyborców.

Organ samorządu	Kandydaci na urząd prezydenta/burmistrza	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Opole	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament.*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Prezydent Opola, deb.1	6	4	2	5	4	1
Prezydent Opola - deb. 2	jw	jw	jw	jw	jw	jw
Burmistrz Brzegu	6	3	3	6	3	3
Burmistrz Nysy	10	4	6	8	4	4
Burmistrz Głubczyc	3	1	2	3	1	2
Burmistrz Kluczborka	6	3	3	6	3	3
Razem	31	15	16	28	15	13

* Na urząd prezydenta Opola i burmistrza Nysy kandydowali kandydaci wszystkich 4 partii parlamentarnych; na burmistrza Brzegu - kandydaci PO, SLD, PiS, na burmistrza Kluczborka - PSL, SLD, PiS, na burmistrza Głubczyc - PiS.

Wśród uczestniczących w debatach kandydatów na urząd prezydenta byli m.in. politycy szczebla wojewódzkiego i krajowego (PSL, SLD). Wśród kandydatów na burmistrzów większość to aktualni lub byli radni, a także byli burmistrzowie swoich miast.

– **Sposób przedstawienia kandydatów**

Kandydaci byli przedstawiani we wszystkich debatach jedynie poprzez nazwę partii lub komitetu wyborczego, z ramienia których startowali w wyborach. W trakcie debaty zwracano się do nich tylko po nazwisku, nie przypominając już, z jakiej partii kandydują. Nie podawano też informacji o pełnionych przez kandydatów funkcjach, samorządowych lub politycznych.

Jedynymi osobami, do których prowadzący zwracali się wymieniając ich funkcję, byli urzędujący burmistrzowie oraz prezydent. Wynikało to z faktu, że byli oni w trakcie debat właśnie w tych rolach adresatami wielu pytań i zarzutów ze strony kontrkandydatów, tytułowanie ich nazwą urzędu było więc w tej sytuacji czymś naturalnym.

– **Formuła debat**

Poszczególne debaty trwały od niespełna 50 minut do ponad godziny. Prowadzone były przez stały zespół dwóch dziennikarzy Radia Opole, oraz przez dołączającego do nich w każdej debacie dziennikarza-korespondenta rozgłośni w mieście, którego debata dotyczyła.

Debaty miały kilka stałych elementów. W każdej przedstawiano sondę przeprowadzoną wśród mieszkańców, odpowiadających na pytanie, czego oczekują od nowych władz samorządowych. Wymienione przez mieszkańców sprawy do załatwienia były następnie punktem wyjścia do merytorycznej dyskusji kandydatów. W każdej debacie przeprowadzano też pomysłowy test wiedzy kandydatów o swoim mieście.

Na zakończenie każdej z debat kandydaci mieli po 20 sekund na podsumowanie wcześniejszych wypowiedzi i przekonanie wyborców do swojej kandydatury.

Debaty nie były prowadzone według sztywnych reguł - jedyną stałą zasadą było to, że na każde pytanie odpowiadali po kolei wszyscy uczestnicy. Czas odpowiedzi nie był jednak limitowany i każdy z uczestników wypowiadał się tak długo jak chciał (poszczególne wypowiedzi trwały od 1,5 minuty do 2,5 minuty, zależnie od tematu i stylu wypowiedzi uczestników). Pytania zadawali w zasadzie tylko dziennikarze (nie zaplanowano rundy pytań wzajemnych kontrkandydatów), ale w debatach prezydenckich uczestnicy zwracali się do siebie swobodnie ad vocem, a w debatach na urząd burmistrzów zdarzały się przedłużające się spory między kandydatami. Prowadzący interweniowali z rzadka, jedynie wówczas gdy

spór zanadto się już przedłużał; wówczas przerywali go (bez komentarza), prosząc o odpowiedź następną osobę lub przejście do następnego punktu.

– **Prezentacja programów**

We wszystkich debatach zadano kandydatom pytanie o konstrukcję budżetu w następnej kadencji, w sytuacji zadłużenia samorządu, oraz o to, na czym zamierzają oszczędzać. We wszystkich też dyskutowano też o poprawie komunikacji w mieście lub o tym, jak lepiej skomunikować je z sąsiednimi ośrodkami; o budowie i remoncie dróg; o budownictwie mieszkaniowym; i o problemie ucieczki młodzieży z miast. W większości też omawiano kwestie rewitalizacji i funkcji usługowych centrum miasta.

Ponadto w każdej z debat omawiano sprawy specyficzne dla danego ośrodka: w Opolu - rolę Festiwalu Piosenki i czy ma on szansę stać się dźwignią rozwoju miasta i źródłem jego dochodów; w Brzegu - czy miasto może się dobrze rozwijać w województwie opolskim, będąc tradycyjnie związane z Wrocławiem; problem niezrealizowanej budowy 4 gwiazdkowego hotelu; sposoby wykorzystania świeżo zbudowanego stadionu; w Nysie - konieczność wypracowania nowej strategii rozwoju miasta, jako ośrodka przemysłowego czy też raczej turystycznego; w Głubczycach - kłopoty z niewykorzystanym w pełni stokiem narciarskim w Piotrowicach; w Kluczborku - brak terenów pod nowe inwestycje i przyszłość specjalnej strefy gospodarczej.

Część czasu debat zajęły kwestie polityczne, zarówno dotyczące „wielkiej” polityki, jak i sytuacji wyborczej w samorządach, przebiegu kampanii i koalicji po wyborach. W debacie prezydenckiej uczestnicy zastanawiali się, czy w związku z przewodnictwem Polski w UE Opole ma szansę stać się miejscem międzynarodowego spotkania lub imprezy; oceniali hasło premiera: „Nie róbmy polityki, budujmy drogi”, w sytuacji gdy liderzy partii, w tym sam premier, jeżdżą po kraju i wspierają w kampanii kandydatów swojego ugrupowania, odpowiadali też na pytanie, z kim będą w wypadku wygranej współpracować po wyborach i komu powierzą stanowiska wiceprezydentów.

W debacie na urząd burmistrza Brzegu prowadzący, w związku z licznymi, jak stwierdził, sporami w kampanii, prosił uczestników o ocenę, czy kampania w tym mieście jest „brudna”, jak twierdzą niektórzy, czy po prostu ciekawa. W odpowiedzi na to pytanie ujawniły się konflikty między komitetami „samorządowców” a „partyjnymi” oraz oskarżenia części kandydatów - ja, się okazało, aktualnych radnych - pod adresem burmistrza. Personalne zarzuty pod jego adresem zdominowały znaczną część debaty. Podobny pozamerytoryczny konflikt ujawnił się też w debacie w Nysie.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Opole, zapraszając do debat wszystkich pretendentów, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom. Nieobecność trzech kandydatów była niezależna od rozgłośni.

Wszyscy kandydaci byli traktowani przez prowadzących w taki sam, neutralny sposób, nie zachowano jednak równego czasu wypowiedzi.

W obu debatach prezydenckich nie przeszkodziło to w zachowaniu generalnej równowagi między kandydatami, w tym sensie, że wszyscy mieli taką samą możliwość pełnego, swobodnego wypowiedzenia się w poruszanych kwestiach, nikt nie był w swoich wystąpieniach ograniczany.

Natomiast w debatach na urzędy burmistrzów, nie wprowadzając limitu czasu dano niejako kandydatom za dużo swobody. Około połowy czasu debaty w Brzegu i w Nysie zajęły ataki części kandydatów na urzędujących burmistrzów. Atakujący zmajoryzowali tę część debat, nie dopuszczając innych do głosu. Prowadzący reagowali dopiero wtedy (zarządzając przejście do następnej, już merytorycznej, części dyskusji), gdy te same zarzuty i wyjaśnienia zaczęły się powtarzać w kółko.

– **Szczebel wyborów**

Radio Opole, jak wskazano wyżej, przeprowadziło w badanym tygodniu debaty kandydatów związane z dwoma szczeblami wyborów - na urząd prezydenta miasta wojewódzkiego i burmistrzów 4 miast. Zorganizowano tym samym spotkania kandydatów jednego z dwóch prezydenckich miast województwa i 4 spośród ogółem 33 miast kierowanych przez burmistrzów.

– **Edukacyjno-poznawcze walory debat wyborczych w Radiu Opole**

W obu debatach prezydenckich sposób przeprowadzenia tych debat i problemy sformułowane przez dziennikarzy pozwoliły dobrze poznać poglądy kandydatów na temat najważniejszych problemów Opola i strategii rozwiązywania tych problemów.

Debaty na urząd burmistrzów nie były tak owocne, ponieważ część ich czasu stracono na dość jałowe, personalne ataki na burmistrzów. Oczywiście, dostarczyły one wiedzy o istniejących w samorządach konfliktach, nie pomogły jednak wyrobić sobie zdania o merytorycznych programach kandydatów.

RADIO MERKURY

w Poznaniu

W wyborach samorządowych w województwie wielkopolskim uczestniczyło 13 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 1208 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 257 rad, w tym do rad 4 miast na prawach powiatu (Kalisz, Konin, Leszno, Poznań), 31 rad powiatowych i 226 - gminnych, oraz 7 prezydentów miast (Gniezno, Kalisz, Konin, Leszno, Ostrów Wielkopolski, Piła, Poznań), 102 burmistrzów i 117 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Merkury w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **2 godziny 11 minut**, czyli **1,8%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii oraz informacje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania, przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debatę wyborczą kandydatów na urząd prezydenta Piły.

Tematyka wyborcza w Radiu Merkury w Poznaniu	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	51	55'	0,8%
Instruktaż wyborczy	8	9'	0,1%
Publicystyka	4	1h 7'	0,9%
Razem	63	2h 11'	1,8%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-16.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia Merkury, nadano 50 wydań serwisu informacyjnego (10 dziennie). Zajęły one łącznie 4 godz. 2 minuty, zamieszczono w nich 240 przekazów. Żadne wydanie serwisu nie było poprzedzone forszpanem.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **32 serwisach**, czyli w ponad połowie wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **51 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **55 minut**, czyli stanowiły **21%** ogólnej liczby przekazów nadanych w badanym okresie i **23%** łącznego czasu ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 46 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. 5 przekazów miało charakter kryptowyborczy – ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych wyraźnie rosła z biegiem tygodnia poprzedzającego wybory. W poniedziałek 15 XI była najniższa (2 przekazy), w piątek 19 XI – siedmiokrotnie wyższa (14 przekazów). Na zwiększenie liczby przekazów wpłynęło rozpoczęcie nadawania instruktaży wyborczych od połowy tygodnia (tj. od środy). W kolejne dni tygodnia coraz więcej przekazów dotyczyła także informacji o komitetach i kandydatach, m.in. o programie wyborczym.

Ranga informacji wyborczych rosła w kolejnych dniach ostatniego tygodnia kampanii. O ile w poniedziałek 15 XI informacje te pojawiły się na pierwszym miejscu w jednym wydaniu serwisu, o tyle w piątek 19 XI – nadano je na pierwszej pozycji w ośmiu serwisach.

Szczeble wyborów

W 1/3 przekazów (35%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. ułatwień związanych z wyborami w Gnieźnie dla osób niepełnosprawnych).

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Poznania (24% przekazów i 27% czasu) oraz wyboru prezydentów innych miast w regionie (Konin, Leszno, Gniezno, Kalisz - 20% przekazów, 20% czasu). Trzy przekazy odnosiły się do wyborów do Sejmiku Województwa Wielkopolskiego (7% przekazów, 5% czasu). Tyle samo przekazów dotyczyło wyborów na urząd wójta (gmina Duszniki, gmina Łądek - 7% przekazów, 9% czasu). Dwa przekazy dotyczyły wyborów do Rady Poznania (tj. rady miasta wojewódzkiego - 4% przekazów, 4% czasu).

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydenta Poznania oraz prezydentów mniejszych miast Wielkopolski. Niewiele mówiono o wyborach do sejmiku województwa, do rady miasta Poznania i o wyborach wójtów (tylko w dwóch gminach). Nie podano żadnej informacji o wyborach do rad miast innych, poza Poznaniem, miast w Wielkopolsce.

Wysoką rangę nadano przede wszystkim informacjom dotyczącym wyborów na urząd prezydenta Poznania. Przekazy dotyczące tego szczebla pięciokrotnie znalazły się na pierwszym miejscu w serwisie, a wszystkie nadano na pierwszych trzech miejscach. Nie zawierały one jednak merytorycznych informacji dotyczących programów kandydatów.

Dotyczyły natomiast przebiegu kampanii - spotkań wyborczych, a także sondaży, ocen możliwości zwycięstwa wyborczego określonych kandydatów oraz oceny kampanii, dokonanych przez eksperta (politologa) oraz samych kandydatów (kreowanie swojego wizerunku przez kandydatów – PR).

Pomimo że liczba przekazów dotyczących wyborów na urząd prezydenta innych niż Poznań miast regionu była niewiele mniejsza od przekazów dotyczących wyborów prezydenta Poznania (wyniosła 9 wobec 11 przekazów odnoszących się do wyborów prezydenta Poznania), to ranga tych przekazów była znacznie niższa. Ani razu nie nadano ich na pierwszym miejscu w serwisie (zazwyczaj było to 3-4 miejsce). Tylko dwa przekazy zawierały informacje o programie kandydatów (PO i SLD). Pozostałe dotyczyły w większości kreowania wizerunku przez kandydatów – PR (PO, PiS, SLD).

Jeden raz jako pierwszą podano w serwisie informację o wyborze na urząd wójta. Informacje dotyczące innych szczebli znalazły się na kolejnych miejscach w serwisach – co oznacza, że nie nadano im wysokiej rangi.

Komitety wyborcze

Nadano łącznie 63 informacje (użyto terminu informacja, a nie przekaz, ponieważ jeden przekaz dotyczący komitetów wyborczych zawierał po kilka różnych informacji o kilku komitetach). Stanowiły one 63% czasu trwania przekazów wyborczych. Wypowiedzi przedstawicieli poszczególnych komitetów stanowiły 74% wszystkich wypowiedzi nadanych w przekazach wyborczych.

Najczęściej mówiono o komitetach wyborczych trzech partii parlamentarnych: KW PO (14 razy) oraz KW PiS i KW SLD (po 13 razy). O KW PSL – kolejnej partii parlamentarnej mówiono najrzadziej (2 razy).

Śród lokalnych komitetów wyborczych najwięcej informacji dotyczyło dwóch komitetów z Poznania, tj. KWW Ryszarda Grobelnego (7 informacji) oraz KWW Porozumienie My. Poznaniacy (6 informacji). W analizowanej próbie programu, odniesiono się jeszcze do pięciu innych lokalnych komitetów wyborczych. Łącznie odniesiono się do nich w 9 informacjach (KWW Aktywny Poznań – 4 informacje, KWW Dobro Gminy - 2 informacje, KWW Ziemia Gnieźnieńska-Gniezno XXI i KWW Koniński Klub Samorządowy, KWW Zjednoczeni dla Leszna – po 1 informacji).

Ranga informacji o poszczególnych komitetach była dość wysoka, niezależnie od tego czy były to komitety partii parlamentarnych, czy lokalne komitety wyborcze. Trzykrotnie na pierwszym miejscu w serwisie podawano informacje dotyczące zarówno KW PO, KW PiS

czy KW SLD, jak i trzech lokalnych poznańskich komitetów (KWW Ryszarda Grobelnego, KWW Porozumienie My. Poznaniacy, KWW Aktywny Poznań). Informacje o KW PSL nadano dwa razy na pierwszym miejscu w serwisie. Częściej informacje o największych komitetach wyborczych partii parlamentarnych nadawano na 2 i 3 miejscu w serwisie (7 razy o KW PO, po 6 razy o KW PiS i SLD). Rzadziej (czterokrotnie) podano na 2 lub 3 miejscu serwisu informacje nt. KWW Ryszarda Grobelnego. O KW Dobro Gminy podano na opisywanych miejscach 2 informacje, o KWW Aktywny Poznań, KWW Zjednoczeni dla Leszna i KWW Koniński Klub Samorządowy – po 1 informacji.

Podsumowując, w ostatnim tygodniu kampanii jako najważniejsze (podawane na 1 miejscu w serwisie) traktowano zarówno informacje o komitetach wyborczych partii parlamentarnych, jak i o poznańskich komitetach lokalnych. Mniejszą rangę nadano informacjom o komitetach lokalnych z Konina, Gniezna, Leszna oraz gminy Łądek. Słuchacz nie uzyskał informacji o działaniach dotyczących innych, poza wymienionymi wyżej, lokalnych komitetów wyborczych w województwie, a było ich 1208.

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania komitetów partyjnych trzech partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS i KW SLD) wobec KW PSL i komitetów lokalnych.

Najwięcej czasu poświęcono KW PO i KW SLD (po 14% łącznego czasu przekazów wyborczych). Nieco mniej czasu zajęły informacje o KW PiS (12%). Wśród komitetów lokalnych najwięcej czasu poświęcono KWW Dobro Gminy (7% łącznego czasu przekazów wyborczych).

W czasie przeznaczonym na wypowiedzi przedstawicieli komitetów wyborczych, również stwierdzono znaczącą przewagę wypowiedzi przedstawicieli komitetów trzech wymienionych wyżej partii parlamentarnych (KW PiS – 20%, KW PO – 18%, KW SLD – 17% łącznego czasu wypowiedzi w przekazach wyborczych).

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa komitetu wyborczego	Liczba przekazu	% liczby przekazu	czas przekazu	% czasu przekazu	czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO RP	14	30%	7’01”	14%	1’44”	18%
KW PiS	13	28%	6’02”	12%	2’01”	20%
KW SLD	13	28%	7’03”	14%	1’38”	17%
KW PSL	2	4%	1’59”	4%	24”	4%
KWW Porozumienie My. Poznaniacy	6	13%	1’55”	4%	23”	4%
KWW Ryszarda Grobelnego	7	15%	2’14”	4%	15”	3%
KWW Aktywny Poznań	4	9%	47”	2%	0	0
KWW Dobro Gminy	2	4%	3’22”	7%	16”	3%
KWW Ziemia Gnieźnieńska-Gniezno XXI	1	2%	17”	1%	8”	1%
KWW Koniński Klub Samorządowy	1	2%	37”	1%	26”	4%
KWW Zjednoczeni Dla Leszna	1	2%	1’05”	2%	26”	4%

Przekazy wyborcze w serwisach zawierały informacje o 7 lokalnych komitetach wyborczych. W ciągu monitorowanego tygodnia najczęściej informacje te dotyczyły trzech lokalnych komitetów wyborczych z Poznania (łącznie 17 informacji na 21 wszystkich dotyczących lokalnych komitetów). Z kolei wśród nich (7 razy) najczęściej odnoszono się do KWW Ryszarda Grobelnego (kandydata na prezydenta Poznania).

Zatem w monitorowanym programie Radia Merkury skupiono się (pod względem liczby informacji, czasu ich trwania oraz czasu trwania wypowiedzi przedstawicieli komitetów) na informacjach o przebiegu kampanii prowadzonej przede wszystkim przez trzy ogólnopolskie komitety wyborcze partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS i KW SLD). Natomiast wśród komitetów lokalnych najczęściej mówiono (podano największą liczbę informacji) o trzech komitetach z Poznania (KWW Ryszarda Grobelnego, KWW Porozumienie My. Poznaniacy i KWW Aktywny Poznań - łącznie 17 informacji), zaś najwięcej czasu poświęcono KWW Dobro Gminy (7% łącznego czasu przekazów wyborczych).

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (22% ogólnej liczby przekazów na temat wyborów) poświęcono instruktażom wyborczym (jest on omówiony szczegółowo w dalszej

części tekstu) oraz wypowiedziom ekspertów (politologów, specjalisty ds. marketingu politycznego), którzy oceniali przebieg kampanii oraz mówili o frekwencji w wyborach samorządowych, zachęcając jednocześnie do udziału wyborców w głosowaniu.

Sondaże przedwyborcze nadano siedmiokrotnie (13% przekazów wyborczych). Był to sondaż wykonany przez Homo Homini. Informacja na jego temat była za każdym razem rzetelnie przekazywana przez dziennikarza, zawierała nie tylko jego wyniki (wymieniano wszystkie komitety), ale także informowano słuchacza kiedy i na jakiej próbie respondentów został przeprowadzony. Nadano także informację o wyniku prawyborów na prezydenta Poznania, które odbyły się w jednym z liceów w tym mieście.

Informacje dotyczące przebiegu kampanii stanowiły 17% liczby przekazów odnoszących się do tematyki wyborczej. W tej grupie nadano informacje dotyczące m.in. relacji ze spotkań przedwyborczych (spotkania kandydatów na radnych Poznania w jednym z poznańskich liceów; debaty kandydatów na prezydenta miasta na Wydziale Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza), a także problemów w organizacji tych spotkań (przedwyborcza awantura w podszamotulskiej gminie Duszniki, gdzie tamtejszy wójt nie zgodził się na organizowanie debat w wiejskich świetlicach), happeningów oraz ciekawostek związanych z kampanią (kandydat na radnego Poznania wystartował w biegu maratońskim; aranżacja lokalu wyborczego w podpoznańskim Czerwonaku, kwestii niszczenia plakatów (w Grodzisku Wlkp.)).

Kolejne dwie grupy informacji to: informacje o programie kandydatów i komitetów wyborczych (15% ogólnej liczby przekazów wyborczych), a także - kwestie związane z agitacją wyborczą i partyjnym public relations - PR (również zajęły 15% liczby przekazów). W pierwszej z wymienionych grup tematycznych, informacje o programie dotyczyły takich komitetów jak: PO, SLD, PSL, PiS oraz KWW Zjednoczeni dla Leszna. Z kolei w drugiej wymienionej grupie znalazły się informacje podsumowujące kampanię przez kandydatów lub przedstawicieli partii spoza regionu (np. Marek Siwiec z SLD), którzy ogólnie podkreślali walory swojego ugrupowania bądź komitetu w przyszłym samorządzie, nie mówiąc o programach wyborczych.

Niewielką grupę (9% ogólnej liczby przekazów wyborczych) stanowiły ogólne informacje związane z przygotowaniem do wyborów. Dotyczyły m.in. ułatwień dla osób niepełnosprawnych, związanych z wyborami w Gnieźnie. Dwukrotnie podano informację, ważną z punktu widzenia wyborcy, o przywróceniu na listy wyborcze jednego z kandydatów na wójta gminy Łądek, w związku z wydaniem przez sąd orzeczenia, o złożeniu przez tego kandydata zgodnego z prawdą oświadczenia lustracyjnego.

Dwie informacje (4% przekazów wyborczych) odnosiły się do krytyki konkurentów wyborczych (np. krytyka kandydata z KW PO w Koninie wyrażona przez przedstawicieli KW PiS i KWW Koniński Klub Samorządowy).

Podsumowując, Radio Merkury w badanym okresie koncentrowało się na ważnych dla wyborców informacjach, tj. na instruktażach wyborczych (22%), informacjach dotyczących spotkań wyborczych i debat kandydatów (17%) oraz na programie kandydatów i komitetów wyborczych (15%).

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Merkury nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano pod tym względem komitety trzech partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS i KW SLD) wobec KW PSL i każdego z komitetów lokalnych.

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie nadano **5 przekazów** określonych jako **kryptowyborcze**, które zajęły łącznie **blisko 5 minut**.

- 16 XI (wtorek) w serwisie o godz. 14.00 nadano przekaz trwający 45 sekund, który dotyczył budowy kanalizacji dla gminnego związku Puszcza Zielonka, co – jak podkreślono - spowodować ma poprawę czystości wód w jeziorach wokół Poznania. W przekazie nadano wypowiedź Michała Podsady – urzędującego burmistrza Pobiedzisk, a zarazem (o czym nie poinformowano w przekazie) kandydata KWW Ziemi Pobiedziskiej na burmistrza tej miejscowości.

- 18 XI (czwartek) w serwisie o godz. 8.00 nadano trwający 1 minutę przekaz dotyczący rozbudowy szpitala we Wrześni. Nadano w nim wypowiedzi dwóch osób, które wystąpiły w podwójnej roli – jako kandydaci w wyborach (o czym nie poinformowano) oraz – jako urzędujący przedstawiciele samorządu. Były to wypowiedzi: urzędującej wicemarszałek województwa Krystyny Pośredniej (kandydatki PO do sejmiku wojewódzkiego) – trwała 10 sekund oraz wypowiedź urzędującego starosty Wrześni, Dionizego Jaśniewicza (kandydata KWW Samorządny Powiat, do rady powiatu) – czas wypowiedzi 5 sekund.

- 18 XI (czwartek) w serwisie o godz. 9.00 nadano jednogminutowy przekaz, w którym podjęto temat rewitalizacji okolic Jeziora Maltańskiego w Poznaniu – miejsca odpoczynku

mieszkańców miasta. Nadano wypowiedź urzędującego wiceprezydenta Poznania Tomasza Kaysera i jednocześnie - kandydata KWW Ryszarda Grobelnego do Rady Miasta (o czym nie poinformowano). Wypowiedź trwała 19 sekund.

- 19 XI (piątek) w serwisie o godz. 14.00 nadano trwający 1 minutę przekaz dotyczący budowy obwodnicy Czarnkowa. Nadano półminutową wypowiedź urzędującego burmistrza Czarnkowa Franciszka Strugały i jednocześnie kandydata KWW Jutro dla Czarnkowa na tę funkcję. W programie nie podano informacji o tym, że burmistrz ubiega się o reelekcję.

- 19 XI (piątek) w serwisie o godz. 16.00 nadano przekaz trwający 1 minutę, dotyczący budowy zbiornika retencyjnego w południowej Wielkopolsce. Przekaz zawierał wypowiedź urzędującego wicemarszałka województwa Arkadiusza Błochowiaka, kandydata PSL do sejmiku wojewódzkiego (o czym nie poinformowano).

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Merkury	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym o dokumentach	potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	0	0:00:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	8	0:09:21	4	3	2	3	0	0	0	0	3	3	0
Razem	8	0:09:21	4	3	2	3	0	0	0	0	3	3	0

W okresie 15-19 listopada 2010 r. poznańskie Radio Merkury nie nadawało audycji o charakterze instruktażowym. Natomiast w 8 wydaniach serwisów informacyjnych zamieściło przypomnienia o tym gdzie, kiedy i do jakich organów samorządowych będziemy wybierać, wyjaśnienia dotyczące rodzajów kart do głosowania a także, pouczenia o ciszy wyborczej.

Przekazy te zajęły łącznie 8% czasu wszystkich przekazów wyborczych nadawanych w badanym okresie.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Merkury w Poznaniu **1 godzinę 7 minut**, czyli **0,9%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie debatę kandydatów na urząd prezydenta Piły. Tematyce wyborów samorządowych poświęcono także trzy wydania codziennej audycji pn. „Z jakiej racji? - Poranne rozmowy Radia Merkury”.

Publicystyka wyborcza w Radiu Merkury	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debata prezydencka	1	38'	0,5%
Rozmowy z ekspertami i przedstawicielem ngo	3	29'	0,4%
Razem	4	1h 7'	0,9%

Wcześniej Radio Merkury nadało debaty wyborcze na urząd prezydentów trzech innych miast, byłych stolic województw w regionie.

I. Debata wyborcza na urząd prezydenta Pił

– Uczestnicy debaty

W wyborach na urząd prezydenta Piły uczestniczyło 4 kandydatów - 3 z partii parlamentarnych i jeden - urzędujący prezydent - z lokalnego komitetu wyborców.

W debacie w Radio Merkury wzięli udział wszyscy czterej kandydaci.

Organ samorządu	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debacie w Radiu Merkury	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament.*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Prezydent Piły	4	3	1	4	3	1

*Na urząd prezydenta Piły kandydowali kandydaci z 3 partii parlamentarnych: PO, PSL i PiS.

– Sposób przedstawienia kandydatów

Uczestnicy debaty zostali przedstawieni na wstępie przez prowadzącego, który podał ich krótkie „wizytówki”: wiek, ukończone uczelnie, kariera zawodowa, obecnie i przeszłe funkcje samorządowe i polityczne.

– **Formuła debaty**

Debata trwała blisko 40 minut. Prowadzona była przez dwoje dziennikarzy Radia Merkury, w tym dziennikarkę z lokalnej redakcji w Pile, która przygotowała pytania.

Przeprowadzono 3 rundy pytań; na każde odpowiadali po kolei wszyscy kandydaci. Kolejność odpowiadających była w każdej rundzie zmieniana. Czas odpowiedzi - **1 minuta**. Pytania zadawała tylko prowadząca, nie było żadnej konfrontacji ani dialogu między uczestnikami. Po każdej rundzie pytań nadawano fragmenty sondy przeprowadzonej wśród mieszkańców Piły, dotyczącej warunków życia w mieście. W debacie jednak nie odnoszono się do wypowiedzi mieszkańców, zostawiono je bez komentarza.

– **Prezentacja programów**

Pytania zadano w trzech grupach tematycznych: Gospodarka; Ludzie, czyli warunki życia mieszkańców; Kultura, rekreacja, sport. Kandydaci odpowiadali na pytanie o strategię rozwoju gospodarczego Piły, koszty usług komunalnych, remont wiaduktu, rewitalizację szczególnie zaniedbanych miejsc w mieście, rozbudowę i ożywienie miejskiego parku, wspieranie przez samorząd sportu w Pile.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Merkury, zapraszając do debat wszystkich kandydatów, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom.

W trakcie debaty wszyscy kandydaci byli traktowani przez prowadzących w taki sam, neutralny sposób, zachowano też równy czas ich wypowiedzi.

II. Rozmowy na temat wyborów z ekspertami i działaczami organizacji pozarządowych

Nadane w audycji „Z jakiej racji” trzy rozmowy dotyczyły kampanii samorządowej przedstawionej z dwóch punktów widzenia: wyborców i działaczy samorządowych poddających się weryfikacji w wyborach.

Data	Czas	Uczestnicy	Temat
17 XI	10'	Marta Jędrowiak, politolog, specjalista ds. marketingu politycznego	Metody promowania się kandydatów w kampanii
18 XI	10'	Mirosław Broniszewski, prezes Wielkp. Ośrodka Kształcenia i Studiów Samorządowych	Sytuacja działaczy samorządowych w wyborach
19 XI	9'	Iwona Janicka, Fundacja Aktywności Lokalnej	Akcja „Masz głos - masz wybór”:

Specjalistka od marketingu politycznego przedstawiała różne metody promowania się kandydatów w kampanii, radziła, jak nie dać się nabrać na różne „sztuczki” kandydatów i w jaki sposób zdobyć potrzebną wiedzę o nich, by móc wybrać trafnie.

Przedstawicielka Fundacji Aktywności Lokalnej, uczestniczącej w ogólnopolskiej akcji organizacji pozarządowych „Masz głos - masz wybór”, informowała o celach tej akcji i metodach przekonywania wyborców, by wzięli udział w wyborach. Razem z prowadzącym oceniała też powodzenie w warunkach polskich metod zapewniania frekwencji stosowanych lub rozważanych w innych krajach - takich jak ustawowy obowiązek głosowania lub płacenie wyborcom za oddanie głosu.

Trzeci z rozmówców przedstawił kampanię z perspektywy zaangażowanych w swoją pracę samorządowców. Mówił o ich wysiłku i codziennym stresie i o tym, jak jakie czynniki składają się na trwałe i zasłużone zaufanie wyborców, sprawiające, że niektórzy sprawują swoje funkcje przez wiele lat.

– **Szczebel wyborów**

Radio Merkury, jak wskazano wyżej, skoncentrowało się na prezentacji kandydatów do jednego organu samorządu - na urząd prezydentów miast.

Pozostała audycje nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów; omawiano w nich ogólne reguły rządzące kampanią.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Merkury**

Debata na urząd prezydenta Piły pozwoliła poznać poglądy kandydatów na ważne kwestie rozwoju miasta i różnice między nimi. Rozmowy z ekspertami przypominały o wadze wyborów samorządów i o znaczeniu aktywności wyborców. Jedna z rozmów uprzytomniła też sprawę, o której mówiono tylko wyjątkowo - jak się czują w tym wszystkim poddani weryfikacji samorządowcy.

RADIO RZESZÓW

W wyborach samorządowych w województwie podkarpackim uczestniczyło 12 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 705 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 181 rad, w tym do rad 4 miast na prawach powiatu (Krosno, Przemyśl, Rzeszów, Tarnobrzeg), 21 rad powiatowych i 160 - gminnych, oraz 6 prezydentów miast (Rzeszów, Przemyśl, Krosno, Mielec, Stalowa Wola, Tarnów), 43 burmistrzów i 111 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Rzeszów w ostatnim tygodniu kampanii zajęła 3 godziny 59 minut, czyli **3,3%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także 4 debaty wyborcze z udziałem kandydatów na prezydentów miast i do Sejmiku województwa oraz 2 audycje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Rzeszów	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	44	33'	0,4%
Instruktaż wyborczy	6	13'	0,2%
Publicystyka	4	3h 13'	2,7%
Razem	54	3h 59'	3,3%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-17.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia Rzeszów, nadano 51 wydań serwisu informacyjnego (10-11 dziennie). Zająły one łącznie 4 godz. 7 minut, zamieszczono w nich 251 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **33 serwisach**, czyli w 2/3 wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **44 przekazy dotyczące wyborów**, które zajęły łącznie **33 minuty**, czyli stanowiły **18%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie i **13%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy są 43 przekazy odnoszące się do wyborów bezpośrednio. Jeden przekaz miał charakter kryptowyborczy - jego opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych nie różniła się w zasadzie w poszczególnych dniach tygodnia (przeciętnie 8-9 dziennie). Jedynie w środę 17 XI nadano ich wyraźnie mniej, z kolei ostatniego dnia kampanii - w piątek 19 XI - wyraźnie więcej (14 przekazów). Na zwiększenie liczby przekazów w ostatnim dniu wpłynęła m.in. trzykrotna emisja instruktażu wyborczego, omawiano też wyniki zamówionego przez Radio Rzeszów sondażu wyborczego.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Rzeszów miały stosunkowo wysoką rangę – w ponad jednej trzeciej serwisów (17) zostały zapowiedziane w forszpanie, a w blisko dwóch trzecich serwisów (26) przekazy znalazły się na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W ponad połowie przekazów (63%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. kwestii udziału kobiet w wyborach) itd.

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Rzeszowa (14% przekazów i 16% czasu), rzadziej - wyboru prezydentów pięciu pozostałych miast w regionie (Przemyśl, Krosno - 9% przekazów, 7% czasu). Około jednej dziesiątej wszystkich przekazów wyborczych odnosiło się do wyborów do Sejmiku województwa (9% przekazów, 9% czasu). Informacje o wyborach na szczeblu gminy nadawano jedynie sporadycznie (3 przekazy) - jeden z nich dotyczył wyboru burmistrza, dwa pozostałe - wydarzeń w kampanii w gminach. Jeszcze mniej było przekazów dotyczących kampanii wyborczej na szczeblu powiatu (innych niż wybór prezydenta, 1 przekaz). Informacje o wyborach do rad miast nie pojawiły się w ogóle.

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na szczeblu wojewódzkim (prezydent Rzeszowa i Sejmik Województwa Podkarpackiego - łącznie 23% przekazów, 25% czasu), oraz do wyborów na urząd prezydentów miast (23% przekazów, 23% czasu). Informacje oraz o wyborach do rad wszystkich szczebli i o wyborach w małych gminach nadawano sporadycznie.

Im wyższego szczebla wyborów dotyczył przekaz, tym większą miał rangę w dzienniku. Spośród przekazów dotyczących kampanii na urząd prezydenta Rzeszowa połowa (trzy z sześciu) została zapowiedziana w forszpanie i jeden raz podana w dzienniku na

jednym z trzech pierwszych miejsc. W przekazach odnoszących się do wyborów do Sejmiku również połowa (dwa spośród czterech) została zapowiedziana w forszpanie, a trzy nadano na pierwszym miejscu w serwisie. **Przekazy dotyczące kampanii na prezydentów innych miast w regionie zamieszczono na dalszych (4 lub 5) miejscach w serwisie; nie były zapowiadane w forszpanie. Jeden raz informacja dotycząca debaty kandydatów na burmistrza Jarosławia została podana na wysokim (2-im) miejscu w serwisie.**

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli różniły się nie tylko pozycją (rangą) w serwisie, ale także rodzajem przedstawianych w nich treści. Przekazy związane z wyborami do Sejmiku województwa (zamieszczone w większości na wysokiej pozycji w serwisie) zawierały wypowiedzi posłów lub innych prominentnych przedstawicieli partii politycznych na temat kampanii tych partii. Przekazy dotyczące wyborów na urząd prezydenta Rzeszowa informowały m.in. o procesach wyborczych kandydatów (i te przekazy znalazły się na wysokich miejscach w serwisie). Z kolei informacje dotyczące wyborów na prezydentów miast powiatowych (wszystkie zamieszczone na dalszych miejscach w serwisie) nie dotyczyły żadnych sensacyjnych wydarzeń w kampanii, lecz wyłącznie zapowiedzi radiowych debat kandydatów. Nie tylko więc sam szczebel wyborów, ale także rodzaj treści wpłynął na zróżnicowaną rangę informacji o poszczególnych szczeblach wyborów.

Komitety wyborcze

Informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów (25 przekazów) stanowiły ponad połowę (58%) przekazów wyborczych i około połowy (52%) ich czasu, w tym ponad jedną piątą czasu ich emisji (3 minuty i 36 sekund) zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii.

Przekazom tym nadano wysoką rangę w dziennikach. Częściej niż inne zapowiadano je w forszpanie (prawie połowę, w pozostałych - jedną trzecią), częściej umieszczano je na pierwszym miejscu w dzienniku (jedną trzecią, podczas gdy w pozostałych nadano na pierwszym miejscu tylko jeden przekaz) i znacznie częściej niż inne ilustrowano je setkami - zamieszczone w nich wypowiedzi stanowiły aż trzy czwarte (76%) wszystkich „setek” nadanych w przekazach wyborczych.

Niemal wszystkie spośród omawianych przekazów (24) odnosiły się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO RP, PSL, SLD, PiS. Tylko jeden dotyczył komitetu lokalnego - KWW Tadeusza Ferenca „Rozwój Rzeszowa”, tj. komitetu kandydata na prezydenta Rzeszowa.

Tak więc w ostatnim tygodniu kampanii słuchacz nie uzyskał informacji z serwisów Radia Rzeszów o działaniach jakichkolwiek innych, poza wymienionymi wyżej, komitetach wyborczych w województwie. Spośród 705 lokalnych komitetów biorących udział w wyborach, w analizowanym programie mówiono tylko o jednym (KWW Tadeusza Ferency „Rozwój Rzeszowa”).

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania KW PiS - przekazy dotyczące tego komitetu były dwukrotnie liczniejsze, zajęły trzy razy więcej czasu i od półtora do 7 razy częściej były ilustrowane „setkami” niż przekazy odnoszące się do komitetów innych partii. Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa komitetu wyborczego	liczba przekazu	% liczby przekazu	czas przekazu	% czasu przekazu	czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PiS	10	23%	7’40”	25%	1’45”	37%
KW SLD	5	12%	2’43”	9%	1’3”	22%
KW PO	5	12%	2’16”	7%	15”	5%
KW PSL	4	9%	2’14”	7%	18”	6%
KWW Tadeusza Ferency Rozwój Rzeszowa	1	2%	1’15”	4%	15”	5%

Nie było natomiast znaczących różnic w pozycji w dzienniku przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. W forszpanach zapowiedziano 4 przekazy dotyczące KW PiS i po 2 przekazy dotyczące komitetów PO, SLD i PSL. Proporcja przekazów zapowiedzianych w forszpanach była więc w przypadku każdego komitetu taka sama (2/5). Na pierwszym miejscu w dzienniku znalazły się 2 przekazy dotyczące KW PiS (1/5), 1 przekaz odnoszący się do KW PO RP (1/5), 2 - do KW PSL (1/2), trzy - do KW SLD (3/5). **Z punktu widzenia rangi w dzienniku lepszą pozycję otrzymały więc przekazy dotyczące komitetów SLD i PSL niż PO i PiS.**

Treść przekazów

Jedną piątą przekazów wyborczych (20%) poświęcono informacjom o poparciu kandydatów przez kierownictwo partii w regionie i posłów danej partii, przyjeżdżających do regionu na spotkania z kandydatami i wyborcami, o szansach wyborczych danej partii w

wyborach, podziękowaniach dla wyborców za udział w kampanii itp. i tym podobnym elementom partyjnej agitacji wyborczej i partyjnego public relations (PR). Te rekomendacje, ilustrowane w większości „setkami”, nie dotyczyły konkretnych osób, lecz ogółu kandydatów danej partii. Nie zawierały żadnych konkretnych informacji, programowych ani personalnych, o kandydatach, a jedynie zapewnienie, że są to dobrzy kandydaci. Przekazom tym nadano w dziennikach wysoką rangę - niemal wszystkie zostały zapowiedziane w forszpanie i nadane na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie.

Trzy z tych agitacyjnych przekazów dotyczyły kandydatów PSL, dwa - kandydatów PiS, dwa - kandydatów SLD, jeden - PO. Z wyjątkiem więc KW PO, któremu poświęcono mniej czasu niż innym, zachowano w tym przypadku między partiami względną równowagę, z pewnym uprzywilejowaniem PSL.

Poza agitacją partyjną, przekazy odnoszące się do konkretnych komitetów informowały o procesach wyborczych (dwa przekazy o wygranym procesie kandydata PiS na prezydenta Rzeszowa, jeden o Komitecie wyborców Tadeusza Ferenca). W dwóch przekazach przedstawiano program konkretnego kandydata (Jerzy Cyprys z KW PiS ubiegający się o urząd prezydenta Rzeszowa), nadano im jednak niską rangę w dzienniku (przedostatnie miejsca). Trzy przekazy dotyczyły oskarżenia komitetu wyborczego PO przez SLD o naruszanie zasad ordynacji wyborczej i wykorzystywanie w kampanii władzy oraz publicznych pieniędzy. W jednym przekazie odnotowano także wątpliwość, czy otwieranie przez ministrów w okresie kampanii nowych inwestycji nie jest przypadkiem podyktowane interesem wyborczym („Radosław Stępień, wiceminister infrastruktury, otworzył drogę nr 887. Zygmunt Cholewiński, kandydat PO do Sejmiku sądzi, że otwarcie drogi właśnie teraz to przypadek” - 19 XI, godz. 7.00, setka Z. Cholewińskiego).

Drugą dużą grupą przekazów - zajęły one najwięcej miejsca w serwisach (22%) - stanowiły informacje o mających się odbyć debatach wyborczych, głównie na urząd prezydenta Rzeszowa i pozostałych miast regionu; jeden przekaz dotyczył także debaty na urząd burmistrza. Zapowiadano najczęściej debaty na antenie Radia Rzeszów, informowano także o debatach publicznych (np. zorganizowaną na Uniwersytecie Rzeszowskim lub na urząd burmistrza w Jarosławiu). Podczas debat na antenie radia organizowano rodzaj prawyborów, zachęcając słuchaczy do głosowania na poszczególnych kandydatów poprzez sms'y.

Informowano także (3 przekazy) o mniej lub bardziej sensacyjnych wydarzeniach w kampanii: niszczeniu plakatów i bannerów wyborczych (w Przemyślu i gminie Jedlicze) i rezygnacji jednego z kandydatów do rady gminy (w Chorkówce).

Ponadto przedstawiono wyniki sondaży przedwyborczych (3 przekazy), w tym wyniki sondażu przeprowadzonego specjalnie na zlecenie Radia Rzeszów, oraz instruktaż wyborczy (4 przekazy) - jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu.

W kontekście kampanii wyborczej zamieszczono także (w ostatnim dniu kampanii, dwukrotnie) oświadczenie dziennikarzy Radia Rzeszów o ich bezstronności politycznej w pracy.

Podsumowując, dużą grupę przekazów wyborczych stanowiły ważne dla wyborców informacje o programowych debatach kandydatów i instruktaż wyborczy; informowano także o zakłóceniach w kampanii. Druga równie duża grupa przekazów odnosiła się bezpośrednio do komitetów wyborczych i kandydatów. Dominowała tu agitacja partyjna i PR bądź walka partyjna między komitetami (oskarżenia SLD pod adresem PO). Konkretom programowym poświęcono znikomą ilość czasu.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Rzeszów nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Odnotowano jednak w jednym przypadku brak równowagi w sposobie prezentacji racji dwóch stron konfliktu; chodziło o informację, że komitet wyborczy SLD zarzucił komitetowi PO niezgodne z prawem finansowanie kampanii oraz wykorzystywania władzy i publicznych pieniędzy w wyborach. Przekaz taki został nadany w ostatnim dniu kampanii (19 XI, godz. 17.00) i nadano mu wysoką rangę (zapowiedź w forszpanie i pierwsza pozycja w serwisie). Powtarzał sformułowany poprzedniego dnia zarzut SLD (18 XI godz. 14.00, ostatnia pozycja w serwisie) i treść nadanej już wcześniej (19 XI, godz. 16.00) odpowiedzi premiera Tuska. Przekaz został wzmocniony 16-sekundową wypowiedzią posła SLD Tomasza Kamińskiego, nie zamieszczono natomiast analogicznej wypowiedzi premiera Tuska - jego odpowiedź została jedynie przedstawiona przez dziennikarza. Nie zamieszczając wypowiedzi premiera naruszono w ten sposób zasadę jednakowego, równoważnego co do formy przedstawienia argumentów dwóch stron konfliktu wyborczego.

Brak równowagi, mierzonej liczbą i czasem przekazów, wystąpił natomiast w prezentacji komitetów wyborczych w dziennikach Radia Rzeszów. Jak przedstawiono wyżej, komitetowi wyborczemu PiS poświęcono znacznie więcej przekazów niż pozostałym i dużo więcej czasu (tyle, co trzem pozostałym łącznie). Tylko jeden przekaz dotyczył komitetu lokalnego.

Przekazy kryptowyborcze

W badanym okresie jeden przekaz uznano za kryptowyborczy (16 XI godz. 7.00, zapowiedź w forszpanie, 1-a pozycja w serwisie, czas 1'3", setka A. Grada 14", setka A. Szlęzaka 14"). Podczas wizyty ministra skarbu Aleksandra Grada prezydent Stalowej Woli Andrzej Szlęzak (kandydujący ponownie na ten urząd, KWW Andrzeja Szlęzaka) odmówił ministrowi możliwości zwiedzenia inkubatora technologicznego w części należącej do miasta. Wydawałoby się, że przekaz opisujący zdarzenie nie ma związku z toczącą się kampanią wyborczą, jednak w pierwszej jego części (w informacji dziennikarskiej) związek ten został zasygnalizowany („Polityczny zgrzyt z wyborami w tle w Stalowej Woli”). Jest on oczywisty dopiero wówczas, kiedy zestawia się jego treść z informacją, że prezydent Stalowej Woli ponownie kandyduje na ten urząd (KWW Andrzeja Szlęzaka), a zatem występuje zarówno w roli urzędowej jak i kandydującego. Informacja o jego kandydowaniu nie została podana w przekazie.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Rzeszów	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	2	0:09:46	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	4	0:03:42	0	0	2	2	2	0	0	0	1	1	0
Razem	6	0:13:28	2	2	4	4	4	2	2	0	1	1	0

W okresie objętym monitoringiem Radio Rzeszów dwukrotnie nadało audycję instruktażową zatytułowaną „*Samouczek Wyborczy*” (18 listopada o 8:45 – premiera i 19 listopada o godz. 11:50 – powtórka). W audycji tej w bardzo uporządkowany sposób, w rozmowie z Dyrektorem Delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Rzeszowie przedstawiono informacje o tym jakich organów samorządowych dotyczą wybory, ile będzie kart do głosowania i jak je prawidłowo wypełniać, o rodzajach ordynacji, a także o tym jak

przebiegają wybory, jeżeli startuje jeden kandydat i w przypadku, gdy jeden kandydat ubiega się o wybór do kilku organów. Podany został też termin wyborów i godziny otwarcia lokali wyborczych. Dodatkowo, w tych samych dniach (18 i 19 listopada) nadano porady dla wyborców w dziennikach (zob. tabela powyżej).

Instruktaże wyborcze stanowiły monitorowanym okresie łącznie 5,8% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Rzeszów **3 godziny 13 minut**, czyli **2,7%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie debaty kandydatów na urząd prezydentów trzech miast: Przemyśla (16 XI), Krosna (17 XI) i Rzeszowa (18 XI), czyli połowy spośród wszystkich prezydenckich miast regionu, oraz debatę kandydatów do Sejmiku województwa (15 XI).

Publicystyka wyborcza w Radiu Rzeszów	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Deбаты prezydenckie	3	2h 24'	2,0%
Debatę kandydatów do Sejmiku	1	49'	0,7%
Razem	4	3h 13'	2,7%

Deбаты wyborcze

– Uczestnicy debat prezydenckich

W trzech omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta łącznie 15 osób: 6 kandydatów z komitetów partii i 9 osób z komitetów lokalnych, wśród nich trzech urzędujących prezydentów ubiegających się o reelekcję.

Radio Rzeszów zaprosiło do debat, jak podkreślono na antenie, wszystkich kandydatów. Z wyjątkiem jednej osoby - kandydata lokalnego komitetu w Przemyśle, który odmówił przyjęcia - wszyscy kandydaci wzięli udział w debacie.

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radio Rzeszów	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament.*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partii parlament.	kandydaci komitetów lokalnych
Przemyśl	7	3	4	6	3	3
Krosno	3	1	2	3	1	2
Rzeszów	5	2	3	5	2	3
Razem	15	6	9	14	6	8

* Na urząd prezydenta Rzeszowa kandydowali kandydaci 2 partii parlamentarnych: PO i PiS, Przemyśla - 3 partii: PO, SLD, PiS; Krosna - jednej partii: PiS. Urzędujący prezydenci kandydowali z komitetów lokalnych.

– Uczestnicy debaty do Sejmiku

W wyborach do Sejmiku województwa uczestniczyło ogółem 11 komitetów, w tym 9 komitetów partyjnych i 2 komitety wyborców. Osiem komitetów zarejestrowało listy we wszystkich 5 okręgach w województwie, pozostałe 3 - tylko w pojedynczych okręgach.

Do debaty w Radiu Rzeszów zostali zaproszeni, jak poinformowano na antenie, przedstawiciele 8 komitetów, które zarejestrowały listy we wszystkich pięciu okręgach w województwie. Były to komitety 4 partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD i PiS, oraz 4 partii pozaparlamentarnych: KPEiR, Samoobrony, PNP, Polskiej Partii Pracy-Sierpień'80.

Liczba komitetów w wyborach do Sejmiku, które zarejestrowały listy we wszystkich okręgach	w tym:		Komitety reprezentowane w debacie	w tym:	
	komitety partii	komitety wyborców		komitety partii	komitety wyborców
8	8	0	7	7	nd

Z wyjątkiem komitetu Polskiej Partii Pracy - Sierpień'80, który nie przyjął zaproszenia, wszystkie wymienione komitety wzięły udział w debacie.

– Sposób przedstawienia kandydatów

Uczestnicy debat byli przedstawiani na wstępie przez prowadzących jedynie poprzez wymienienie ich nazwisk i komitetów wyborczych. Stworzono im natomiast możliwość, by sami przekazali słuchaczom najważniejsze dane o sobie. W każdej z debat pierwszym punktem była bowiem **autoprezentacja** uczestników (po 1 minucie), w której mieli oni

przedstawić swoje najistotniejsze osiągnięcia. W praktyce wszyscy opisywali nie tylko swoje doświadczenia zawodowe i samorządowe, ale również sytuację rodzinną.

Przyjęty sposób autoprezentacji kandydatów w debatach Radia Rzeszów dawał im równe szanse w tym zakresie, pozwolił też odbiorcom wyrobić sobie pogląd na temat zawodowego i społecznego przygotowania kandydatów do funkcji, o którą się ubiegali.

– **Formuła debat**

Każda z debat trwała blisko 50 minut (46' - 50'). Prowadzona była przez jedną z dziennikarek (dziennikarzy) Radia Rzeszów

Debaty miały podobne reguły. Po wstępnej autoprezentacji kandydatów, o czym już była mowa, kandydaci odpowiadali na kilka rund pytań prowadzących debatę - czas odpowiedzi po 2 minuty. W trakcie tych rund mieli prawo do ripost. Na koniec następowała runda pytań wzajemnych kandydatów, przy czym każdy mógł zwrócić się z pytaniem tylko do jednego (dowolnie wybranego) kontrkandydata. Kandydaci odpowiadali w kolejności alfabetycznej, czyli kolejność odpowiedzi nie była w debacie zmieniana. Czas pytań - 30 sekund, czas odpowiedzi - 1 minuta. W debacie do Sejmiku uczestnicy mieli ponadto na zakończenie po 20 sekund na zachęcenie do udziału w wyborach i głosowanie na ich komitet. Czas odpowiedzi był ściśle przestrzegany; koniec wyznaczonego czasu zaznaczano dźwiękiem dzwonka.

W trakcie debat trwała sonda smsowe, w której słuchacze mogli oddać głos na popieranego przez siebie kandydata.

– **Prezentacja programów w debatach Radia Rzeszów**

We wszystkich debatach kandydaci odpowiadali na takie same bloki pytań: o stan miasta (lub województwa), warunki życia mieszkańców, silne i słabe strony miasta (regionu); o ocenę zadłużenia miasta (województwa) i dokonanych inwestycji, konstrukcję budżetu w następnej kadencji; plany rozwojowe miasta (regionu). Te główne grupy zagadnień były oczywiście w każdym mieście inaczej konkretyzowane, zależnie od jego specyfiki i problemów.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Rzeszów, zapraszając do udziału w debatach prezydenckich wszystkich kandydatów, a w debacie do Sejmiku przedstawicieli wszystkich komitetów uczestniczących w wyborach do tego organu (z wyjątkiem kilku mniejszych, które zdołały zarejestrować listy

tylko w pojedynczych okręgach w regionie), stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom.

W trakcie debat wszyscy kandydaci byli traktowani przez prowadzących w taki sam, neutralny sposób, wszyscy mieli też zagwarantowany równy czas wypowiedzi. Wątpliwości jednego z uczestników (w debacie prezydenckiej w Krośnie), wzbudził jednak fakt niezmienniania przez prowadzących w trakcie debaty kolejności odpowiedzi uczestników. Jego zdaniem, stwarzało to brak równej pozycji uczestników w debacie. Zastrzeżenia uczestnika debaty nie zostały uwzględnione przez prowadzącą.

– **Szczebel wyborów**

Radio Rzeszów, jak wynika z powyższego opisu, skupiło się w badanym tygodniu na wyborach do dwóch organów i szczebli samorządu: na urząd prezydentów miast i do Sejmiku województwa.

Przeprowadzono debaty programowe pretendentów w trzech spośród czterech miast województwa, w których ten urząd jest sprawowany, tj. w mieście wojewódzkim i w dwóch miastach na prawach powiatu.

– **Edukacyjno-poznawcze walory debat wyborczych w Radiu Rzeszów**

Debaty wyborcze w Radiu Rzeszów, dzięki szeroko zakrojonym problemom, dostarczyły wiedzy o planowanych strategiach kandydatów w rozwiązywaniu najważniejszych problemów omawianych miast i województwa jako całości. Pozwoliły wyborcom wyrobić sobie pogląd na przygotowanie poszczególnych kandydatów do funkcji, które chcą sprawować, i na różnice programowe między nimi.

RADIO SZCZECIN

W wyborach samorządowych w województwie zachodniopomorskim uczestniczyło 9 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 575 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 132 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Koszalin, Szczecin, Świnoujście), 18 rad powiatowych i 114 - gminnych, oraz 5 prezydentów miast (Koszalin, Stargard Szczeciński, Kołobrzeg, Szczecin, Świnoujście), 58 burmistrzów i 51 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Szczecin w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **5 godzin 41 minut**, czyli **4,7%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debatę wyborczą kandydatów na prezydenta Szczecina, oraz 8 audycji edukacyjno-instruktażowych, poświęconych objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Szczecin	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	104	1h 56'	1,6%
Instruktaż wyborczy	16	27'	0,3%
Publicystyka	15	3h 18'	2,8%
Razem	135	5h 41'	4,7%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 6.00-23.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia Szczecin, nadano 73 wydania serwisu informacyjnego (11-15 dziennie). Zajęły one łącznie 5 godz. 8 minut, zamieszczono w nich 240 przekazów. Większość serwisów zawierała forszpan, tylko pięć z nich nie było nim poprzedzone (15 XI o godz. 14.00, 15.00, 16.00; 16 XI o godz. 15.00 i 19 XI o godz. 6.00).

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **60 serwisach**, co stanowiło **82%** wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **104 przekazy dotyczące**

wyborów, które zajęły łącznie **1 godzinę 56 minut** czyli stanowiły **43%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie i **38%** łącznego **czasu** ich emisji.

Nie nadano przekazów o charakterze kryptowyborczym.

Liczba przekazów wzrastała każdego dnia (o 2-4 przekazy) im bliższy był termin wyborów. W poniedziałek (15 XI) nadano 9 przekazów, we środę (17 XI) 11 przekazów a w ostatni dzień kampanii wyborczej, w piątek (19 XI), już 17 przekazów. Na zwiększenie przekazów w ostatnim dniu wpłynęła większa emisja sondaży, informacji instruktażowych odnośnie głosowania, wypowiedzi specjalistów podsumowujących i oceniających kampanię.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Szczecin miały stosunkowo wysoką rangę – w ponad jednej trzeciej serwisów zostały zapowiedziane w forszpanie, a w blisko dwóch trzecich znalazły się na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W jednej piątej przekazów (20%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy, wyniki sondaży przedwyborczych).

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Szczecina (71% liczby przekazów i 76% czasu ich trwania). W czterech przekazach odniesiono się do wyborów do sejmiku województwa (4% przekazu, 3% czasu), a w trzech do Rady Miasta Szczecina (3% przekazów, 3% czasu). Wybory do pozostałych szczebli samorządu potraktowano marginalnie. Tylko w jednym przekazie odniesiono się do wyborów na urząd prezydenta miasta nie będącego stolicą województwa – Stargardu Szczecińskiego (1% przekazu, 1% czasu) oraz w jednym na urząd burmistrza – Police (1% przekazu, 1% czasu).

Podsumowując, większość przekazów poświęcona była wyborom na urząd prezydenta Szczecina (prawie trzy czwarte liczby przekazów oraz czasu ich trwania). Nieliczne odnosiły się do wyborów do Rady Miasta Szczecina (3 przekazy) oraz wyborów do sejmiku województwa (3 przekazy). Zaledwie dwa przekazy odnosiły się do wyborów do innych organów samorządu – na urząd prezydenta Stargardu Szczecińskiego i na urząd burmistrza.

Przekazom wyborczym w monitorowanej próbie programu Radia Szczecin nadano wysoka rangę. Dwie trzecie przekazów o tematyce wyborczej znalazło się forszpanie i zostało następnie przedstawione na pierwszych trzech miejscach w serwisie.

Najwyższą rangę nadano przekazom dotyczącym wyborów na urząd prezydenta Szczecina i do rady tego miasta. Większość przekazów poświęconych wyborom na te urzędy została zapowiedziana w forszpanie i podana w serwisach na pierwszym lub drugim miejscu (prawie trzy czwarte liczby przekazów i czasu trwania).

Przekazy dotyczące kampanii wyborczej do innych szczebli samorządu miały bardzo niską rangę. Tylko dwa przekazy zapowiedziano w forszpanie (1 informacja dotycząca wyborów do sejmiku województwa, 1 informacja dotycząca wyborów na urząd burmistrza Polic), zajęły one jednak dalsze miejsce w serwisie.

Przekazy związane z wyborami na urząd prezydenta Szczecina dotyczyły różnych informacji: prezentowały kandydatów i ich program, relacje z debat z ich udziałem, wzajemnych oskarżeń i pomówień. Również w przekazach dotyczących pozostałych organów samorządu przeważały informacje o kandydatach i ich programie wyborczym.

Komitety wyborcze

Informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów stanowiły 85% przekazów wyborczych i zajęły 84% czasu ich trwania, w tym ponad jedną trzecią czasu ich emisji (40 minut i 47 sekund) zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii.

Trzy piąte spośród omawianych przekazów (95) odnosiła się do komitetów wyborczych partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS. Pozostałe dwie piąte (40) dotyczyła komitetów lokalnych: KWW Piotra Krzystka, KWW Małgorzaty Jacyny-Witt, KWW Bartłomieja Sochańskiego oraz KWW Police XXI.

Nie nadano żadnych informacji o pozostałych komitetach lokalnych uczestniczących w wyborach do poszczególnych szczebli samorządu terytorialnego.

Podsumowując, w ostatnim tygodniu kampanii słuchacz nie uzyskał informacji z serwisów Radia Szczecin o działaniach jakichkolwiek innych, poza wymienionymi wyżej, komitetów wyborczych w województwie.

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w liczbie przekazów i w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.

W przypadku komitetów partyjnych, jeśli chodzi o liczbę przekazów i ilość czasu, zachowano równowagę pomiędzy KW PiS, KW PSL i KW SLD (po jednej dziesiątej wszystkich przekazów). Natomiast KW PO poświęcono prawie dwa razy więcej przekazów niż pozostałym komitetom partyjnym.

Wśród komitetów lokalnych zachowano równowagę pomiędzy KWW P. Krzystka (24 przekazy) a KWW M. Jacyny-Witt (22), nieznacznie gorzej traktując KWW Bartłomieja Sochańskiego (17). Marginalnie potraktowano KWW Police XXI, poświęcając temu komitetowi tylko 1 przekaz.

Podobne proporcje wystąpiły w ilustrowaniu przekazów wypowiedziami przedstawicieli poszczególnych komitetów (tzw. setki). Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazu	% liczby przekazu	Czas przekazu	% czasu przekazu	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	35	18%	24’	21%	11’54”	29%
KW PSL	22	12%	12’52”	11%	4’54”	12%
KW SLD	21	11%	10’27”	9%	4’53”	12%
KW PiS	11	10%	10’55”	9%	4’56”	12%
KWW Piotra Krzystka „Szczecin dla pokoleń”	24	13%	19’ 27”	17%	4’ 42”	12%
KWW Małgorzaty Jacyny - Witt	22	12%	10’ 18”	9%	5’ 11”	13%
KWW Bartłomieja Sochańskiego	17	9%	9’ 11”	8%	3’ 41”	9%
KWW Police XXI	1	0,5%	1’ 6”	1%	36”	1,5%

Nie było natomiast znaczących różnic w pozycji przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. W forszpanach zapowiedziano większość przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. Znalazły się one na trzech pierwszych miejscach w serwisie.

Reasumując, w programie Radia Szczecin skupiono się na informacjach o przebiegu kampanii prowadzonej przede wszystkim przez komitety partyjne (KW PO, KW PiS, KW PSL, KW SLD) i wybrane komitety lokalne (KWW Piotra Krzystka, KWW Małgorzaty Jacyny–Witt, KWW Bartłomieja Sochańskiego. Tym informacjom nadano najwyższą rangę pod względem miejsca w serwisie, czasu trwania informacji oraz liczby i czasu wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów wyborczych.

Spośród komitetów wyborczych najwięcej przekazów i czasu ich trwania oraz wypowiedzi bezpośrednich („setki”) miał KW PO. W tym sensie nie zachowano równowagi między KW PO a pozostałymi komitetami partyjnymi.

Spośród komitetów lokalnych najlepszą pozycję miał KWW P. Krzystka (najdłuższy czas trwania przekazów). Nie poinformowano o innych niż wyżej

wymienionych komitetach lokalnych biorących udział w kampanii (wyjątek stanowił KWW Police XXI któremu poświęcono zaledwie jeden przekaz). Informowano jedynie o 4 komitetach lokalnych, spośród 575 które uczestniczyły w wyborach w województwie zachodniopomorskim.

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (31%) poświęcono prezentacji programu wyborczego kandydatów. W znacznej liczbie omawianych przekazów deklaracje wyborcze były prezentowane przez samych kandydatów. Przekazom tym nadano wysoką rangę. Ponad dwie trzecie z nich znalazło się w forszpanie, wszystkie natomiast nadane zostały na jednym z trzech pierwszych miejsc w serwisie. Zachowano tutaj równowagę pomiędzy poszczególnymi komitetami, zarówno partyjnymi jak i lokalnymi.

Jedną czwartą (25%) wszystkich przekazów stanowiły relacje z debat wyborczych. Dotyczyły one wyłącznie wyborów na urząd prezydenta Szczecina. Ilustrowane były licznymi „setkami” i dostarczały wielu informacji o poszczególnych kandydatach i ich programach wyborczych. Większość znalazła się w forszpanie i nadana została na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie. Podobną ilość przekazów i czasu poświęcono tutaj wszystkim komitetom.

Niespełna jedną piątą przekazów (17%) poświęcono przekazom zawierającym wzajemne oskarżenia i pomówienia komitetów i poszczególnych kandydatów (PO przez PiS), krytykę rządu oraz lokalnych władz samorządowych (przez PO i SLD).

Co dziesiąty przekaz poświęcono informacjom o poparciu kandydatów przez kierownictwo partii w regionie i posłów danej partii, prośbach i podziękowaniach skierowanych do wyborców za udział w kampanii, o szansach wyborczych danej partii w wyborach. Nie zawierały żadnych konkretnych informacji o kandydacie i jego programie, ograniczając się jedynie do tworzenia wizerunku kandydata (PR).

Ponadto liczne były przekazy zawierające sondaże (8%), które w większości dotyczyły wyborów na urząd prezydenta Szczecina. Nadano również przekazy zawierające instruktaż wyborczy (7%) oraz wypowiedzi specjalistów (5%), którzy starali się podsumować i ocenić kampanie.

Podsumowując, tematyka przekazów wyborczych w Radiu Szczecin skupiona była na merytorycznym pokazaniu programów poszczególnych kandydatów. Dotyczyło to zarówno kandydatów reprezentujących ogólnopolskie, jak i lokalne komitety wyborcze. Dużo czasu poświęcono także wynikom sondaży oraz instruktażowi wyborczemu.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Szczecin nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Szczecin	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	8	0:20:50	4	2	6	6	4	0	2	4	8	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	8	0:06:02	6	7	4	3	0	0	1	1	3	4	1
razem	16	0:26:52	10	9	10	9	4	0	3	5	11	4	1

W monitorowanym okresie Radio Szczecin nadawało codziennie w dwóch porach dnia (o 10:00 premierę, o 16:00 powtórkę) audycję „Poradnik Wyborczy”. W ramach tej audycji, 15 i 17 listopada wyemitowano rozmowę z pełnomocnikiem prezydenta Szczecina do spraw wyborów, z której słuchacze mogli dowiedzieć się do jakich organów samorządowych będą wybierali, ilu radnych będą mogli wybrać, ile dostaną kart do głosowania oraz na czym polega proporcjonalny system głosowania. Słuchacze poznali też godziny otwarcia lokali wyborczych. W audycji wyemitowanej 16 listopada poinformowano komu przysługują prawa wyborcze oraz jak i kiedy można się dopisać do rejestru wyborców. Ostatniego dnia kampanii goście audycji (pełnomocnik prezydenta miasta ds. wyborów, politolog, socjolog i prawnik) przypomnieli wszystkie najważniejsze zasady wyborcze.

Radio Szczecin zamieszczało przekazy instruktażowe również w dziennikach, przypominając przede wszystkim o terminie wyborów, godzinach otwarcia lokali wyborczych oraz o zasadach ciszy wyborczej.

Łącznie, wszystkie przekazy poradnicze zajęły 8% czasu wszystkich przekazów wyborczych

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Szczecin **3 godziny 18 minut**, czyli **2,8%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia nadała w tym czasie debatę kandydatów na urząd prezydenta Szczecina (17 XI) oraz, w ramach stałej audycji publicystycznej pn. „Talia polityczna”, kilka rozmów z kandydatami na ten urząd. Nadano także rozmowy z ekspertami dotyczące wyborów, a w codziennej audycji pn. „Raport dnia” komentowano bieżące wydarzenia w kampanii.

Publicystyka wyborcza w Radiu Szczecin	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debata na urząd prezydenta	1	1h	0,8%
Rozmowy z kandydatami	5	1h 8'	1%
Rozmowy z ekspertami	3	28'	0,4%
Komentarze do wydarzeń w kampanii	6	42'	0,6%
Razem	15	3h 18'	2,8%

I. Debata wyborcza na urząd prezydenta Szczecina

Jak poinformowano na antenie, przeprowadzona w badanym tygodniu debata była już drugim w Radiu Szczecin spotkaniem kandydatów na prezydenta tego miasta.

– Uczestnicy debaty

W wyborach na urząd prezydenta Szczecina uczestniczyło 7 kandydatów - 4 z partii parlamentarnych i 3 - w tym urzędujący prezydent - z lokalnych komitetów wyborców.

W debacie w Radio Szczecin wzięli udział wszyscy kandydaci.

Organ samorządu	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debacie w Radiu Szczecin	w tym:	
		kandydaci komitetów partii parlament.*	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Prezydent Szczecina	7	4	3	7	4	3

*O urząd prezydenta Szczecina starali się kandydaci z 4 partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD i PiS.

– **Sposób przedstawienia kandydatów**

Uczestnicy debaty zostali przedstawieni przez prowadzących jedynie z imienia i nazwiska. Nie podano żadnych danych o kandydatach - nawet tego, z jakich komitetów startują, ani ich funkcji samorządowych (nawet urzędującego prezydenta).

– **Formuła debaty**

Deбата trwała pełną godzinę. Prowadzona była przez dwoje dziennikarzy Radia Szczecin.

Przeprowadzono 4 rundy pytań; na każde odpowiadali po kolei wszyscy kandydaci. Kolejność odpowiadających była w każdej rundzie zmieniana. Czas odpowiedzi - **1,5 minuty**. Po zakończeniu rund pytań od dziennikarzy uczestnicy mogli skierować pytanie do dowolnie wybranego kontrkandydata. Odpowiedź na pytanie konkurenta - **1 minuta**. Koniec czasu odpowiedzi wskazywał gong.

– **Prezentacja programów**

Deбата dotyczyła szeroko rozumianych spraw społecznych, a także instytucji kultury. Kandydaci odpowiadali na pytania, jak rozwiązać w Szczecinie problem bezrobocia, będący następstwem upadku stoczni i wielu innych zakładów, jak przeciwdziałać zagrożeniu ubóstwem i jak radzić sobie z problemem zalegania z czynszem przez lokatorów mieszkań komunalnych; jak rozwiązać problem zbyt małej liczby miejsc w domach opieki społecznej i długiej kolejki oczekujących, itd. Pytano także o potrzebę konsultacji działań i decyzji samorządu z organizacjami pozarządowymi, jak i o sposób wykorzystania nowego gmachu filharmonii, którego budowę właśnie rozpoczęto.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Szczecin, zapraszając do debaty wszystkich kandydatów, stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom. W trakcie debaty zadbano o równy czas wypowiedzi kandydatów.

Także w cyklu rozmów z kandydatami zachowano równowagę, zapraszając po kolei ich wszystkich. Poświęcono im też zbliżoną ilość czasu (9'-12').

W jednym jednak przypadku dziennikarz prowadzący debatę nie zachował neutralności, zadając pytanie, w którym zawarta była negatywna ocena działania dotychczasowych władz miasta. Nie wskazano wprost ubiegającego się o reelekcję

prezydenta, niemniej należy sądzić, że krytyka odnosiła się właśnie do niego, ponieważ to on, a nie zbiorowy „samorząd”, kandydował. Pytanie brzmiało następująco:

„W Szczecinie konsultacje społeczne rzadko kiedy służą czemuś innemu niż uwiarygodnienie decyzji. Służą do tego, by uzyskać przychylność, budując przy tym przekonanie, że za tymi decyzjami kryje się gotowość do tego, by je zmienić, jeśli opinia byłaby im przeciwna. W jaki sposób organizacje pozarządowe powinny wpływać na działania i decyzje samorządu?”

Jak widać, pytanie nie tylko brzmiało konfrontacyjnie, ale co więcej, zawarty w nim wstęp nie miał związku z treścią właściwego pytania, służył tylko do wyrażenia negatywnej oceny. Prowadzący debatę wyszedł więc w tym przypadku z roli neutralnego moderatora debaty, zachowującego równy dystans do wszystkich uczestników, i dał sobie prawo do ostrej oceny - nie uzasadniając jej jednak w żaden sposób. Naruszył więc reguły neutralności.

II. Rozmowy z kandydatami na urząd prezydenta

Poza debatą kandydaci na urząd prezydenta Szczecina byli także przepytani z różnych zagadnień dotyczących ich programów, szans wyborczych i przyszłych koalicji powyborskich w serii rozmów w audycji „Talia polityczna”.

Komitety	Data audycji	Czas	Kandydaci	Temat rozmowy
PSL	15 XI	12'	Anna Nowak	Strategia rozwoju województwa; szanse PSL w wyborach w regionie
SLD; KWW Obudźmy Szczecin	16 XI	18' (9'+9')	Jędrzej Wijas; Bartłomiej Sochański	Negatywna ocena ubiegającej kadencji prezydenta; potrzeba kompromisów polit. w RM
KWW Małgorzaty Jacyny-Witt; PiS	17 XI	18' (9'+9')	Małgorzata Jacyna-Witt; Krzysztof Zaremba	Szanse i potrzeba koalicji powyborskich; rola Szczecina w rozwoju regionu
PO; KWW „Szczecin dla Pokoleń”	18 XI	20' (10'+10')	Arkadiusz Litwiński; Piotr Krzystek	Krytyka i obrona ubiegającej kadencji; konflikt prezydenta z PO; konkurencyjne programy dla Szczecina
Razem		1h 8'		

III. Rozmowy z ekspertami i komentarze do wydarzeń w kampanii

Nadane w badanym tygodniu w ramach różnych audycji rozmowy z ekspertami dotyczyły oceny kampanii i marketingu politycznego stosowanego w wyborach samorządowych. W codziennym „Raporcie” komentowano natomiast - także z pomocą ekspertów - szczególne wydarzenia w kampanii i ich możliwy wpływ na wynik wyborów.

– Szczębel wyborów

Radio Szczecin skoncentrowało się na prezentacji kandydatów do jednego organu samorządu - na urząd prezydenta Szczecina, czyli miasta wojewódzkiego. Kandydaci, ich programy i sytuacja polityczna zostali przedstawieni zarówno w debacie, jak i w serii rozmów.

Pozostała audycja nie odnosiła się do konkretnego szczebla wyborów; omawiano w nich ogólne reguły rządzące kampanią.

– Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej

Debata na urząd prezydenta Szczecina i rozmowy z poszczególnymi kandydatami pozwoliły poznać poglądy kandydatów na ważne kwestie rozwoju miasta i różnice między nimi. Rozmowy pokazały także sytuację konfliktu politycznego między komitetami.

RADIO DLA CIEBIE

Warszawa

W wyborach samorządowych w województwie mazowieckim uczestniczyło 19 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 1635 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 369 rad, w tym do rad 5 miast na prawach powiatu, (Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce, Warszawa) 18 dzielnic m. st. Warszawy, 37 rad powiatowych i 314 - gminnych, oraz 10 prezydentów miast (Ciechanów, Legionowo, Ostrołęka, Otwock, Płock, Pruszków, Radom, Siedlce, Warszawa, Żyrardów), 75 burmistrzów i 229 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia dla Ciebie w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **5 godzin 41 minut**, czyli **4,7%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii oraz informacje edukacyjno-instruktażowe, poświęcone objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania, przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym 4 debaty wyborcze kandydatów na prezydentów miast i do Sejmiku województwa.

Tematyka wyborcza w Radiu dla Ciebie w Warszawie	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	106	1h 36'	1,3%
Instruktaż wyborczy	13	10'	0,1%
Publicystyka	6	3h 55'	3,3%
Razem	125	5h 41'	4,7%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-17.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia dla Ciebie, nadano 55 wydań serwisu informacyjnego (11 dziennie). Zajęły one łącznie 4 godz. 37 minut, zamieszczono w nich 276 przekazów. Niemal wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami (oprócz serwisów nadanych w poniedziałek 15 XI, w środę 17 XI oraz w piątek 19 XI o godz. 17.00).

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **52 serwisach**, czyli w blisko 1/5 wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **106 przekazów dotyczących wyborów**, które zajęły łącznie **1 godzinę 36 minut**, czyli stanowiły **38%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie i **35%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 100 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. 6 przekazów miało charakter kryptowyborczy – ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych rosła z biegiem tygodnia poprzedzającego wybory. W poniedziałek 15 XI była najniższa (wyniosła 13 przekazów), w piątek 19 XI – najwyższa (25 przekazów). Na początku tygodnia przekazy wyborcze dotyczyły głównie kandydatów i ich programu, a w kolejne dni zwiększono liczbę instruktaży wyborczych oraz przekazów, w których wyjaśniano kompetencje poszczególnych szczebli samorządu.

Informacje wyborcze w serwisach Radia dla Ciebie miały wysoką rangę - w ponad połowie serwisów (30) zawierających przekazy wyborcze zapowiedziane je w forszpanie, a niemal w połowie serwisów (27) przekaz taki nadano na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W jednej piątej przekazów (21%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. w instruktażu wyborczym), zagadnień ogólnych (np. dane statystyczne dotyczące m.in. wieku i płci kandydatów w wyborach samorządowych).

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii na urząd prezydentów miast w regionie (Płock, Radom, Siedlce, Ciechanów, Żyrardów - 33% przekazów, 28% czasu). O ponad połowę mniej przekazów dotyczyło wyboru prezydenta Warszawy (15% przekazów i 19% czasu).

Pozostałe szczeble wyborów potraktowano dość marginalnie. W dwóch przekazach wyborczych odniesiono się do wyborów do sejmiku województwa (2% przekazów, 2% czasu). Tyle samo przekazów dotyczyło wyborów na urząd burmistrza (Piaseczna i Wyszkowa - 2% przekazów, 4% czasu). Jeden przekaz dotyczył wyborów do Rady Warszawy (1% przekazów, 3% czasu).

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów na urząd prezydentów lub burmistrzów miast na Mazowszu, w tym Warszawy.

Przekazom wyborczym w monitorowanym programie nadano wysoką rangę. W 27 wydaniach, na 52 wydania serwisów zawierających informacje wyborcze, przekazy na temat kampanii podawano na pierwszych trzech miejscach. Najwyższą rangę nadano przekazom dotyczącym wyborów na urząd prezydenta Warszawy oraz prezydentów innych miast w regionie. Spośród przekazów dotyczących kampanii na urząd prezydenta Warszawy jedna trzecia (pięć z piętnastu) została zapowiedziana w forszpanie, a trzy nadano na pierwszym miejscu w serwisie. Przekazy dotyczące kampanii wyborczej na prezydentów innych miast regionu (tj. Ciechanowa, Płocka, Siedlec i Żyrardowa) zapowiedziano w forszpanie czterokrotnie. Natomiast raz informacja o wyborach na prezydenta jednego z mazowieckich miast (Radomia) została podana na pierwszym miejscu w serwisie.

Przekazom dotyczącym kampanii do rad miejskich, do sejmiku wojewódzkiego oraz na urząd burmistrza nadano niższą rangę - były nadawane na bardziej odległych miejscach w serwisie i nie były zapowiadane w forszpanie.

Przekazy związane z wyborami na urząd prezydenta Warszawy prezentowały w większości kandydatów i ich program. Tylko w trzech z piętnastu przekazów podawano informacje związane z sensacyjnymi wydarzeniami w kampanii (żądanie przeprosin za wypowiedzi jednego kandydata wobec drugiego; deklarowany przez jednego z kandydatów zamiar złożenia doniesienia do prokuratury, w związku z zarzutem niegospodarności wobec urzędującej prezydent miasta). Podobnie w przekazach dotyczących wyboru prezydentów i burmistrzów innych miast Mazowsza, a także wyborów do Sejmiku Województwa Mazowieckiego, przeważały informacje o kandydatach i ich programie wyborczym.

Zatem niezależnie od rangi, jaką nadano informacjom o wyborach do poszczególnych szczebli samorządu, we wszystkich przeważały merytoryczne informacje o kandydatach i ich deklaracjach wyborczych.

Komitety wyborcze

Nadano łącznie 105 informacji odnoszących się do poszczególnych komitetów (czasem jeden przekaz zawierał po kilka informacji o różnych komitetach). Stanowiły one ponad połowę (59%) czasu trwania przekazów wyborczych. Wypowiedzi przedstawicieli poszczególnych komitetów stanowiły 74% wszystkich wypowiedzi nadanych w przekazach wyborczych.

Najczęściej mówiono o komitetach wyborczych trzech partii parlamentarnych: KW SLD (informacje o tym komitecie nadano 22 razy), KW PO (21 razy) oraz KW PiS (20 razy, w tym 4 informacje dotyczyły wypowiedzi prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego). O połowę

mniej informacji (11) dotyczyło KW PSL (w tym jedna informacja odnosiła się do lidera partii – Włodzimierza Pawlaka).

Przekazom o komitetach wyborczych partii parlamentarnych nadano wysoką rangę w dziennikach. Przekazy nt. KW SLD były zapowiadane w forszpanie trzykrotnie, KW PiS – dwukrotnie, a KW PSL – jeden raz. Również jeden raz zapowiedziano w forszpanie informację o lokalnym Komitecie (KW Ruch Przełomu Narodowego – kandydat na prezydenta Siedlec).

Jako pierwsze w serwisie pięciokrotnie podano informacje dotyczące KW PiS oraz lidera PiS, trzykrotnie – dotyczącą KW SLD, jeden raz – KW PSL. Na kolejnych – drugim i trzecim miejscu w serwisie najczęściej podawano informacje o KW PO (ośmiokrotnie) i KW PiS (sześciokrotnie).

Na opisywanym drugim i trzecim miejscu nadano również informacje dotyczące 14 **lokalnych komitetów wyborczych** (po jednej informacji o każdym z nich).

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w liczbie przekazów i czasie poświęconym poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania dużych komitetów partyjnych wobec komitetów lokalnych, ale także różnic w obrębie największych, ogólnopolskich komitetów wyborczych. Jeśli chodzi o liczbę przekazów to zachowano równowagę pomiędzy KW PiS, KW SLD, KW PO, natomiast o połowę mniej przekazów dotyczyło KW PSL.

Najwięcej czasu poświęcono KW SLD (15% łącznego czasu przekazów wyborczych). Nieco mniej czasu zajęły informacje o KW PiS (łącznie z informacjami wyborczymi dotyczącymi prezesa PiS – 12%). Informacje o KW PO stanowiły 10% czasu przekazów wyborczych, a o KW PSL – 7% (łącznie z informacjami o prezesie partii).

Wśród wypowiedzi przedstawicieli komitetów wyborczych, stwierdzono także znaczącą przewagę wypowiedzi („setek”) przedstawicieli KW SLD (21% łącznego czasu wypowiedzi w przekazach wyborczych). Znacznie mniej czasu zajęły wypowiedzi przedstawicieli KW PO (13%), KW PiS (w tym wypowiedzi prezesa PiS – 11%) oraz KW PSL (w tym wypowiedzi lidera – 9%).

Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

nazwa komitetu wyborczego	liczba przekazu	% liczby przekazu	czas przekazu	% czasu przekazu	czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PiS	20	20%	11’	12%	4’20”	11%
KW SLD	22	22%	13’35”	15%	7’57”	21%
KW PO RP	21	21%	9’09”	10%	4’50”	13%
KW PSL	11	11%	5’44”	7%	3’32”	9%
Koalicyjny KW Prawica Rzeczypospolitej – UPR	3	3%	41”	1%	30”	1%
KW Lepsza Polska	1	1%	1’06”	1%	38”	2%
KW Ruch Przełomu Narodowego	2	2%	1’21”	1%	39”	2%
KW Siedleckiego Towarzystwa Samorządowego	4	4%	2’31”	3%	1’22”	4%
KW Polska Patriotyczna	1	1%	44”	1%	17”	1%
KW Ruch Ziemia Ciechanowska	1	1%	1’01”	1%	37”	2%
KWW Ruch Wyborców Janusza Korwin-Mikke	4	4%	1’36”	2%	53”	2%
KW Forum Mieszkańców	1	1%	18”	0,3%	0	0
KWW Gospodarność- Porozumienie Lewicy	1	1%	18”	0,3%	0	0
KW Lepszy Myszków	1	1%	18”	0,3%	0	0
KWW Jedność 2010	1	1%	18”	0,3%	0	0
KW Nasze Miasto Płock	2	2%	1’31”	2%	47”	2%
KW Dobry Gospodarz	1	1%	9”	0,2%	8”	0,4%
KW Stowarzyszenie Samorządowe Centrum	1	1%	9”	0,2%	7”	0,3%
KW Nasz Sport i Kultura	1	1%	9”	0,2%	11”	0,5%
KWW Piaseczyńskie Porozumienie Prawicy	1	1%	9”	0,2%	5”	0,2%
KW Krajowa Wspólnota Samorządowa	1	1%	9”	0,2%	16”	1%
KWW Klub Rozwoju: Drogi, Autobusy, Metro	1	1%	9”	0,2%	10”	0,4%
KWW Żyrardów - Tak Po Prostu	2	2%	1’35”	2%	42”	2%
KW Radomianie Razem	1	1%	6”	0,1%	9”	0,4%

Przekazy wyborcze w serwisach zawierały informacje o 20 lokalnych komitetach wyborczych. W większości o jednym Komitecie podano jedną - dwie informacje w ciągu

monitorowanego tygodnia, jednak informacje o trzech komitetach pojawiły się nieco częściej (Koalicyjny Komitet Wyborczy Prawica Rzeczypospolitej-UPR – trzykrotnie; Komitet Wyborczy Siedleckiego Towarzystwa Samorządowego oraz Komitet Wyborczy Wyborców Ruch Wyborców Janusza Korwin-Mikke – po cztery razy). Łącznie informacje o lokalnych komitetach zajęły 16% czasu wszystkich przekazów wyborczych. Był to udział porównywalny z czasem informacji o jednym tylko Komitecie – KW SLD (15%).

Oznacza to, że w programie Radia dla Ciebie skupiono się na informacjach o przebiegu kampanii prowadzonej przede wszystkim przez największe komitety wyborcze, związane z partiami parlamentarnymi. Tym informacjom nadano najwyższą rangę pod względem miejsca w serwisie, czasu trwania informacji oraz liczby i czasu wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów wyborczych.

Należy jednak podkreślić, że w programie Radia dla Ciebie przedstawiono programy dwudziestu mniejszych, lokalnych komitetów i deklaracje ich kandydatów. Zatem, w niewielkim stopniu, stworzono możliwość poznania przez wyborcę słuchającego tego programu, deklaracji wyborczych kandydatów (głównie do urzędu prezydenta lub burmistrza miast powiatowych na Mazowszu) mniejszych komitetów wyborczych, jednak były to informacje o znikomej liczbie lokalnych komitetów wyborczych wobec wszystkich 1635 w województwie mazowieckim.

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (40%) poświęcono prezentacji programu wyborczego kandydatów. Deklaracje wyborcze były prezentowane prawie zawsze przez samych kandydatów (wypowiedzi). Jedynie w przypadku jednego z omawianej grupy przekazów (dotyczącego wyborów na urząd burmistrza Wyszkowa), nie nadano wypowiedzi poszczególnych kandydatów, a jedynie omówiono ich programy wyborcze.

Drugą dużą grupą przekazów (36% liczby przekazów odnoszących się do tematyki wyborczej) były instruktaże wyborcze, omówione w dalszej części tekstu.

Agitacja partyjna zajęła 11% ogólnej liczby omawianych przekazów. W grupie tej znalazły się m.in. informacje o poparciu kandydatów przez kierownictwo partii (Jarosław Kaczyński - PiS, Waldemar Pawlak - PSL), o szansach wyborczych danej partii w wyborach, podziękowaniach dla wyborców za udział w kampanii oraz temu podobnym elementom partyjnej agitacji wyborczej i public relations (PR) komitetów i kandydatów w wyborach (kandydatom na urząd prezydenta Warszawy – PO, PiS, SLD, PSL, KWW Ruch Wyborców Janusza Korwin-Mikke, Koalicyjny Komitet Wyborczy Prawica Rzeczypospolitej – UPR).

8% przekazów związanych z wyborami dotyczyło przebiegu kampanii - w tym deklaracji kandydatów do złożenia w trybie wyborczym pozwu przeciw kontrkandydatowi (Wojciech Olejniczak - SLD kontra Czesław Bielecki – PiS; Janusz Korwin - Mikke kontra Hanna Gronkiewicz-Waltz), kwestii niszczenia plakatów wyborczych (w Siedlcach), zapowiedzi debaty wyborczej.

Ponadto przedstawiono wyniki sondaży przedwyborczych (4% omawianych przekazów): na prezydenta Warszawy, na prezydenta Płocka, na prezydenta Radomia, sondaż przedwyborczy CBOS (PO, PiS, SLD, PSL, kandydaci niezależni).

Podsumowując, tematyka przekazów wyborczych w Radiu dla Ciebie skupiona była na merytorycznym pokazaniu programów poszczególnych kandydatów. Dotyczyło to zarówno kandydatów reprezentujących ogólnopolskie, jak i lokalne komitety wyborcze. Dużo czasu poświęcono także instruktażowi wyborczemu (jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu).

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu dla Ciebie nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich. Natomiast dwukrotnie dziennikarze przygotowujący i prowadzący serwis wykazali niestaranność w sposobie przekazania informacji. Otóż w poniedziałek 15 XI w serwisach o godz. 11.00 i 15.00, w przekazach dotyczących wyborów na urząd prezydenta Siedlec błędnie podano nazwisko kandydatki - Anny Sochackiej (KW Siedleckiego Towarzystwa Samorządowego). Podano nazwisko w brzmieniu „Stachecka”. Błąd ten nie został sprostowany.

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie programu 6 przekazów uznano za kryptowyborcze. Trwały w sumie 5 minut 39 sekund.

- 16 listopada (wtorek) w serwisie o godz. 14.00 nadano przekaz trwający 50 sekund, w którym poinformowano o przekazaniu przez prezydent Warszawy Hannę Gronkiewicz-Waltz kluczyków do kolejnego autobusu niskopodłogowego. Nadano wypowiedź pani prezydent, w której podkreśliła, że przekazuje osobiście kolejny autobus do użytkowania w mieście nie dlatego że startuje w wyborach, ale ponieważ to 1500 autobus niskopodłogowy w stolicy.
- 16 listopada (wtorek) w serwisie o godz. 16.00 nadano przekaz trwający 1 minutę 48 sekund, w którym poinformowano, że 21 stowarzyszeń i organizacji śródmiejskich

podpisało porozumienie "o współdziałaniu w sprawach ważnych dla Śródmieścia". Nadano wypowiedź w tej sprawie wiceburmistrza Śródmieścia Marcina Rzońcy, inicjatora porozumienia – kandydata SLD na radnego Rady Warszawy (o czym nie poinformowano w przekazie).

- Przekaz dotyczący tego samego tematu nadano następnego dnia, tj. w środę 17 listopada w serwisie o godz. 8.00 (trwał 40 sekund) - 21 stowarzyszeń i organizacji śródmiejskich podpisało porozumienie "o współdziałaniu w sprawach ważnych dla Śródmieścia". Nie zawierał on wypowiedzi wiceburmistrza Marcina Rzońcy, jednak podano informację, że to on jest inicjatorem akcji – porozumienia. Przekaz zawierał natomiast wypowiedź Mariana Woronina z fundacji Polskiej Lekkiej Atletyki.
- 18 listopada w serwisie o godz. 15.00 podano trwającą 37 sekund informację, o odrzuceniu protestu ekologów przez Samorządowe Kolegium Odwoławcze, w sprawie budowy lotniska w Modlinie. Przekaz zawierał wypowiedź wicemarszałka województwa Marcina Kierwińskiego, (startującego z list PO do sejmiku województwa mazowieckiego - o czym w przekazie nie poinformowano), który wyraził nadzieję na wybudowanie lotniska w Modlinie do 2012 roku.
- Również 18 listopada w serwisie o godz. 17.00 podano informację o odsłonięciu pomnika ławki szkolnej w Warszawie przez urzędującą prezydent Hannę Gronkiewicz –Waltz. Nadano również jej wypowiedź, która nie miała związku z wyborami, ale dała możliwość zabrania głosu kandydatce PO na urząd prezydenta miasta. Przekaz trwał 32 sekundy.
- 19 listopada w serwisie o godz. 14.00 podano trwającą 1 minutę 12 sekund informację o podpisaniu umowy w sprawie budowy ulicy Nowolazurowej, która połączy 3 stołeczne dzielnice. Nadano wypowiedź prezydent Hanny Gronkiewicz – Waltz oraz wypowiedź wicemarszałka województwa mazowieckiego Ludwika Rakowskiego – kandydata PO do Sejmiku Województwa Mazowieckiego (nie poinformowano, że kandydują w wyborach).

INSTRUKTAŻE I EDUKACJA WYBORCZA

Radio Dla Ciebie	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	0	0:00:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
przekazy instruktażowe w dziennikach	13	0:09:33	4	0	2	3	2	0	3	3	8	4	2
Razem	13	0:09:33	4	0	2	3	2	0	3	3	8	4	2

Radio Dla Ciebie zamieszczało instrukcje dla wyborców w dziennikach. Najczęściej przypomniano o możliwości dopisania się do rejestru wyborców. Słuchacze mogli też dowiedzieć się do jakich organów będą przeprowadzane wybory, jak będą wyglądać karty do głosowania, gdzie można znaleźć informacje o ich prawidłowym wypełnianiu, jakie udogodnienia przewidziano dla osób niepełnosprawnych oraz jakie są warunki ciszy wyborczej. Ekspertami w tych audycjach byli: naczelnik delegatury Biura Administracji i Spraw Obywatelskich w dzielnicy Śródmieście, prawnik ze Stowarzyszenia Liderów Lokalnych Grup Obywatelskich, Przewodniczący, Sekretarz Generalny oraz jeden z członków PKW. Przekazy wyborcze nadawano najczęściej w dwóch ostatnich dniach kampanii (w czterech dziennikach 18 listopada oraz sześciu dziennikach 19 listopada).

Przekazy te zajęły 3% łącznego czasu nadanych informacji wyborczych.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Audycje publicystyczne poświęcone wyborom samorządowym zajęły w badanym tygodniu na antenie Radia dla Ciebie **3 godziny 55 minut**, czyli **3,3%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Przeprowadzono debaty wyborcze kandydatów na urząd prezydentów Radomia (15 XI), Siedlec (16 XI) i Płocka (17 XI), czyli trzech spośród dziesięciu prezydenckich miast regionu, oraz debatę kandydatów do Sejmiku województwa (18 XI).

Nadano ponadto rozmowy z ekspertami i przedstawicielami organizacji pozarządowych na temat samorządu terytorialnego i wyborów.

Publicystyka wyborcza w Radiu dla Ciebie	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n =120 h)
Debaty prezydenckie	3	1h 50'	1,5%
Debata kandydatów do Sejmiku	1	40'	0,6%
Razem debaty wyborcze	4	2h 30'	2,1%
Rozmowy z działaczami samorządowymi i ngo	2	1h 25'	1,2%
Razem	6	3h 55'	3,3%

I. Debaty wyborcze

– Uczestnicy debat

W trzech omawianych miastach kandydowało na urząd prezydenta łącznie 19 osób: 12 kandydatów z komitetów partii parlamentarnych, 1 z partii pozaparlamentarnej oraz 6 osób z lokalnych komitetów wyborców lub komitetów organizacji.

W debatach prezydenckich przeprowadzonych przez Radio dla Ciebie w Radomiu i Siedlcach uczestniczyło tylko około połowy kandydatów - niemal wyłącznie (z wyjątkiem jednego uczestnika w Radomiu) kandydaci partii parlamentarnych. Jedynie w Płocku w debacie wzięli udział wszyscy kandydujący na urząd prezydenta.

Miasto	Kandydaci na urząd prezydenta	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu dla Ciebie	w tym:	
		kandydaci komitetów partii	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Radom	7	4	3	4	3	1
Siedlce	7	5	2	3	3	0
Płock	5	4	1	5	4	1
Razem	19	13	6	12	10	2

Podobnie było w debacie kandydatów do Sejmiku. Uczestniczyli w niej przedstawiciele 4 komitetów, wyłącznie dużych partii, podczas gdy liczba wszystkich komitetów uczestniczących w wyborach do Sejmiku województwa mazowieckiego była pięciokrotnie większa (19) i były wśród nich także lokalne komitety wyborców - w debacie w ogóle nie reprezentowane.

Liczba komitetów uczestniczących w wyborach do Sejmiku	w tym:		Komitety reprezentowane w debacie	w tym:	
	komitety partii	komitety wyborców i organiz.		komitety partii	komitety wyborców i organiz.
19	14	5	4	4	0

Tak więc, z wyjątkiem debaty w Płocku, w trzech pozostałych Radio dla Ciebie ograniczyło zaproszenie do kandydatów komitetów partyjnych.

Jednocześnie w żadnej z tych debat nie poinformowano słuchaczy o tym, że obecni w studiu to nie są wszyscy kandydaci na urząd prezydenta lub na radnych Sejmiku i że w wyborach uczestniczą jeszcze inni kandydaci i inne komitety. Sprawę tę po prostu przemilczano.

Radio dla Ciebie nie zachowało także równowagi jeśli idzie o udział kandydatów z ramienia PSL. Jakkolwiek partia ta, podobnie jak pozostałe partie parlamentarne, wystawiła kandydatów w wyborach w trzech omawianych miastach oraz do Sejmiku, to jednak jej kandydat wziął udział tylko w jednej debacie - w debacie prezydenckiej w Płocku (kandydatem tym był Adam Struzik, urzędujący marszałek województwa). W pozostałych debatach kandydaci PSL byli nieobecni, jakkolwiek uczestniczyli w nich kandydaci trzech pozostałych partii. Nieobecności tej nie wytłumaczono na antenie,

Podsumowując, udział kandydatów poszczególnych grup: partii parlamentarnych, partii pozaparlamentarnych i komitetów lokalnych w wyborach na prezydentów trzech miast i do Sejmiku oraz w poświęconych im debatach RdC wyglądał następująco:

Kandydaci / komitety	Liczba kandydatów/ komitetów w wyborach do 4 omawianych organów samorządu - łącznie	Liczba kandydatów / komitetów w debatach RdC dotyczących wyborów do 4 omawianych organów samorządu - łącznie
PO	4	4
SLD	4	4
PiS	4	4
PSL	4	1
Partie pozaparlamentarne	11	1
Lokalne komitety wyborców	11	2
Ogółem	38	16

Dane te wskazują na uprzywilejowanie, przy zapraszaniu do debat, kandydatów trzech partii: PO, SLD i PiS, w stosunku do wszystkich pozostałych.

– **Sposób przedstawiania kandydatów**

Nie było tu jednolitej zasady. W debacie w Radomiu prowadząca przedstawiając uczestników oprócz nazwy komitetu podała także ich funkcje samorządowe lub polityczne (np. członek zarządu województwa; poseł; prezydent Radomia). Tymi tytułami zwracała się też do nich w trakcie spotkania. W pozostałych debatach wskazywano tylko urzędujących prezydentów, funkcji pozostałych uczestników nie podawano.

– **Formuła debat**

Wszystkie debaty trwały około 40 minut. Przeprowadzone zostały, jak podano na antenie, w studiach lokalnych RdC w poszczególnych miastach. Prowadzone były jednoosobowo.

Debaty miały swobodny przebieg. Pytania zadawali w zasadzie tylko prowadzący i oni wskazywali kolejność odpowiedzi, ale w trakcie debat częste były wzajemne repliki i spory kandydatów, wypowiedzi ad vocem itd. Czas odpowiedzi nie był limitowany, uczestnicy wypowiadali się swobodnie. Prowadzący dbali jednak o to, by wszyscy mogli zabrać głos, przerywali też wypowiedzi nadmiernie się przedłużające.

– **Prezentacja programów w debatach**

W trzech debatach prezydenckich dominowały problemy gospodarcze. Uczestnicy przedstawiali programy rozwoju swojego miasta, oceniali, czy i jak prezydent może zmniejszyć bezrobocie, odnosili się do problemu zadłużenia samorządu, planów pozyskiwania środków unijnych do 2015 roku i w tym kontekście przedstawiali wybór strategii inwestowania na najbliższe lata.

W każdym z miast omawiano także problemy dla niego charakterystyczne. W Radomiu był to m.in. sprawa prorozwojowego wykorzystania lotniska, do którego miasto uzyskało niedawno prawo, w Siedlcach - udział w specjalnej strefie ekonomicznej w Tarnobrzegu, w Płocku - park przemysłowo-technologiczny i pozyskiwanie inwestorów z jego pomocą.

W debacie kandydatów na radnych Sejmiku województwa odbyła się bardzo interesująca polemika dotycząca zasadności i prorozwojowej, lub hamującej rozwój, roli tzw. janosikowego, czyli opodatkowywania bogatszych ośrodków na rzecz biedniejszych, oraz dyskusja na temat ewentualnego wyłączenia Warszawy, jako miasta dominującego nad regionem i uzyskującego najwięcej środków unijnych, ze struktury województwa mazowieckiego i uczynienia z niej odrębnego województwa. Starły się tu dwa poglądy: jedni

kandydaci uważali, że region bez Warszawy uzyska na swój rozwój więcej środków, inni przeciwnie, byli zdania, że wyłączenie stolicy Mazowszu zaszkodzi, ponieważ to ona jest lokomotywą pozyskującą środki na rozwój i ciągnącą ten rozwój.

Omawiano także problem komunikacji w regionie i w Warszawie - kandydaci przedstawiali swoje pomysły na dalszy rozwój infrastruktury drogowej w województwie i sieci komunikacji w stolicy. Zastanawiano się także nad tym, jak wykorzystać lotnisko w Radomiu (plany te nie brały pod uwagę, najogólniej mówiąc, aspiracji Radomia w tym zakresie).

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Uczestnicy debat byli traktowani przez prowadzących w taki sam, neutralny sposób. Mimo braku określonego limitu czasu wypowiedzi zachowano pod tym względem równowagę między kandydatami.

Nie zachowano natomiast, jak wykazano wyżej, równowagi przy zapraszaniu uczestników debat. Uprzywilejowani zostali kandydaci trzech partii: PO, SLD i PiS. Sporadycznie jedynie zapraszano kandydatów komitetów lokalnych lub partii pozaparlamentarnych, w 3 debatach pominięto też kandydatów PSL. Kandydaci nie zaproszeni nie mieli szansy, by przedstawić wyborcom siebie i swoje programy.

II. Rozmowy z ekspertami i organizacjami pozarządowymi

W badanym okresie nadano dwie audycje z udziałem m.in. przedstawicieli Stowarzyszenia 61 - organizacji pozarządowej, która stawia sobie za cel budowanie ogólnodostępnego systemu informacji o osobach pełniących wybieralne funkcje publiczne i od 2006 roku tworzy serwis internetowy pn. „Mam prawo wiedzieć” z bazą tych informacji i która wzięła nazwę od artykułu 61 konstytucji, zapewniającego obywatelom prawo dostępu do takich informacji. W audycjach uczestniczyli także eksperci zajmujący się administracją publiczną, samorządowiec oraz (telefonicznie) profesor Jerzy Stępień, prawnik (b. prezes TK) i jeden ze współtwórców reformy samorządowej w Polsce.

Data	Czas	Uczestnicy	Temat
17 XI	1h15	Róża Rzeplińska, prezes Stowarzyszenia 61; Anna Bielecka, Stowarzyszenie 61; dr Marcin Sakowicz, Krajowa Szkoła Administracji Publicznej; Przemysław Radwan, polityk społ., dyr. gen. Stowarzyszenia „Szkoła Liderów”; prof. Jerzy Stępień, prawnik, b. prezes TK	Dyskusja o samorządzie terytorialnym - idei, zasadach, kompetencjach, potrzebach; ordynacja wyborcza - brak okręgów jednomandatowych; czy Polacy potrafią korzystać z samorządu; działania ngo na rzecz upowszechnienia wiedzy o samorządzie
19 XI	10'	Michał Piotrowski, Stowarzyszenie 61; Mariusz Sidor, Regioportal	Ocena kampanii - wpływ partii na wybory samorządowe; szanse wyborcze lokalnych komitetów; przyczyny reelekcji

Obie audycje dostarczyły bardzo wiele ważnych informacji i opinii na temat wyborów samorządowych, roli partii w tych wyborach i szans wyborczych komitetów lokalnych, a także o zasadach działania, kompetencjach i potrzebach rozwojowych samorządu terytorialnego w Polsce. Profesor Jerzy Stępień przedstawił niezwykle interesujący wykład na temat idei samorządu terytorialnego, organizacyjno-prawnych regułach i uwarunkowaniach jego funkcjonowania, ordynacji wyborczej, w tym braku okręgów jednomandatowych, oraz o tym, czego w reformie nie dokończono. Przedstawiciele Stowarzyszenia 61 przekonywali, że „mamy prawo wiedzieć”, opisywali proces pozyskiwania informacji do portalu i swoje działania na rzecz upowszechniania wiedzy o samorządzie i pobudzania aktywności obywatelskiej. Obie audycje, a zwłaszcza ponad godzinna audycja wieczorna miały charakter prawdziwie edukacyjny.

Jedyną ich wadą był poinformowania na wstępie, czym jest i czym się zajmuje Stowarzyszenie 61 (przedstawiona wyżej wizytówka stowarzyszenia nie pochodzi od redakcji).

– **Szczebel wyborów w publicystyce**

Radio dla Ciebie skoncentrowało się w badanym tygodniu na prezentacji programów kandydatów do dwóch organów samorządu - na urząd prezydentów miast i do Sejmiku województwa. Przeprowadzono debaty wyborcze pretendentów w trzech spośród 10 miast województwa, w których ten urząd jest sprawowany.

Pozostałe audycje nie odnosiły się do konkretnego szczebla wyborów.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej**

Debaty wyborcze w Radiu dla Ciebie miały bardzo merytoryczny charakter i dostarczyły wiedzy o programach wyborczych kandydatów głównych partii (poza PSL) i strategicznych różnicach między nimi. Nadane poza debatami dwie audycje dostarczyły bardzo ważnej i bardzo ciekawie przedstawionej wiedzy o zasadach działania samorządu terytorialnego w Polsce i jego uwarunkowaniach prawnych. Całość publicystyki wyborczej nadanej w badanym tygodniu w RdC miała wysokie walory edukacyjne.

RADIO WROCŁAW

W wyborach samorządowych w województwie dolnośląskim uczestniczyło 11 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 1108 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 195 rad, w tym do rad 3 miast na prawach powiatu (Jelenia Góra, Legnica, Wrocław), 26 rad powiatowych i 169 - gminnych, oraz 8 prezydentów miast (Bolesławiec, Głogów, Jelenia Góra, Legnica, Lubin, Świdnica, Wałbrzych, Wrocław), 83 burmistrzów i 78 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Wrocław w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **2 godziny 31 minut**, czyli **2,1%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym 2 debaty wyborcze, oraz 5 audycji edukacyjno-instruktażowych poświęconych objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Wrocław	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	56	38'	0,5%
Instruktaż wyborczy	8	10'	0,1%
Publicystyka	4	1h 43'	1,5%
Razem	68	2h 31'	2,1%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-18.00, tj. w porze dobrej słuchalności Radia Wrocław, nadano 61 wydań serwisu informacyjnego (10-11 dziennie). Zająły one łącznie 3 godz. 52 minuty, zamieszczono w nich 262 przekazy. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **36 serwisach**, czyli w ponad połowie wszystkich serwisów nadanych w badanym czasie. Nadano w nich **56 przekazów**

dotyczących wyborów, które zajęły łącznie **38 minut**, czyli stanowiły **21%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie i **16%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 56 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Żaden przekaz nie miał charakteru kryptowyborczego.

Liczba przekazów wyborczych różniła się w poszczególnych dniach tygodnia. W poniedziałek (15 XI) i wtorek (16 XI) nadawano przeciętnie 10-15 przekazów wyborczych dziennie. W środę (17 XI) i w czwartek (18 XI) nadano ich wyraźnie mniej (4 dziennie) z kolei w ostatni dzień kampanii (piątek 19 XI) najwięcej (22 przekazy). Na zwiększenie liczby przekazów w ostatnim dniu wpłynęła m.in. emisja wyników sondaży oraz wypowiedzi specjalistów (socjologów i politologów) podsumowujących i oceniających kampanię.

Informacje wyborcze w serwisach Radia Wrocław miały bardzo wysoką rangę – prawie w połowie serwisów zostały zapowiedziane w forszpanie, a w dwóch trzecich znalazły się na jednym z trzech pierwszych miejsc.

Szczeble wyborów

W dwóch piątych przekazów (41%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. instruktaż wyborczy), zagadnień ogólnych (np. problemu dominacji partii politycznych w wyborach, sondaży wyborczych itd.)

W przekazach z określonym szczeblem wyborów dwie piąte dotyczyła kampanii na urząd prezydenta Wrocławia (42% przekazów i 42% czasu), rzadziej - wyboru prezydentów pozostałych miast w regionie (Lubina i Legnicy - 7% przekazów, 5% czasu). Nadano również jeden przekaz dotyczący wyborów do Rady Miasta Lubina. Co dziesiąty przekaz wyborczy odnosił się do wyborów do Sejmiku województwa (9% przekazów, 8% czasu).

Podsumowując, większość przekazów poświęcona była wyborom na prezydenta miasta będącego stolicą województwa – Wrocławia. Tylko nieliczne przekazy odnosiły się do wyborów na prezydentów pozostałych miast w regionie (Lubina i Legnicy) oraz do sejmiku województwa. Informacje o wyborach do pozostałych szczebli w przekazach prawie nie wystąpiły (wyemitowano zaledwie 1 przekaz odnoszący się rady miasta Lubina) .

Im wyższego szczebla wyborów dotyczył przekaz, tym większą miał rangę w dzienniku. W przekazach odnoszących się do wyborów do sejmiku większość (3 spośród pięciu) została zapowiedziana w forszpanie i podana jako jedna z trzech pierwszych informacji w serwisie. Spośród przekazów dotyczących kampanii na urząd prezydenta Wrocławia niemalże połowa (11 z 24) została zapowiedziana w forszpanie i podana w

dzienniku na pierwszym miejscu. Przekazy dotyczące kampanii na niższe szczeble (na prezydentów miast i do rady gminy) zamieszczono na dalszych miejscach w serwisie i tylko jeden z nich został zapowiedziany w forszpanie.

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli różniły się nie tylko pozycją w serwisie, ale także rodzajem przedstawianych w nich treści. Przekazy związane z wyborami na prezydenta miasta Wrocławia, zajmujące wysoką rangę w serwisie, informowały przede wszystkim o procesach sądowych oraz wzajemnych oskarżeniach pomiędzy poszczególnymi kandydatami. **Informacje dotyczące programu wyborczego kandydatów zajmowały niższe miejsca w serwisie.** Przekazy dotyczące sejmiku województwa zawierały wyłącznie informacje o samych kandydatach lub o ich programach wyborczych. Przekazy odnoszące się do kandydatów na prezydentów innych miast w województwie przeważnie koncentrowały się na mniej istotnych wydarzeniach kampanii wyborczej np. happeningach, agitacji liderów partii na rzecz kandydatów.

Komitety wyborcze

Informacje odnoszące się do poszczególnych komitetów stanowiły trzy czwarte (71%) informacji wyborczych i dwie trzecie (61%) ich czasu nadawania, w tym jedną dziesiątą czasu ich emisji (3 minuty i 15 sekund) zajęły wypowiedzi (tzw. setki) przedstawicieli komitetów lub wspierających je partii.

Informacjom tym nadano wysoką rangę w dziennikach. Częściej niż inne zapowiadano je w forszpanie (co trzecią, w pozostałych – co dziesiątą), częściej umieszczano je na pierwszym miejscu w dzienniku (jedną czwartą, podczas gdy pozostałe nadano na pierwszym miejscu).

Prawie dwie trzecie spośród omawianych informacji (40) odnosiła się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS. Tylko jedna trzecia (22) dotyczyła komitetów lokalnych, w tym prawie wszystkie - Komitetu Wyborczego Wyborców Rafała Dutkiewicza (20), tj. kandydata na prezydenta Wrocławia. Pozostałym komitetom lokalnym - KWW Ruch Społeczny Legniczan i KWW Polski Wrocław – poświęcono po jednym przekazie.

Nie nadano żadnych informacji o pozostałych komitetach lokalnych uczestniczących w wyborach do różnych organów samorządu terytorialnego.

Reasumując, w ostatnim tygodniu kampanii słuchacz uzyskał jedynie informacje o działaniach komitetów wyborczych czterech partii i trzech komitetów lokalnych.

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w liczbie przekazów i w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Dotyczyło to przede wszystkim uprzywilejowania KW PO (20 przekazów) oraz KWW Rafała Dutkiewicza (20 przekazów). Poświęcono im dwie trzecie wszystkich przekazów. Ponadto częściej ilustrowane były setkami niż informacje odnoszące się do innych komitetów (KWW Rafała Dutkiewicza poświęcono ponad jedną trzecią czasu setek, KW PO jedną piątą). Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazu	% liczby przekazu	Czas przekazu	% czasu przekazu	Czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	20	24%	7’13”	19%	40”	21%
KW PiS	10	12%	3’12”	8%	13”	7%
KW SLD	9	11%	3’41”	10%	35”	18%
KW PSL	1	1%	16”	1%	8”	4%
KWW Rafała Dutkiewicza	20	24%	7” 19”	19%	1” 28”	43%
KW Ruch Społeczny Legniczan	1	1%	50”	2%	0’	0%
KW Polski Wrocław	1	1%	47”	2%	15”	8%

Występowały również znaczące różnice w pozycji w dzienniku przekazów dotyczących poszczególnych komitetów. W forszpanach zapowiedziano 15 przekazów dotyczących KWW R. Dutkiewicza i 10 dotyczących KW PO. Pozostałym komitetom poświęcono w forszpanie niewiele uwagi: KW PiS - 5 przekazów, KW PSL - 1 przekaz. Na pierwszym miejscu w dzienniku znalazły się przekazy poświęcone KW R. Dutkiewicza (10 przekazów), KW PO (8 przekazów) oraz KW PiS (4 przekazy). Nieliczne przekazy dotyczące innych komitetów znalazły się dopiero na drugim lub trzecim miejscu w dzienniku (KW SLD – 2 informacje, KWW Ruch Społeczny Legniczan – 1 informacja).

Reasumując, najbardziej uprzywilejowany wśród komitetów partyjnych był KW PO, a wśród lokalnych KWW R. Dutkiewicza. Pozostałym komitetom poświęcono znacznie mniej uwagi, nadając im niższą rangę w serwisie. Nieznacznie lepiej potraktowano KW PiS, gdzie przekazy dotyczące tego komitetu przeważnie znalazły się w forszpanie i zajmowały pierwsze miejsca w serwisie.

Treść przekazów

Prawie jedną trzecią przekazów (29%) poświęcono przekazom o charakterze sensacyjnym - przebieg procesów sądowych w trybie wyborczym odbywających między poszczególnymi komitetami (KW PO i KWW R. Dutkiewicza) i kandydatami (między Krzysztofem Lewandowskim a Tadeuszem Krzeczkovskim – kandydatami na urząd prezydenta Legnicy) oraz wzajemnych pomówień i oskarżeń między kandydatami (między PO i SLD, PO i R. Dutkiewiczem). Przekazom tym nadano w dzienniku wysoką rangę – większość z nich zostało zapowiedzianych w forszpanie i nadane na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie.

Prawie jedną piątą przekazów (16%) poświęcono informacjom o poparciu kandydatów przez kierownictwo danej partii w regionie i posłów danej partii, udzielanych na spotkaniach z kandydatami i wyborcami, prośbach i podziękowaniach skierowanych do wyborców za udział w kampanii. Przekazy te nie dostarczały żadnych konkretnych informacji o kandydacie i jego programie, ograniczając się tylko do tworzenia wizerunku kandydata (PR). Większość tych informacji znalazła się w forszpanie i nadana została na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie.

Tylko 10% przekazów odnosiło się bezpośrednio do programów wyborczych komitetów lub ich kandydatów i zawierały rzeczowe informacje z tego zakresu. Nie nadano im w przekazach wysokiej rangi – rzadko pojawiały się w forszpanach a w serwisie emitowane były w dalszej kolejności.

Co dziesiąty przekaz stanowiły relacje z debat wyborczych, przede wszystkim kandydatów na urząd prezydenta Wrocławia (tylko jeden przekaz dotyczył debaty na urząd prezydenta Legnicy). Ilustrowane były one licznymi „setkami” i dostarczały wielu informacji o poszczególnych kandydatach i ich programach wyborczych. Wszystkie znalazły się w forszpanie i nadane zostały na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie.

Liczne (16%) były również przekazy zawierające wypowiedzi specjalistów (politologów i socjologów), którzy starali się ocenić i podsumować kampanię. Większość opinii była negatywna, krytykowano przede wszystkim zbyt duży wpływ partii na wybory samorządowe. Ponadto przedstawiono wyniki sondażu przedwyborczego (1 przekaz) oraz instruktaż wyborczy (4 przekazy) – jest on omówiony szczegółowo w dalszej części tekstu.

Podsumowując, dużą grupę przekazów wyborczych stanowiły informacje o procesach sądowych i wzajemnych oskarżeniach i pomówieniach komitetów lub ich kandydatów, jak również agitacja partyjna i PR. Drugą grupę, podobną pod względem liczby przekazów i ich rangi w serwisie, stanowiły informacje o debatach kandydatów.

Konkretnym programom wyborczym poświęcono znikomą ilość czasu, nadając im niższą rangę w serwisie.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Wrocław nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Nie zachowano równowagi, mierzonej liczbą i czasem w prezentacji komitetów wyborczych. Jak przedstawiono wyżej, komitetom wyborczym partii politycznych poświęcono dwukrotnie więcej przekazów i dwukrotnie więcej czasu co komitetom lokalnym. Wśród komitetów partyjnych najbardziej uprzywilejowany był KW PO. Poświęcono temu komitetowi dwukrotnie więcej przekazów czasu co pozostałym komitetom partyjnym. Natomiast większość przekazów i czasu, jaki poświęcono komitetom lokalnym, zajęły informacje o KWW Rafała Dutkiewicza. Tylko dwa przekazy dotyczyły innych komitetów lokalnych.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Wrocław	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym o dokumentach	potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa	o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	5	0:08:24	1	2	1	3	1	2	1	2	2	0	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	3	0:01:58	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	1
razem	8	0:10:22	2	2	2	4	1	2	1	2	4	0	2

W nadawanym codziennie o godzinie 14:00 „*Informatorze wyborczym*” Radio Wrocław przedstawiło kompletny zestaw informacji pomocnych dla głosujących w wyborach samorządowych (zob. tabela powyżej). Ekspertami wypowiadającymi się w tych audycjach byli przedstawiciele Delegatury Krajowego Biura Wyborczego, Wojewódzkiej Komisji

Wyborczej oraz Urzędu Miejskiego. Przekazy wyborcze o charakterze poradniczym nadano także trzykrotnie w dziennikach.

Łącznie porady wyborcze na zajęły 6,9% czasu wszystkich przekazów wyborczych nadanych w badanym okresie.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Wrocław **1 godzinę 43 minuty**, czyli **1,5%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Rozgłośnia wyemitowała w tym czasie **skrót** dwóch debat kandydatów: na urząd prezydenta Wałbrzycha (16 XI), jednego z ośmiu prezydenckich miast regionu, oraz na radnych Sejmiku województwa (17 XI).

Przedstawiono także skrót dyskusji nadanej w ramach cotygodniowej audycji pn. „Debata dziennikarzy” (19 XI) oraz rozmowę z politologiem (19 XI).

Publicystyka wyborcza w Radiu Wrocław	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debata prezydencka	1	26'	0,4%
Debata kandydatów do Sejmiku	1	31'	0,4%
Razem debaty kandydatów	2	57'	0,8%
Dyskusja dziennikarzy	1	34'	0,5%
Rozmowa z ekspertem	1	12'	0,2%
Razem	4	1h 43'	1,5%

Wcześniej Radio Wrocław nadało debaty kandydatów na urząd prezydenta Wrocławia, Jeleniej Góry i Legnicy. Debaty te nie zostały objęte badaniem.

I. Debaty wyborcze

– Uczestnicy debaty prezydenckiej

Na urząd prezydenta miasta kandydowało w Wałbrzychu 7 osób: 3 kandydatów z ramienia partii parlamentarnych, w tym urzędujący prezydent ubiegający się o reelekcję, i 4 osoby z komitetów lokalnych. W debacie uczestniczyli wszyscy kandydaci.

Organ samorządu	Kandydaci na urząd	w tym:		Uczestniczyli w debatach w Radiu Wrocław	w tym:	
		kandydaci komitetów partii *	kandydaci komitetów lokalnych		kandydaci komitetów partyjnych	kandydaci komitetów lokalnych
Prezydent Wałbrzycha	7	3	4	7	3	4

* W wyborach brali udział kandydaci 3 partii: PO (w tym urzędujący prezydent), SLD i PiS.

– Uczestnicy debaty do Sejmiku

W wyborach radnych do Sejmiku województwa dolnośląskiego uczestniczyło 15 komitetów, w tym 9 komitetów partii i 6 komitetów wyborców. Spośród nich, 10 komitetów zarejestrowało listy we wszystkich pięciu okręgach wyborczych. Do debaty w Radiu Wrocław zostali zaproszeni przedstawiciele tych właśnie komitetów.

Liczba komitetów w wyborach do Sejmiku, które zarejestrowały listy we wszystkich okręgach	w tym:		Komitety reprezentowane w debacie	w tym:	
	komitety partii	komitety wyborców		komitety partii i organizacji	komitety wyborców
10	7	3	10	7	3

– Sposób przedstawienia kandydatów

W debacie prezydenckiej zwracano się do kandydatów wyłącznie po nazwisku, bez podawania ich funkcji samorządowych, a nawet bez przypominania, z ramienia jakiego komitetu startują. W debacie kandydatów do Sejmiku podawano obok nazwiska uczestnika nazwę komitetu, który reprezentował. W żadnej z debat nie podano jednak na antenie „wizytówki” kandydatów, nie zaprezentowano też ich funkcji samorządowych i politycznych.

– Formuła debat

Nadane **skróty** debat zajęły na antenie po około pół godziny. Obie debaty były prowadzone przez jedną dziennikarkę. W każdej przeprowadzono kilka rund pytań. Kolejność odpowiadających była za każdym razem zmieniana. Czas na odpowiedź - **1 minuta**.

Pytania zadawała tylko prowadząca debatę - nie zaprojektowano pytań wzajemnych kontrkandydatów ani innych form interakcji między nimi. Nie zaprojektowano też własnej prezentacji programów przez kandydatów.

– **Prezentacja programów w debatach**

Problemy stawiane przez dziennikarzy prowadzących debaty dotyczyły specyficznych problemów Wałbrzycha lub województwa jako całości.

W debacie prezydenckiej uczestnicy byli pytani o następujące zagadnienia: stosunek do problemu zadłużenia miasta i ocena potrzeby restrukturyzacji budżetu w przyszłej kadencji; budowa obwodnicy; przywrócenie miastu praw grodzkich, utraconych w 2003 roku; pomysły na promocję Wałbrzycha, tak żeby przestał się kojarzyć z biedą i brzydotą.

W debacie kandydatów do Sejmiku uczestnicy omawiali zagadnienie wykorzystania przez samorząd potencjału gospodarczego i kulturalnego Dolnego Śląska oraz ewentualne błędy i zaniechania w tym zakresie, oceniali współpracę między władzami samorządowymi województwa i Wrocławia oraz przypadki dublowania inwestycji, deklarowali możliwość powyborczych koalicji i współpracy z różnymi ugrupowaniami dla dobra mieszkańców.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Radio Wrocław, zapraszając do debaty prezydenckiej wszystkich kandydatów, a w debacie do Sejmiku - przedstawicieli wszystkich komitetów uczestniczących w wyborach do tego organu (z wyjątkiem kilku mniejszych, które zdołały zarejestrować listy tylko w pojedynczych okręgach w regionie), stworzyło im równe szanse zaprezentowania się wyborcom.

W trakcie debat wszyscy kandydaci byli traktowani przez prowadzącą w taki sam, neutralny sposób, zadbano też o równy czas ich wypowiedzi i równą pozycję w debacie.

II. Dyskusja dziennikarzy i rozmowa z ekspertem

Poza debatami, w badanym tygodniu nadano dwie inne audycje poświęcone wyborom. Była to dyskusja dziennikarzy Radia Wrocław prowadzona z dziennikarzami regionalnej prasy i telewizji oraz rozmowa z politologiem. Obie audycje miały za temat ocenę kampanii, jej przebieg i cechy szczególne oraz spodziewany wpływ na frekwencję wyborczą.

Data	Czas	Uczestnicy	Temat
19 XI	12'	Dr Robert Alberski, politolog	Ocena kampanii
19 XI	34'	Dziennikarze Radia Wrocław, OTV Wrocław, Gazety Wyborczej, Polska - Gazeta Wrocławska	Ocena kampanii; Komentarz do wydarzeń w kampanii

– **Szczebel wyborów**

Radio Wrocław, jak wskazano wyżej, skupiło się w badanym tygodniu na prezentacji kandydatów w wyborach do dwóch organów samorządu: na urząd prezydenta miasta oraz do Sejmiku województwa.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej w Radiu Wrocław**

Debaty dostarczyły wiedzy o poglądach kandydatów na najważniejsze problemy Wałbrzycha i województwa, pokazały także, w jaki sposób kandydaci postrzegają zadania samorządu, podział kompetencji między jego różnymi szczeblami i hierarchę szczegółowych zadań dla miasta i województwa. Dostarczyły więc wyborcom użytecznej wiedzy o kandydatach.

RADIO ZACHÓD

w Zielonej Górze

W wyborach samorządowych w województwie lubuskim uczestniczyło 10 komitetów partyjnych (w tym 4 ogólnopolskie) i 360 komitetów lokalnych. Wybierano kandydatów do Sejmiku województwa, do 95 rad, w tym do rad 2 miast na prawach powiatu (Gorzów Wielkopolski, Zielona Góra), 12 rad powiatowych i 83 - gminnych, oraz 3 prezydentów miast (Gorzów Wielkopolski, Nowa Sól, Zielona Góra), 39 burmistrzów i 41 wójtów.

Tematyka wyborcza na antenie Radia Zachód w ostatnim tygodniu kampanii zajęła **4 godziny 12 minut**, czyli **3,5%** całego czasu emisji programu w badanych dniach (120 godz.). Informacje dotyczące przebiegu kampanii przedstawiano w codziennych serwisach informacyjnych, nadano także audycje publicystyczne, w tym debatę wyborczą kandydatów do Sejmiku województwa, oraz 1 audycję edukacyjno-instruktażową, poświęconą objaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania.

Tematyka wyborcza w Radiu Zachód w Zielonej Górze	Liczba przekazów/ audycji	Czas emisji	% programu (n =120 h)
Przekazy wyborcze w dziennikach	41	1h 04'	0,9%
Instruktaż wyborczy	3	17'	0,2%
Publicystyka	14	2h 51'	2,4%
Razem	58	4h 12'	3,5%

PRZEKAZY WYBORCZE W SERWISACH

W badanym okresie w godzinach 7.00-16.00, tj. w porze najlepszej słuchalności Radia Zachód, nadano 50 wydań serwisu informacyjnego (10 dziennie). Zajęły one łącznie 4 godz. 31 minut, zamieszczono w nich 190 przekazów. Wszystkie wydania były poprzedzone forszpanami.

Czas i ranga tematyki wyborczej

Informacje związane z wyborami przekazano w **28 serwisach**, czyli w ponad połowie nadanych we wskazanym czasie. Nadano w nich **41 przekazów dotyczących wyborów**,

które zajęły łącznie **1 godzinę 4 minuty** i stanowiły **22%** ogólnej **liczby** przekazów nadanych w badanym okresie oraz **23%** łącznego **czasu** ich emisji.

Tematem dalszej analizy jest 38 przekazów odnoszących się do wyborów bezpośrednio. Trzy przekazy miały charakter kryptowyborczy - ich opis zamieszczono w dalszej części tekstu.

Liczba przekazów wyborczych była zróżnicowana w poszczególnych dniach tygodnia. W poniedziałek, środę oraz czwartek nadano ich od 5 do 8 dziennie, znaczny spadek (3 przekazy) zanotowano we wtorek - i prawie dwukrotny ich wzrost (15 przekazów) w piątek.

Na zwiększenie liczby przekazów w ostatnim dniu (piątek - 19.XI) wpłynęła m.in. dwukrotna emisja instruktażu wyborczego, przypomnienie wyników wyborów sprzed 4 lat, a także podanie wyroków sądu w toczących się w trybie wyborczym sprawach.

Przekazom wyborczym w monitorowanej próbie programu Radia Zielona Góra nadano wysoką rangę. Większość z nich (26 na 38 nadanych) była prezentowana w forszpanie i zajmowała jedno z pierwszych trzech miejsc w serwisie. Pozostałe 12 przekazów, których nie zapowiedziano w forszpanie, znalazło się na jednym z pierwszych trzech miejsc w dzienniku.

Szczeble wyborów

W ponad jednej trzeciej przekazów (37%) określenie szczebla wyborów było niemożliwe, dotyczyły bowiem wyborów wszystkich szczebli (jak np. w instruktażu wyborczym), zagadnień ogólnych (np. przypomnienie przebiegu kampanii sprzed 4 lat) itd.

W przekazach z określonym szczeblem wyborów większość dotyczyła kampanii do rad miasta (32% przekazów i 34% czasu), w tym tylko trzy dotyczyły wyborów do rady miasta wojewódzkiego (Zielonej Góry).

Rzadziej dotyczyły one wyboru na urząd prezydenta miasta, w tym na urząd prezydenta Zielonej Góry (11% przekazów i 10% czasu) oraz innych miast tj. Gorzowa Wielkopolskiego, Krosna Odrzańskiego (5% przekazów, 8% czasu).

Około jednej dziesiątej wszystkich przekazów wyborczych odnosiło się do wyborów do sejmiku województwa (8% przekazów, 8% czasu) oraz na stanowisko burmistrza (8% przekazów, 7% czasu)

Informacje dotyczące kampanii w gminach wiejskich nie pojawiły się w ogóle, to samo dotyczy kampanii wyborczej na szczeblu powiatu (w przypadku innym niż wybór prezydenta miasta powiatowego).

Podsumowując, większość przekazów odnosiła się do wyborów do rad miast oraz na urząd prezydentów Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego i Krosna Odrzańskiego. Informacje o wyborach w mniejszych gminach nadawano sporadycznie.

Spośród przekazów dotyczących kampanii wyborczej do rady miasta (Krosno Odrzańskie, Gorzów Wielkopolski) większość (sześć z dziewięciu) była prezentowana w forszpanie i znalazła się na pierwszym miejscu w serwisie. Podobnie było w przypadku przekazów na szczeblu powiatowym (np.: na prezydentów miast), do sejmiku wojewódzkiego i na urząd burmistrza.

Przekazy odnoszące się do wyborów poszczególnych szczebli nie różniły się znacznie pozycją (rangą) w serwisie, w konsekwencji przedstawiane w nich treści (programy wyborcze, sondaże, procesy wyborcze) zajmowały zbliżone pozycje.

Komitety wyborcze

Nadano łącznie 58 informacji odnoszących się do poszczególnych komitetów (w kilku przypadkach jeden przekaz zawierał informacje o różnych komitetach). Stanowiły one ponad osiemdziesiąt procent (87%) czasu trwania przekazów o tematyce wyborczej. Wypowiedzi przedstawicieli poszczególnych komitetów (tzw. setki) stanowiły ponad dziewięćdziesiąt procent (92%) wypowiedzi zawartych w przekazach wyborczych nadanych w monitorowanym tygodniu.

Przekazom tym nadano wysoką rangę, zapowiadano je w forszpanie i umieszczano na pierwszym miejscu w dzienniku.

Większość spośród omawianych informacji (42) odnosiła się do komitetów wyborczych czterech partii parlamentarnych: PO, PSL, SLD, PiS. Zaś pozostałe (16) informacje dotyczyły 5 komitetów lokalnych - KWW Moje Miasto, KWW Klub Demokratyczny, KW Tadeusza Jędrzejczaka - Gorzów XXI, Wyborczy Komitet Wyborców Sebastian Ciemnoczołowski, KW Kargowski BLOK Wyborczy.

W badanym tygodniu kampanii nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym.

Dotyczy to przede wszystkim uprzywilejowania KW PO i KW PiS. W monitorowanym okresie nadano 17 informacji o KW PO (18% czasu przekazów o tematyce wyborczej) i 16 informacji o KW PiS (14% czasu przekazów), podczas gdy o KW PSL nadano 5 informacji (4% czasu), a o KW SLD – 4 (4% czasu). Szczegółowe dane przedstawiono poniżej.

Nazwa Komitetu Wyborczego	Liczba przekazu	% liczby przekazu	czas przekazu	% czasu przekazu	czas wypowiedzi („setek”)	% czasu wypowiedzi („setek”)
KW PO	17	29%	10’42”	18%	7’27”	32%
KW PiS	16	28%	8’04”	14%	7’15”	31%
KW PSL	5	9%	2’23”	4%	1’55”	8%
KW SLD	4	7%	2’33”	4%	1’55”	8%
KWW MOJE MIASTO DREZDENKO	6	10%	2’04”	4%	48”	3%
KWW JĘDRZEJCZAK - GORZÓW XXI W.	5	9%	1’32”	3%	22”	2%
KWW KLUB DEMOKRATYCZNY	3	5%	1’03”	2%	1’06”	5%
KWW SEBASTIAN CIEMNOCZOŁOWSKI	1	2%	30”	1%	16”	1%
KWW KARGOWSKI BLOK WYBORCZY	1	2%	30”	1%	21”	2%

Nie zanotowano znaczących różnic w pozycji informacji dotyczących poszczególnych komitetów w dzienniku. W forszpanach zapowiedziano wszystkie informacje dotyczące KW PSL (5), KW Moje Miasto (6), KW Klub Demokratyczny (3), KWW Sebastian Ciemnoczołowski i KWW Kargowski Blok Wyborczy (po 1). Następnie zamieszczono je na pierwszym lub drugim miejscu w serwisie. W przypadku pozostałych komitetów w forszpanie zostało podana większość informacji na ich temat tj. KW PO – 14 informacji na 17 nadanych, KW PIS – 11 na 16, KW SLD – 3 na 4. Zajmowały one wysoką 1 lub 2 pozycję w serwisie.

Z punktu widzenia rangi informacje dotyczące poszczególnych komitetów otrzymały podobną pozycję w dzienniku.

Należy podkreślić, że słuchacze Radia Zachód mieli możliwość uzyskania informacji, poza informacjami o 4 komitetach wyborczych partii parlamentarnych, jedynie o 5 spośród 360 lokalnych komitetów wyborczych zarejestrowanych w województwie lubuskim.

Treść przekazów

Największą liczbę informacji wyborczych (27%) poświęcono prezentacji programu wyborczego kandydatów lub partii. Deklaracje wyborcze były prezentowane prawie zawsze przez samych kandydatów (np. lubuscy przedstawiciele PO, PSL, SLD podsumowali kampanię, a przedstawiciele PIS wypowiadali się na temat gospodarki w regionie).

Drugą dużą grupą przekazów (po 19% liczby przekazów odnoszących się do tematyki wyborczej) stanowiły informacje związane z toczącą się „walką partyjną” oraz relacje z

trwających procesów w trybie wyborczym (np.: przewodniczący zielonogórskiej rady miejskiej oskarżał prezydenta o budowę pozycji wyborczej w oparciu o niesłusznie przypisywane sobie zasługi dotyczące inwestycji w mieście; Artur Zarzycki (PIS) podał do sądu KW PO za rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji na jego temat, KW Moje Miasto pozywał KW PIS za nazwanie ich kandydata agentem itp.).

Niemal 10% przekazów związanych z wyborami dotyczyło sondaży przedwyborczych np.: I tury wyborów prezydenckich w Gorzowie Wielkopolskim, gdzie zgodnie z sondażem zamieszczanym w Gazecie Wyborczej zwyciężyć ma urzędujący prezydent Tadeusz Jędrzejczak.

Ponadto przedstawiono informacje ogólne o wyborach (7,3%), instruktaż wyborczy (4,9%) a także informacje dotyczące agitacji partyjnej (4,8% - tej grupie znalazł się np.: przekaz informujący o poparciu przez przewodniczącego Stowarzyszenia Ordynacka startującego w wyborach do sejmiku wojewódzkiego - Alfreda Owoca).

Podsumowując, tematyka przekazów wyborczych w Radiu Zachód skupiona była na prezentacji programów poszczególnych kandydatów. Dotyczyło to przede wszystkim kandydatów reprezentujących komitety ogólnopolskie. Lokalne komitety były raczej przedstawiane w kontekście procesów w trybie wyborczym, a także w sondażach na wybór prezydenta Zielonej Góry i Gorzowa Wielkopolskiego.

Neutralność przekazu i zachowanie równowagi

W treści przekazów wyborczych w Radiu Zachód nie stwierdzono naruszeń neutralności przekazu ani manipulacji dziennikarskich.

Natomiast nie zachowano równowagi w ilości czasu poświęconego poszczególnym komitetom wyborczym. Uprzywilejowano pod tym względem komitety dwóch partii parlamentarnych (KW PO, KW PiS) wobec KW PSL, KW SLD i każdego z komitetów lokalnych.

Przekazy kryptowyborcze

W analizowanej próbie programu nadano 3 przekazy kryptowyborcze. Trwały one łącznie 3 minuty 6 sekund:

- W środę 17 listopada, dwukrotnie - w serwisie o godz. 9.00 oraz o godz. 16.00, nadano przekaz trwający 56 sekund, w którym członek zarządu województwa lubuskiego (Tomasz Hałas - kandydat KW PO RP do Sejmiku Województwa Lubuskiego, o czym nie

poinformowano w przekazie) wypowiadał się nt. konieczności wypromowania lotniska w Babimoście.

- Tego samego dnia, w serwisie o godz.10.00, nadano przekaz trwający 1 minutę 13 sekund, w którym zielonogórski radny Kazimierza Łatwiński (kandydat KW PiS do rady miasta Zielona Góra, o czym także nie poinformowano radiosłuchaczy) skrytykował dotychczasowy sposób finansowania inwestycji (budowy basenu) w Zielonej Górze.

INSTRUKTAŻE I PORADY WYBORCZE

Radio Zachód	liczba audycji	czas audycji w tygodniu	temat/liczba przekazów										
			termin wyborów	godziny otwarcia lokali wyborczych	do jakich organów wybieramy	rodzaje kart do głosowania	o głosowaniu większościowym i proporcjonalnym	o dokumentach	potrzebnych do głosowania	jak oddać ważny głos	udogodnienia dla niepełnosprawnych	gdzie głosować, rejestr wyborców	cisza wyborcza, naruszenia prawa o źródłach pozyskiwania informacji wyborczych
audycje instruktażowe	1	0:15:54	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
przekazy instruktażowe w dziennikach	2	0:01:14	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0
razem	3	0:17:08	3	2	2	3	1	0	1	1	1	1	1

Radio Zachód nadało ostatniego dnia kampanii (o godz. 16:40) jedną piętnastominutową audycję instruktażową. Przedstawiciel Urzędu Miasta w Zielonej Górze wyjaśnił w niej większość zagadnień związanych z głosowaniem. Podany został termin wyborów, godziny głosowania, informacje o zasadach ciszy wyborczej, o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych, o warunkach dopisania się do rejestru wyborców, o tym ile będzie kart do głosowania, jak będą one wyglądać, jak zaznaczyć wybór na karcie oraz co zrobić w przypadku omyłkowego skreślenia. Wyjaśniono zasady wyborów proporcjonalnych i większościowych. Zwrócono również uwagę na konieczność dokładnego sprawdzania nazwisk kandydatów i list, z których kandydują, ze względu na przypadki występowania takich samych nazwisk u różnych kandydatów. Przypomniano też, gdzie można zasięgnąć informacji o tym jak oddać ważny głos.

19 listopada Radio Zachód zamieściło w dwóch popołudniowych dziennikach podstawowe informacje dotyczące wyborów (termin wyborów, godziny głosowania,

wyjaśnienie do jakich organów będą te wybory oraz jakie karty do głosowania otrzymają wyborcy).

Instruktaże wyborcze stanowiły w monitorowanym okresie łącznie 7% wszystkich przekazów dotyczących wyborów.

PUBLICYSTYKA WYBORCZA

Publicystyka poświęcona wyborom samorządowym zajęła w badanym tygodniu na antenie Radia Zachód **2 godziny 51 minut**, czyli **2,4%** całego czasu programu w badanych dniach (120 godzin).

Nadano w tym czasie mini-debatę, jak ją określono, dwóch kandydatów do Sejmiku województwa kandydujących z komitetów wyborców (19 XI). Ponadto w stałych codziennych audycjach („Gość poranka”, „Popołudniówka Radia Zachód”) przeprowadzono rozmowy z politykami czterech ugrupowań parlamentarnych oraz z kandydującymi działaczami i urzędnikami samorządowymi - na temat bieżących wydarzeń politycznych, wyborów i problemów samorządu i województwa.

Nadano również kilka krótkich rozmów z kandydatami komitetów lokalnych, przeprowadzonych w terenie, w ramach relacji reporterskich z przebiegu kampanii w mniejszych miastach województwa.

Ostatniego dnia kampanii w ramach „Otwartego mikrofonu Radia Zachód” przeprowadzono rozmowy ze słuchaczami, poświęcone ocenie kampanii i argumentom przemawiającym za wzięciem udziału w wyborach.

Publicystyka wyborcza w Radiu Zachód	Liczba audycji	Czas audycji	% programu (n=120h)
Debata kandydatów do Sejmiku	1	17'	0,2%
Rozmowy z kandydującymi samorządowcami (razem w studio i w ramach relacji reporterskich)	8	1h 11'	1%
Wywiady z politykami	4	41'	0,6%
Audycja z udziałem słuchaczy	1	42'	0,6%
Razem	14	2h 51'	2,4%

I. Debata kandydatów do Sejmiku

– Uczestnicy

W mini-debacie w ostatnim tygodniu kampanii wzięli udział kandydaci obu komitetów wyborców uczestniczących w wyborach do Sejmiku w okręgu gorzowskim: Ruchu Wyborców Janusza Korwina-Mikke oraz Ruchu Społecznego 2010.

Liczba komitetów uczestniczących w wyborach do Sejmiku w okręgu gorzowskim	w tym:		Komitety reprezentowane w mini-debacie	w tym:	
	komitety partii	komitety wyborców		komitety partii	komitety wyborców
9	7	2	2	0	2

– Sposób przedstawienia kandydatów

Uczestnicy debaty, zapowiedzeni przez prowadzącego jako liderzy swoich list w Gorzowie, mieli na początku po 2 minuty na przedstawienie swoich komitetów - idei założycielskiej, celów ich działania itd.

– Formuła debaty

Debata odbyła się w studiu Radia Zachód w Gorzowie. Była prowadzona przez jednego dziennikarza. Po wstępnej prezentacji obu komitetów przez uczestników spotkania prowadzący zadał im kolejno trzy pytania: na co liczą uczestnicząc w kampanii wyborczej i co spodziewają się osiągnąć; o ocenę sposobu finansowania kampanii; o to, jak budować województwo lubuskie po 10 latach doświadczeń i co i jak w nim zmieniać. Czas wypowiedzi nie został z góry określony, niemniej prowadzący dbał o zachowanie równowagi w tym zakresie.

– Prezentacja programów w debacie

Kandydaci stwierdzili, że ich celem jest zdobycie choćby minimalnego wpływu na decyzje Sejmiku i możliwości ich kontroli (KWW JKM) oraz zaprezentowanie wyborcom faktu istnienia organizacji pozarządowych i ich odmiennego, niż partii politycznych, podejścia do samorządu i uczestnictwa w wyborach (Ruch Społeczny 2010). Krytycznie ocenili dotychczasowe działania Sejmiku i zarządu województwa: nadmierny, ich zdaniem, rozrost aparatu urzędniczego, powstawanie „dworów” przy poszczególnych urządach,

skandaliczne wykorzystywanie publicznych pieniędzy (np. na dopłaty do przelotów radnych Sejmiku - umowa z Jet Air), brak współpracy z organizacjami pozarządowymi.

– **Równowaga w traktowaniu kandydatów**

Obaj uczestnicy mieli równe szanse wypowiedzenia się i przedstawienia swoich komitetów. Została też zachowana równowaga czasowa ich wypowiedzi.

Do debaty zostali zaproszeni przedstawiciele - liderzy - obu komitetów wyborców uczestniczących w wyborach do Sejmiku w okręgu gorzowskim (trzeci z komitetów wyborców uczestniczących w wyborach do Sejmiku w województwie lubuskim, KWW Polski Kierunek, zarejestrował jedną listę w innym okręgu). W tej kategorii komitetów - tj. niepartyjnych komitetów wyborców - stworzono więc równe szanse prezentacji wszystkim komitetom.

II. Rozmowy z kandydatami

W badanym tygodniu Radio Zachód przeprowadziło rozmowy z kilkoma ubiegającymi się o reelekcję radnymi Sejmiku województwa lub członkami jego zarządu oraz radnymi Rady Miasta w Zielonej Górze. Rozmowy dotyczyły bieżących wydarzeń politycznych, a także wyborów i problemów samorządu i województwa. Kandydaci byli przedstawiani przez prowadzącego rozmowę dziennikarza przede wszystkim w swoich dotychczasowych rolach samorządowych i zawodowych (o kandydowaniu wspomniano niejako przy okazji), od tych ról też zależały zadawane im szczegółowe pytania. Pytano ich więc, zależnie od ich miejsca w samorządzie i zawodu (prawnik, ekonomista, prezes przedsiębiorstwa komunalnego itd.) o następujące zagadnienia: o zadłużenie gmin - czy to dobre długi, bo pieniądze poszły na inwestycje, czy złe, bo pogrążą finansowo samorządy? O strategię rozwoju województwa, dalsze inwestycje i szansę na pieniądze z UE wobec kryzysu oraz faktu, że zamiast uchwalonego budżetu UE jest tylko prowizorium budżetowe; o politykę metropolitalną jako jedną z szans rozwoju województwa lubuskiego; o gospodarkę komunalną, zwłaszcza o wodociągi i kanalizację; o reguły prawne działania różnych organów samorządu; wreszcie o przyczyny tak wielkiej popularności obecnych prezydentów Zielonej Góry i Gorzowa - według sondaży, inni kandydaci nie mają w zestawieniu z nimi żadnych szans.

Poszczególne rozmowy trwały zbliżoną ilość czasu (10 - 12 minut), jednak kandydatom z ramienia PO poświęcono w sumie dwa razy więcej czasu niż każdemu z kandydatów innych ugrupowań partyjnych.

Komitety partii	Data	Czas rozmowy	Rozmówcy - kandydaci	Organ samorządu, do którego kandyduje kandydat
PO	16 XI	12'	przewodniczący RM w Zielonej Górze Adam Urbaniak	Rada Miasta (Zielona Góra)
PO	17 XI	12'	członek Zarządu województwa Tomasz Hałas	Sejmik
PiS	17 XI	12'	radny RM w Zielonej Górze Kazimierz Łatwiński	Rada Miasta (Zielona Góra)
SLD	18 XI	12'	radny Sejmiku, prezes gorzowskiego Zarządu PWiK Bogusław Andrzejczak	Sejmik
PSL	18 XI	10'	b. radny Sejmiku, b. poseł Jan Andrykiewicz	Sejmik
Razem kandydaci komitetów partii		58'		
w tym kandydaci PO		24'		

W badanym tygodniu przeprowadzono również kilka krótkich rozmów z kandydatami komitetów lokalnych. Przeprowadzono je nie w studiu, lecz w terenie, w ramach relacji reporterskich z przebiegu kampanii w mniejszych miastach województwa. Dziennikarze pytali kandydatów (lub pełnomocników komitetów) o przebieg ich kampanii - jak sobie radzą bez pieniędzy na bilbordy i w jaki sposób ją prowadzą; o ich szanse w rywalizacji z dużymi komitetami partyjnymi; o ich aspiracje wyborcze - do jakich organów samorządu startują, a do jakich nie i dlaczego. Kandydaci (lub pełnomocnicy ich komitetów) mówili najczęściej o kampanii „twarzą w twarz”, chodzeniu od drzwi do drzwi oraz o tym, że wyborcy już ich znają z dotychczasowej działalności - to ostatnie dotyczyło komitetów w Nowej Soli i Bytomiu Odrzańskim, gdzie ubiegający się o reelekcję prezydent i burmistrz rządzą miastem bez przerwy jeden od 8, drugi od 18 lat, i gdzie także kandydaci na radnych najczęściej działają już od kilku kadencji. Wszyscy też, zarówno „nowicjusze”, jak i doświadczeni samorządowcy stwierdzali, że upartyjnienie kampanii na niższych szczeblach - tj. poniżej Sejmiku - psuje wybory.

Komitety lokalne wyborców	Data	Czas rozmowy	Rozmówcy - kandydaci i pełnomocnicy	Organ samorządu, do którego kandyduje kandydat / komitet
KWW Klub Demokratyczny (SD)	18 XI	3'	pełnomocnik komitetu	Prezydent Zielona Góra
KWW Wadima Tyszkiewicza	18 XI	2'	pełnomocnik komitetu	Prezydent, Rada Miasta, Rada Powiatu Nowa Sól
KWW Miłośników Bytomia Odrzańskiego	18 XI	1'40"	Jacek Sauter burmistrz Bytomia Odrz.	Burmistrz Bytom Odrz.
KWW Miłośników Bytomia Odrzańskiego	18 XI	1'20"	pełnomocnik komitetu	Rada Gminy Bytom Odrz.
KWW Beaty Świstun-Wojnickiej	18 XI	1'40"	Beata Świstun-Wojnicka kandyduje po raz pierwszy	Rada Gminy Słubice
KWW Ruch Społeczny 2010 (ngo)	18 XI	1'40"	członek komitetu	Rada Gminy Słubice
KWW Janusza Cyrankowskiego	18 XI	1'40"	Janusz Cyrankowski kandyduje po raz pierwszy	Rada Gminy Rzepin
Razem komitety lokalne		13'		

Poszczególnym kandydatom lokalnym poświęcono na antenie, jak widać w tabeli, podobnie niewielką ilość czasu.

Łącznie czas ten był przy tym ponad cztery razy krótszy niż czas omówionych wcześniej rozmów z działaczami wyższych szczebli samorządu, kandydującymi z komitetów partii.

III. Rozmowy z politykami

W badanym tygodniu w ramach stałych audycji publicystycznych nadano cztery rozmowy z politykami partii parlamentarnych pochodzącymi z województwa lubuskiego, zresztą byłymi działaczami samorządowymi wysokiego szczebla (radni Sejmiku, marszałkowie). Rozmowy te w części tylko dotyczyły wyborów samorządowych. Politycy było proszeni przede wszystkim o komentarz do bieżących wydarzeń politycznych (jak np. wyjazd Anny Fatygi do USA w sprawie badania katastrofy smoleńskiej), omawiali bieżące wydarzenia parlamentarne (wizyta senatorów w Brukseli), sytuację gospodarczą kraju na tle kryzysu w Europie, politykę rządu (reforma OFE), opracowanie tzw. kodeksu wyborczego do wyborów parlamentarnych itd.

Ponadto jednak, jak już powiedziano, rozmawiano też o wyborach samorządowych. Każdego z polityków pytano o inne zagadnienia - o przebieg kampanii w mniejszych miastach województwa (senator Dajczak); o to, czy okres kampanii jest czy nie jest powodem opóźnienia pewnych reform i działań rządu (senator Iwan); o szanse wyborcze ugrupowania i możliwe przyszłe koalicje (poseł Kochanowski); o udział kobiet wyborach samorządowych i potrzebę parytetu (minister Fedak).

Poszczególne rozmowy trwały od 7 do 14 minut (najkrótsza była rozmowa z minister Jolantą Fedak, PSL, najdłuższa - z senatorem Platformy Obywatelskiej), nie zachowano więc w wywiadach w badanym tygodniu równowagi czasu między partiami.

Partia	Data audycji	Czas rozmowy	Rozmówca
PO	15 XI	14'	senator Stanisław Iwan
PiS	15 XI	10'	senator Władysław Dajczak
SLD	16 XI	10'	poseł Jan Kochanowski
PSL	19 XI	7'	minister Jolanta Fedak
Razem		41'	

IV. Audycja z udziałem słuchaczy

Jak wspomniano wcześniej, tematyce wyborów poświęcono w ostatnim tygodniu stałą audycję „Otwarty mikrofon” (19 XI). Prowadząca audycję dziennikarka prosiła słuchaczy o odpowiedź na pytanie, czy wezmą udział w wyborach. Słuchacze telefonowali do studia, prowadząca odczytywała także odpowiedzi udzielone na czacie rozgłośni.

Odzew był bardzo duży - w trwającej nieco ponad 40 minut audycji zabrało głos 15 słuchaczy, przedstawiono wypowiedzi mailowe kilku następnych.

Wszyscy uczestniczący w audycji stwierdzali, że wezmą udział w wyborach („to obywatelski obowiązek”; „nie głosować to grzech zaniechania”; „trzeba mieć wpływ na to, co się dzieje wokół nas”; „kto nie głosuje, sam jest sobie winien”; itp.).

Jednocześnie jednak wszyscy bez wyjątku wyrażali niezwykle krytyczne uwagi wobec upartyjnienia wyborów samorządowych, pozostającego ich zdaniem w sprzeczności z ideą samorządności lokalnej i potrzebą oddolnych programów i inicjatyw dla środowisk lokalnych; ogromnych trudności - organizacyjnych, finansowych itp., jakie mają niezależne komitety z przebiegiem się ze swoimi kandydatami i programami; kosztownych i niepotrzebnych form kampanii wyborczej, która narzucają duże partie: zalewu banerów, plakatów, a także wyborczych obietnic bez pokrycia; szkodliwego, ich zdaniem, wprowadzania walki

politycznej tam, gdzie potrzebne jest zgodne działanie środowisk lokalnych; fatalnej roli większości mediów, które podsycają walkę polityczną; itd. Zdaniem wypowiadających się, polityka partyjna powinna być obecna od szczebla Sejmiku i stanowiska marszałka województwa w górę, na niższych szczeblach samorządu powinna być wręcz zakazana. Słuchacze wskazywali, że system partyjny jest też w dużej mierze przyczyną niskiej frekwencji w wyborach - ludzi zniechęca bowiem to, że do rad dostają się ostatecznie nie ci, na których personalnie głosowali, lecz osoby z klucza partyjnego.

Padały też zalecenia pozytywne, jak się ustrzec przed błędem wyborczym: należy dobrze poznać nie tylko programy, ale życiorysy i dotychczasowe dokonania kandydatów; nie kierować się sondażami ani miejscem kandydata na liście. Ogólnie: dobrze się przygotować i głosować z głową.

Prowadząca audycję dziennikarka, oprócz udzielania głosu kolejnym dzwoniącym do studia i zadawaniu w razie potrzeby pytań uściślających wypowiedzi słuchaczy, kilka razy wzięła też udział w rozmowie ze słuchaczami, popierając wezwania do wzięcia udziału w wyborach, dobrego się do nich przygotowania i rozliczania osób wybranych z obietnic bez czekania na koniec kadencji, według recept zgłaszanych przez słuchaczy.

– Równowaga czasu kandydatów i komitetów w całości publicystyki wyborczej

Z przedstawionych wcześniej (w pkt. II) opisu rozmów z kandydatami wynika, że nie zachowano równowagi czasu z jednej strony między kandydatami partii i kandydatami komitetów lokalnych, z drugiej - między kandydatami poszczególnych komitetów partyjnych. Pewien brak równowagi czasu wystąpił także w wywiadach z politykami (por. pkt III). Jeśli wziąć pod uwagę wszystkie audycje wyborcze z udziałem kandydatów i polityków nadane w Radiu Zachód w badanym czasie (a więc wszystkie z wyjątkiem audycji ze słuchaczami, której problem braku równowagi nie dotyczy) widać, że biorąc pod uwagę przynależność partyjną najwięcej czasu poświęcono politykom i kandydatom PO, dwukrotnie mniej - politykom i kandydatom PSL. Ponadto, kandydaci lokalni, licząc nawet łącznie z czasem debaty, mieli trzy razy mniej czasu na zaistnienie na antenie w kontekście wyborczym niż członkowie i kandydaci partii.

Partia /Komitet	Liczba rozmów i debat	Łączny czas rozmów i debat
PO	3	38'
SLD	2	22'
PiS	2	22'
PSL	2	17'
Razem komitety partii	9	1h 39'
Komitety wyborców - Rozmowy	7	13'
Komitety wyborców - Debata	1	17'
Razem komitety wyborców	8	30'
w tym komitet ngo	2	10'

– **Szczebel wyborów**

Radio Zachód w badanym tygodniu, w rozmowach i w debacie, wprost i pośrednio, przedstawiło kandydatów do wielu różnych organów samorządu i na wiele różnych szczebli wyborów: na radnych Sejmiku, radnych Rad Miast i Gmin, na urząd burmistrza i prezydentów miast.

– **Edukacyjno-poznawcze walory publicystyki wyborczej**

Spotkanie w mini-debacie kandydatów do Sejmiku województwa było rzeczowe, dobrze poprowadzone i pozwoliło słuchaczom poznać cele obu komitetów, ich poglądy na działanie samorządu województwa oraz rodzaj recept na poprawę sytuacji w tym zakresie. Pozwoliło więc potencjalnym wyborcom zorientować się, choćby ogólnie, czy program przedstawionych komitetów ich przekonuje.

Jedyną wadą mógł być późny termin przeprowadzenia debaty (ostatni dzień kampanii). Jeśli ktoś po raz pierwszy zetknął się z omawianymi komitetami, nie miał szans, nawet jeśli był nimi zainteresowany, poznać dokładniej ich programy i kandydatów.

Poznaniu poglądów kandydatów służyły także, jak już wskazano, wywiady z kandydującymi do różnych organów samorządu obecnymi działaczami. Rozmowy te nie miały klasycznej formy prezentacji programów, pokazywały jednak poglądy kandydatów na strategię rozwoju województwa i inne ważne problemy regionu. W tym więc sensie, jakkolwiek nie wprost, służyły też poznaniu ich programów.

Przy tej formie prezentacji kandydatów brakowało jednak możliwości konfrontacji z poglądami innych kandydujących, z innych ugrupowań, którzy prawdopodobnie inaczej postrzegają dane zagadnienie i mają inne propozycje rozwiązań. Stało się tak, ponieważ każdy z rozmówców był pytany, jak to opisano, o inne problemy.