

**Monitoring wyborczy telewizyjnych
programów publicystycznych
oddziałów regionalnych TVP S.A.
Wybory samorządowe 2014**

**Raport podsumowujący
Część regionalna**

Badanie zrealizowane na zlecenie:



Opracowanie raportu:



Grudzień 2014

©Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, 2014

Zespół koordynujący i przygotowujący raport:

Dr Tomasz Gackowski, mgr Marcin Łączyński

Zespół badawczy realizujący projekt:

Dr Karolina Brylska, dr Tomasz Gackowski, mgr Anna Krawczyk, mgr Marcin Łączyński
oraz zespół badawczy:

Zofia Augustyniak, Aleksandra Beczek, Paweł Dąbkowski, Natalia Dąbrowska, Katarzyna Dumała, Julia Marcinowska, Anita Mycak, Anna Onuszczyk, Mateusz Patera, Katarzyna Piórecka, Radosław Prachnio, Maria Rajchert, Agata Rożek, Joanna Siwek, Marlena Szyber oraz zespół rekodujący.

Redakcja raportu:

Mgr Anna Krawczyk

Spis treści

1. Wprowadzenie do raportu	6
1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu	7
1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 <i>Ustawy o radiofonii i telewizji</i>)	9
2. Część porównawcza	10
2.1. Liczba i czas trwania materiałów publicystycznych wg stacji	11
2.2. Tematy poruszane w audycjach	17
2.2.1. Frekwencja tematów	17
2.3. Goście audycji.....	23
2.3.1. Przynależność partyjna gości wg stacji	27
2.3.2. Goście bezpartyjni wg stacji.....	31
2.4. Prowadzący audycje	38
2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi i zachowań niewerbalnych prowadzących wg stacji.....	39
2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących wg stacji.....	42
2.4.3. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg stacji	44
2.5. Strona edytorska audycji.....	49
3. Część analityczna.....	52
3.1.1. TVP BIAŁYSTOK – <i>Bez kantów. Debata</i>	53
3.1.2. TVP BIAŁYSTOK – <i>Rozmowa dnia</i>	54
3.2.1. TVP BYDGOSZCZ – <i>Rozmowa dnia</i>	55
3.2.2. TVP BYDGOSZCZ – <i>Samorządni</i>	56
3.3.1. TVP GDAŃSK – <i>Forum Panoramy</i>	57
3.4.1. TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI – <i>Karty na stół. Ring</i> (debata przedwyborcza)	58
3.4.2. TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI – <i>Karty na stół</i>	59
3.5.1. TVP KATOWICE – <i>Forum regionu. Samorządowa debata wyborcza</i>	60
3.6.1. TVP KIELCE – <i>Bez demagogii</i>	61
3.6.2. TVP KIELCE – <i>Głos dnia</i>	62
3.7.1. TVP KRAKÓW – <i>Debata wyborcza</i>	63
3.7.2. TVP KRAKÓW – <i>Region [Małopolska]. Ludzie, sprawy, opinie</i>	64
3.7.3. TVP KRAKÓW – <i>Polityka bliżej</i>	65
3.8.1. TVP LUBLIN – <i>Między sejmem i sejmikiem</i>	66
3.8.2. TVP LUBLIN – <i>Pytania Panoramy</i>	67
3.8.3. TVP LUBLIN – <i>Wybory samorządowe 2014</i>	68

3.9.1. TVP ŁÓDŹ – Łódzkie forum. Debata wyborcza	69
3.10.1. TVP OLSZTYN – Debata wyborcza	70
3.10.2. TVP OLSZTYN – Opinie	71
3.11.1. TVP OPOLE – Dwa łyki polityki.....	72
3.11.2. TVP OPOLE – Rozmowa dnia. Ring wolny	73
3.12.1. TVP POZNAŃ – Wywiad Teleskopu	74
3.12.2. TVP POZNAŃ – Polityczny fyrtel	75
3.13.1. TVP RZESZÓW – Konkrety i opinie. Edycja wyborcza.....	76
3.14.1. TVP SZCZECIN – Debata kandydatów na prezydenta Koszalina	77
3.14.2. TVP SZCZECIN – Debata kandydatów na prezydenta Szczecina	78
3.15.1. TVP WARSZAWA – Wywiad Kuriera	79
3.15.2. TVP WARSZAWA – Pod lupą	80
3.16.1. TVP WROCŁAW – Fakty, komentarze	81
3.16.2. TVP WROCŁAW – Musimy porozmawiać.....	82
3.16.3. TVP WROCŁAW – Rozmowa Faktów.....	84
3.17. Tabele przekrojowych wartości wskaźników dla dziennikarzy.....	85
4. Podsumowanie	90
4.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT).....	91
4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności.....	92
4.1.1.1. Część opisowa	92
4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm.....	93
4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność	94
4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie.....	96
4.1.1.5. Wartości misyjne – integralność	97
4.1.1.6. Wartości misyjne – jakość.....	98
4.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników	99
4.1.3. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności	101
4.1.4. Łączny indeks realizacji misji.....	104
4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych	108
4.2.1. Kobiety-goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet-gości programu)	109
4.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji.....	110
4.2.1.1.1. Dobór wg partii.....	111
4.2.1.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert).....	115
4.2.1.2. Strategie edytorskie wobec kobiet-gości.....	116

4.3. Marsz Niepodległości – analiza wpływu ważnego wydarzenia na dyskurs wyborczy	117
4.3.1. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście wyborczym wg stacji	117
4.3.2. Konkluzje dotyczące sposobu prezentacji Marszu	117
4.4. Wnioski łączne i dyskusja	119

1. Wprowadzenie do raportu

We wstępie do raportu prezentujemy najważniejsze informacje dotyczące organizacji procesu badawczego (doboru materiałów i zakresu monitoringu), a także sygnalizujemy główny zamysł analityczny, jaki stał za konstrukcją wskaźników używanych w badaniu ilościowym i doбором zagadnień do analizy jakościowej. Zastosowana na potrzeby tego badania matryca analityczna wywodzi się z art. 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji*, który w pkt 1 określa główne postulaty dotyczące sposobu realizacji misji nadawców publicznych. Szczegółowy opis matrycy analitycznej i podsumowanie pod kątem wynikających z niej wskaźników ilościowych wraz z wykazem zmian i aktualizacji w stosunku do poprzednich edycji badania znajduje się w części czwartej niniejszego raportu.

1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu

Badaniem zostały objęte telewizyjne audycje publicystyczne spełniające kryteria kwalifikacji do próby badawczej, które zostały zdefiniowane wspólnie z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Z racji ograniczeń natury technicznej i logistycznej (możliwości rejestracji i dostarczenia materiałów przez regionalne ośrodki TVP), a także złożoności przyjętych kategorii analitycznych konieczne było zdefiniowanie kryteriów doboru materiałów, które umożliwiałyby spełnienie następujących założeń projektowych:

- analiza audycji publicystycznych spełniających kryterium tematyczne i faktycznie dotyczących wyborów samorządowych;
- przekrojowy charakter analizy pozwalający na porównanie formy i treści audycji publicystycznych na antenach publicznych i prywatnych;
- realizacja pogłębionej analizy za pomocą identycznego narzędzia na każdym materiale przyjętym do próby;
- realizacja badania na próbie programów opiniotwórczych – publicystycznych, które zazwyczaj w analizach ilościowych i standardowym monitoringu są ujmowane w zbiorczych kategoriach ilościowych z programami informacyjnymi, bez uwzględnienia ich specyfiki funkcjonalnej i gatunkowej;
- stworzenie narzędzia, które pozwoli uchwycić specyfikę dodatkowych tematów szczegółowych interesujących z perspektywy zlecającego badanie: wizerunku kobiet w badanych audycjach, a także roli wydarzeń związanych z Marszem Niepodległości w relacjach na antenach regionalnych OTVP.

W celu spełnienia powyższych postulatów zespół realizujący badanie, w porozumieniu z zamawiającym, przyjął, identycznie jak w poprzednich edycjach badania, następujące kryteria kwalifikacji materiałów do próby badawczej:

- publicystyczny charakter programu¹ (kryterium gatunkowe);
- emisja w okresie od 8 listopada (początek monitoringu) do końca pasma programowego w dniu 14 listopada (ostatni dzień przed ciszą wyborczą) (kryterium czasowe – tydzień poprzedzający wybory);

¹ Definicja operacyjna za: *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006.

- wystąpienie w programie przynajmniej jednego kandydata w wyborach samorządowych (nawet jeśli kandydat nie był wprost przedstawiany albo identyfikowany na początku audycji jako kandydat do samorządu) i/lub tematu wyborów samorządowych jako przeważającego w dyskusji².

W badaniu była możliwa (i faktycznie stosowana) także kwalifikacja częściowa, która polegała na analizowaniu tylko fragmentów programów spełniających powyższe kryteria. Argumentem przemawiającym za przyjęciem takiej kwalifikacji była chęć objęcia jak najszerszego zakresu materiałów publicystycznych, przy jednoczesnej optymalizacji procesu badawczego (uniknięcie kodowania fragmentu programu nie dotyczącego wyborów samorządowych).

Kwalifikacja materiałów do badania i następująca po niej analiza została przeprowadzona po nadesłaniu nagrań z regionalnych ośrodków TVP, o które wnioskował Departament Monitoringu KRRiT.

W oparciu o przyjęte kryteria do badania zostało zakwalifikowanych ponad 24 godziny materiału audiowizualnego, łącznie obejmującego 57 unikatowych audycji publicystycznych wyemitowanych w badanym okresie (szczegółowy wykaz analizowanych materiałów stanowi załącznik D do niniejszego raportu).

² Przeważającego, czyli zajmującego ponad 50 proc. czasu trwania audycji.

1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 Ustawy o radiofonii i telewizji)

Punktem wyjścia dla zaprojektowanego badania był artykuł 21 Ustawy o radiofonii i telewizji określający w pkt 1 wartości składowe, których realizacja konstytuuje misję nadawcy publicznego:

*Art. 21. 1. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się **pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.***

Wspólnie ze zlecającym badanie została dokonana operacjonalizacja podkreślonych kategorii za pomocą matrycy analitycznej, odpowiadającej na pytanie o to, jakie mierzalne i obserwowalne elementy treści i formy programów publicystycznych można uznać za wskaźniki realizacji poszczególnych wartości.

W stosunku do poprzednich edycji badania, w oparciu o własne wnioski metodologiczne zespołu realizującego badanie, a także o konsultacje i uwagi zebrane od przedstawicieli instytucji medialnych³ i regulacyjnych⁴, przyjęta na potrzeby badania dotyczącego wyborów samorządowych matryca analityczna została zmodyfikowana w zakresie szczegółowo omówionym w rozdziale czwartym rzeczzonego raportu. Główne zmiany dotyczyły:

- rezygnacji z obliczania wskaźnika niezależności dziennikarskiej jako trudnego w operacjonalizacji na poziomie obserwowalnych cech przekazu medialnego, przy jednoczesnym pominięciu czynników systemowych i organizacyjnych związanych ze specyfiką produkcji telewizyjnej;
- rozszerzenia zakresu zmiennych używanych przy wyliczaniu pozostałych wskaźników, celem jak najlepszego odzwierciedlenia „fenotypu” pożądanego dyskursu wyborczego w telewizyjnych audycjach publicystycznych (optyka misji publicznej);

³ Między innymi podczas konferencji podsumowującej monitoring wyborczy, zorganizowanej w dniu 22 września 2014 roku przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Uniwersytet Warszawski.

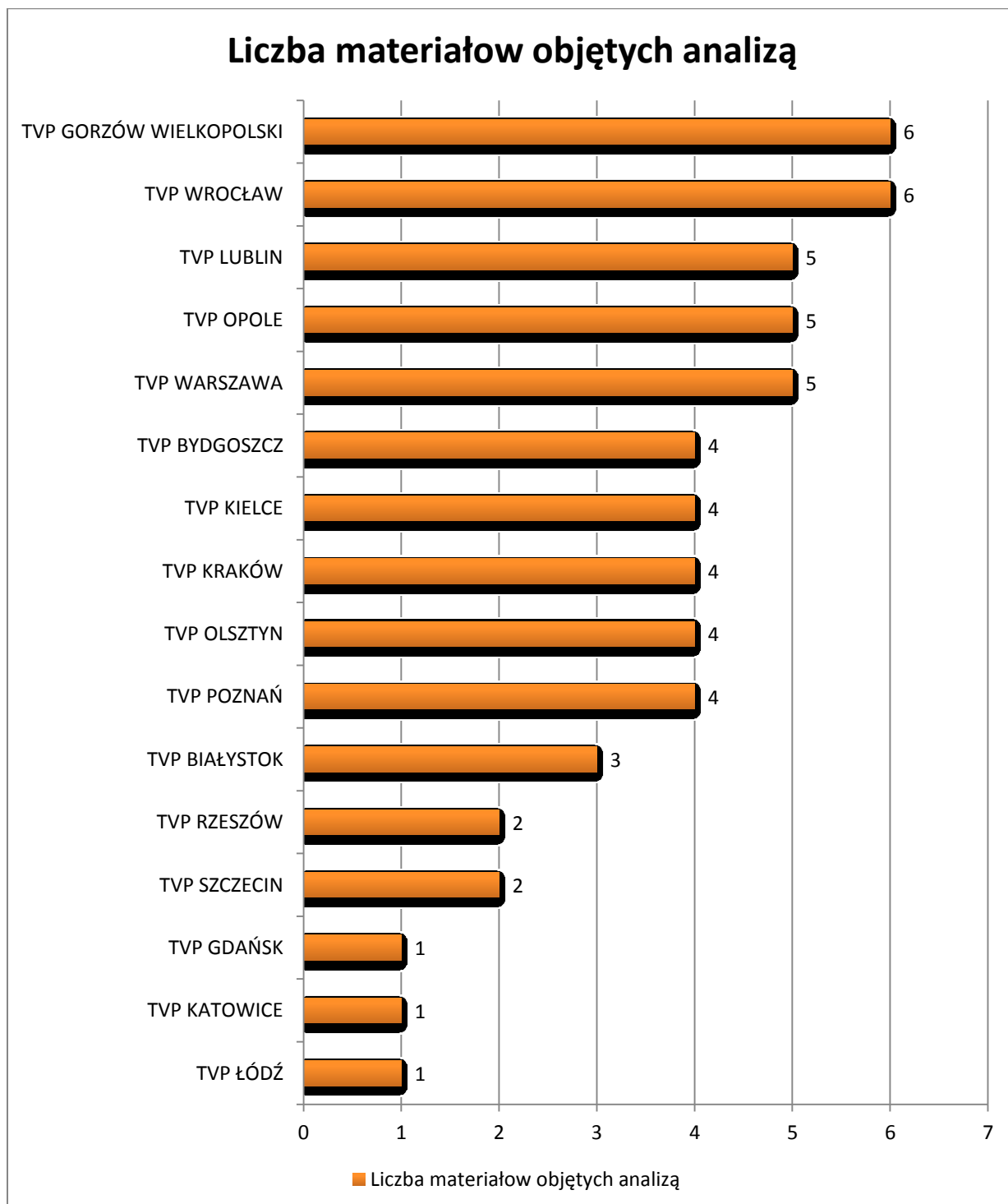
⁴ Między innymi podczas spotkania i dyskusji z kierownictwem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w trakcie referowania wyników pierwszej edycji badania w dniu 18 czerwca 2014 roku.

2. Część porównawcza

W tej części raportu prezentujemy najważniejsze wskaźniki ilościowe podsumowujące zawartość monitorowanych audycji pod kątem tematyki, ekspozycji poszczególnych partii politycznych, ekspertów oraz wybrane wskaźniki opisujące zachowanie prowadzących i stronę edytorską audycji, zagregowane dla całych anten (wartości szczegółowe dla poszczególnych prowadzących oraz programów zostały opisane w trzeciej, analitycznej części raportu).

2.1. Liczba i czas trwania materiałów publicystycznych wg stacji

Poniższy wykres podsumowuje liczbę unikatowych materiałów publicystycznych zakwalifikowanych do próby w oparciu o kryteria opisane we wstępie do raportu.

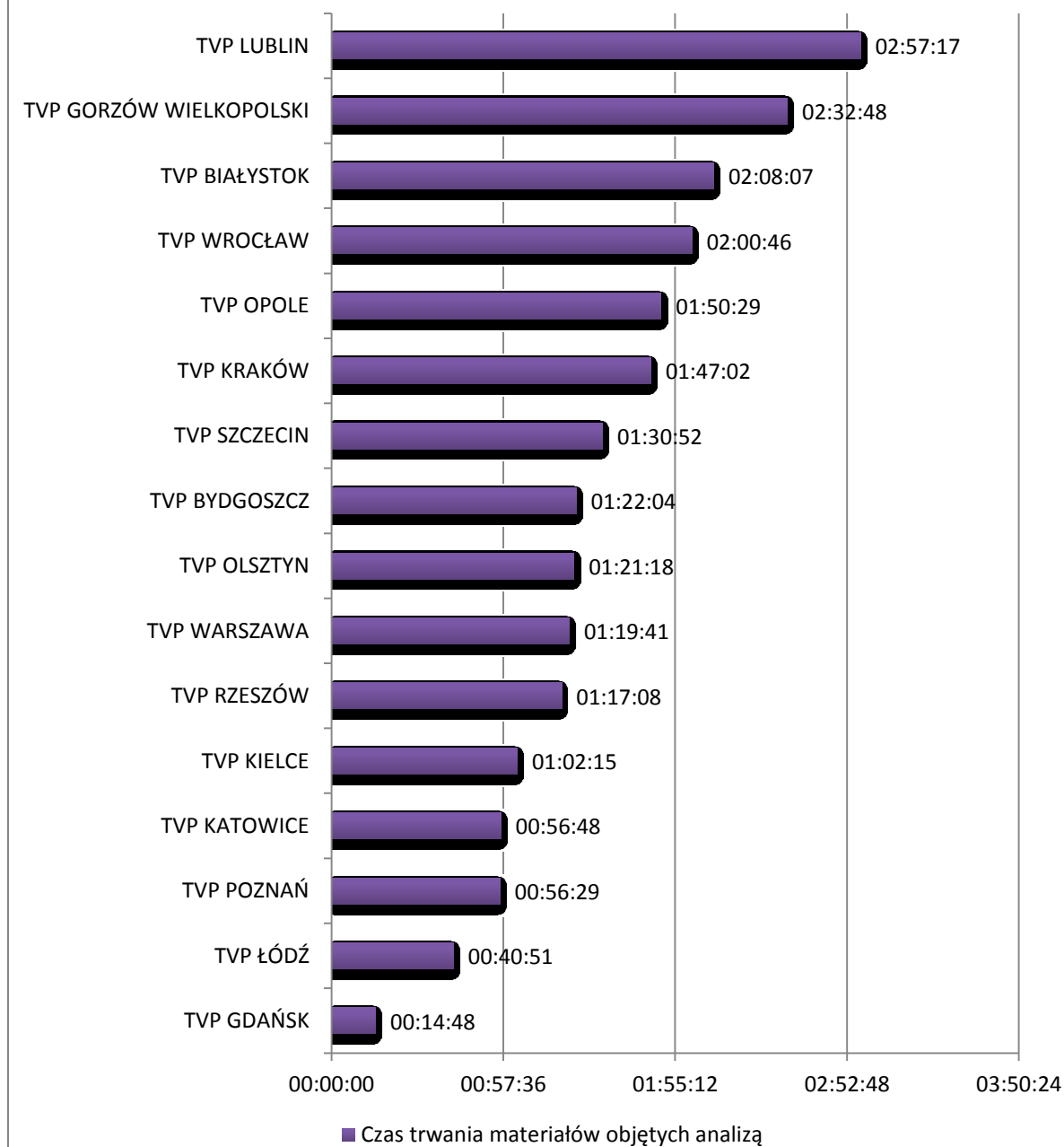


Z zestawienia wynika, że zainteresowanie tematyką wyborczą w badanych programach było wyraźnie zróżnicowane – od najwyższego poziomu sześciu audycji poświęconych tematyce wyborczej w Gorzowie Wielkopolskim i we Wrocławiu, aż do pojedynczych wydań audycji publicystycznych w przypadku ośrodków telewizyjnych w Gdańsku, Katowicach i Łodzi. Takie zróżnicowanie zainteresowania tematyką wyborczą (ponad pięciokrotna różnica między liderem a ostatnią stacją w zestawieniu) wydaje się być cechą charakterystyczną ofert regionalnych OTVP. W przypadku telewizji ogólnopolskich różnice te są kilkunastoprocentowe w przypadku stacji z tego samego segmentu rynku (np. między stacjami informacyjnymi), tu zaś sięgają ponad 500 proc. Wyraźnie wskazuje to na mocno zróżnicowany i mało jednolity sposób relacjonowania wyborów w audycjach publicystycznych regionalnych OTVP.

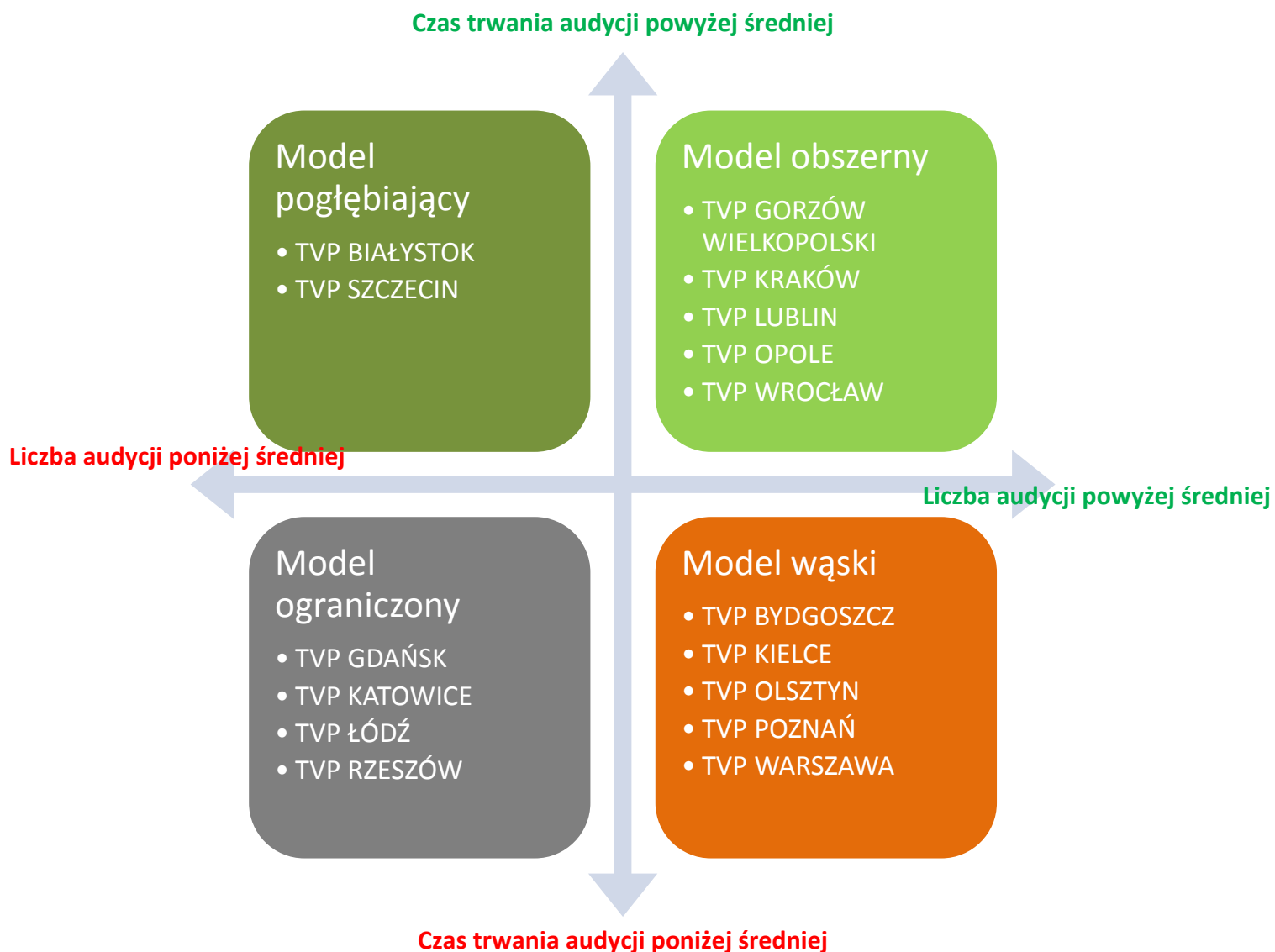
Na kolejnej stronie zamieszczono wykres prezentujący zestawienie uzupełniające do poprzedniego, a mianowicie rozkład bezwzględny czasu trwania audycji publicystycznych o tematyce wyborczej w badanych programach.

Zestawienie jest zbliżone do poprzedniego, jednak pokazuje na regionalne odchylenia w czasie poświęconym wyborom. I tak w zestawieniu czasowym wyraźnie dominuje OTVP z Lublina, drugie miejsce zajmują audycje z Gorzowa Wielkopolskiego, trzecie zaś z OTVP w Białymstoku. Fakt silnego zróżnicowania czasu trwania i liczby audycji (korelacja r-Pearsona między liczbą audycji a czasem ich trwania wynosi tu tylko 0,69, wobec 0,98 w przypadku TV ogólnopolskich) wskazuje wyraźnie na zróżnicowanie modelu relacjonowania wyborów w badanych ośrodkach TVP.

Czas trwania materiałów objętych analizą



Na kolejnej stronie – jako podsumowanie dwóch poprzednich zestawień i punkt wyjścia do dyskusji nad zróżnicowaniem modeli relacjonowania wyborów – zaprezentowano zestawienie liczby audycji i czasu ich trwania. W toku analizy możliwe było wyróżnienie czterech głównych stylów, jeśli chodzi o konstrukcję ramówki wyborczej (w jej ujęciu *stricte* ilościowym, bez wnikania na tym etapie w treść audycji).



Proste zestawienie ilościowe czasu trwania audycji pozwala wskazać następujące ośrodki jako te, które wyróżniły się najobszerniej (zarówno pod względem liczby audycji, jak i czasu ich trwania) relacjami z wyborów:

- TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI;
- TVP KRAKÓW;
- TVP LUBLIN;
- TVP OPOLE;
- TVP WROCŁAW.

Widoczna jest także grupa ośrodków, które mimo niskiej frekwencji materiałów publicystycznych starały się tworzyć audycje pogłębione, trwające wyraźnie dłużej niż te emitowane w innych stacjach⁵:

- TVP BIAŁYSTOK;
- TVP SZCZECIN.

Kolejną grupę stacji tworzyły te, które oferowały widzom większą liczbę, ale krótszych materiałów publicystycznych o tematyce wyborczej. Grupa ta obejmowała:

- TVP BYDGOSZCZ;
- TVP KIELCE;
- TVP OLSZTYN;
- TVP POZNAŃ;
- TVP WARSZAWA.

Najbardziej problematyczną grupę stanowiły stacje, w których zarówno liczba emitowanych materiałów, jak i czas ich trwania plasowały się wyraźnie poniżej średniej dla wszystkich badanych OTVP. Grupa ta relacjonowała wybory w sposób najbardziej ograniczony, przeznaczając na nie niewiele czasu antenowego i niewiele bloków programowych:

- TVP GDAŃSK;
- TVP KATOWICE;
- TVP ŁÓDŹ;
- TVP RZESZÓW.

W tym miejscu warto zastanowić się nad tym, jakie czynniki determinowały taki, a nie inny kształt ramówek wyborczych. Czynnikiem różnicującymi regionalnie sposób relacjonowania wyborów mogły być w tym przypadku:

- specyfika regularnej ramówki stacji (obecność audycji publicystycznych w paśmie lokalnym poza czasem wyborczym, zapewne częściowo skorelowana także z faktem posiadania przez stację wyspecjalizowanego zespołu dziennikarzy – publicystów);

⁵ Np. w TVP Białystok audycje objęte badaniem trwały kolejno: 50 min, 1 h i 10 min oraz 10 min.

- ograniczenia budżetowe/logistyczne ośrodka;
- specyfika lokalnej kampanii wyborczej (dynamika sporu politycznego, kluczowi aktorzy, osie konfliktu);
- kwestie geograficzne (wielkość i rozkład ośrodków miejskich w regionie, obecność bądź brak głównego, pojedynczego ośrodka miejskiego dominującego w regionie);
- występowanie innych istotnych wydarzeń lokalnych „zakłócających” relacjonowanie kampanii wyborczej w regionie.

Jako podsumowanie tych rozważań dane dotyczące modeli w poszczególnych ośrodkach regionalnych TVP zostały także zwizualizowane na mapie Polski:

Model relacjonowania wyborów



Modele relacjonowania wyborów - ilościowe			
Ograniczony	Wąski	Pogłębiający	Obszerny

2.2. Tematy poruszane w audycjach

Pierwszą informacją kodowaną we wszystkich badanych audycjach były poruszane tematy. Jako osobny temat kodowany był każdy wątek w dyskusji wprowadzany przez prowadzącego lub przez jednego z gości, który znajdował kontynuację w dyskusji, a nie był tylko jednorazowym wtrąceniem.

2.2.1. Frekwencja tematów

W toku analizy zostało opisanych 629 jednostek tematycznych (jeden temat poruszony w jednej audycji był kwalifikowany jako jedna jednostka), z tego na dwóch poziomach ogólności kodowania zostało zidentyfikowanych łącznie:

- na poziomie szczegółowym zagregowanym – 301 unikatowych jednostek tematycznych;
- na poziomie uogólnionym – 7 zagregowanych makrokategorii tematycznych.

Na kolejnych stronach prezentujemy ilościowe zestawienie tematów ujętych w 7 makrokategoriach tematycznych opracowanych na podstawie analizy danych z badania. Kategorie te obejmowały:

1. *Politykę samorządową* – informacje i dyskusje dotyczące wpływu samorządowców na funkcjonowanie społeczności lokalnej, procesów decyzyjnych w samorządach, zakresu i charakteru decyzji podejmowanych przez samorządy i ogólnych zasad prawnych funkcjonowania samorządu.
2. *Inwestycje lokalne* – informacje i opinie dotyczące inwestycji finansowanych ze środków samorządowych (w tym ze środków pochodzących z dofinansowań w ramach funduszy europejskich).
3. *Specyficzne problemy lokalne* – informacje i opinie o specyficznych dla danego regionu problemach (ekonomicznych, demograficznych, ekologicznych) opisywane jako wyzwanie dla samorządowców (ale nie w kontekście podejmowanych w tym obszarze decyzji – jeśli jakiś problem jest omawiany przez pryzmat działań samorządu, to jest kodowany jako kategoria nr 1. Przykładowo informacja o problemach demograficznych była kodowana jako

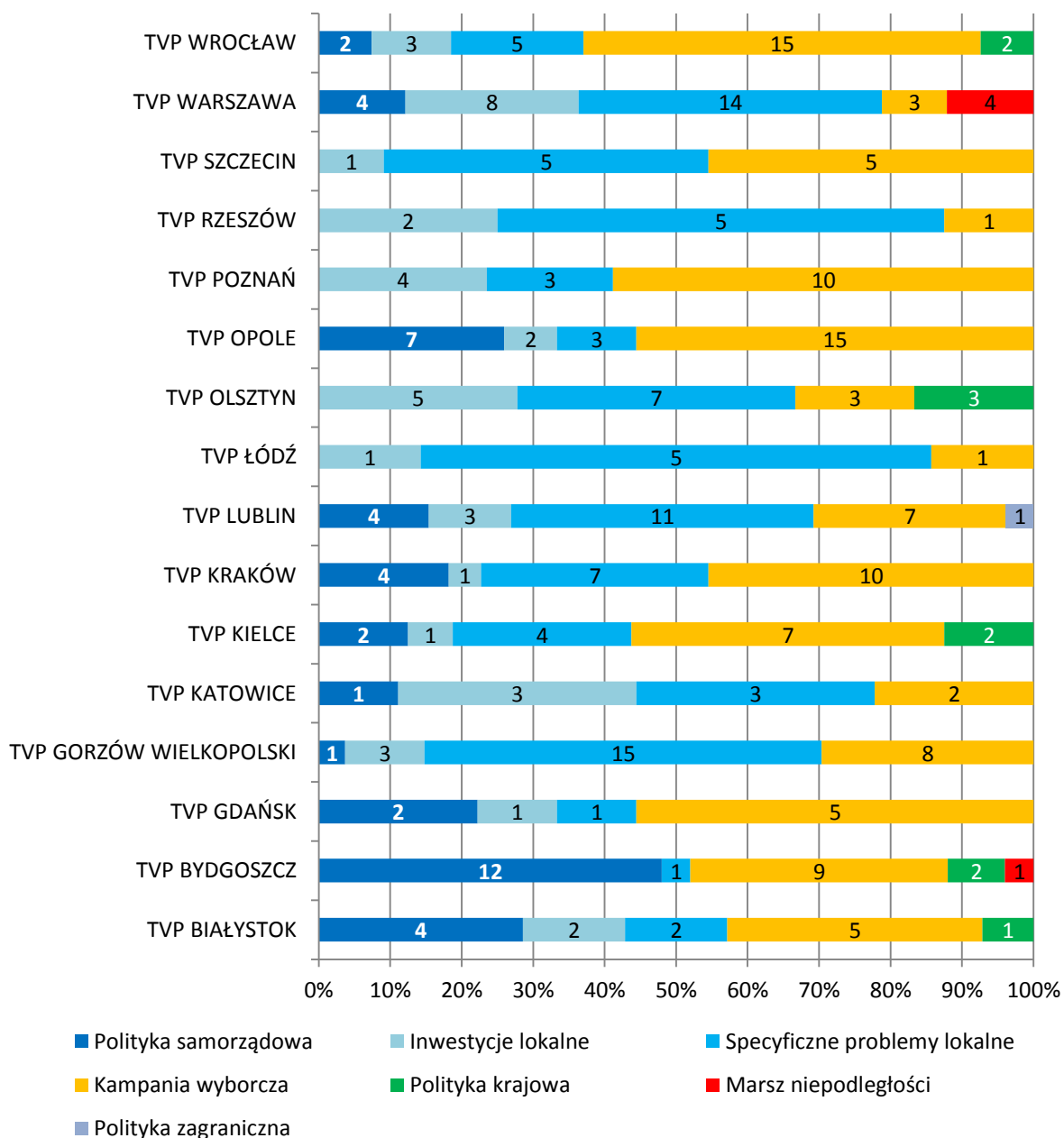
kategoria nr 3, ale informacja o samorządowym programie prorodzinnym jako kategoria nr 1).

4. *Kampanię wyborczą* – informacje i opinie dotyczące przebiegu bieżącej kampanii wyborczej, obejmujące tematy, takie jak: obietnice wyborcze, programy kandydatów, sondaże, przebieg i organizację procesu wyborczego, retorykę i działania z zakresu marketingu politycznego stosowane przez kandydatów.
5. *Politykę krajową* – informacje o ogólnokrajowych działaniach politycznych na szczeblu centralnym lub ponadregionalnym, przeważnie ujmowane w kontekście ich oddziaływania na funkcjonowanie samorządu lub przebieg kampanii wyborczej na poziomie lokalnym.
6. *Marsz Niepodległości* – specjalna kategoria monitorowana w celach porównawczych z badaniem ogólnopolskim, kodowana osobno od specyficznych problemów lokalnych (w sytuacji braku takiego porównania wskazania dotyczące Marszu byłyby kwalifikowane jako element problematyki lokalnej).
7. *Politykę zagraniczną* – wzmianki o samodzielnych działaniach zagranicznych prowadzonych przez samorządy (program współpracy ponad graniczej w województwie lubelskim – jedyny temat, jaki znalazł się w tej kategorii).

Ogólnym wnioskiem z tego badania jest obserwacja, że w porównaniu ze wszystkimi badanymi kampaniami wyborczymi relacje prezentowane w ośrodkach regionalnych TVP miały najbardziej merytoryczny charakter, najmocniej skupiano się na tematach o dużym ładunku informacyjnym (polityka lokalna, inwestycje, problemy lokalne), a w mniejszym stopniu na tematach mających charakter autoreferencyjny, odnoszący się do samej specyfiki przebiegu procesu wyborczego.

Druga obserwacja istotna w skali całego zbioru danych dotyczy bardzo dużego zróżnicowania sposobów relacjonowania między stacjami. O ile w przypadku audycji ogólnopolskich ogólny wzorzec preferencji tematycznych (odzwierciedlający kształt agendy medialnej w okresie wyborczym) był bardzo zbliżony, o tyle w przypadku regionalnych OTVP zróżnicowanie to było bardzo wyraźne na każdym poziomie – zarówno w rozkładzie zainteresowania stacji między makrokategoriami, jak i w obrębie samych kategorii. Z tego powodu prezentujemy dane o tematyce osobno dla wszystkich stacji, w ujęciu frekwencyjnym, czasowym i strukturalnym.

Struktura frekwencji tematów



Na zestawieniu częstotliwości występowania poszczególnych kategorii tematycznych w badanej próbie wyraźnie widać duże zróżnicowanie zainteresowania poszczególnymi tematami między badanymi antenami. Generalna obserwacja (którą potwierdza także analiza struktury czasu poświęcanego na poszczególne tematy) brzmi tak, że w badanych audycjach wyraźnie dominowały tematy o dużym potencjale informacyjnym, odnoszące się do specyfiki procesów politycznych w wymiarze lokalnym, a także do spektrum problemów szczegółowych, typowych dla każdego regionu. Antenami relatywnie najbardziej zbliżonymi do ogólnopolskich pod względem konstrukcji

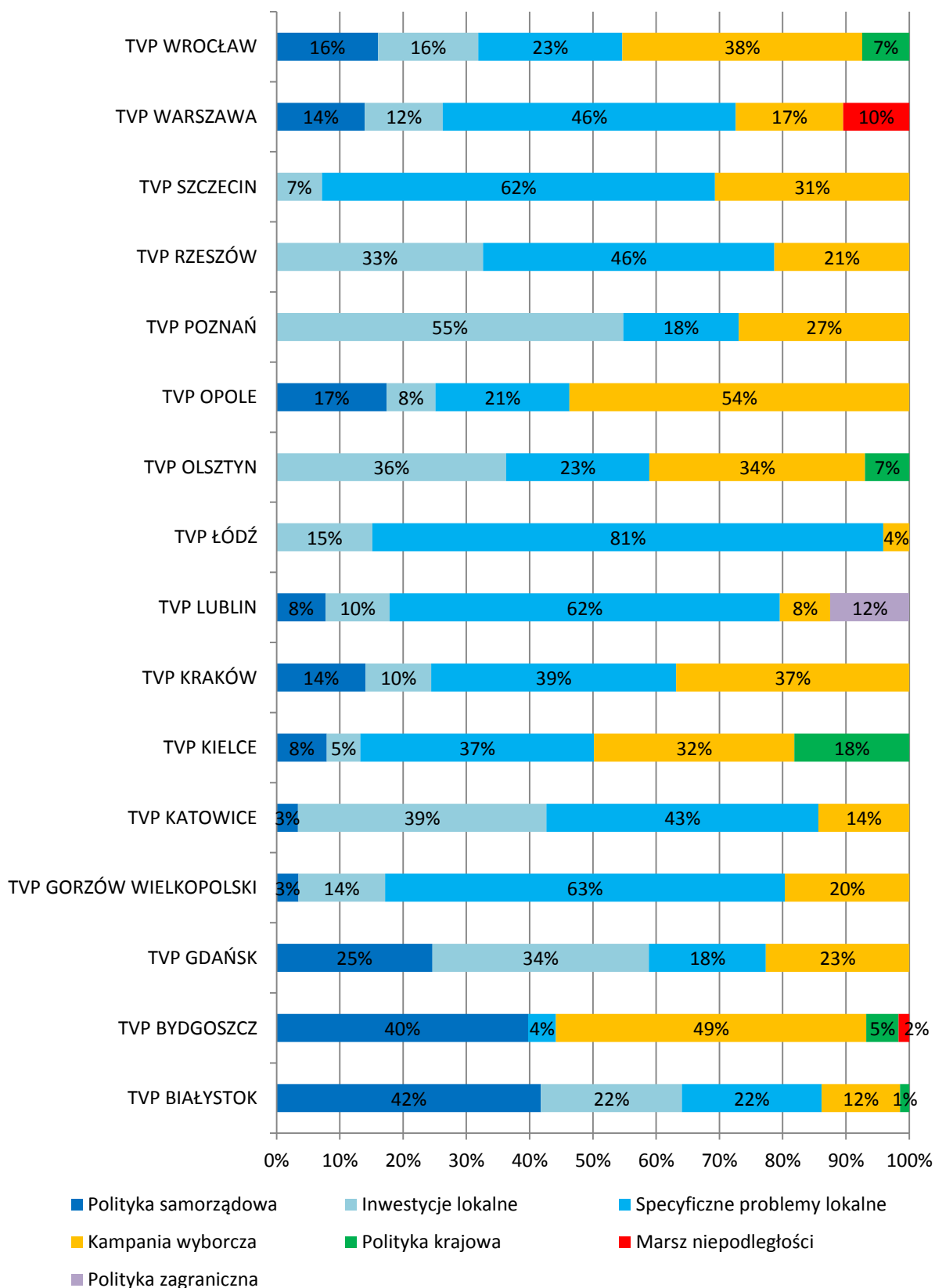
tematyki audycji były TVP Poznań, TVP Opole i TVP Wrocław, stosunkowo najczęściej poruszające tematykę dotyczącą samej kampanii wyborczej, bez odniesień do konkretnych problemów lokalnych. Z kolei najbardziej merytorycznie wypadły w tym zestawieniu TVP Rzeszów (w której mimo małej liczby materiałów widać było wyraźne zainteresowanie tematyką lokalną), TVP Warszawa oraz TVP Łódź i TVP Katowice.

Na kolejnych stronach prezentujemy zestawienie czasowe poszczególnych tematów. Uzupełnia ono zestawienie frekwencji w sposób o tyle istotny, że parametry te nie są idealnie skorelowane – wskaźnik korelacji r-Pearsona między liczbą wystąpień tematu a czasem jego ekspozycji wynosi 0,81, a więc jest to korelacja silna, ale niepełna (w przeciwieństwie do TV ogólnopolskich, w których korelacja ta była zbliżona do idealnej), co oznacza, że aby poprawnie zinterpretować dane o popularności tematów należy spojrzeć także na ich ekspozycję czasową.

Pierwsza tabela popularności tematów zawiera dane bezwzględne (czas ekspozycji tematu w poszczególnych stacjach ma charakter poglądowy, uzupełniający kolejne zestawienie).

	Czas bezwzględny ekspozycji tematów						
	Polityka samorządowa	Inwestycje lokalne	Specyficzne problemy lokalne	Kampania wyborcza	Polityka krajowa	Marsz Niepodległości	Polityka zagraniczna
TVP BIAŁYSTOK	00:50:30	00:26:53	00:26:42	00:15:00	00:01:44	00:00:00	00:00:00
TVP BYDGOSZCZ	00:30:52	00:00:00	00:03:25	00:38:06	00:03:58	00:01:18	00:00:00
TVP GDAŃSK	00:03:33	00:04:56	00:02:40	00:03:16	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	00:04:26	00:17:39	01:21:23	00:25:19	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP KATOWICE	00:01:49	00:21:14	00:23:13	00:07:46	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP KIELCE	00:04:31	00:03:00	00:21:01	00:17:59	00:10:20	00:00:00	00:00:00
TVP KRAKÓW	00:13:48	00:10:11	00:37:59	00:36:09	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP LUBLIN	00:13:11	00:17:11	01:44:44	00:13:35	00:00:00	00:00:00	00:21:10
TVP ŁÓDŹ	00:00:00	00:05:29	00:29:14	00:01:29	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP OLSZTYN	00:00:00	00:24:38	00:15:21	00:23:09	00:04:44	00:00:00	00:00:00
TVP OPOLE	00:17:47	00:07:55	00:21:41	00:54:56	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP POZNAŃ	00:00:00	00:28:30	00:09:30	00:14:01	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP RZESZÓW	00:00:00	00:23:44	00:33:27	00:15:30	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP SZCZECIN	00:00:00	00:06:05	00:52:42	00:26:02	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP WARSZAWA	00:10:32	00:09:17	00:34:54	00:12:48	00:00:00	00:07:53	00:00:00
TVP WROCŁAW	00:18:27	00:18:14	00:26:12	00:43:40	00:08:32	00:00:00	00:00:00
SUMA	02:49:26	03:44:56	08:44:08	05:48:45	00:29:18	00:09:11	00:21:10

Struktura czasowa ekspozycji tematów



Zestawienie czasowe ekspozycji tematów częściowo potwierdza obserwacje z zestawienia frekwencyjnego: antenami najbardziej zbliżonymi do ogólnopolskich pod względem poziomu metatematyki (dyskusji o samej kampanii wyborczej i jej reprezentacjach medialnych) były TVP Bydgoszcz, TVP Opole i TVP Wrocław.

We wszystkich pozostałych audycjach dominowała tematyka lokalna – ujmowana jako polityka samorządowa i jej uwarunkowania na poziomie regionu (TVP Białystok), problemy ekonomiczne, demograficzne, społeczne czy ekologiczne w regionie (TVP Szczecin, TVP Gorzów Wielkopolski, TVP Warszawa, TVP Łódź, TVP Kielce, TVP Katowice, TVP Kraków, TVP Rzeszów i TVP Lublin) oraz inwestycje lokalne (TVP Gdańsk, TVP Olsztyn, TVP Poznań).

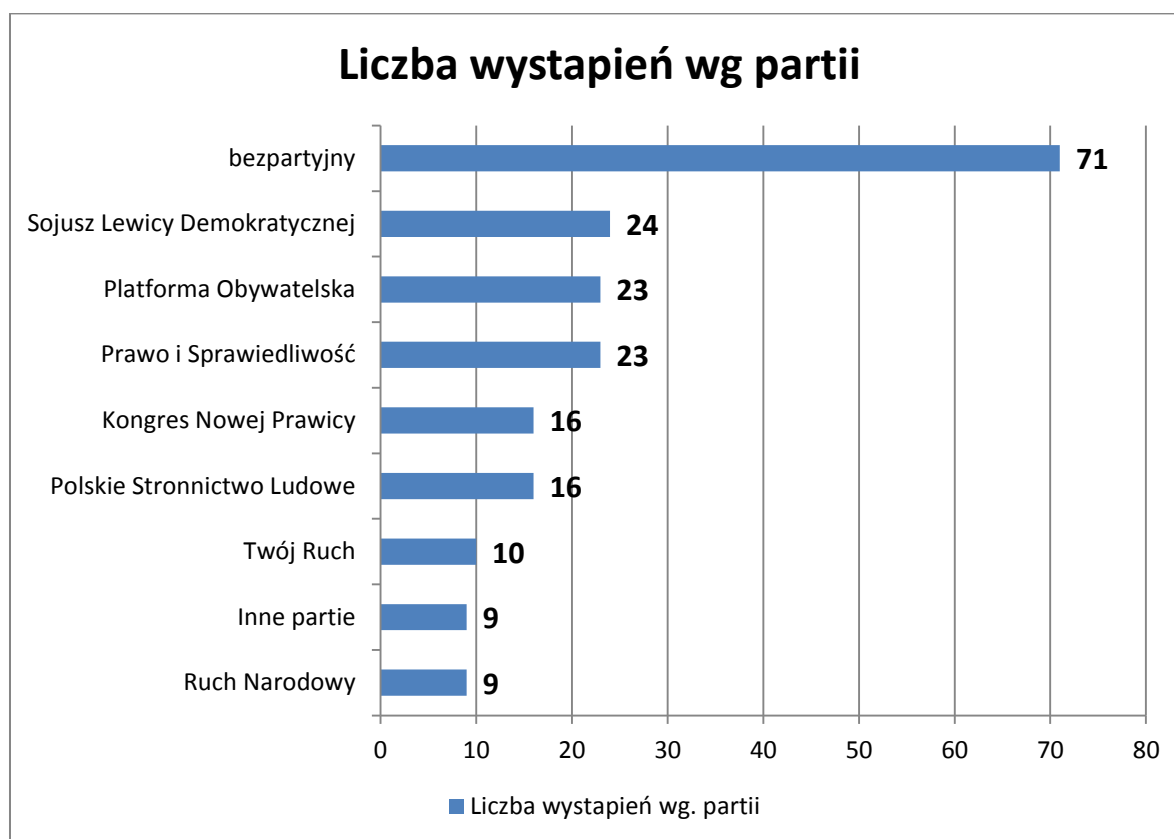
Dominująca tematyka w audycjach publicystycznych



Dominująca tematyka			
Kampania wyborcza	Polityka samorządowa	Problemy lokalne	Inwestycje lokalne

2.3. Goście audycji

Zestawienie frekwencji wystąpień przedstawicieli różnych partii politycznych wskazuje na ilościową dominację grupy gości bezpartyjnych. Grupa ta była łącznie reprezentowana częściej niż wszystkie pozostałe kategorie gości w badanych audycjach, co wskazuje na mocne zorientowanie relacji z kampanii do wyborów samorządowych na grupy kandydatów bezpartyjnych (należących do lokalnych ruchów obywatelskich lub startujących z własnych komitetów niepowiązanych z żadną dużą partią polityczną).



Wystąpienia kandydatów afiliowanych przy poszczególnych partiach politycznych były poza tym dużo bardziej – niż w przypadku relacji w mediach ogólnopolskich – wyważone ilościowo, różnica między najmocniej reprezentowanymi partiami (PiS, PO i SLD) a mniejszymi ugrupowaniami (KNP, PSL, Twój Ruch) była zaś wyraźnie niższa, co zbliża regionalne ośrodki TVP do idealnego, założonego w metodologii tego badania modelu pluralizmu minimalizującego różnice w ekspozycji poszczególnych partii politycznych.

Grupa innych partii ujętych zbiorczo na wykresie obejmowała jedno- lub dwukrotne wystąpienie polityków należących do:

- Samoobrony RP;
- Stronnictwa Pracy;
- Demokracji Bezpośredniej;
- Ligi Polskich Rodzin;
- Unii Polityki Realnej;

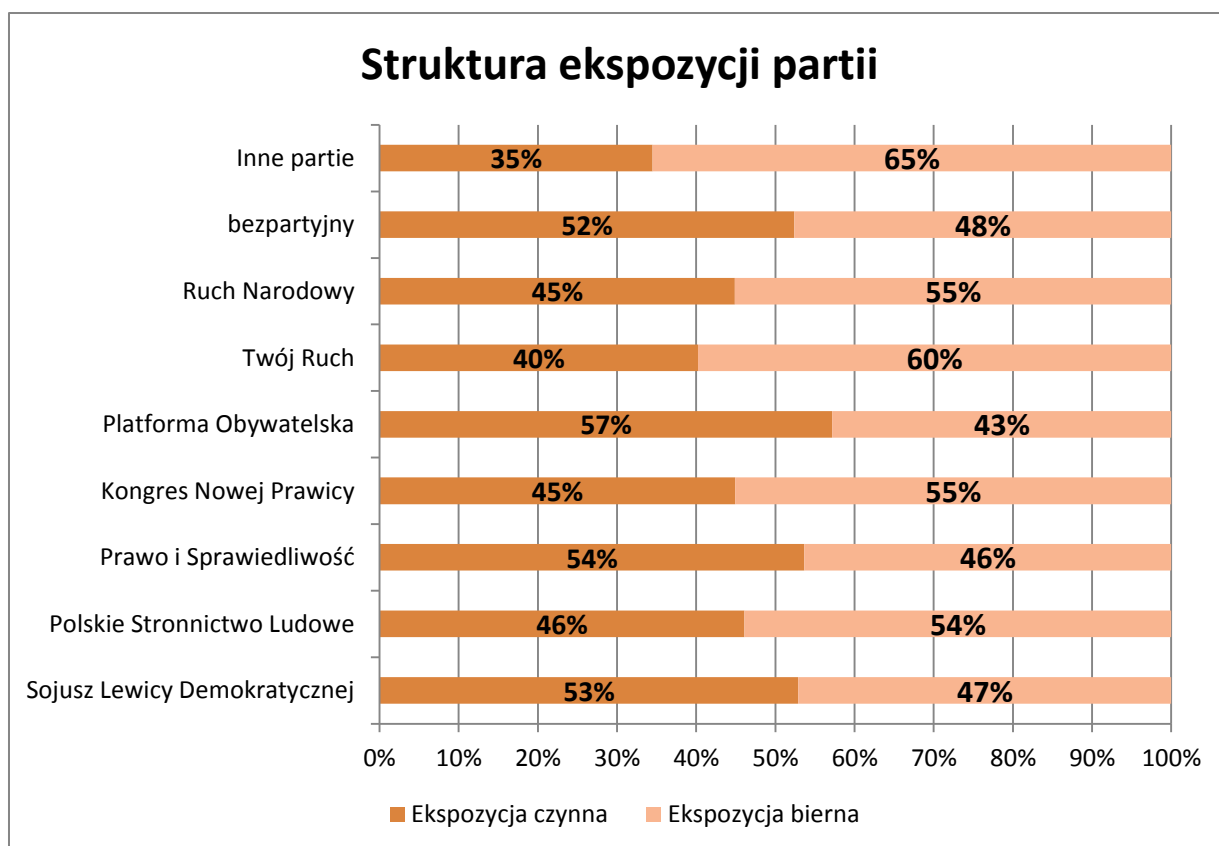
Drugim zestawianiem pomocniczym – poza frekwencją wystąpień polityków poszczególnych partii – jest wykres czasu ekspozycji (biernej i czynnej łącznie, definiowanych jako sytuacje, kiedy polityk lub ekspert jest widoczny na ekranie i/lub słyszeć jego głos).



Zestawienie czasu prezentacji poszczególnych partii jest na poziomie statystycznym ściśle skorelowane z liczbą wystąpień kandydatów (korelacja r-Pearsona na poziomie

0,98, a więc prawie idealna). Jednocześnie z wykresu wynika, że różnice w przypadku czasu ekspozycji są mniejsze niż w przypadku frekwencji, co oznacza, że grupa gości bezpartyjnych jest – owszem – często zapraszana do audycji, ale ich ekspozycja na antenie jest proporcjonalnie mniej intensywna niż ekspozycja gości należących do poszczególnych partii politycznych (gości bezpartyjnych jest np. blisko dziesięć razy więcej niż gości z PiS, a jednocześnie są oni obecni na antenie tylko przez niespełna czterokrotnie dłuższy czas). Także w zestawieniu czasowym widoczny jest dość wyrównany rozkład zainteresowania między przedstawicielami partii. W sensie czasu ekspozycji w badanych audycjach spośród partii mocno dominuje PiS, na drugim miejscu – z minimalną różnicą – znajdują się PO i SLD. Jest to tendencja podobna do tej zaobserwowanej w mediach ogólnopolskich, gdzie w ostatnich wyborach PiS uzyskał w większości stacji dominującą pozycję w ekspozycji w analizowanych audycjach.

Dodatkowo opracowano zestawienie pokazujące stosunek czasu biernej prezentacji przedstawicieli poszczególnych partii (czas, kiedy są widoczni w kadrze, ale nie mówią i nie uczestniczą w rozmowie) do czasu ich czynnej ekspozycji (czas, kiedy słycać ich wypowiedzi). Zestawienie to ma pomóc odpowiedzieć na pytanie, czy da się zauważyć partie, których reprezentanci są zapraszani jako goście, ale proporcjonalnie rzadziej niż inni dostają okazję do wypowiedzenia się.



Najwyższe wartości ekspozycji czynnej uzyskali przedstawiciele PO (57 proc. czasu), za nimi uplasowali się politycy PiS (54 proc. czasu), bezpartyjni (53 proc. czasu) i politycy SLD (52 proc. czasu). Wyraźnie częściej w sposób bierny prezentowani byli natomiast politycy innych, mniejszych partii, a także politycy Twojego Ruchu oraz Kongresu Nowej Prawicy. W tym badaniu widoczny jest wyraźniej niż w badaniu programów ogólnopolskich trend do przyznawania większej ekspozycji gościom należącym do największych stronnictw politycznych oraz politykom bezpartyjnym. Analizując to zjawisko, można wskazać, że telewizje regionalne wyraźnie preferują zapraszanie kandydatów i polityków lokalnych, nienależących do partii, ale jednocześnie zapraszając gości z różnych stronnictw, chętnie udzielają głosu nie tylko im, ale także politykom największych stronnictw ogólnokrajowych. W relatywnie najgorszej sytuacji w relacjach regionalnych ośrodków TVP pozostają politycy małych partii ogólnopolskich, którzy nawet jeśli są zapraszani, to są relatywnie mniej eksponowani w sposób czynny, a więc nieco rzadziej otrzymują okazję do wypowiedzania się w audycjach, w których goszczą.

2.3.1. Przynależność partyjna gości wg stacji

Pogłębiona analiza ekspozycji polityków różnych partii na antenach wskazuje na znaczące różnice w strukturze obecności poszczególnych partii między stacjami. Na kolejnych stronach znajduje się zestawienie względnej ekspozycji poszczególnych grup gości w badanych audycjach, pozwalające na syntetyczne porównanie stylu doboru gości w poszczególnych stacjach.

Czas ekspozycji polityków poszczególnych partii										
	SLD	PSL	PiS	KNP	PO	TR	RN	Inne partie		bezpartyjni
Stacja	Porównujemy wartości w wierszu – która partia była najmocniej eksponowana w danej stacji								Stacja	Porównujemy wartości w kolumnie – gdzie była najmocniej eksponowana grupa gości bezpartyjnych
TVP WROCŁAW	14%	9%	16%	4%	5%	5%	8%	0%	TVP WROCŁAW	41%
TVP WARSZAWA	16%	8%	17%	16%	8%	8%	0%	8%	TVP WARSZAWA	17%
TVP SZCZECIN	15%	8%	14%	15%	13%	6%	0%	0%	TVP SZCZECIN	29%
TVP RZESZÓW	6%	8%	17%	11%	8%	7%	13%	0%	TVP RZESZÓW	31%
TVP POZNAŃ	16%	0%	0%	0%	7%	16%	15%	16%	TVP POZNAŃ	30%
TVP OPOLE	11%	10%	9%	9%	6%	0%	0%	0%	TVP OPOLE	55%
TVP OLSZTYN	11%	18%	11%	11%	18%	0%	0%	0%	TVP OLSZTYN	30%
TVP ŁÓDŹ	17%	0%	0%	21%	0%	0%	23%	0%	TVP ŁÓDŹ	38%
TVP LUBLIN	7%	6%	19%	9%	19%	10%	10%	8%	TVP LUBLIN	13%
TVP KRAKÓW	7%	9%	7%	6%	7%	6%	0%	19%	TVP KRAKÓW	38%

TVP KIELCE	11%	16%	10%	10%	16%	0%	0%	20%	TVP KIELCE	16%
TVP KATOWICE	15%	12%	15%	0%	14%	0%	0%	0%	TVP KATOWICE	44%
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	12%	10%	14%	10%	15%	6%	0%	0%	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	33%
TVP GDAŃSK	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	TVP GDAŃSK	0%
TVP BYDGOSZCZ	0%	0%	0%	0%	18%	0%	0%	0%	TVP BYDGOSZCZ	82%
TVP BIAŁYSTOK	16%	0%	15%	9%	7%	9%	0%	0%	TVP BIAŁYSTOK	45%

Powyższa tabela w sposób syntetyczny prezentuje style doboru gości do audycji, wskazując na występowanie kilku strategii w tym zakresie. Pierwszą grupą stacji są te, w których mocno eksponowane były PiS i SLD. Te stacje to:

- TVP WROCŁAW;
- TVP WARSZAWA (w której jednocześnie najmniej eksponowani byli goście bezpartyjni, wysoko zaś politycy KNP);
- TVP SZCZECIN (w której także wyraźnie obecni byli politycy KNP);
- TVP BIAŁYSTOK.

Drugą grupę stacji tworzyły te, które skupione były na tandemie partii PiS–PO, a ich lista obejmuje:

- TVP LUBLIN;
- TVP KATOWICE (z także wysoką ekspozycją PSL);
- TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI (z także wysoką ekspozycją SLD).

Trzecią wyraźną grupą stacji były te, które preferowały zapraszanie do audycji publicystycznych polityków PO i PSL, a więc partii obecnie tworzących koalicję rządzącą. Te stacje to:

- TVP KIELCE;
- TVP OLSZTYN.

Stacjami nietypowymi, sklasyfikowanymi poza powyższymi kategoriami, były w tym badaniu:

- TVP RZESZÓW (z wyraźną dominacją PiS);
- TVP POZNAŃ (z wyraźną dominacją SLD i TR);
- TVP ŁÓDŹ (z wyraźną dominacją SLD i KNP);
- TVP KRAKÓW (z wyraźną dominacją polityków mniejszych partii);
- TVP GDAŃSK (które zaprosiło tylko jednego gościa należącego do SLD);
- TVP BYDGOSZCZ (z wyraźną dominacją PO spośród wszystkich partii ogólnopolskich).

Tak zróżnicowane modele prezentacji poszczególnych partii uprawdopodobniają hipotezę o kluczowym znaczeniu lokalnej specyfiki wyborczej dla konstrukcji ramówki stacji lokalnych oraz doboru gości. Stacje te nie wpisują się bowiem w żaden prosty, wspólny schemat (np. wyraźnej preferencji dla polityków partii rządzących albo wyraźnego skupienia na polaryzacji sceny politycznej między PiS a PO) widoczny w przypadku niektórych telewizji ogólnopolskich w poprzednich edycjach tego badania.

Jako uzupełnienie powyższego zestawienia została sporządzona tabela zawierająca bezwzględne czasy obecności polityków poszczególnych partii w badanych audycjach.

Czas ekspozycji polityków poszczególnych partii									
	SLD	PSL	PiS	KNP	PO	Inne partie	TR	RN	bezpartyjni
TVP WROCŁAW	00:22:29	00:13:30	00:24:55	00:05:43	00:07:11	00:00:00	00:07:22	00:11:56	01:04:46
TVP WARSZAWA	00:14:59	00:07:24	00:15:46	00:15:03	00:07:42	00:07:07	00:07:22	00:00:00	00:15:54
TVP SZCZECIN	00:16:15	00:08:48	00:15:15	00:16:22	00:14:13	00:00:00	00:06:52	00:00:00	00:31:36
TVP RZESZÓW	00:04:30	00:05:49	00:12:35	00:07:48	00:05:41	00:00:00	00:05:13	00:09:19	00:22:25
TVP POZNAŃ	00:14:39	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:05:58	00:14:02	00:14:24	00:13:03	00:26:50
TVP OPOLE	00:12:35	00:12:00	00:11:03	00:10:11	00:07:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	01:04:36
TVP OLSZTYN	00:12:45	00:20:27	00:12:35	00:12:43	00:20:13	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:33:46
TVP ŁÓDŹ	00:08:38	00:00:00	00:00:00	00:10:15	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:11:33	00:19:00
TVP LUBLIN	00:14:45	00:13:47	00:42:58	00:19:33	00:41:57	00:18:00	00:22:21	00:22:49	00:29:54
TVP KRAKÓW	00:17:27	00:23:43	00:17:34	00:16:28	00:18:22	00:49:45	00:16:25	00:00:00	01:36:53
TVP KIELCE	00:09:40	00:14:15	00:09:14	00:09:25	00:14:50	00:18:35	00:00:00	00:00:00	00:14:59
TVP KATOWICE	00:09:17	00:07:23	00:09:15	00:00:00	00:08:28	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:26:36
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	00:32:31	00:27:00	00:37:47	00:26:01	00:40:23	00:00:00	00:15:05	00:00:00	01:27:23
TVP GDAŃSK	00:09:10	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP BYDGOSZCZ	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:19:26	00:00:00	00:00:00	00:00:00	01:27:31
TVP BIAŁYSTOK	00:28:16	00:00:00	00:26:00	00:15:19	00:12:18	00:00:00	00:15:20	00:00:00	01:18:27
SUMA	03:47:56	02:34:06	03:54:57	02:44:51	03:43:42	01:47:29	01:50:24	01:08:40	11:40:36

Dane w tabeli porównujemy w kolumnach – która stacja łącznie poświęciła najwięcej czasu danej partii.

2.3.2. Goście bezpartyjni wg stacji

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienie gości bezpartyjnych komentujących przebieg kampanii wyborczej. W opisywanej grupie widoczne były różne kategorie osób, z których najliczniej reprezentowani byli:

- kandydaci niezależni, popierani przez lokalne stronnictwa polityczne;
- badacze i wykładowcy akademicy (głównie politolodzy i socjologowie oraz eksperci merytoryczni w temacie dyskusji – ekonomiści);
- przedstawiciele organizacji pozarządowych;
- sędziowie i komisarze wyborczy;
- przedstawiciele społeczności lokalnej (uczniowie);
- dziennikarze.

W badanych materiałach zwraca uwagę zerowy poziom tzw. celebrytyzacji dyskursu – nieobecna była (widoczna w relacji z wyborów na poziomie ogólnopolskim) kategoria gości aktorów czy muzyków komentujących tematykę wyborczą.

Podobnie jak w przypadku wyborów ogólnopolskich mocno eksponowana była grupa kandydatów bezpartyjnych (w ujęciu względnym, tutaj także dominująca w ujęciu bezwzględnym pod kątem czasu ekspozycji). Drugą grupą powszechnie obecną i w mediach ogólnopolskich i lokalnych byli komentatorzy – badacze (socjologowie, politolodzy, ekonomiści). Podobnie jak w przypadku wyborów ogólnopolskich widoczna była grupa komentatorów dziennikarzy i jednocześnie (analogicznie jak w TV ogólnokrajowej) mało widoczna była grupa urzędników i osób pracujących w instytucjach samorządowych.

Nową grupą, która pojawiła się w tym zestawieniu, byli przedstawiciele komisji wyborczych – komisarze i sędziowie, którzy w części audycji prezentowali informacje o charakterze edukacyjnym, dotyczące specyfiki przebiegu procesu wyborczego, rodzajów kart do głosowania czy prognozowanych terminów publikacji wyników wyborów.

Szczegółowe zestawienie gości bezpartyjnych – wraz z ich sumaryczną ekspozycją minutową w badanej próbie – obejmuje:

Imię i nazwisko gościa	Stacja	Sposób przedstawienia gościa	Czas ekspozycji
Robert Żyliński	TVP BIAŁYSTOK	kandydat Komitetu Wyborczego Wyborców Robert Żyliński „Rozbudźmy Białystok”	00:16:48
Tadeusz Truskolaski	TVP BIAŁYSTOK	zgłoszony przez Komitet Wyborczy Wyborców Tadeusza Truskolaskiego	00:15:31
Artur Kazimierz Milewski	TVP BIAŁYSTOK	kandydat Komitetu Wyborczego Wyborców Współpraca i Zaufanie	00:14:40
Tomasz Jan Bilbin	TVP BIAŁYSTOK	Kandydat Komitetu Wyborczego Wyborców Blok Samorządowy	00:12:43
Czesław Renkiewicz	TVP BIAŁYSTOK	z Komitetu Wyborczego Wyborców „Z Renkiewiczem dla Suwałk”	00:12:23
Małgorzata Dajnowicz	TVP BIAŁYSTOK	profesor (...), kierownik Zakładu Współczesnych Doktryn Politycznych Uniwersytetu w Białymstoku	00:06:22
Krzysztof Matela	TVP BYDGOSZCZ	doktor (...) przedstawiciel środowiska pracodawców	00:18:26
Jan Adamiak	TVP BYDGOSZCZ	doktor (...) – Katedra Finansów i Rachunkowości, Wyższa Szkoła Bankowa	00:13:50
Wojciech Knieć	TVP BYDGOSZCZ	doktor habilitowany (...) Instytut Socjologii UMK w Toruniu	00:13:44
Tomasz Marcysiak	TVP BYDGOSZCZ	doktor (...) socjolog, Wyższa Szkoła Bankowa w Bydgoszczy	00:11:26
Krzysztof Ślebioda	TVP BYDGOSZCZ	Pracownia Zrównoważonego Rozwoju w Toruniu	00:10:41
Radosław Sajna	TVP BYDGOSZCZ	doktor (...) politolog i medioznawca, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy	00:10:06
Mikołaj Rusiński	TVP BYDGOSZCZ	Toruńska Inicjatywa Obywatelska	00:09:18
Krzysztof Krzywak	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	Komitet Wyborczy Wyborców Bezpartyjni Aktywni Kompetentni	00:15:58
Krzysztof Garwoliński	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	Komitet Wyborczy Wyborców Ruch Narodowy	00:15:12
Agnieszka Opalińska	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	Komitet Wyborczy Wyborców Lepsze Lubuskie – Bezpartyjny Samorząd	00:15:10
Ireneusz Madej	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	z Komitetu Wyborczego Wyborców Solidarność i Madej	00:11:12
Jacek Wójcicki	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	z Komitetu Wyborczego Wyborców Ludzie dla Miasta	00:10:53
Tadeusz Jędrzejczak	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	z Komitetu Wyborczego Wyborców Jędrzejczak. Kandydaci na prezydenta Gorzowa	00:09:02
Andrzej Zabłocki	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	kandydat na burmistrza Witnicy z Komitetu Wyborczego Wyborców Witnica 2000	00:05:19
Józef Rubacha	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	obecny burmistrz, Komitet Wyborczy Wyborców Józefa Rubachy	00:04:37
Marcin Krupa	TVP KATOWICE	Komitet Wyborczy Wyborców Forum Samorządowe i Piotr Uszok	00:08:54
Jerzy Ziętek	TVP KATOWICE	Komitet Wyborczy Wyborców	00:08:52

		Jerzego Ziętka	
Krystyna Doktorowicz	TVP KATOWICE	Komitet Wyborczy Wyborców My z Katowic	00:08:50
Tomasz Wciślik	TVP KIELCE	Inne partie	00:09:23
Witold Sokała	TVP KIELCE	doktor (...), politolog z Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach	00:05:36
Romuald Malinowski	TVP KRAKÓW	Komitet Wyborczy Wyborców Wspólnota Patriotyzm Solidarność	00:15:49
Jacek Kwiatkowski	TVP KRAKÓW	z Małopolskiego Instytutu Samorządu Terytorialnego i Administracji w Krakowie	00:15:06
Janusz Majcherek	TVP KRAKÓW	profesor (...), publicysta, politolog, socjolog związany z Uniwersytetem Pedagogicznym w Krakowie	00:14:52
Jacek Bańka	TVP KRAKÓW	dziennikarz Radia Kraków specjalizujący się w tematyce samorządowej	00:10:47
Piotr Legutko	TVP KRAKÓW	publicyści (...), „Gość Niedzielny”	00:08:56
Marta Szostkiewicz	TVP KRAKÓW	publicyści (...), Radio Kraków	00:07:42
Przemysław Bolechowski	TVP KRAKÓW	publicyści, zakopiańska redakcja Radia Kraków	00:06:02
Magdalena Kuczyńska	TVP LUBLIN	sędzia (...), komisarz wyborczy w Lublinie	00:08:52
Marcin Zamoyski	TVP LUBLIN	prezydent Zamościa	00:07:29
Janusz Grobel	TVP LUBLIN	prezydent Puław	00:07:02
Andrzej Czapski	TVP LUBLIN	prezydent Białej Podlaskiej	00:06:31
Dariusz Łaska	TVP ŁÓDŹ	Komitet Wyborczy Wspólnota Patriotyzm Solidarność	00:09:38
Marek Wojtera	TVP ŁÓDŹ	Komitet Wyborczy Rolnika Marka Wojtery	00:09:22
Czesław Jerzy Małkowski	TVP OLSZTYN	Komitet Wyborczy Wyborców Czesława Jerzego Małkowskiego	00:13:03
Piotr Grzymowicz	TVP OLSZTYN	Komitet Wyborczy Wyborców Piotra Grzymowicza	00:13:01
Dorota Białowąg	TVP OLSZTYN	dyrektor delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Olsztynie	00:07:42
Marcin Kubol	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:11:06
Tymoteusz Surynt	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:10:20
Tadeusz Rabsztyń	TVP OPOLE	komitet Wspólnota, Patriotyzm, Solidarność, kandydat do sejmiku	00:09:53
Arkadiusz Kamiński	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:07:27
Kamil Klecha	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3	00:07:12

		w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	
Aleksandra Wójtowicz	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:06:48
Arkadiusz Gajos	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:06:40
Maximilian Moryt	TVP OPOLE	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	00:05:10
Jarosław Pucek	TVP POZNAŃ	Komitet Wyborczy Ryszarda Grobelnego „Teraz Wielkopolska”	00:14:49
Rafał Drozdowski	TVP POZNAŃ	profesor doktor habilitowany (...) socjolog poznańskiego uniwersytetu	00:06:06
Jacek Pokładecki	TVP POZNAŃ	z doktorem (...), politologiem z Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza	00:05:55
Tadeusz Ferenc	TVP RZESZÓW	brak	00:09:58
Marta Niewczas	TVP RZESZÓW	brak	00:07:08
Krzysztof Prendecki	TVP RZESZÓW	brak	00:05:19
Małgorzata Jacyna-Witt	TVP SZCZECIN	kandydatka komitetu wyborczego jej imienia	00:09:18
Piotr Krzystek	TVP SZCZECIN	bezpartyjny, Komitet Wyborczy Piotra Krzystka	00:08:15
Przemysław Urbański	TVP SZCZECIN	kandydat Komitetu Wygrajmy Szczecin!	00:07:18
Artur Wezgraj	TVP SZCZECIN	kandydat Komitetu Lepszy Koszalin	00:06:45
Konrad Rytel	TVP WARSZAWA	Komitet Wyborczy Mazowiecka Wspólnota Samorządowa – lista numer 10	00:07:53
Alicja Rosiak	TVP WROCŁAW	kandydat na prezydenta Wałbrzycha (...), Wałbrzyska Wspólnota Samorządowa	00:12:02
Konrad Rychlewski	TVP WROCŁAW	brak	00:07:00
Leszek Balcerowicz	TVP WROCŁAW	profesor (...), były prezes Narodowego Banku Polskiego, były minister finansów	00:06:59
Marzena Cichorz	TVP WROCŁAW	doktor, politolog z Uniwersytetu Wrocławskiego	00:06:48
Magdalena Koziół	TVP WROCŁAW	„Gazeta Wyborcza”	00:06:35
Filip Marczyński	TVP WROCŁAW	Radio Wrocław	00:05:31
Tomasz Owczarek	TVP WROCŁAW	brak	00:05:28
Aldona Wiktorska-Święcka	TVP WROCŁAW	Bezpartyjni Samorządowcy	00:05:26

Robert Bogusławski	TVP WROCŁAW	Solidarność Walcząca	00:04:38
Marcin Rybak	TVP WROCŁAW	„Gazeta Wrocławska”	00:04:19

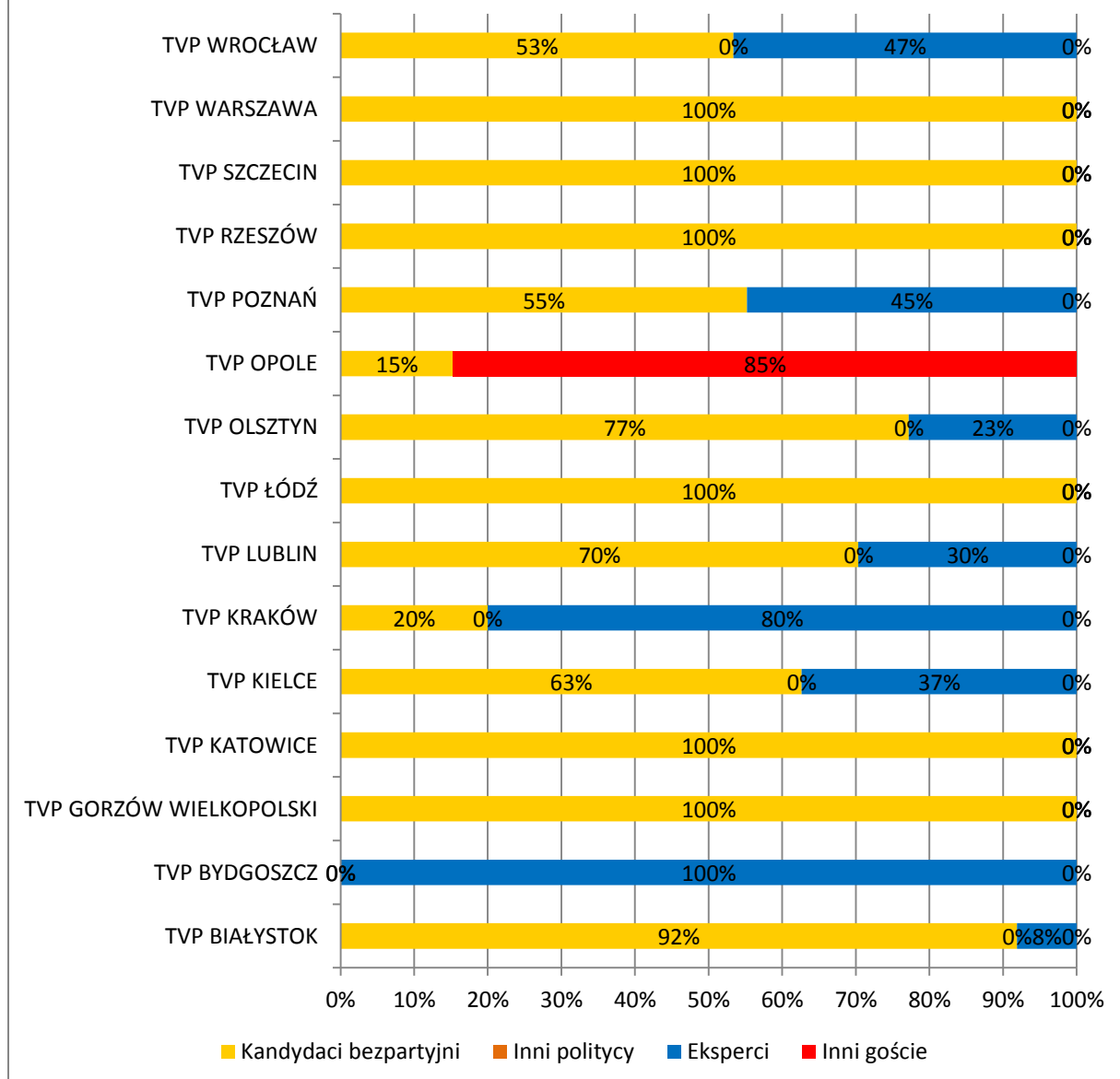
Na kolejnych stronach znajdują się także szczegółowe informacje o poszczególnych kategoriach osób uwzględnionych w ramach grupy „bezpartyjnych”. W kluczu kodowym do badania grupa ta została podzielona na cztery kategorie:

- kandydat bezpartyjny w wyborach;
- inny polityk bezpartyjny lub aktywista;
- ekspert merytoryczny;
- inni (przedstawiciele społeczności lokalnej).

Czasy bezwzględnej ekspozycji gości bezpartyjnych				
	Kandydaci bezpartyjni	Inni politycy	Eksperci	Inni goście
TVP BIAŁYSTOK	01:12:05	00:00:00	00:06:22	00:00:00
TVP BYDGOSZCZ	00:00:00	00:00:00	01:27:31	00:00:00
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	01:27:23	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP KATOWICE	00:26:36	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP KIELCE	00:09:23	00:00:00	00:05:36	00:00:00
TVP KRAKÓW	00:15:49	00:00:00	01:03:25	00:00:00
TVP LUBLIN	00:21:02	00:00:00	00:08:52	00:00:00
TVP ŁÓDŹ	00:30:33	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP OLSZTYN	00:26:04	00:00:00	00:07:42	00:00:00
TVP OPOLE	00:09:53	00:00:00	00:00:00	00:54:43
TVP POZNAŃ	00:14:49	00:00:00	00:12:01	00:00:00
TVP RZESZÓW	00:22:25	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP SZCZECIN	00:31:36	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP WARSZAWA	00:07:53	00:00:00	00:00:00	00:00:00
TVP WROCŁAW	00:34:34	00:00:00	00:30:12	00:00:00
SUMA	06:50:05	00:00:00	03:41:41	00:54:43

W zestawieniu widać, że czas ekspozycji gości bezpartyjnych był nierówno rozłożony między badane anteny – kandydatów z tej grupy najmocniej eksponowano w TVP Białystok oraz TVP Gorzów Wielkopolski, eksperci byli najmocniej obecni w TVP Bydgoszcz oraz TVP Kraków, z kolei inni goście w TVP Opole.

Struktura ekspozycji gości bezpartyjnych



Porównanie struktury czasu ekspozycji między poszczególnymi OTVP wskazuje na dużą zbieżność (zupełnie odwrotnie niż w przypadku TV ogólnopolskich, gdzie modele zapraszania gości bezpartyjnych były bardzo zróżnicowane) między poszczególnymi stacjami. W większości anten dominowali goście bezpartyjni – kandydaci (co zapewne miało związek ze specyfiką wyborów i ogromnym zróżnicowaniem stronnictw politycznych mających lokalny zakres działania). Jedyne telewizje, jakie wyłamały się z tego modelu, to TVP Opole (która nadała program z bardzo eksponowanym udziałem młodych ludzi – uczniów) oraz TVP Kraków i TVP Bydgoszcz, gdzie przewagę nad

kandydatami bezpartyjnymi mieli goście zaklasyfikowani jako eksperci (badacze, komisarze wyborczy, dziennikarze).

Taka struktura doboru gości bezpartyjnych jest zdaniem zespołu realizującego badanie wprost konsekwencją specyfiki wyborów do samorządu, które cechują się dużym zróżnicowaniem i rozdrobnieniem komitetów, z którym z trudem lub w ogóle nie radzą sobie telewizje ogólnopolskie (skupiając się na stronnictwach o ogólnopolskim zakresie działalności i wrywkowo traktując komitety lokalne). Jak widać z powyższych zestawień, regionalne OTVP mają bardzo dużą rolę do odegrania w zagwarantowaniu pełnego pluralizmu reprezentacji stronnictw politycznych w tak specyficznym obszarze, jakim są wybory samorządowe, których z racji prostych ograniczeń logistycznych nie są w stanie w pełni (nawet w przybliżeniu) zrelacjonować telewizje ogólnopolskie.

2.4. Prowadzący audycje

W tej części raportu pragniemy pokazać i omówić kilka kluczowych kwestii związanych z doborem i zachowaniem prowadzących badane audycje publicystyczne. Zestawienie to ma za zadanie wskazać, którzy dziennikarze najczęściej mieli okazję prowadzić programy o tematyce wyborczej, a także jak rozkładały się łączne, zagregowane zachowania dziennikarzy (związane z używaniem nacechowanych, ocennych sformułowań i gestykulacji oraz zadawaniem pytań gościom programów i sposobem prowadzenia sporu – retoryka i erotetyka).

W sumie badane audycje prowadziło 39 dziennikarzy obojga płci. Pełna tabela wystąpień dziennikarzy obejmuje:

Prowadzący	Stacja	Liczba prowadzonych wydań audycji
Katarzyna Oborska-Marciniak	TVP OPOLE	4
Albert Bystroński	TVP WROCŁAW	3
Agnieszka Drązkowska	TVP LUBLIN	3
Mateusz Karkoszka	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	3
Mariusz Rytel	TVP BIAŁYSTOK	2
Karolina Jakobsche	TVP WARSZAWA	2
Paweł Wiśniewski	TVP SZCZECIN	2
Grzegorz Boratyn	TVP RZESZÓW	2
Dariusz Baranik	TVP SZCZECIN	2
Małgorzata Dzieciniak	TVP POZNAŃ	2
Witold Żurawicki	TVP OPOLE	2
Maciej Wróbel	TVP OLSZTYN	2
Alicja Popiel	TVP KRAKÓW	2
Michał Rykowski	TVP KIELCE	2
Barbara Kuraszkiewicz-Machniak	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	2
Mariusz Kluszczyński	TVP BYDGOSZCZ	2
Miłka Skalska	TVP WARSZAWA	2
Magdalena Gołaszewska	TVP BIAŁYSTOK	1
Paulina Wąsińska	TVP WROCŁAW	1
Maciej Rosiński	TVP WROCŁAW	1
Paweł Wilk	TVP WROCŁAW	1
Grzegorz Miśtal	TVP WARSZAWA	1
Bartłomiej Pomianowski	TVP POZNAŃ	1
Robert Chodyła	TVP POZNAŃ	1
Witold Żurawicki	TVP OPOLE	1

Marta Gołąb-Kocięcka	TVP OLSZTYN	1
Małgorzata Gałka	TVP OLSZTYN	1
Magdalena Kamińska	TVP ŁÓDŹ	1
Marta Pietrasiewicz	TVP LUBLIN	1
Małgorzata Orłowska	TVP LUBLIN	1
Iwona Sitnik-Kornecka	TVP KRAKÓW	1
Magdalena Drohomirecka	TVP KRAKÓW	1
Elżbieta Dziewięcka-Mąkosa	TVP KIELCE	1
Piotr Rogoziński	TVP KIELCE	1
Iwona Flanczewska-Rogalska	TVP KATOWICE	1
Andrzej Loch	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	1
Małgorzata Rakowiec	TVP GDAŃSK	1
Anna Trzecińska	TVP BYDGOSZCZ	1
Grażyna Rakowicz	TVP BYDGOSZCZ	1

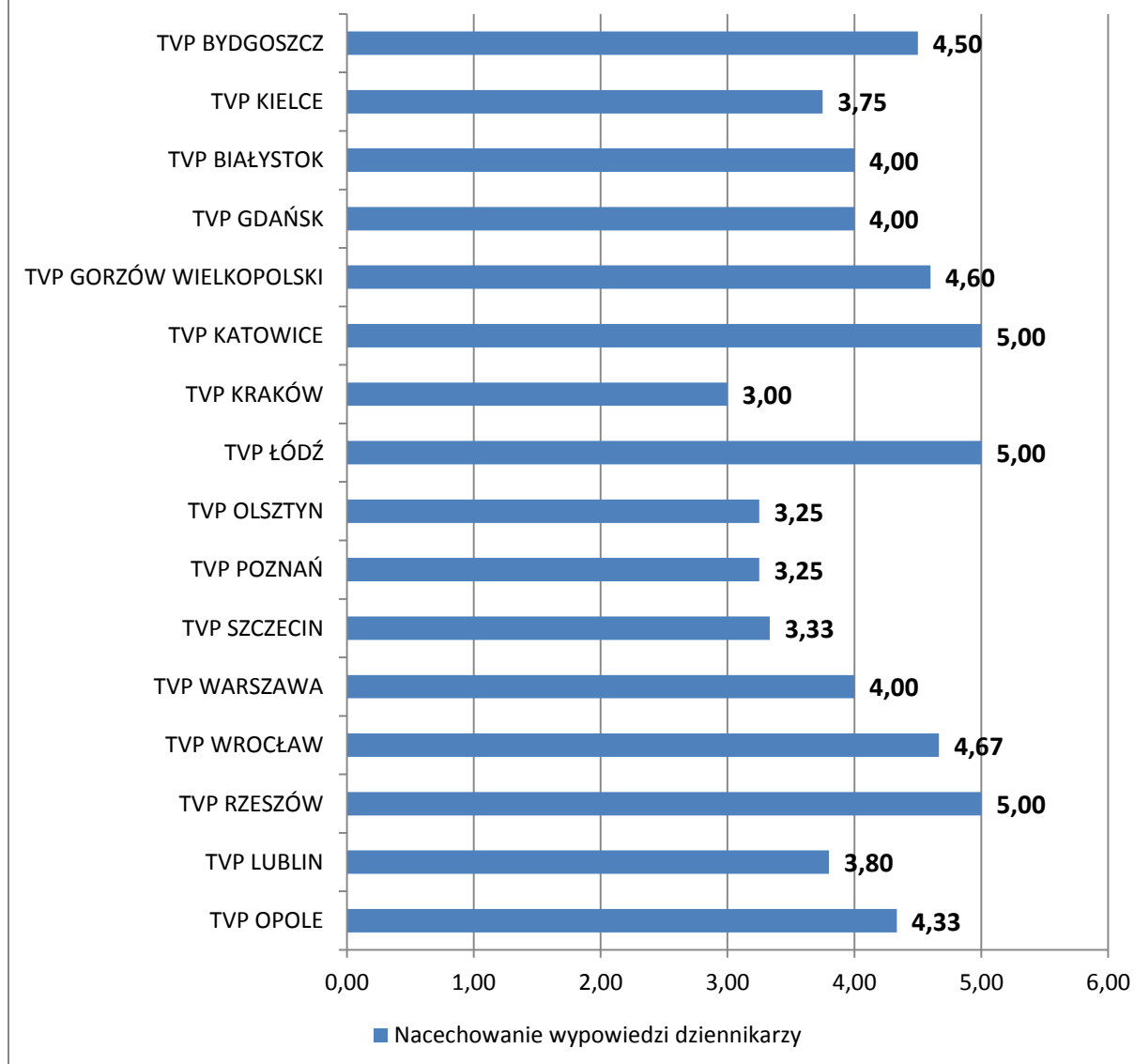
Podobnie jak w poprzednich edycjach badania zachowany jest niemal idealny parytet płci wśród prowadzących – 50 proc. badanych audycji prowadziły dziennikarki, a 50 proc. dziennikarze.

2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi i zachowań niewerbalnych prowadzących wg stacji

W toku analizy ilościowej posłużono się także indeksem nacechowania języka dziennikarzy, którego zadaniem było przekrojowe pokazanie tego, w jakim stopniu dziennikarze danej stacji posługują się językiem neutralnym, bez wyrażeń nacechowanych (niskie wartości wskaźnika), lub wręcz odwrotnie – językiem zawierającym wiele wyrażeń wartościujących, emotywnych (wysokie wartości wskaźnika, nawet jeżeli wyrażenia nie są używane wobec gości programu)⁶.

⁶ Wszelkie przyjęte definicje operacyjne poszczególnych wskaźników oraz miar zawarte są w arkuszach kalkulacyjnych – bazach znajdujących się w dyspozycji KRRiT.

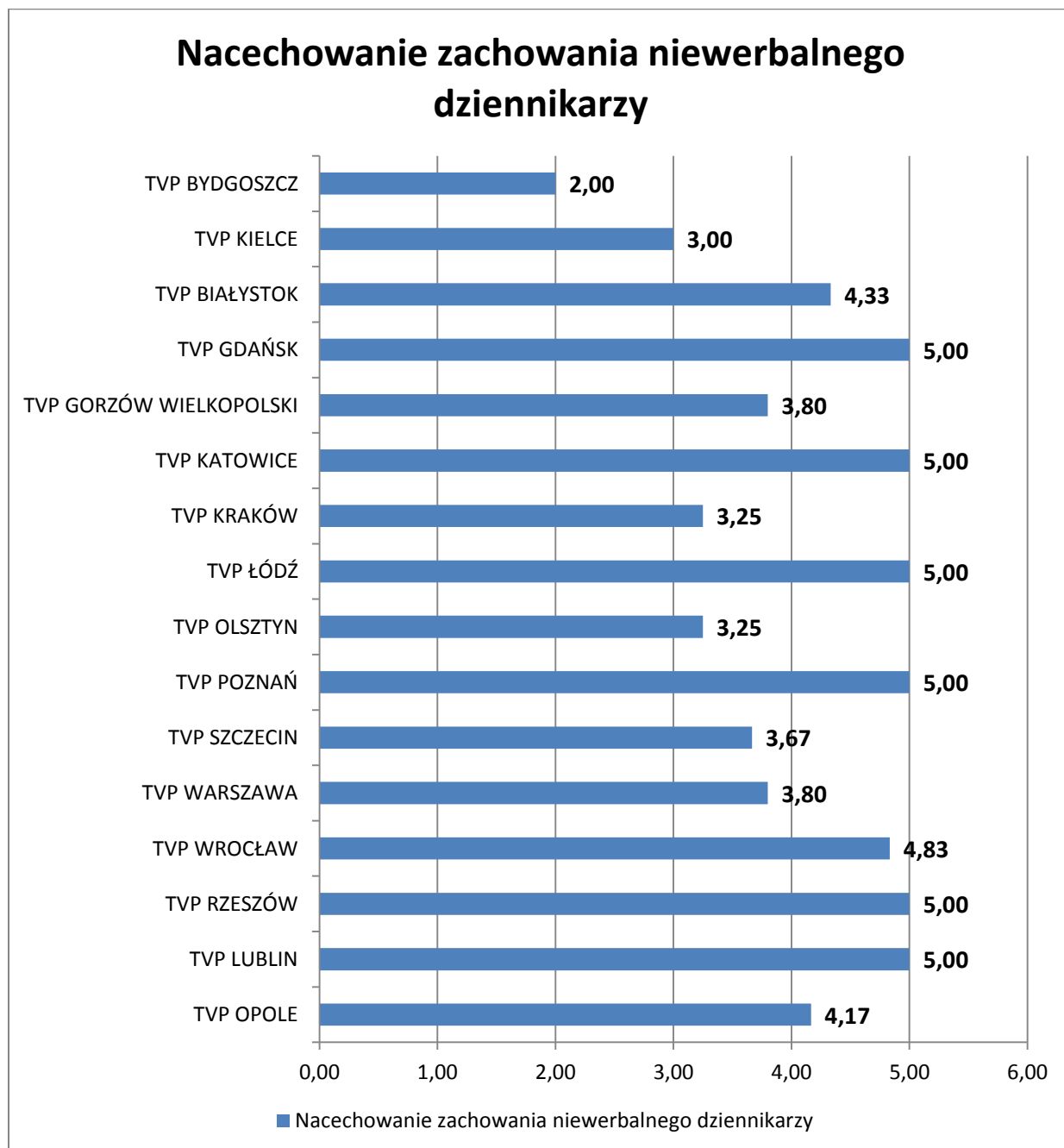
Nacechowanie wypowiedzi dziennikarzy



W badanym okresie dziennikarze audycji objętych monitoringiem uzyskali bardzo zróżnicowane (bardziej niż dziennikarze stacji ogólnopolskich) wyniki w zakresie nacechowania. Wartości skrajne, wskazujące na powszechność użycia języka nacechowanego w audycjach, uzyskali dziennikarze TVP Katowice, TVP Łódź oraz TVP Rzeszów. Najniższe wartości uzyskali dziennikarze TVP Kraków, TVP Olsztyn, TVP Poznań oraz TVP Szczecin.

Drugim indeksem ujętym w tej części badania był indeks nacechowanych zachowań niewerbalnych, obejmujący m.in. posługiwanie się wyrazistą, oceną mimiką, gestykulacją czy zachowania parawerbalne (modulację tonu głosu, znaczące

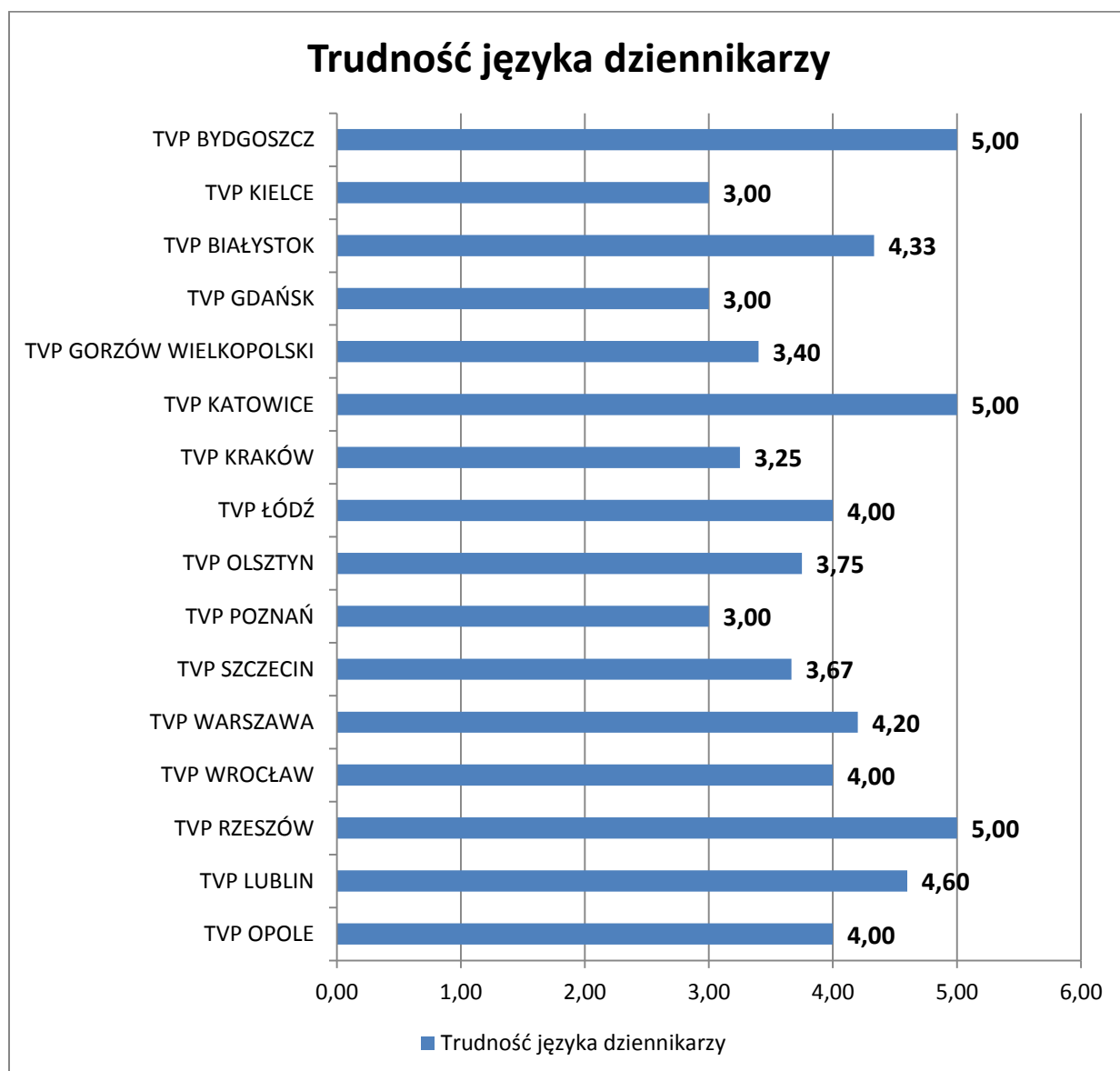
pochrząkiwanie itd.). Wartości tego wskaźnika były tym wyższe, im wyższe było natężenie tego typu zachowań u obserwowanych dziennikarzy.



W przypadku zachowań niewerbalnych także widoczne jest bardzo wysokie zróżnicowanie rezultatów uzyskanych przez przedstawicieli poszczególnych anten. Wartości skrajne uzyskali dziennikarze TVP Gdańsk, TVP Katowice, TVP Łódź, TVP Poznań, TVP Rzeszów oraz TVP Lublin. Najniższy wynik uzyskali dziennikarze TVP Bydgoszcz, niskie wartości nacechowania zostały zaobserwowane także w przypadku dziennikarzy TVP Kielce oraz TVP Kraków i TVP Olsztyn.

2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących wg stacji

W badaniu posłużono się dwiema miarami opisującymi stopień trudności języka używanego przez dziennikarzy w analizowanych audycjach. Pierwszą z nich był autorski indeks w skali od 1 do 5, gdzie poszczególne poziomy zależały od natężenia użycia wyrazów złożonych (liczących ponad 4 sylaby i/lub pochodzących z różnego rodzaju profesjolektów czy terminologii specjalistycznych, np. ekonomicznych lub prawniczych).



Zestawienie danych z tego wskaźnika sugeruje, że dziennikarze TVP Bydgoszcz, TVP Katowice i TVP Rzeszów posługiwali się w badanych materiałach najbardziej złożonym

językiem. Najniższe wartości uzyskali dziennikarze TVP Kielce, TVP Gdańsk oraz TVP Poznań, co wskazuje na relatywnie najrzadsze użycie profesjonalnej terminologii.

Pomocniczą miarą zrozumiałości tekstu (obok nacechowania kodowanego w sposób jakościowy) był tzw. indeks mglistości⁷, czyli miara opracowana przez Amerykanina Roberta Gunninga i używana do oceny złożoności różnego rodzaju tekstów (od informacji prasowych i tekstów marketingowych aż po teksty dziennikarskie i prawne)⁸. Wszystkie wypowiedzi dziennikarzy-prezenterów zostały spisane w formie transkrypcji, następnie pełne bazy transkrypcji dla każdej stacji zostały poddane analizie według odpowiedniego algorytmu.

Dla badanej próbki wartości indeksu wyliczone w oparciu o transkrypcje wypowiedzi dziennikarzy (a zatem obrazujące złożoność ich języka) są następujące:

Indeks mglistości wyliczony w oparciu o dokładne transkrypcje	
TVP OPOLE	12,01
TVP LUBLIN	13,48
TVP RZESZÓW	12,23
TVP WROCŁAW	12,86
TVP WARSZAWA	15,51
TVP SZCZECIN	14,43
TVP POZNAŃ	14,67
TVP OLSZTYN	15,06
TVP ŁÓDŹ	16,74
TVP KRAKÓW	13,01
TVP KATOWICE	15,55
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	16,84
TVP GDAŃSK	11,86
TVP BIAŁYSTOK	17,14
TVP KIELCE	14,43
TVP BYDGOSZCZ	15,85

Wartości indeksu mglistości mogą być w przybliżeniu interpretowane jako liczba lat nauki potrzebnych do zrozumienia danego tekstu. Za wartość graniczną przyjmuje się

⁷ Jest on obliczany jako ważony stosunek liczby wyrazów trudnych (mających ponad 4 sylaby) do liczby wszystkich wyrazów w tekście, wyrażony jest w punktach posiadających przybliżoną interpretację w postaci liczby lat nauki niezbędnych dla zrozumienia danego tekstu.

⁸ R. Gunning, *The Technique of Clear Writing*, McGraw-Hill, New York 1952.

ok. 13 punktów, co stanowi próg zrozumiałości tekstu dla osób bez wyższego wykształcenia.

Analizując wyniki z indeksu mglistości, można zauważyć, że badane audycje posługują się generalnie trudniejszym językiem niż ich ogólnopolskie odpowiedniki, dość wyraźnie różnią się też między sobą (rozrzut prawie 5 punktów). Większość stacji osiąga także wyniki powyżej 13 pkt, co wskazuje na relatywnie zawężony (w porównaniu z audycjami w stacjach ogólnopolskich czy np. prasą tabloidową, dla której także wyliczono w języku polskim wartość tego wskaźnika) zakres odbiorców zdolnych z pełnym zrozumieniem odebrać przekaz tworzony przez dziennikarza.

2.4.3. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg stacji

W przypadku tego badania w większości analizowanych audycji widoczna była dominacja pytań o informacje, co wyraźnie odróżnia sposób realizacji audycji publicystycznych w regionalnych ośrodkach TVP od sposobu tworzenia podobnych audycji w stacjach ogólnopolskich.

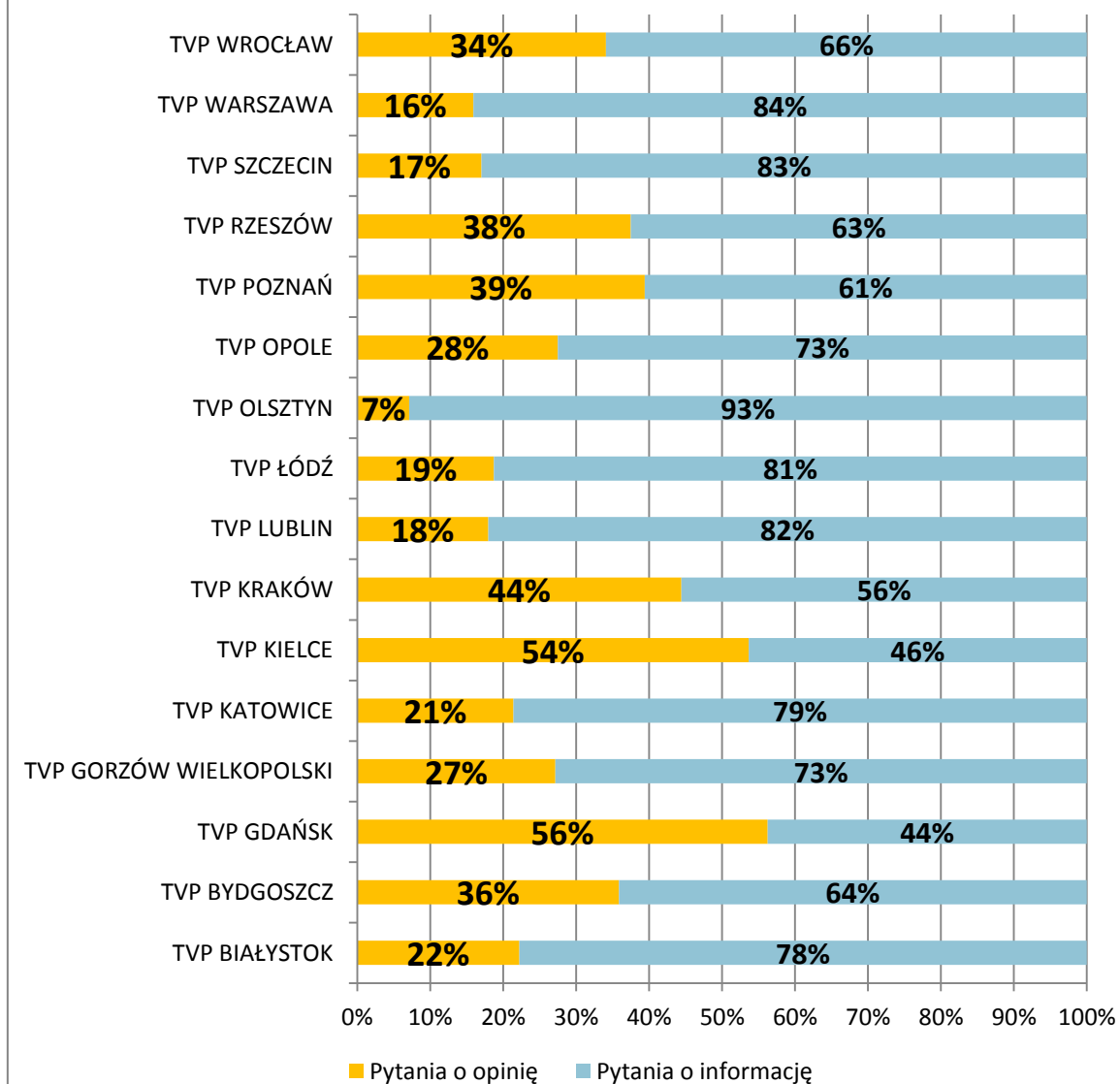
Najwyższe wartości natężenia pytań o informację uzyskali dziennikarze TVP Olsztyn, TVP Szczecin, TVP Warszawa oraz TVP Lublin. Najniższe, zbliżone do TV ogólnopolskich wartości natężenia pytań o informację uzyskali dziennikarze TVP Kielce i TVP Gdańsk (odpowiednio 54 proc. dla TVP Kielce i 56 proc. dla udział pytań o opinię).

Powyższe obserwacje wyraźnie korelują z danymi dotyczącymi tematyki audycji, uprawdopodobniając hipotezę o występowaniu złożonego zjawiska autoreferencyjności w narracji medialnej, którego dwoma wymiarami są dobór tematyki audycji (który może być mniej lub bardziej skupiony na zagadnieniach merytorycznych lub metatematach, takich jak strategie i przebieg działań promocyjnych w kampanii wyborczej) oraz sposób zadawania pytań w audycjach (który może być albo skupiony na pytaniach o informację, niosących ze sobą dodatkową wartość poznawczą dla widza i możliwych do weryfikacji na poziomie prawda-falsz, albo zorientowany na pytania o opinię, na które odpowiedzi są z definicji niemożliwe do oceny w kategoriach prawdziwości).

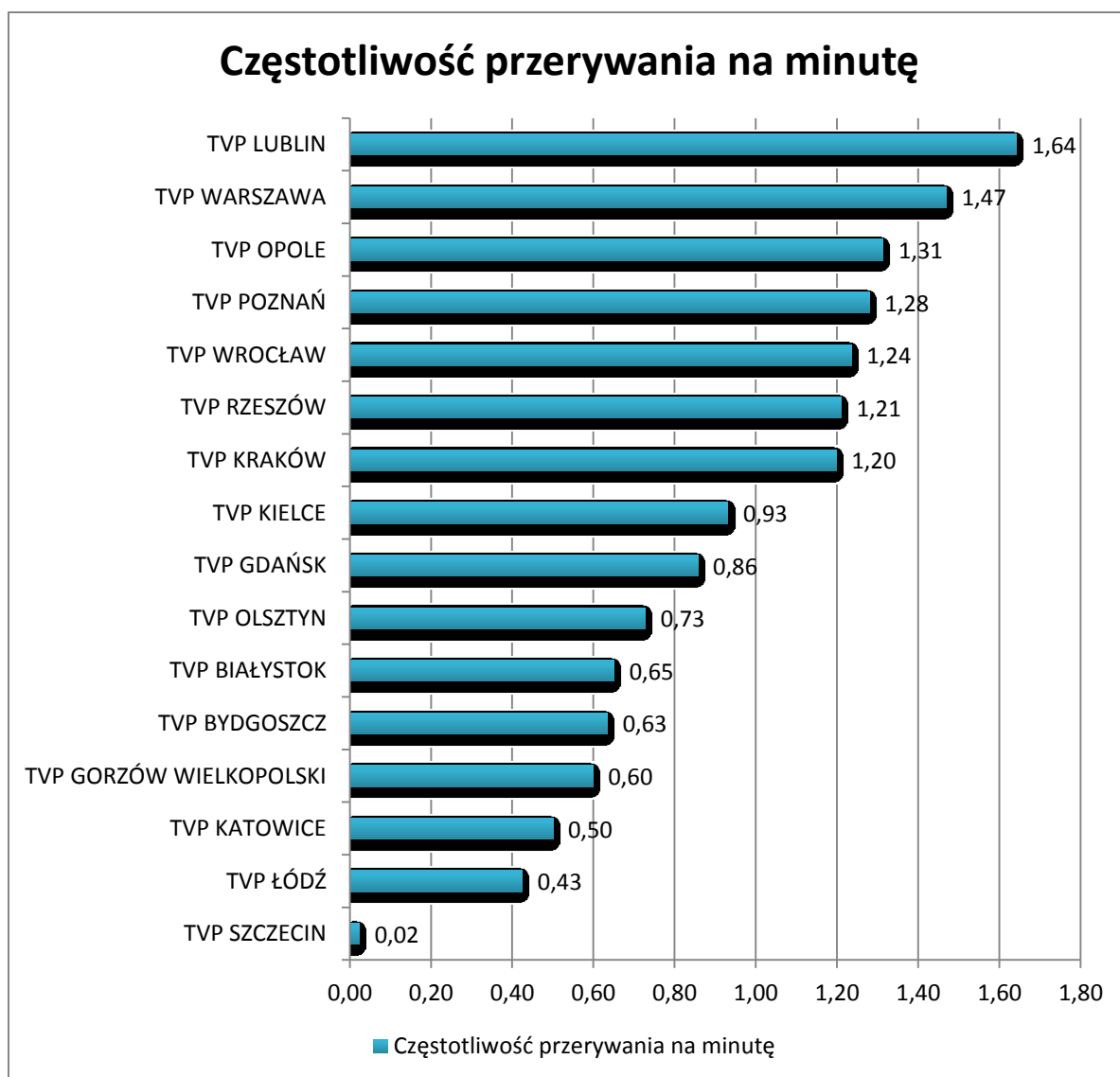
W zakresie rodzajów pytań stacje regionalne także uzyskały skrajnie zróżnicowane wyniki, co wskazuje na wyraźną wewnętrzną niejednorodność tego rodzaju telewizji i konieczność indywidualnego traktowania każdego ośrodka w kategoriach oceny poziomu audycji, bez możliwości prostego uogólnienia wniosków na całą populację regionalnych OTVP.

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienia najważniejszych wskaźników przekrojowo prezentujących style zadawania pytań o informacje i opinie, a także interwencji dziennikarskich (przerywania – zarówno skutecznego, jak i nieskutecznego – wypowiedzi gości, prowadzącego do zmiany tematu lub odzyskania kontroli nad dyskusją przez dziennikarza – zarówno werbalne, jak i pozawerbalne [próby uciszania gości dłońmi etc.]).

Strategie zadawania pytań wg anten



W powyższym zestawieniu najwyższą orientacją na informację cechują się dziennikarze TVP Olsztyn, TVP Szczecin, TVP Warszawa oraz TVP Lublin i TVP Łódź. Najrzadziej takie pytania zadają prowadzący audycje w TVP Kielce i TVP Gdańsk.



Najwyższe wskaźniki interwencji dziennikarskich uzyskali prowadzący w TVP Lublin, TVP Warszawa oraz TVP Opole, najniższe zaś w TVP Łódź, TVP Katowice oraz TVP Szczecin.

W poniższym zestawieniu w syntetyczny i uproszczony sposób zaprezentowano styl prowadzenia narracji w poszczególnych stacjach.

	Częstotliwość przerywania gościom	Częstotliwość pytań o informację	Dominujący styl dziennikarski
TVP BIAŁYSTOK	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP BYDGOSZCZ	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP GDAŃSK	Średnia	Niska	Nastawiony na opinię
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP KATOWICE	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP KIELCE	Wysoka	Niska	Konfrontacyjny, nastawiony na opinię
TVP KRAKÓW	Średnia	Niska	Nastawiony na opinię
TVP LUBLIN	Niska	Wysoka	Ustępujący, nastawiony na informację
TVP ŁÓDŹ	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP OLSZTYN	Średnia	Wysoka	Nastawiony na informację
TVP OPOLE	Wysoka	Średnia	Konfrontacyjny
TVP POZNAŃ	Wysoka	Niska	Konfrontacyjny, nastawiony na opinię
TVP RZESZÓW	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP SZCZECIN	Niska	Wysoka	Ustępujący, nastawiony na informację
TVP WARSZAWA	Wysoka	Wysoka	Konfrontacyjny, nastawiony na informację
TVP WROCŁAW	Średnia	Średnia	Wyważony

Jako wysokie lub niskie były kwalifikowane wyniki odpowiednio z czwartego i pierwszego kwartyła w danym parametrze opisującym stacje.

2.5. Strona edytorska audycji

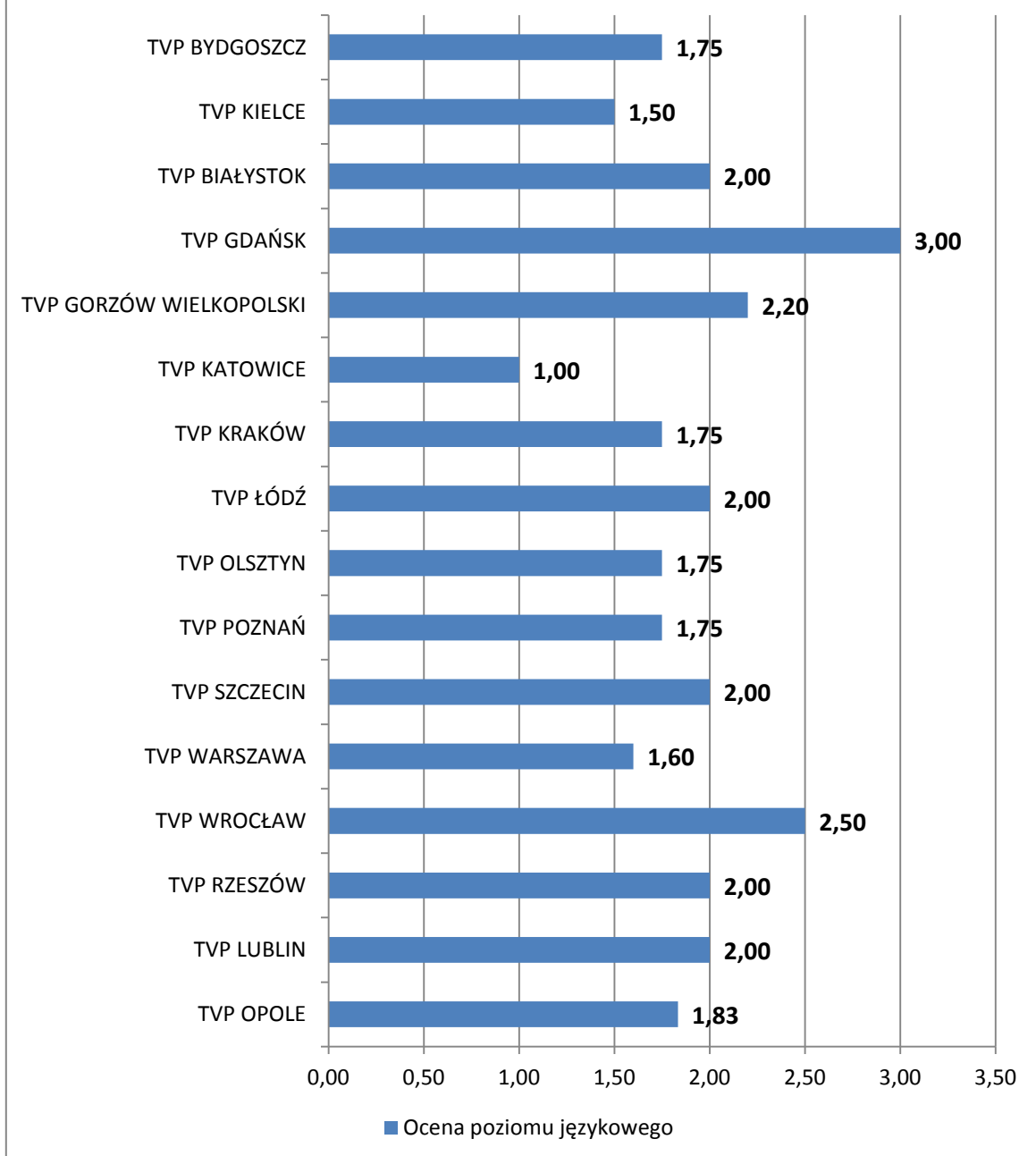
Czynnikiem w relatywnie niskim stopniu różnicującym badane audycje publicystyczne była strona edytorska i warsztatowa ich przygotowania. Dane ilościowe i jakościowe z monitoringu wskazują na dość wyrównany, wysoki poziom audycji i niską częstotliwość błędów operatorskich, montażowych czy związanych z oświetleniem w studiu (z wyjątkiem TVP Rzeszów, która uzyskała wysoki wynik na skali problemów technicznych w badanych audycjach [m. in. błędy w odmianie nazwisk gości, problemy z kadrowaniem, problemy z uzyskaniem równomiernej głośności wszystkich mikrofonów zbierających wypowiedzi gości]).

Ocena poziomu językowego audycji jest nieco bardziej skomplikowana, a to przede wszystkim z powodu sporadycznie pojawiających się i odnotowanych w toku analizy błędów językowych (głównie związanych z niewłaściwą odmianą i problemami ze zgodnością przypadków i form czasownikowych, także z naruszeniami łączliwości wyrazów oraz ogólną niedbałością mówienia). Wartości tego wskaźnika są ogólnie niewysokie, ale zauważalnie wyższe niż w przypadku audycji na antenach TV ogólnopolskich.

Obie cechy audycji (poziom edytorski i językowy) zostały opisane za pomocą indeksów przyjmujących wartości od 1 (poziom idealny, brak zastrzeżeń) do 5 (bardzo poważne zastrzeżenia i oczywiste błędy widoczne w danym obszarze).

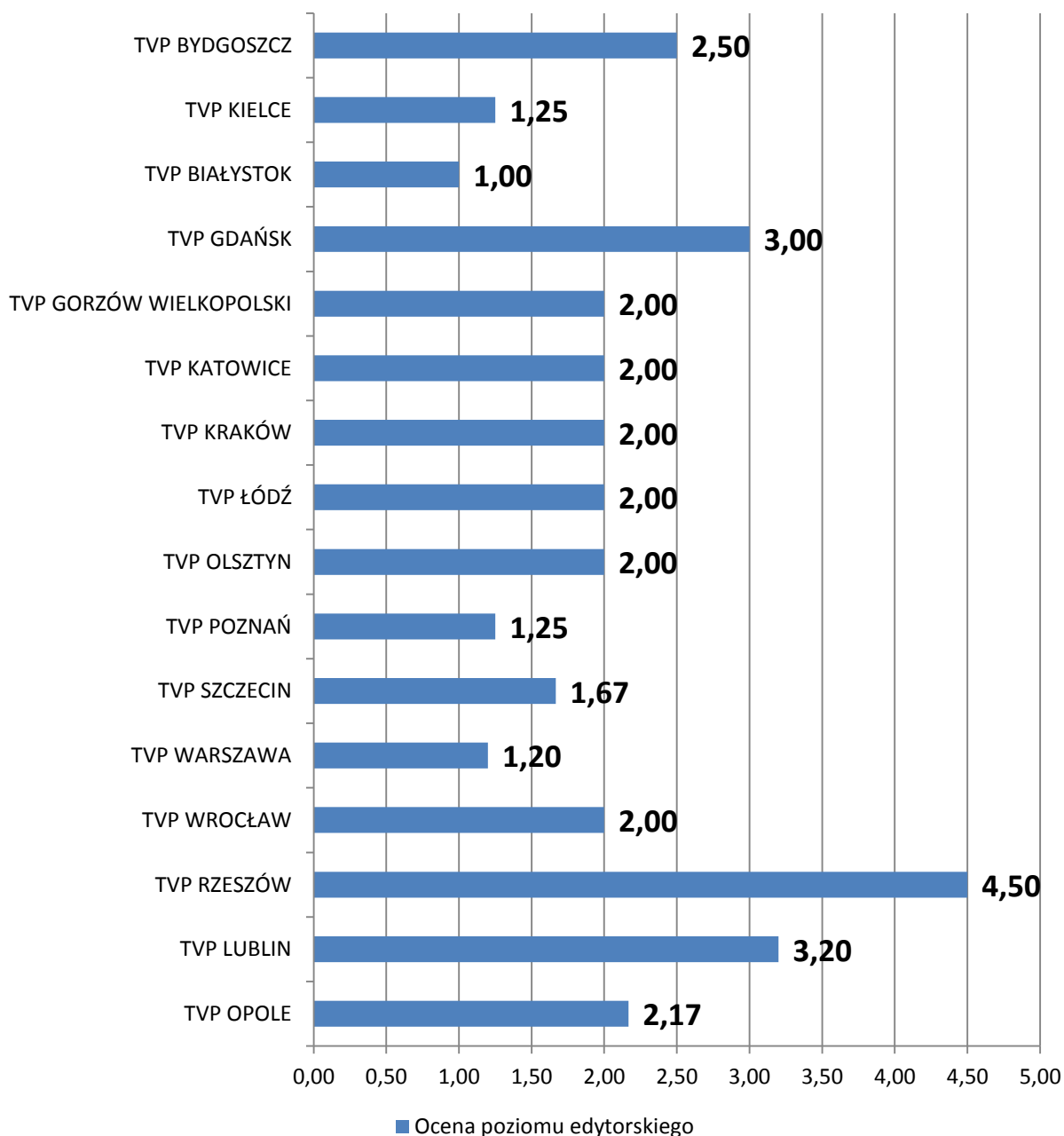
Powyższe kategorie – poziomy od 1 do 5 – były różnicowane liczbowo, tzn. przez liczbę popełnianych błędów – językowych/edytorskich. Im ich więcej, tym wyższą notę otrzymywała dana audycja.

Ocena poziomu językowego



W tym zestawieniu najwyższe wyniki (wskazujące na największe natężenie błędów) uzyskały TVP Gdańsk oraz TVP Wrocław, najniższe wartości zaś TVP Katowice (brak jakiegokolwiek zarejestrowanego błędu), TVP Kielce i TVP Warszawa.

Ocena poziomu edytorskiego



W tym zestawieniu najwyższe wskaźniki liczby błędów edytorskich osiągnęły TVP Rzeszów oraz TVP Gdańsk, najniższe zaś TVP Białystok (bezbłędna realizacja badanych audycji), a także TVP Kielce, TVP Poznań i TVP Warszawa.

3. Część analityczna

Część analityczna raportu stanowi prezentację wybranych wskaźników ilościowych i obserwacji z analizy jakościowej badanych materiałów publicystycznych. Z racji obszerności zgromadzonego materiału analitycznego raport skupia się przede wszystkim na kluczowych informacjach prezentujących tematykę programu, sposób relacjonowania wyborów w danej audycji oraz zróżnicowanie sylwetek i stylów prowadzenia dyskusji przez poszczególnych dziennikarzy. Wszelkie miary i zestawienia na dowolnym poziomie szczegółowości są możliwe do rozpoznania na podstawie baz danych stanowiących załączniki do niniejszego raportu i znajdujących się w dyspozycji KRRiT. Należy nadmienić, że niniejszy raport – stanowiący syntezę całego procesu badawczego – zawiera wybrane zmienne oraz indeksy, które są możliwe do wygenerowania z przygotowanych baz. Pogłębienie określonych obserwacji jest możliwe dzięki kartom programowym dedykowanym każdej audycji z osobna, w których zawarto szczegółowe obserwacje i wnioski. Dokumenty te również znajdują się w dyspozycji regulatora.

3.1.1. TVP BIAŁYSTOK – *Bez kantów. Debata*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Mariusz Rytel – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Mariusz Rytel – dziennikarz odnosi się z szacunkiem; ma neutralny stosunek do gościa.

Dobór gości:

- Artur Kazimierz Milewski;
- Bożena Kamińska;
- Czesław Renkiewicz;
- Grzegorz Gorlo;
- Jan Dobrzyński;
- Kamil Żebrowski;
- Karol Korneluk;
- Krzysztof Bil-Jaruzelski;
- Małgorzata Dajnowicz;
- Robert Żyliński;
- Tadeusz Truskolaski;
- Tomasz Szeweluk.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Strategia współpracy nowego prezydenta miasta Suwałki z nową radą miasta.
- Strategia współpracy nowego prezydenta miasta Białystok z nową radą miasta.
- Rola prezydenta w funkcjonowaniu administracji miasta.
- Najważniejsze inwestycje miejskie.
- Potencjał naukowy i badawczy Suwałk.
- Wsparcie rozwoju lokalnych przedsiębiorstw.
- Autoprezentacja kandydatów.

3.1.2. TVP BIAŁYSTOK – Rozmowa dnia

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Magdalena Gołaszewska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Magdalena Gołaszewska – dziennikarka jest wyjątkowo życzliwie nastawiona wobec gościa. Zadaje pytania i wyraża komentarze parafrazujące słowa gościa oraz aprobujące. Dodaje szczegóły pomocne w wypowiedzi gościa.

Dobór gości:

- Tomasz Jan Bilbin.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Ocena lokalnej kampanii samorządowej w województwie podlaskim.
- Czym kierują się wyborcy podczas dokonywania wyboru?
- Ingerencja polityków krajowych w politykę samorządową.
- Przewidywana frekwencja w wyborach samorządowych.

3.2.1. TVP BYDGOSZCZ – *Rozmowa dnia*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:50/20:45, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Anna Trzcńska – 1 wydanie;
- Grażyna Rakowicz – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Anna Trzcńska – dziennikarz ma neutralny stosunek do gościa.
- Grażyna Rakowicz – dziennikarka przez większość rozmowy wydaje się mieć neutralne podejście do gościa, zadaje wygodne pytania o opinię na temat omawianych zjawisk. W następnej części rozmowy zadaje pytania mało wygodne i prowokacyjne. Na koniec rozmowy prowokacyjnie komentuje wypowiedź gościa.

Dobór gości:

- Dorota Glaza;
- Teresa Piotrowska.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Działania samorządu w Bydgoszczy na rzecz rodzin wielodzietnych.
- Rządowy kontrakt dla województwa kujawsko-pomorskiego.
- Inicjatywy samorządów.
- Perspektywa działań samorządu w Bydgoszczy.
- Odpowiedzialność włodarzy miast i województw za rozwój regionu.
- Kandydat PO na marszałka województwa kujawsko-pomorskiego.
- Zmiana lokalizacji jednostek rządowych podległych wojewodzie.
- Najważniejsze cele w pracy minister spraw wewnętrznych.
- Ocena pracy policji podczas Marszu Niepodległości.

3.2.2. TVP BYDGOSZCZ – *Samorządni*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 17:45, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Mariusz Kluszczyński – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Mariusz Kluszczyński – dziennikarz jest bezstronny w programie, zachowuje się podobnie w stosunku do wszystkich gości.

Dobór gości:

- Jan Adamiak;
- Krzysztof Matela;
- Krzysztof Ślebioda;
- Mikołaj Rusiński;
- Radosław Sajna;
- Tomasz Marcysiak;
- Wojciech Knieć.

Tematykacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Obietnice wyborcze jako narzędzie kampanii wyborczej.
- Wybory samorządowe – przygotowania w obwodach wyborczych, formalności.
- Czy obywatele mogą zmieniać rzeczywistość? Charakterystyka wyborów samorządowych.
- Marketing polityczny na poziomie samorządowym.
- Zauważalność kampanii wyborczej.
- Rozwiązania dla przedsiębiorców a samorząd.
- Kompetencje samorządów.
- Sondaż dla „Gazety Wyborczej” przed wyborami (wyniki dla Bydgoszczy i Torunia) – samorządowe spekulacje.
- Wpływ krajowej polityki na wybory samorządowe.
- Kadencyjność wójtów, burmistrzów i prezydentów (przykład prezydenta Zaleskiego z Torunia, a siła władzy radnych).
- Partyjność na poziomie samorządów.
- Frekwencja i wpływ wyborców na realne zmiany.

3.3.1. TVP GDAŃSK – Forum Panoramy

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Małgorzata Rakowiec – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Małgorzata Rakowiec – dziennikarka jest wyjątkowo uprzejma dla gościa, bardzo często się uśmiecha, zadaje proste pytania afirmujące jego sprawowanie urzędu.

Dobór gości:

- Maciej Kobyliński.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Były prezydent Słupska.
- Inwestycje w Słupsku.
- Kadencyjność prezydentów, burmistrzów, wójtów.
- Problem emigracji i bezrobocia.
- Poparcie dla wiceprezydenta w wyborach na prezydenta Słupska.

3.4.1. TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI – *Karty na stół. Ring* (debata przedwyborcza)

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:35, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Andrzej Loch – 1 wydanie;
- Mateusz Karkoszka – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Andrzej Loch – dziennikarz ma neutralny, wyważony stosunek do gościa.
- Mateusz Karkoszka – dziennikarz prawie w każdym przypadku jest neutralny wobec gościa, uprzejmy, od czasu do czasu próbuje rozluźnić atmosferę.

Dobór gości:

- Agnieszka Opalińska;
- Beata Kurek;
- Czesław Fiedorowicz;
- Elżbieta Polak;
- Ireneusz Madej;
- Jacek Wójcicki;
- Krystyna Sibińska;
- Krzysztof Garwoliński;
- Krzysztof Krzywak;
- Maciej Szykuła;
- Marek Surmacz;
- Mirosław Rajter;
- Rafał Zapadka;
- Robert Paluch;
- Tadeusz Jędrzejczak;
- Tomasz Wontor.

Tematyżacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Najważniejsze wyzwania województwa lubuskiego.
- Problemy i rozwiązania dla regionalnych kolei.
- Uatrakcyjnienie i rewitalizacja centrum Gorzowa Wielkopolskiego.
- W jaki sposób Gorzów Wielkopolski może konkurować z Zieloną Górą?
- Problemy pracodawców oraz pracowników w Gorzowie Wielkopolskim.
- Problemy mieszkaniowe w Gorzowie Wielkopolskim.
- Utworzenie akademii w Gorzowie Wielkopolskim.
- Zarządzanie węzłami komunikacyjnymi nieopodal Gorzowa Wielkopolskiego.
- Sport w Gorzowie Wielkopolskim.

3.4.2. TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI – *Karty na stół*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:16, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Barbara Kuraszkiewicz-Machniak – dziennikarka zachowaniami niewerbalnymi sugeruje życzliwe podejście. Jednak, mimo tego, często polemizuje z gościem, udowadnia, że rozwiązania proponowane przez gościa są niewystarczające.
- Mateusz Karkoszka – dziennikarz prawie w każdym przypadku jest neutralny wobec gościa, uprzejmy, od czasu do czasu próbuje rozluźnić atmosferę.

Styl interakcji z gościem:

- Barbara Kuraszkiewicz-Machniak – 2 wydania;
- Mateusz Karkoszka – 2 wydania.

Dobór gości:

- Aleksandra Jasicka;
- Andrzej Zabłocki;
- Henryk Ostrowski;
- Joanna Werstler-Wojtaszek;
- Józef Rubacha;
- Krystyna Sibińska;
- Tadeusz Jędrzejczak;
- Wacław Maciuszonek.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Kampania wyborcza w Gorzowie Wielkopolskim.
- Najważniejsze problemy Żar.
- Problemy Szprotawy.
- Program wyborczy kandydatów na stanowisko prezydenta Gorzowa Wielkopolskiego.
- Wykorzystanie pieniędzy – projekt skanalizowania Gorzowa, budowa wodociągów.
- Ogromna zachorowalność na raka w Żarach.
- Działania mające zmniejszyć zanieczyszczenie powietrza.
- Kosztowne inwestycje – budowa kanalizacji.
- Kadencyjność samorządu.
- Wyzwania dla Witnicy.

3.5.1. TVP KATOWICE – *Forum regionu. Samorządowa debata wyborcza*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Iwona Flanczewska-Rogalska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Iwona Flanczewska-Rogalska – dziennikarz odnosi się z szacunkiem do gościa. Ma do niego życzliwie neutralny stosunek.

Dobór gości:

- Adam Stach;
- Andrzej Sośnierz;
- Arkadiusz Godlewski;
- Jerzy Ziętek;
- Krystyna Doktorowicz;
- Marcin Krupa;
- Marek Szczerbowski.

Tematyżacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Problemy demograficzne.
- Rozwój Katowic.
- Rewitalizacja Katowic.
- Ulepszenie transportu miejskiego i zwiększenie poziomu bezpieczeństwa.
- Program wyborczy kandydatów na prezydenta miasta Katowice.
- Opieka nad osobami niepełnosprawnymi, chorymi i starszymi.
- Racjonalne wydawanie funduszy unijnych.

3.6.1. TVP KIELCE – *Bez demagogii*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Michał Rykowski – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Michał Rykowski – dziennikarz ma neutralny stosunek do gościa, sporadycznie przerywa jego wypowiedzi, zachowuje dystans.

Dobór gości:

- Piotr Żołądek;
- Andrzej Poterała;
- Dawid Lewicki;
- Ewa Sajor;
- Grzegorz Świerszcz;
- Henryk Milcarz;
- Tomasz Wciślik;
- Włodzimierz Witkowski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Infrastruktura – drogi, kolej, lotnisko w Obicach.
- Służba zdrowia.
- Odwrócenie trendu niskiego przyrostu naturalnego i emigracji.
- Priorytety poszczególnych uczestników debaty.

3.6.2. TVP KIELCE – *Głos dnia*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Elżbieta Dziewięcka-Mąkosa – 1 wydanie;
- Michał Rykowski – 1 wydanie;
- Piotr Rogoziński – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Elżbieta Dziewięcka-Mąkosa – dziennikarka odnosi się z szacunkiem do gościa. Na początku rozmowy wymienia jego atuty, jednak w dwóch momentach krytykuje jego obietnice.
- Michał Rykowski – dziennikarz ma neutralny stosunek do gościa, sporadycznie przerywa jego wypowiedzi, zachowuje dystans.
- Piotr Rogoziński – dziennikarz przez większość audycji jest życzliwie i przyjaźnie nastawiony wobec gościa – uśmiecha się. Na początku zadaje proste i wygodne pytania, natomiast później zaczyna wchodzić w delikatną polemikę.

Dobór gości:

- Grzegorz Świt;
- Jerzy Pyrek;
- Witold Sokała.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Atuty i obietnice kandydatów.
- Podsumowanie kampanii wyborczej.
- Propozycje zmian w mieście.
- Problemy demograficzne i z rynkiem pracy.
- Inwestycje sportowe.
- Upartyjnienie kampanii samorządowej.
- Wybory do sejmiku województwa świętokrzyskiego – przewidywania wyniku.
- Afera madrycka i jej szkodliwość lub korzyści w kampanii samorządowej.
- Pomysł dwukadencyjności władzy samorządowej.

3.7.1. TVP KRAKÓW – *Debata wyborcza*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Alicja Popiel – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Alicja Popiel – dziennikarka ma neutralny stosunek wobec gości. Przytakuje ich argumentom, ale też często przerywa, próbując polemizować, jeśli się z nimi nie zgadza.

Dobór gości:

- Andrzej Haręźlak;
- Dariusz Chmiel;
- Jacek Bańka;
- Jacek Kwiatkowski;
- Janusz Majcherek;
- Kamil Banasik;
- Kazimierz Wójcik;
- Marek Sowa;
- Paweł Kalisz;
- Piotr Plebańczyk;
- Rafał Kudas;
- Rafał Łatka;
- Romuald Malinowski;
- Witold Śmiałek.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Kompetencje poszczególnych podmiotów samorządowych.
- Obowiązki i finansowanie poszczególnych podmiotów samorządowych.
- Świadomość samorządowa młodych.
- Przyczyny niskiej frekwencji samorządowej.
- Budżety obywatelskie i aktywizacja obywateli.
- Transport i komunikacja małopolska.
- Walka bezrobociem i rozwój Małopolski.
- Problemy ekologiczne regionu.
- Fundusze unijne i inwestycje.

3.7.2. TVP KRAKÓW – Region [Małopolska]. Ludzie, sprawy, opinie

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Iwona Sitnik-Kornecka – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Iwona Sitnik-Kornecka – dziennikarka jest pozytywnie nastawiona do gościa. Cały program jest prowadzony w formie koleżeńskiej rozmowy.

Dobór gości:

- Marta Szostkiewicz;
- Piotr Legutko;
- Przemysław Bolechowski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Braki w małopolskiej kampanii samorządowej (głównie krakowskiej).
- Postulaty w zakopiańskiej kampanii samorządowej.
- Pomysły na kampanie konkretnych kandydatów na prezydenta Krakowa.
- Podsumowanie sondaży dotyczących małopolskich wyborów samorządowych.

3.7.3. TVP KRAKÓW – *Polityka bliżej*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:55, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Magdalena Drohomirecka – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Magdalena Drohomirecka – dziennikarka odnosi się do każdego gościa w sposób neutralny, jej rola sprowadza się tylko do kierowania dyskusją oraz zadawania pytań.

Dobór gości:

- Władysław Kosiniak-Kamysz.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Kontrakt terytorialny, program dla Małopolski.
- Szanse dla młodych w Krakowie.
- Program *Gwarancje dla młodych*.
- Punkty programu PSL przed wyborami samorządowymi.

3.8.1. TVP LUBLIN – *Między sejmem i sejmikiem*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 17:30, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Agnieszka Drączkowska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Agnieszka Drączkowska – dziennikarka odnosi się do gości z szacunkiem, chwali działania, uśmiecha się.

Dobór gości:

- Agata Fisz;
- Andrzej Czapski;
- Janusz Grobel;
- Marcin Zamoyski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Ostatnia kadencja w Zamościu.
- Pozycja Chełma w rankingach.
- Puławy – sukcesy kadencji, środki unijne.
- Biała Podlaska – jakość życia i finanse.
- Bezrobocie w Chełmie.
- Wyzwania przed Puławami.

3.8.2. TVP LUBLIN – *Pytania Panoramy*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:30, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Małgorzata Orłowska – 1 wydanie;
- Marta Pietrasiewicz – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Małgorzata Orłowska – dziennikarka odnosi się z szacunkiem do gościa; ma do niego neutralny stosunek.
- Marta Pietrasiewicz – dziennikarka mocno kontroluje dyskusję, pobudza kontrowersyjne wypowiedzi gości, dba o zachowanie dystansu i krytycznej postawy wobec gości.

Dobór gości:

- Grzegorz Muszyński;
- Krzysztof Żuk;
- Magdalena Kuczyńska.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Zarzuty dla prezydenta Lublina.
- Czym różnią się wybory samorządowe od parlamentarnych?
- Kampania wyborcza – PiS.
- Temat samochodów służbowych.
- Pieniądze na inwestycje.
- Lokale wyborcze dostosowane dla osób niepełnosprawnych – głosowanie korespondencyjne, pełnomocnictwo.
- Jak znaleźć odpowiedni lokal wyborczy?
- Jak głosować, żeby głos był ważny?

3.8.3. TVP LUBLIN – *Wybory samorządowe 2014*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:45, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Agnieszka Drączkowska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Agnieszka Drączkowska – dziennikarka na początku odnosi się do gościa neutralnie, potem trochę życzliwiej i częściej prosi go o zabranie głosu.

Dobór gości:

- Krzysztof Żuk;
- Sławomir Sosnowski;
- Marian Kowalski;
- Zofia Buchajczuk;
- Artur Soboń;
- Dorota Polz-Gruszka;
- Grzegorz Muszyński;
- Krzysztof Grabczuk;
- Antoni Chrzonstowski;
- Krzysztof Kobylas;
- Riad Haidar;
- Antoni Chrzonstowski;
- Zofia Popiołek;
- Piotr Marek.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Gospodarka Lublina.
- Rozwój Lubelszczyzny.
- Bezrobocie i emigracja zarobkowa.
- Problemy Lubelszczyzny.
- Potencjał akademicki Lublina.
- Polityka zagraniczna województwa lubelskiego.
- Pomoc dla rodzin, seniorów i niepełnosprawnych.
- Służba zdrowia w województwie lubelskim.

3.9.1. TVP ŁÓDŹ – Łódzkie forum. Debata wyborcza

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Magdalena Kamińska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Magdalena Kamińska – dziennikarka odnosi się z szacunkiem do gościa, jest nastawiona neutralnie.

Dobór gości:

- Dariusz Łaska;
- Jacek Dobiesz;
- Marek Wojtera;
- Piotr Bors;
- Szymon Wiśniewski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Instrukcja głosowania w wyborach samorządowych.
- Szanse Łodzi, by stać się „ziemią obiecaną” dla przedsiębiorców.
- Obszary, w których warto lokować pieniądze z Unii Europejskiej.
- Polityka społeczna.
- Edukacja.
- Zwalczanie bezrobocia.
- Profilaktyka zdrowotna.

3.10.1. TVP OLSZTYN – *Debata wyborcza*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Maciej Wróbel – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Maciej Wróbel – dziennikarz ma neutralne podejście do gościa, co wynika też z bardzo schematycznej formuły programu. Zadaje mu pytania i dziękuje za odpowiedź bez komentowania.

Dobór gości:

- Andrzej Maciejewski;
- Andrzej Ryński;
- Anna Wasilewska;
- Czesław Jerzy Małkowski;
- Iwona Arent;
- Marcin Adamczyk;
- Piotr Grzymowicz.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Programy wyborcze.
- Problemy lokalne: hala widowiskowo-sportowa, komunikacja publiczna, ścieżki rowerowe, przedszkola, ulica Partyzantów, inwestycje dające miejsca pracy, infrastruktura drogowa – utrudnienia spowodowane budową linii tramwajowej, zamknięcie elektrociepłowni Michelin, emigracja młodych ludzi, turystyka, gospodarka komunalna, straż miejska, bezrobocie.

3.10.2. TVP OLSZTYN – *Opinie*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 17:40, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Maciej Wróbel – 1 wydanie;
- Małgorzata Gałka – 1 wydanie;
- Marta Gołąb-Kocięcka – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Maciej Wróbel – dziennikarz odnosi się do gościa z szacunkiem. Właściwie nie przerywa wypowiedzi gościa, przez co rozmowa jest zdominowana przez polityka.
- Małgorzata Gałka – dziennikarka jest uprzejma w stosunku do gościa, trochę zdystansowana, ale zdecydowanie traktuje swoją rozmówczynię jako autorytet.
- Marta Gołąb-Kocięcka – dziennikarka jest neutralna wobec gościa. Nie zadaje pytań dotyczących jego osoby, a jedynie sytuacji województwa.

Dobór gości:

- Dorota Białowas;
- Jacek Protas;
- Janusz Piechociński.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Oczekiwania młodych Polaków na rynku pracy.
- Kontrakt terytorialny i inne środki na rozwój Warmii i Mazur.
- Procedury wyborczy – instrukcje głosowania, obwody wyborcze.
- Specjalne strefy ekonomiczne na Warmii i Mazurach.
- Rozwój gospodarki na Warmii i Mazurach – Michelin, Grajewo.
- Szkolnictwo zawodowe.
- Przedsiębiorczość szansą dla polskiej gospodarki – problemy i wyzwania.
- Młodzi ludzie – wyzwanie i szansa dla Polski.
- Rozwój wschodniej Polski.
- Infrastruktura drogowa na Warmii i Mazurach.
- Pewność realizacji obietnic dla Warmii i Mazur.
- Kulisy rozmów na temat środków dla Warmii i Mazur na poziomie UE i rządowym.
- Szanse na kolejne pieniądze z UE.
- Szczegóły samego podpisania kontraktu terytorialnego.

3.11.1. TVP OPOLE – *Dwa tyki polityki*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:15, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Katarzyna Oborska-Marciniak, Witold Żurawicki – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Katarzyna Oborska-Marciniak – dziennikarka jest życzliwie i przyjaźnie nastawiona. Uśmiecha się i żartuje w celu rozluźnienia atmosfery. Przerzywa, ale głównie w celu zadania pytania konkretyzującego.
- Witold Żurawicki – dziennikarz jest życzliwie i przyjaźnie nastawiony. Próbuje być żartobliwy i zmniejszyć dystans między sobą a specyficznymi gośćmi (uczniowie z liceum) poprzez używanie kolokwializmów z języka „młodzieżowego” (np. „siara”). Dziennikarz rzadko przerywa.

Dobór gości:

- Aleksandra Wójtowicz;
- Anna Orłowska;
- Arkadiusz Gajos;
- Arkadiusz Kamiński;
- Arkadiusz Szymański;
- Grzegorz Sawicki;
- Kamil Klecha;
- Marcin Kubol;
- Maximilian Moryt;
- Tadeusz Rabsztyn;
- Tymoteusz Surynt.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Emigracja zarobkowa.
- Problem bezrobocia i niskich płac; cele pomocy społecznej.
- Ostatnia kadencja sejmiku wojewódzkiego – ocena i podsumowanie
- Wynagrodzenia radnych, burmistrzów etc. oraz ich wpływ na jakość pracy.
- Plany na inwestycje i budżet w regionie.
- Ocena kampanii przez zaproszonych licealistów.
- Przedwyborcze obietnice opolskich polityków.
- Czym młodzież kieruje się przy wyborze kandydatów, których poprze?

3.11.2. TVP OPOLE – *Rozmowa dnia. Ring wolny*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Katarzyna Oborska-Marciniak – 2 wydania;
- Witold Żurawicki – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Katarzyna Oborska-Marciniak – dziennikarka jest pozornie miła, jednak jej niektóre pytania są odrobinę lekceważące/ironiczne w stosunku do gościa (jak chociażby pytanie o wiek), a czasem takie, że gość musi się bronić przed oskarżeniami zawołowanymi między pytaniami.
- Witold Żurawicki – dziennikarz ma neutralny stosunek do gościa. Słucha z uwagą jego wypowiedzi. Przerywa jedynie ze względu na presję czasu.

Dobór gości:

- Andrzej Buła;
- Andrzej Namysło;
- Michał Tarabasz.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sylwetki kandydatów.
- Program kandydatów.
- Ocena kampanii przez kandydatów.
- Przewidywany wynik SLD.
- Plany wobec zamku w Mosznej.
- Możliwa koalicja w nadchodzącej kadencji.
- Możliwe zmiany polityczne w samorządzie.
- Ocena kampanii w Opolu.
- Apel o udział w głosowaniu.

3.12.1. TVP POZNAŃ – Wywiad Teleskopu

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina ok. 18:50, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Bartłomiej Pomianowski – 1 wydanie;
- Małgorzata Dzieciniak – 1 wydanie;
- Robert Chodyła – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Bartłomiej Pomianowski – dziennikarz odnosi się z szacunkiem do gościa, traktuje go jako eksperta, jednak często mu przerywa, co wynika z krótkiego czasu przeznaczonego na program.
- Małgorzata Dzieciniak – dziennikarz odnosi się z szacunkiem do gościa, traktuje go jako eksperta, jednak często mu przerywa, co wynika z krótkiego czasu przeznaczonego na program.
- Robert Chodyła – dziennikarz ma tendencję do zbyt częstego wchodzenia w słowo swojemu gościowi, co utrudnia odbiór audycji. W bardzo nieelegancki sposób ucisza gościa i urywa program.

Dobór gości:

- Jacek Pokładecki;
- Marek Woźniak;
- Rafał Drozdowski;

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sondaż prezydencki dla Radia Merkury.
- Pieniądze z UE dla Wielkopolski – 2,45 mld euro.
- Zasady głosowania.
- Prognozy wyborcze.
- Sondaż dotyczący wyborów do rady miasta Poznania.
- Priorytety dla Wielkopolski.
- Fundusz społeczny.
- Informacja o wyborach i frekwencja.
- Meldunek a ludzie napływowi w Poznaniu.

3.12.2. TVP POZNAŃ – *Polityczny fyrtel*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:20, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Małgorzata Dzieciniak – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Małgorzata Dzieciniak – dziennikarka ma neutralny stosunek do gości.

Dobór gości:

- Jacek Krawczykowski;
- Jarosław Pucek;
- Józef Juszkiewicz;
- Natalia Jabłońska;
- Waldemar Witkowski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Szpital dziecięcy w Poznaniu.
- Drogi wojewódzkie.
- Samorząd wojewódzki a rozwój gospodarczy Wielkopolski.

3.13.1. TVP RZESZÓW – *Konkrety i opinie. Edycja wyborcza*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Grzegorz Boratyn – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Grzegorz Boratyn – dziennikarz prezentuje bardzo zróżnicowane zachowania w zależności od gościa – od neutralnych po silnie kontrolujące i przerywające.

Dobór gości:

- Andrzej Szlachta;
- Anna Kowalska;
- Edward Słupek;
- Ewa Wasiewicz;
- Krzysztof Mazur;
- Krzysztof Predecki;
- Marta Niewczas;
- Oskar Kochman;
- Tadeusz Ferenc;
- Teresa Kubas-Hul;
- Wojciech Buczak.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Propozycje kandydatów dla młodych wyborców.
- Inwestycje w regionie podkarpackim.
- Poszerzanie granic miasta.
- Inwestycje miejskie.
- Budżet Rzeszowa i kwestia zadłużenia miasta.
- Starzenie się społeczeństwa i propozycje rozwiązania tego problemu.
- Pozytywne aspekty Podkarpacia.

3.14.1. TVP SZCZECIN – *Debata kandydatów na prezydenta Koszalina*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Paweł Wiśniewski, Dariusz Baranik – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Paweł Wiśniewski, Dariusz Baranik – dziennikarze są bardzo zdystansowani wobec swoich gości, ich zadaniem jest zadawanie pytań, niczego nie komentują, nie biorą czynnego udziału w dyskusji.

Dobór gości:

- Adam Ostaszewski;
- Anna Mętlewicz;
- Artur Wezgraj;
- Jan Kazimierz Adamczyk;
- Kyle Attenborough;
- Piotr Jedliński.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Nowe miejsca pracy w Koszalinie.
- Opieka nad starszymi osobami.
- Sprzedaż mieszkań komunalnych.
- Elektrownia w Gąskach.
- Miejsca w żłobkach.
- Korki.
- Targowiska.
- Budżet obywatelski.
- Inwestycje dla Koszalina.

3.14.2. TVP SZCZECIN – *Debata kandydatów na prezydenta Szczecina*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Paweł Wiśniewski, Dariusz Baranik – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Paweł Wiśniewski, Dariusz Baranik – dziennikarze mają neutralny stosunek wobec gości.

Dobór gości:

- Artur Szałabawka;
- Bohdan Roszkowski;
- Dawid Krystek;
- Łukasz Tyszler;
- Małgorzata Jacyna-Witt;
- Piotr Krzystek;
- Przemysław Urbański;
- Stefan Oleszczuk.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Pomysły na zatrzymanie młodych ludzi w Szczecinie.
- Problemy Szczecina.
- Opinie o zakazie pracy radnych w spółkach, liniach pospiesznych po wprowadzeniu szybkiego tramwaju miejskiego, reaktywacji nieczynnych już basenów, kampusie studenckim, straży miejskiej, mieszkaniach komunalnych, usunięciu sowieckich pomników.

3.15.1. TVP WARSZAWA – Wywiad Kuriera

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:40, próbka objęła 4 wydania audycji.

Prowadzący:

- Karolina Jakobsche – 2 wydania;
- Miłka Skalska – 2 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Karolina Jakobsche – dziennikarka ma neutralny stosunek do gościa, choć zauważa słabe strony jego propozycji, jest wnikliwa, często przerywa, by dopytać o konkrety.
- Miłka Skalska – dziennikarka odnosi się do gościa z szacunkiem. Jest wobec niego życzliwa.

Dobór gości:

- Jacek Sasin;
- Przemysław Wipler;
- Sebastian Wierzbicki;
- Zbigniew Wrzesiński.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Marsz Niepodległości – jak zabezpieczyć stolicę?
- Zachęcanie mieszkańców do płacenia podatków w stolicy.
- Pieniądze na inwestycje (źródła).
- Ustawa reprivatyzacyjna.
- Straż miejska.
- Inwestycje w Warszawie.
- Obiekty sportowe.
- Radiowo – składowisko odpadów.
- Janosikowe.
- Zarządzanie warszawskimi szpitalami.
- Strzelnica dla Warszawy.
- Zaniedbania obecnych władz Warszawy.
- Dekret Bieruta – jakie rozwiązania reprivatyzacyjne?
- Propozycja likwidacji opłat parkingowych dla mieszkańców Warszawy.
- Tęcza na pl. Zbawiciela.

3.15.2. TVP WARSZAWA – *Pod lupą*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:10, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Grzegorz Miśtał – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Grzegorz Miśtał – dziennikarz ma neutralne podejście do gościa. Ma ustalony schemat audycji, który uniemożliwia ustosunkowanie się do słów gościa.

Dobór gości:

- Adam Orliński;
- Grzegorz Pietruczuk;
- Konrad Rytel;
- Mateusz Kozłowski;
- Tomasz Bazaliński;
- Witold Kołodziejcki;
- Witold Tumanowicz;
- Wojciech Bartelski.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Czym jest sejmik województwa i jakie są jego funkcje?
- Status administracyjny Warszawy.
- Rozwój regionu.
- Pomysły na bardziej przyjazne Mazowsze dla mieszkańców.
- Zachęta do głosowania.

3.16.1. TVP WROCŁAW – Fakty, komentarze

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Paulina Wąsińska – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Paulina Wąsińska – dziennikarka odnosi się z sympatią do gości. Kiwa głową, gdy zgadza się z nimi, uśmiecha się. Jeśli przerywa, to po to, by poprzeć ich argumentację.

Dobór gości:

- Filip Marczyński;
- Magdalena Koziół;
- Marcin Rybak.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Analiza sondaży, preferencje wyborców.
- Dyskusja o sposobach na zdobywanie popularności przez polityków.
- Materiał dziennikarski – droga w Szczytnej.
- Potrzeby Wrocławia.

3.16.2. TVP WROCŁAW – *Musimy porozmawiać*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:00, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Albert Bystroński – 3 wydania.

Styl interakcji z gościem:

- Albert Bystroński – dziennikarz ma względnie neutralne podejście wobec gościa. Życzliwie się do niego uśmiecha i podsumowuje jednym zdaniem jego wypowiedzi. W pewnym momencie natrętnie zwraca gościowi uwagę, żeby odpowiedział dokładnie na postawione mu pytanie.

Dobór gości:

- Aldona Wiktorska-Święcka;
- Alicja Rosiak;
- Anna Kubica;
- Emil Antoniszyn;
- Ewa Mańkowska;
- Janusz Krasoń;
- Justyna Helcyk;
- Konrad Rychlewski;
- Michał Bobowiec;
- Mirosława Stachowiak-Różecka;
- Paweł Hreniak;
- Piotr Sosiński;
- Robert Bogusławski;
- Robert Maurer;
- Robert Winnicki;
- Szymon Heretyk;
- Tomasz Owczarek;
- Waldemar Bednarz.

Tematyżacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Problem rozwarstwienia Dolnego Śląska.
- Kwestia prywatyzacji służby zdrowia.
- Prognoza wyników.
- Rewitalizacja Wałbrzycha.
- Pomysły na przyszłość Wałbrzycha.
- Priorytety kandydatów w rozwoju Wałbrzycha.

- Proponowane zmiany we Wrocławiu.
- Wrocławski budżet.

3.16.3. TVP WROCŁAW – *Rozmowa Faktów*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina ok. 20:10, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Maciej Rosiński – 1 wydanie;
- Paweł Wilk – 1 wydanie.

Styl interakcji z gościem:

- Maciej Rosiński – dziennikarz jest uprzejmy w stosunku do gościa, uśmiecha się, zadaje pytania, które dają możliwość rozwinięcia i wyrażenia opinii.
- Paweł Wilk – dziennikarz ma neutralny stosunek do gościa, jednak można dostrzec, kiedy nie zgadza się z jego argumentami (uśmiech, pozorne potwierdzenie „no tak”).

Dobór gości:

- Leszek Balcerowicz;
- Marzena Cichorz.

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Różnice między obecną kampanią samorządową we Wrocławiu a tymi z ubiegłych lat.
- Długi gmin a świadomość społeczna – promocja strony sprawdzsamorzad.pl.
- Erozja poparcia i szanse w kampanii Rafała Dudkiewicza.
- Pęknięcie w dolnośląskim PO.
- Rywalizacja w Jeleniej Górze.
- Retoryka kandydatów.
- Zachęta do uczestnictwa w wyborach.
- Wybory samorządowe – obietnice wyborcze.
- Dług publiczny Polski.

3.17. Tabele przekrojowych wartości wskaźników dla dziennikarzy

Poniższe zestawienie stanowi przekrojowy przegląd wartości uzyskanych przez poszczególnych dziennikarzy w wybranych wskaźnikach syntetycznie opisujących zróżnicowanie stylu dziennikarskiego zaobserwowane w analizowanych audycjach. Co ważne, dane te nie mają charakteru rankingowego, ponieważ sposób ich oznaczenia (preferowane wartości zielone, wartości mniej optymalne – czerwone) wynika wprost z przyjętych w toku analizy założeń dotyczących cech optymalnego stylu dziennikarskiego w audycjach publicystycznych. Zestawienie to należy potraktować wyłącznie w celach informacyjnych i poglądowych, nie zaś jako próbę przyznawania ocen poszczególnym dziennikarzom.

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
	Skala 1-5	Skala 1-5	Skala 1-5	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż
Agnieszka Drączkowska	5,00	5,00	5,00	0,57	3,55	0,86
Albert Bystroński	4,67	5,00	4,33	1,32	5,72	1,53
Alicja Popiel	3,00	3,50	4,00	0,40	1,67	0,96
Anna Trzcńska	4,00	2,00	5,00	2,00	9,00	1,60
Andrzej Loch	5,00	5,00	5,00	0,33	tylko info	0,20
Barbara Kuraskiewicz-Machnik	5,00	4,50	3,50	1,18	4,25	0,88
Bartłomiej Pomianowski	4,00	5,00	3,00	1,13	3,50	0,63
Dariusz Baranik	3,00	3,00	4,00	0,36	4,50	0,03
Elżbieta Dziewięcka-Mąkos	4,00	2,00	2,00	1,29	2,00	1,00
Grażyna Rakowicz	4,00	1,00	5,00	1,08	2,25	0,50
Grzegorz Boratyn	5,00	5,00	5,00	0,84	1,69	1,21
Grzegorz Miśtał	5,00	1,00	5,00	0,41	16,00	0,90

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
	Skala 1-5	Skala 1-5	Skala 1-5	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż
Iwona Flanczewska-Rogalska	5,00	5,00	5,00	0,25	3,67	0,50
Iwona Sitnik-Kornecka	4,00	5,00	3,00	0,80	0,78	1,20
Karolina Jakobsche	3,00	4,00	4,50	1,62	5,17	1,61
Katarzyna Oborska-Marciniak	4,33	4,33	3,67	1,26	2,79	1,47
Maciej Wróbel	3,00	3,00	3,50	0,36	tylko info	0,37
Magdalena Drohomirecka	2,00	1,00	2,00	1,33	3,00	1,67
Magdalena Gołaszewska	5,00	5,00	4,00	1,44	0,63	1,33
Magdalena Kamińska	5,00	5,00	4,00	0,40	4,33	0,43
Małgorzata Dzieciniak	3,00	5,00	3,00	0,49	1,75	1,10
Małgorzata Gałka	3,00	3,00	3,00	1,78	15,00	1,67
Małgorzata Orłowska	2,00	5,00	3,00	0,58	tylko info	0,74
Małgorzata Rakowiec	4,00	5,00	3,00	1,14	0,78	0,86
Marcin Rosiński	5,00	5,00	4,00	1,00	2,33	0,90
Mariusz Kluszczyński	5,00	2,50	5,00	0,99	1,23	0,22
Mariusz Rytel	3,50	4,00	4,50	0,73	tylko info	0,31
Marta Gołąb-Kocięcka	4,00	4,00	5,00	1,50	tylko info	0,50
Marta Pietrasiewicz	2,00	5,00	5,00	2,70	12,50	4,90
Mateusz Karkoszka	4,33	3,33	3,33	0,55	2,14	0,41
Michał Rykowski	3,50	3,50	3,50	0,73	0,67	0,79
Miłka Skalska	4,50	5,00	3,50	1,17	3,42	1,61
Paulina Wąsińska	4,00	5,00	3,00	0,26	0,00	0,91
Paweł Wilk	5,00	4,00	4,00	1,27	1,80	1,00
Paweł Wiśniewski	3,00	3,00	4,00	0,45	6,50	0,03

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
	Skala 1-5	Skala 1-5	Skala 1-5	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż
Piotr Rogoziński	4,00	3,00	3,00	2,29	1,29	1,14
Robert Chodyła	3,00	5,00	3,00	1,43	1,50	2,29
Witold Żurawicki	4,33	4,00	4,33	0,65	4,56	1,16

Szczegółowe porównania dla poszczególnych anten pod kątem wybranych wskaźników zostały opisane na stronach niniejszego raportu. W tym miejscu zaprezentujemy jednocześnie poszczególnych dziennikarzy, którzy uzyskali łącznie najlepsze (w rozumieniu przyjętych założeń) wskazania przy wybranych, kluczowych kryteriach:

Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	
Magdalena Drohomirecka	2,00
Małgorzata Orłowska	2,00
Marta Pietrasiewicz	2,00
Alicja Popiel	3,00
Dariusz Baranik	3,00

W tym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Kraków (Magdalena Drohomirecka, Alicja Popiel), TVP Lublin (Małgorzata Orłowska, Marta Pietrasiewicz) oraz TVP Szczecin (Dariusz Baranik).

Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	
Magdalena Drohomirecka	1,00
Grażyna Rakowicz	1,00
Grzegorz Miśtał	1,00
Anna Trzcńska	2,00
Elżbieta Dziewięcka-Mąkos	2,00

W tym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Kraków (Magdalena Drohomirecka), TVP Bydgoszcz (Grażyna Rakowicz, Anna Trzcńska), TVP Warszawa (Grzegorz Miśtał) oraz TVP Kielce (Elżbieta Dziewięcka-Mąkos).

Średnia wartość wskaźnika trudności języka	
Magdalena Drohomirecka	2,00
Elżbieta Dziewięcka-Mąkos	2,00
Małgorzata Gałka	3,00
Piotr Rogoziński	3,00
Małgorzata Orłowska	3,00

W tym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Kraków (Magdalena Drohomirecka), TVP Lublin (Małgorzata Orłowska), TVP Kielce (Elżbieta Dziewięcka-Mąkos), TVP Kielce (Piotr Rogoziński) oraz TVP Olsztyn (Małgorzata Gałka).

Średnie natężenie pytań	
Marta Pietrasiewicz	2,70
Piotr Rogoziński	2,29
Anna Trzcńska	2,00
Małgorzata Gałka	1,78
Karolina Jakobsche	1,62

W powyższym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Lublin (Marta Pietrasiewicz), TVP Kielce (Piotr Rogoziński), TVP Olsztyn (Małgorzata Gałka), TVP Bydgoszcz (Anna Trzcńska) oraz TVP Warszawa (Karolina Jakobshe).

Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	
Marta Gołąb-Kocięcka	tylko info
Mariusz Rytel	tylko info
Małgorzata Orłowska	tylko info
Maciej Wróbel	tylko info
Andrzej Loch	tylko info

W powyższym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Lublin (Małgorzata Orłowska), TVP Gorzów Wielkopolski (Andrzej Loch), TVP Olsztyn (Marta Gołąb-Kocięcka), TVP Olsztyn (Maciej Wróbel) oraz TVP Białystok (Mariusz Rytel).

Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu	
Marta Pietrasiewicz	4,90
Robert Chodyła	2,29
Małgorzata Gałka	1,67
Magdalena Drohomirecka	1,67
Karolina Jakobsche	1,61

W powyższym zestawieniu najwyższe wyniki osiągnęli dziennikarze TVP Lublin (Marta Pietrasiewicz, Magdalena Drohomirecka), TVP Olsztyn (Małgorzata Gałka), TVP Poznań (Robert Chodyła) oraz TVP Warszawa (Karolina Jakobshe).

4. Podsumowanie

Podsumowanie raportu składa się z czterech głównych części:

- podsumowania i analizy porównawczej programów publicystycznych emitowanych w okresie wyborczym na poszczególnych antenach z uwzględnieniem wskaźników ilościowych obrazujących stopień realizacji misji publicznej;
- podsumowania pod kątem roli kobiet (dziennikarek i gości) w badanych programach, uwzględniając aspekty ilościowe (dla gości: frekwencja, ekspozycja, dobór z klucza partyjnego lub merytorycznego; dla dziennikarek: frekwencja, ekspozycja) i jakościowe (dla gości: sposób wypowiedzi i ich prezentacji w audycji, przyjmowane role w interakcji z dziennikarzem; dla dziennikarek: styl moderowania dyskusji, sposób wchodzenia w spór, strategie autoprezentacji). Podsumowanie to zawiera także ogólne wnioski z ilościowej i jakościowej analizy roli kobiet w publicystyce politycznej;
- analizy roli wydarzeń z dnia 11 listopada jako czynnika interferującego z relacjami dotyczącymi wyborów;
- wniosków i podsumowania zbiorczego stanowiącego panoramiczne ujęcie publicystyki politycznej w okresie kampanii wyborczej do samorządu pod kątem czynników ilościowych i jakościowych różnicujących badane anteny.

4.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT)

W zestawieniu posłużyliśmy się ostatecznie pięcioma wskaźnikami ilościowymi służącymi do porównania ze sobą wybranych anten.

W analizie porównawczej wykorzystaliśmy wskaźniki:

- pluralizmu;
- bezstronności;
- wyważenia;
- jakości;
- integralności.

W stosunku do pierwszej wersji badania zrezygnowaliśmy ze wskaźnika niezależności jako trudnego do operacjonalizacji na poziomie zawartości badanego materiału.

Wszystkie wskaźniki zostały wyliczone w oparciu o dane zebrane w trakcie badania i zestawione dla pięciu anten. Warto zaznaczyć, że z racji specyfiki okresu wyborczego i funkcjonującej w tym czasie publicystyki oraz celowego doboru materiałów do badania tylko z tego okresu wartości wskaźników i wnioski oraz oceny z nich wynikające nie mogą być ekstrapolowane poza materiał objęty badaniem (czyli w szczególności poza obszar publicystyki wyborczej w danej stacji).

4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności

Ogólne założenia stojące za przyjętymi wskaźnikami do pomiaru realizacji postulatów misyjności zawartych w art. 21 ustawy o RiTV pozostały identyczne, jak w poprzedniej edycji badania⁹. Dla porządku w tym raporcie przypomnimy założenia stojące za wskaźnikami wraz z podaniem zmian w metodologii projektu wprowadzonych w oparciu o konsultacje.

4.1.1.1. Część opisowa

Dla każdego badanego odcinka kodowane były kategorie pozwalające na jego identyfikację w badanej próbie, a także stanowiące podstawę do konstrukcji wskaźników opisujących daną audycję. Część wskaźników, zwłaszcza tych bazujących na frekwencji, dla sensownej i zrozumiałej prezentacji wymagała wykorzystania jako wagi czasu trwania audycji (tak, aby uwzględnić oczywistą obserwację, że ta sama liczba pytań czy wtrąceń dziennikarskich w materiale, który trwa o połowę krócej niż inny, powinna mieć inne znaczenie). Wskaźniki opisowe były kodowane tylko w arkuszach ilościowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania
Opis audycji	<i>Czas trwania odcinka (bez przerw reklamowych)</i>	Czas trwania w sekundach
	<i>Pora emisji</i>	Godzina emisji pierwotnej
	<i>Stacja TV</i>	Nazwa stacji
	<i>Prowadzący</i>	Imię i nazwisko
	<i>Liczba przerw reklamowych w trakcie odcinka</i>	Liczba przerw reklamowych
	<i>Czas przerw reklamowych w trakcie odcinka</i>	Czas trwania w sekundach
	<i>Średni czas trwania przerwy reklamowej</i>	Czas trwania w sekundach

⁹ www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/wybory/raport-krrit---eurowybory-2014-r----mtresearch.pdf, s. 80-88.

4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm

Pierwszą z wartości wskazanych w ustawie o RiTV, analizowaną w ramach badania, był pluralizm, zdefiniowany na poziomie operacyjnym jako zróżnicowanie doboru gości do audycji, z uwzględnieniem kryterium przynależności partyjnej. Zgodnie z tak przyjętymi kategoriami realizacją postulatu pluralizmu było zapraszanie do programów publicystycznych jak najbardziej zróżnicowanych gości i prezentowanie ich w zbliżony sposób, bez faworyzowania żadnej ze stron na poziomie statusu przedstawienia, w czasie dostępu do głosu w dyskusji czy w sposobie prezentacji przez realizatora materiału wideo.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika pluralizmu w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Pluralizm	<i>Aktor w audycji</i>	Wypisanie wszystkich gości audycji	<p>Analiza jakościowa dotycząca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sposobu prowadzenia konwersacji z każdym z polityków (analiza pytań, analiza form adresatywnych, analiza struktury i przebiegu interakcji) • analiza kontekstu doboru polityka, zestawienie osoby polityka z tematami dyskusji • analiza strony wizualnej prezentacji polityka (denotacja – opis prezentacji, konotacja – znaczenie sposobu prezentacji dla odbioru)
	<i>Sposób przedstawienia aktora</i>	Wypisanie statusu prezentacji gościa w audycji	
	<i>Czas ekspozycji</i>	Czas obecności gościa na ekranie w sekundach	
	<i>Indeksy ekspozycji aktorów</i>	Procent udziału danego gościa w łącznym czasie antenowym: a) stacji, b) łącznym	<p>Analiza jakościowa pogłębiająca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kontekst doboru partii i polityków – wyjście poza wskaźniki <i>stricte</i> ilościowe i wskazanie merytorycznych kontekstów doboru bohaterów do audycji
	<i>Indeksy ekspozycji partii</i>	Procent udziału partii reprezentowanej przez swoich polityków w łącznym czasie antenowym: a) stacji, b) łącznym	

4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność

Drugą z badanych wartości była bezstronność, czyli sposób moderowania interakcji z gośćmi programu w sposób niefaworyzujący żadnej ze stron i minimalizujący wyrażanie własnych opinii przez dziennikarza. Została ona zdefiniowana na poziomie operacyjnym za pomocą trzech głównych składowych:

- osobistego stylu komunikacji dziennikarza, uwzględniającego jego komunikaty werbalne i niewerbalne oraz stopień ich nacechowania;
- nacechowanych działań realizatora materiału wideo (czyli takich, które przez sposób realizacji komunikują wartościowanie wypowiedzi gościa¹⁰);
- interwencji dziennikarza w dyskusji, przerywających wypowiedź gościa lub zmieniających temat dyskusji w trakcie wypowiedzi gościa.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika bezstronności w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Bezstronność	<i>Określenia nacechowane w wypowiedzi dziennikarza</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza jakościowa pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> • analiza określeń kluczowych, idiolektu dziennikarskiego i stylu komunikacji wraz z oceną wpływu tego stylu na bezstronność prowadzenia audycji • analiza warstwy konotacyjnej zachowania dziennikarza – skojarzenia i oceny indukowane nie wprost poprzez sposób zachowania prowadzącego audycję
	<i>Spis określeń nacechowanych</i>	Spis określeń charakterystycznych dla dziennikarza	
	<i>Nacechowane zachowania niewerbalne dziennikarza</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	
	<i>Spis zachowań nacechowanych</i>	Spis zachowań niewerbalnych i parawerbalnych charakterystycznych dla dziennikarza	

¹⁰ Przykładem może być np. ujęcie, które w kadrze z mówiącym politykiem obejmuje jednocześnie grymas niezadowolenia wybranego gościa spośród publiczności, wywołany wypowiedzią polityka, w sytuacji, kiedy tylko jeden z goszczących w audycji polityków jest prezentowany za pomocą takich ujęć.

	Zagregowana ocena bezstronności dziennikarza	Wskaźnik oparty o wartości dla komunikacji werbalnej i niewerbalnej, określający ilościowo typ strategii komunikacyjnej dziennikarza w kontekście jego bezstronności	
	Tendencyjność montażu i ekspozycji na poziomie edytorskim w materiale wideo	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym przez eksperta w zakresie montażu telewizyjnego	Analiza jakościowa pogłębiająca: <ul style="list-style-type: none"> • nazwanie strategii realizatorskich służących wytworzeniu określonego wrażenia na widzach (podkreślenie dynamiki sporu, pokazanie oceny postaci i relacji prowadzący-goście)
	Indeks interwencji w dyskusji i własnych wypowiedzi dziennikarza	Analiza ilościowa momentów, kiedy dziennikarz przerywa wypowiedź polityka wraz z określeniem kontekstu tego przerwania	Analiza jakościowa obejmująca: <ul style="list-style-type: none"> • analizę retoryczną – strategię prowadzenia i kontrolowania dyskusji przez dziennikarza • analizę własnych wypowiedzi dziennikarza – określenie własnych poglądów widocznych w dyskusji • analizę warsztatu dziennikarskiego (dobór przykładów, cytatów, obietnic przytaczanych przez dziennikarza)
	Wskaźnik łączny bezstronności	Zagregowany wskaźnik bazujący na wariacji w wartościach oceny nacechowania wypowiedzi i liczby interwencji w dyskusji ze względu na partię, z jakiej pochodzi gość, podany dla: <ul style="list-style-type: none"> a) prowadzącego, b) audycji, c) stacji 	

4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie

Wyważenie sposobu moderowania dyskusji zostało zdefiniowane jako kodowany ilościowo stosunek dziennikarza do poszczególnych gości – od wartości ujemnych, obrazujących stosunek krytyczny, wartościujący i negację poglądów oraz osoby gościa (połączone z utrudnianiem jego wypowiedzi), do wartości dodatnich, obrazujących życzliwy, a w bardziej skrajnej postaci afirmatywny, a probujący stosunek do gościa i jego wypowiedzi (połączony z braniem jego strony w dyskusji, prezentacją korzystnych dla niego przykładów i argumentów oraz przedłużaniem czasu na wypowiedzi danego gościa).

Wskaźnik był liczony jako wariancja łączna zachowań dla dziennikarza, programu oraz stacji po to, aby maksymalnie syntetycznie zaprezentować zróżnicowanie stosunku do gości dla prowadzącego, konkretnej audycji oraz stacji telewizyjnej.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika wyważenia w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Wyważenie	<i>Zachowanie dziennikarza w stosunku do aktora</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym na skali liniowej +/-	Analiza jakościowa obejmująca: <ul style="list-style-type: none"> • analizę przykładów zachowań afirmujących/negujących w stosunku do poszczególnych polityków • analizę stylu wyrażania oceny gościa przez dziennikarza (warstwa deskryptywna i warstwa ukryta [pogłębienie analizy znaczenia zachowania dziennikarza na poziomie analizy ramowej i sposobu zadawania pytań])
	<i>Wskaźnik łączny wyważenia</i>	Zagregowany wskaźnik bazujący na uśrednionych wartościach stosunku dziennikarza do gości podany dla: a) prowadzącego, b) audycji, c) stacji	

4.1.1.5. Wartości misyjne – integralność

Integralność jako wartość opisana w ustawie została w badaniu zoperacjonalizowana jako dbałość o zrozumiałość przekazu w badanych audycjach publicystycznych, a także zachowanie jego cech gatunkowych i jednolitego poziomu edytorskiego we wszystkich badanych odcinkach. Kategorie z tego obszaru obejmowały:

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika integralności w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
<i>Integralność</i>	<i>Ocena stopnia trudności języka dziennikarza</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> określenie językowych korelatów sposobu konstruowania wypowiedzi dziennikarskiej – pokazanie zróżnicowanych strategii ramowania i nazywania zjawisk w warstwie językowej
	<i>Przykłady trudnych wyrazów</i>	Spis trudnych wyrażeń	
	<i>Model strukturalny audycji</i>	Kodowany w oparciu o przykładowe modele zidentyfikowane na etapie pilotażu	Analiza pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> określenie cech specyficznych danej audycji w obszarze jej budowy formalnej, doboru materiałów, struktury i kolejności prezentowanych treści
	<i>Kontrola nad dyskusją</i>	Kodowana jako ilość sytuacji, kiedy dziennikarz traci kontrolę nad przebiegiem dyskusji i porządkiem wypowiedzi gości	
	<i>Wskaźnik integralności</i>	Wskaźnik oparty o stopień złożoności językowej i strukturalnej audycji obrazujący zakres dostępności programu dla widzów – wyróżnienie audycji złożonych, analitycznych i popularnych, czyli upraszczających dyskurs polityczny	

4.1.1.6. Wartości misyjne – jakość

Jakość badanych programów została zdefiniowana za pomocą dwóch podstawowych, syntetycznych miar opisujących poziom językowy audycji (rozumiany jako posługiwanie się poprawną polszczyzną przez prowadzących) oraz poziom edytorski (rozumiany jako unikanie błędów w kadrowaniu, montażu oraz elementach, takich jak infografiki, belki czy podpisy gości).

W oparciu o te dwie miary został zdefiniowany wskaźnik łączny będący syntetyczną miarą porównawczą jakości różnych badanych audycji.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika jakości w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Jakość	<i>Ocena poziomu językowego</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym z pomocniczą listą błędów językowych jako podstawą oceny	Analiza pogłębiająca: <ul style="list-style-type: none"> wskazanie znaczenia poszczególnych błędów edytorskich i językowych dla odbioru treści przekazu (warstwa recepcji, tworzenia znaczenia przez widza)
	<i>Ocena poziomu edytorskiego</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym, z pomocniczą listą błędów edytorskich jako podstawą oceny	
	<i>Wskaźnik jakości</i>	Wskaźnik oparty o stopień poprawności językowej i edytorskiej prezentowany dla: <ol style="list-style-type: none"> dziennikarza, audycji, stacji 	

4.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników

Poniższe zestawienie w syntetyczny sposób prezentuje zmiany, jakie zostały wprowadzone w analizowanych wskaźnikach:

Wskaźnik	Stary wzór	Nowy wzór	Komentarz do zmian
Pluralizm	$VPL = 0,1 / (\text{wariancja dla rozkładu procentowego udziału poszczególnych partii w czasie antenowym danej stacji})$	Bez zmian	-----
Bezstronność	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących} + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}))$	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących}) + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}) - 4 \times (\text{wariancja wyważenia ze względu na przynależność partyjną gościa})$	Taka aktualizacja wskaźnika pozwoli uwzględnić w jego przypadku sugestie, że pojęcie „bezstronność” powinno uwzględniać w swojej definicji zróżnicowanie stosunku do polityków poszczególnych partii. Zaktualizowany wskaźnik będzie zwracał wartości silniej zróżnicowane, niższe dla stacji, w których goście są traktowani w różny sposób, w zależności od tego, z jakiej partii pochodzą.
Wyważenie	$VWW = 300 (\text{moduł ze średniego nastawienia dziennikarza do gościa dla danej stacji}) \times 100$	Bez zmian	-----

Integralność	$VIN = 100 \times (1/\text{\textit{średnia wartość zmiennej „poziom trudności języka” dla danej stacji}})$	$VIN = 200 \times ((1/(\text{\textit{średnia wartość zmiennej ‘poziom trudności języka’ dla danej stacji} - (\text{\textit{średnia wartość zmiennej ‘liczba sytuacji utraty kontroli nad dyskusją’}}))$	Taka aktualizacja wskaźnika pozwoli uwzględnić w jego przypadku znaczenie płynności narracji w audycji dla jej zrozumiałości.
Jakość	$VQU = 100 \times 1/(\text{\textit{średnia ocena poziomu językowego + średnia ocena poziomu edytorskiego dla stacji}})$	Wzór bez zmian	Dla wskaźnika jakości został zaktualizowany katalog szczegółowych błędów edytorskich, w oparciu o które kodowana jest zmienna związana z jakością edytorską. Zmiana ta spowoduje minimalne obniżenie średnich wartości tego wskaźnika, które jednak nie zmieni rozkładu między stacjami.

4.1.3. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności

Na kolejnych stronach prezentujemy wartości wymienionych wskaźników dla poszczególnych stacji wraz z komentarzem dotyczącym sposobu ich obliczenia.

Wszystkie wskaźniki zostały skonstruowane w taki sposób, aby ich wyższa wartość sygnalizowała lepszy/bardziej pożądany – z punktu widzenia ustawy – poziom.

Z racji dużej liczby stacji ujętych w badaniu dane dotyczące poszczególnych wskaźników zostały ujęte w formie tabelarycznej dla zwiększenia ich czytelności. Dla porównania z danymi historycznymi prezentujemy wskaźniki w wersji wyliczonej według metodologii aktualnej i metodologii z poprzednich badań.

Aktualna metodologia

Wartości surowe					
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność (nowa)	Jakość	Bezstronność (nowa)
TVP BIAŁYSTOK	5,12	276,92	46,15	33,33	7,76
TVP BYDGOSZCZ	1,35	277,78	40,00	23,53	10,18
TVP GDAŃSK	0,90	100,00	66,67	16,67	8,05
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	10,28	280,00	55,19	23,81	7,49
TVP KATOWICE	5,02	285,71	40,00	33,33	8,05
TVP KIELCE	19,42	300,00	66,67	36,36	8,66
TVP KRAKÓW	7,98	283,33	61,54	26,67	8,76
TVP LUBLIN	42,80	290,00	41,48	19,23	4,00
TVP ŁÓDŹ	4,86	280,00	50,00	25,00	8,15
TVP OLSZTYN	9,70	300,00	53,33	26,67	9,74
TVP OPOLE	3,43	180,95	43,64	25,00	5,55
TVP POZNAŃ	9,50	287,50	66,67	33,33	7,23
TVP RZESZÓW	13,26	290,91	-12,63	15,38	4,96
TVP SZCZECIN	12,57	300,00	54,55	27,27	14,10
TVP WARSZAWA	27,15	291,67	47,62	35,71	6,78

TVP WROCLAW	6,61	295,65	48,67	22,22	5,75
Odchylenie standardowe	10,78	53,25	18,66	6,51	2,37
Średnia	11,25	270,03	48,10	26,47	7,82

W przypadku pluralizmu najwyższą wartość uzyskała TVP Warszawa, dla której rozkład czasowy uwagi poświęcanej poszczególnym stronnictwom politycznym i grupom gości był najbardziej równomierny. Najgorszy wynik w tym obszarze uzyskała TVP Gdańsk, w której była reprezentowana tylko jedna partia.

Jeżeli chodzi o wyważenie, to optymalne wyniki uzyskały aż trzy stacje – TVP Kielce, TVP Olsztyn oraz TVP Szczecin, najniższe wartości zaś TVP Gdańsk i TVP Opole, dla których było to spowodowane, podobnie jak w przypadku TV Trwam wśród telewizji ogólnopolskich, zbyt życzliwym, afirmatywnym stosunkiem do części gości.

W wymiarze integralności (zrozumiałości przekazu) najwyższe wartości uzyskały trzy stacje – TVP Gdańsk, TVP Kielce oraz TVP Poznań. Najniższą wartość uzyskała TVP Rzeszów, w której problemem był bardzo złożony język prowadzących i tendencja do częstego przerywania gościom.

Najwyższą ocenę w zakresie jakości otrzymały TVP Kielce i TVP Warszawa, najniższą zaś TVP Rzeszów (głównie z powodu najwyższego poziomu błędów w realizacji wideo).

Wysoki wynik w zakresie bezstronności osiągnęła TVP Szczecin, najniższą wartość zaobserwowano zaś w przypadku TVP Lublin.

Dla porównania na kolejnej stronie publikujemy także zestawienie danych według poprzedniej wersji metodologii badania, a w dalszej części raportu także wykres prezentujący zmiany, jakie wywołało wprowadzenie zalecanych przez regulatora i nadawców zmian w metodologii.

Poprzednia metodologia

Wartości surowe					
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność (stara)	Jakość	Bezstronność (stara)
TVP BIAŁYSTOK	5,12	276,92	23,08	33,33	9,14
TVP BYDGOSZCZ	1,35	277,78	20,00	23,53	11,06
TVP GDAŃSK	0,90	100,00	33,33	16,67	8,05
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	10,28	280,00	29,41	23,81	9,26
TVP KATOWICE	5,02	285,71	20,00	33,33	8,33
TVP KIELCE	19,42	300,00	33,33	36,36	9,55
TVP KRAKÓW	7,98	283,33	30,77	26,67	9,06
TVP LUBLIN	42,80	290,00	21,74	19,23	6,51
TVP ŁÓDŹ	4,86	280,00	25,00	25,00	8,55
TVP OLSZTYN	9,70	300,00	26,67	26,67	10,63
TVP OPOLE	3,43	180,95	25,00	25,00	7,27
TVP POZNAŃ	9,50	287,50	33,33	33,33	7,48
TVP RZESZÓW	13,26	290,91	20,00	15,38	6,74
TVP SZCZECIN	12,57	300,00	27,27	27,27	14,10
TVP WARSZAWA	27,15	291,67	23,81	35,71	7,31
TVP WROCŁAW	6,61	295,65	25,00	22,22	6,92
Odchylenie standardowe	10,78	53,25	4,76	6,51	1,96
Średnia	11,25	270,03	26,11	26,47	8,75

Różnice między metodologiami pomiaru okazały się rzutować na wynik TVP Lublin i TVP Rzeszów. Pierwsza z wymienionych stacji regionalnych straciła 2,5 pkt na skali bezstronności, w przypadku drugiej – z racji specyficznego stylu dziennikarskiego i relatywnie małej kontroli nad dyskusją – wynik spadł na skali integralności. Jednocześnie wyniki na skali integralności znacząco poprawiły ośrodki TVP z Białegostoku, Katowic, Kielc, Poznania i Warszawy.

4.1.4. Łączny indeks realizacji misji

Dane z pięciu wymiarów misji posłużyły (po przekształceniu na jednolitą jednostkę, czyli po standaryzacji) do porównania audycji pod kątem indeksów misyjności oraz zagregowanego wskaźnika realizacji misji publicznej.

	Wartości standaryzowane					Ocena scoringowa
TVP BIAŁYSTOK	-0,57	0,13	-0,10	1,05	-0,03	0,48
TVP BYDGOSZCZ	-0,92	0,15	-0,43	-0,45	0,99	-0,67
TVP GDAŃSK	-0,96	-3,19	1,00	-1,51	0,09	-4,57
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	-0,09	0,19	0,38	-0,41	-0,14	-0,07
TVP KATOWICE	-0,58	0,29	-0,43	1,05	0,09	0,43
TVP KIELCE	0,76	0,56	1,00	1,52	0,35	4,19
TVP KRAKÓW	-0,30	0,25	0,72	0,03	0,40	1,09
TVP LUBLIN	2,93	0,38	-0,35	-1,11	-1,61	0,22
TVP ŁÓDŹ	-0,59	0,19	0,10	-0,23	0,14	-0,39
TVP OLSZTYN	-0,14	0,56	0,28	0,03	0,81	1,54
TVP OPOLE	-0,73	-1,67	-0,24	-0,23	-0,96	-3,82
TVP POZNAŃ	-0,16	0,33	1,00	1,05	-0,25	1,97
TVP RZESZÓW	0,19	0,39	-3,25	-1,70	-1,21	-5,59
TVP SZCZECIN	0,12	0,56	0,35	0,12	2,65	3,80
TVP WARSZAWA	1,48	0,41	-0,03	1,42	-0,44	2,84
TVP WROCŁAW	-0,43	0,48	0,03	-0,65	-0,88	-1,45

Dla porównania dane wyliczone według starej metodologii:

	Wartości standaryzowane					Ocena scoringowa
TVP BIAŁYSTOK	-0,57	0,13	-0,64	1,05	0,20	0,18
TVP BYDGOSZCZ	-0,92	0,15	-1,28	-0,45	1,18	-1,32
TVP GDAŃSK	-0,96	-3,19	1,52	-1,51	-0,36	-4,50
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	-0,09	0,19	0,69	-0,41	0,26	0,65
TVP KATOWICE	-0,58	0,29	-1,28	1,05	-0,21	-0,72
TVP KIELCE	0,76	0,56	1,52	1,52	0,41	4,77
TVP KRAKÓW	-0,30	0,25	0,98	0,03	0,16	1,11
TVP LUBLIN	2,93	0,38	-0,92	-1,11	-1,14	0,13
TVP ŁÓDŹ	-0,59	0,19	-0,23	-0,23	-0,10	-0,97
TVP OLSZTYN	-0,14	0,56	0,12	0,03	0,96	1,53
TVP OPOLE	-0,73	-1,67	-0,23	-0,23	-0,75	-3,61
TVP POZNAŃ	-0,16	0,33	1,52	1,05	-0,65	2,09
TVP RZESZÓW	0,19	0,39	-1,28	-1,70	-1,03	-3,43
TVP SZCZECIN	0,12	0,56	0,24	0,12	2,73	3,78

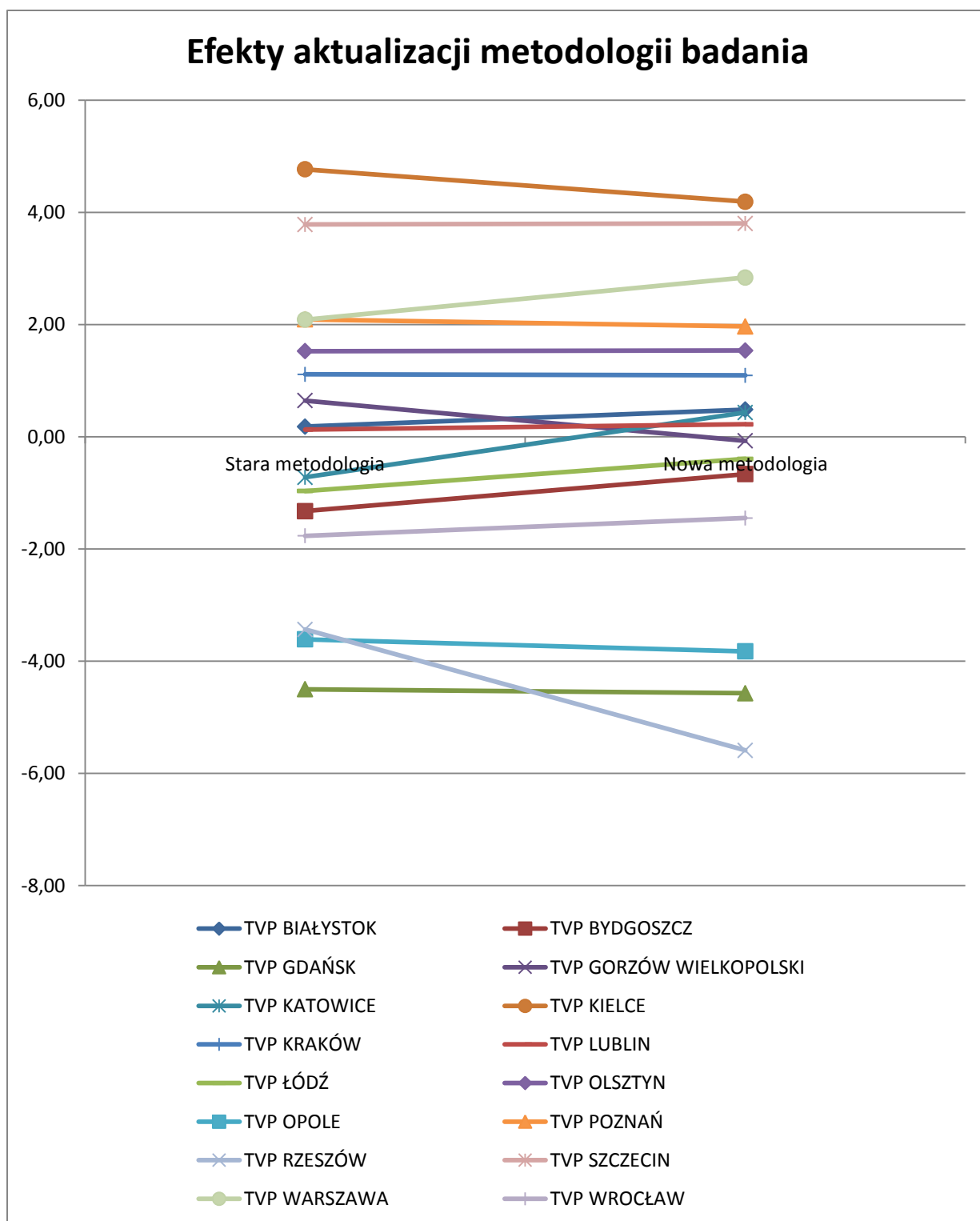
TVP WARSZAWA	1,48	0,41	-0,48	1,42	-0,73	2,09
TVP WROCŁAW	-0,43	0,48	-0,23	-0,65	-0,93	-1,76

Na podstawie zsumowanych i wystandaryzowanych wskaźników realizacji misji widać, że najlepiej założenia ustawowe w badanym okresie (dla przyjętych definicji operacyjnych tych zadań) realizowały w kolejności:

- TVP KIELCE – ocena: 4,19 pkt
- TVP SZCZECIN – ocena: 3,80 pkt
- TVP WARSZAWA – ocena: 2,84 pkt
- TVP POZNAŃ – ocena: 1,97 pkt
- TVP OLSZTYN – ocena: 1,54 pkt
- TVP KRAKÓW – ocena: 1,09 pkt
- TVP BIAŁYSTOK – ocena: 0,48 pkt
- TVP KATOWICE – ocena: 0,43 pkt
- TVP LUBLIN – ocena: 0,22 pkt
- TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI – ocena: -0,07 pkt
- TVP ŁÓDŹ – ocena: -0,39 pkt
- TVP BYDGOSZCZ – ocena: -0,67 pkt
- TVP WROCŁAW – ocena: -1,45 pkt
- TVP OPOLE – ocena: -3,82 pkt
- TVP GDAŃSK – ocena: -4,57 pkt
- TVP RZESZÓW – ocena: -5,59 pkt

W tym zestawieniu wyraźna jest czołówka trzech nadawców – TVP Kielce, TVP Warszawa oraz TVP Szczecin, którzy znacząco odróżniają się od pozostałych stacji, tworząc wzorcowe top trzy stacji pod względem realizacji misji publicznej w zakresie publicystyki w badanym okresie wyborczym.

Na kolejnej stronie poglądowo prezentujemy także to, w jaki sposób kształtowała się ocena scoringowa w starej i zaktualizowanej metodologii (które stacje zyskały/straciły).



Zestawienie to pokazuje, że w przypadku zróżnicowanej pod wieloma względami próbki, jakiej dostarczyły regionalne ośrodki TVP, zaktualizowana metodologia jest tożsama z większymi zmianami w rankingu (najbardziej wyraźnie w przypadku TVP Rzeszów). Jednocześnie jednak zmiana w metodologii nie wpłynęła na podział na trzy

wyraziste wiązki ośrodków i skład top trzech nadawców pod względem realizacji misji publicznej w okresie wyborczym.

4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych

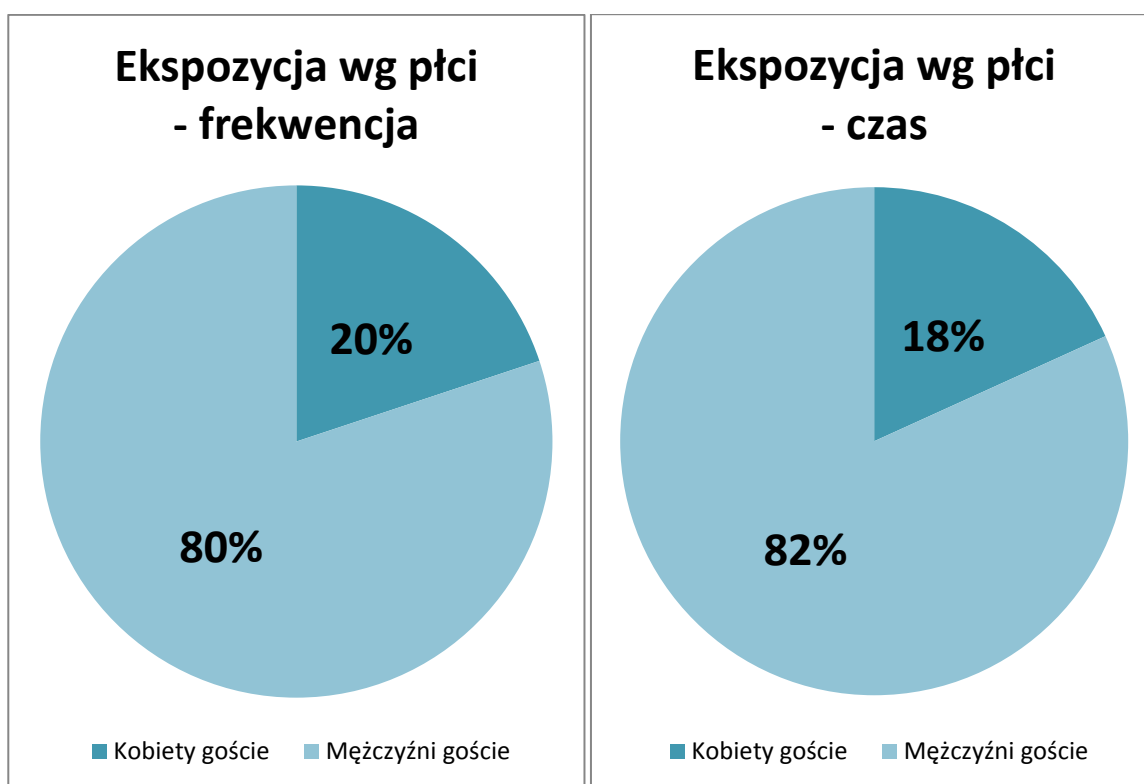
Drugą część podsumowania raportu stanowi analiza proporcji ilościowych i czynników jakościowych różnicujących sposób doboru i autoprezentacji gości kobiet i mężczyzn. Zestawienia na kolejnych stronach są oparte o wskaźniki ilościowe ekspozycji (czynnej, biernej i łącznej) oraz przynależność partyjną i status gościa (kandydat w wyborach, inny polityk, ekspert), a także o karty analizy jakościowej wszystkich audycji.

Jak sygnalizowano wcześniej, w ekspozycji prowadzących kobiet i mężczyzn widać dużą równowagę i jest to zjawisko stabilne, ponieważ podobny parytet płci dało się zaobserwować w badanych audycjach także w okresie eurowyborów 2014. W badanym okresie audycje prowadziły następujące dziennikarki:

Prowadzący	Stacja	Liczba prowadzonych wydań audycji
Katarzyna Oborska-Marciniak	TVP OPOLE	4
Agnieszka Drączkowska	TVP LUBLIN	3
Karolina Jakobsche	TVP WARSZAWA	2
Małgorzata Dzieciniak	TVP POZNAŃ	2
Alicja Popiel	TVP KRAKÓW	2
Barbara Kuraszkiewicz-Machniak	TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	2
Miłka Skalska	TVP WARSZAWA	2
Magdalena Gołaszewska	TVP BIAŁYSTOK	1
Paulina Wąsińska	TVP WROCŁAW	1
Marta Gołąb-Kocięcka	TVP OLSZTYN	1
Małgorzata Gałka	TVP OLSZTYN	1
Magdalena Kamińska	TVP ŁÓDŹ	1
Marta Pietrasiewicz	TVP LUBLIN	1
Małgorzata Orłowska	TVP LUBLIN	1
Iwona Sitnik-Kornecka	TVP KRAKÓW	1
Magdalena Drohomirecka	TVP KRAKÓW	1
Elżbieta Dziewięcka-Mąkosa	TVP KIELCE	1
Iwona Flanczewska-Rogalska	TVP KATOWICE	1
Małgorzata Rakowiec	TVP GDAŃSK	1
Anna Trzczińska	TVP BYDGOSZCZ	1
Grażyna Rakowicz	TVP BYDGOSZCZ	1

4.2.1. Kobiety goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet-gości programu)

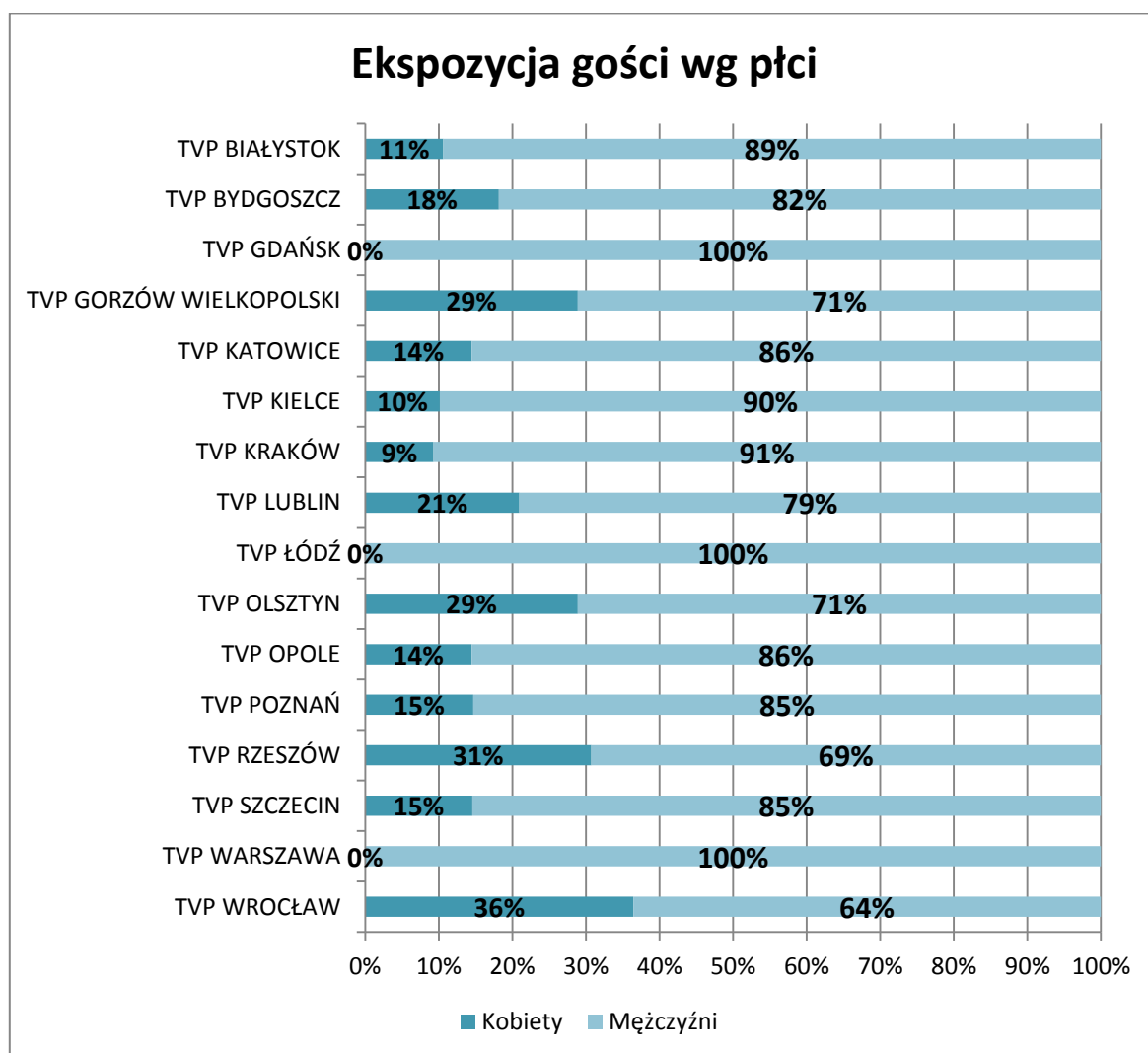
Zestawienie strategii doboru gości dobitnie pokazuje sygnalizowaną na wstępie dysproporcję w obecności na antenie kobiet jako gości. Co ciekawe, w tym projekcie w analizie zbioru 201 wystąpień gości w badanym materiale okazało się, że wartości procentowe zarówno unikatowych wystąpień kobiet-gości, jak też odsetek czasu, w którym są eksponowane na ekranie, są bardzo zbliżone do wartości dla telewizji ogólnopolskich (14 proc. czasu i frekwencji ekspozycji kobiet w badanych audycjach publicystycznych z anten ogólnopolskich).



Zestawienie tych danych z danymi z poprzednich wyborów wskazuje na wysoką stabilność preferencji dziennikarzy w doborze gości do audycji publicystycznych, także na szczeblu regionalnych ośrodków TVP.

4.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji

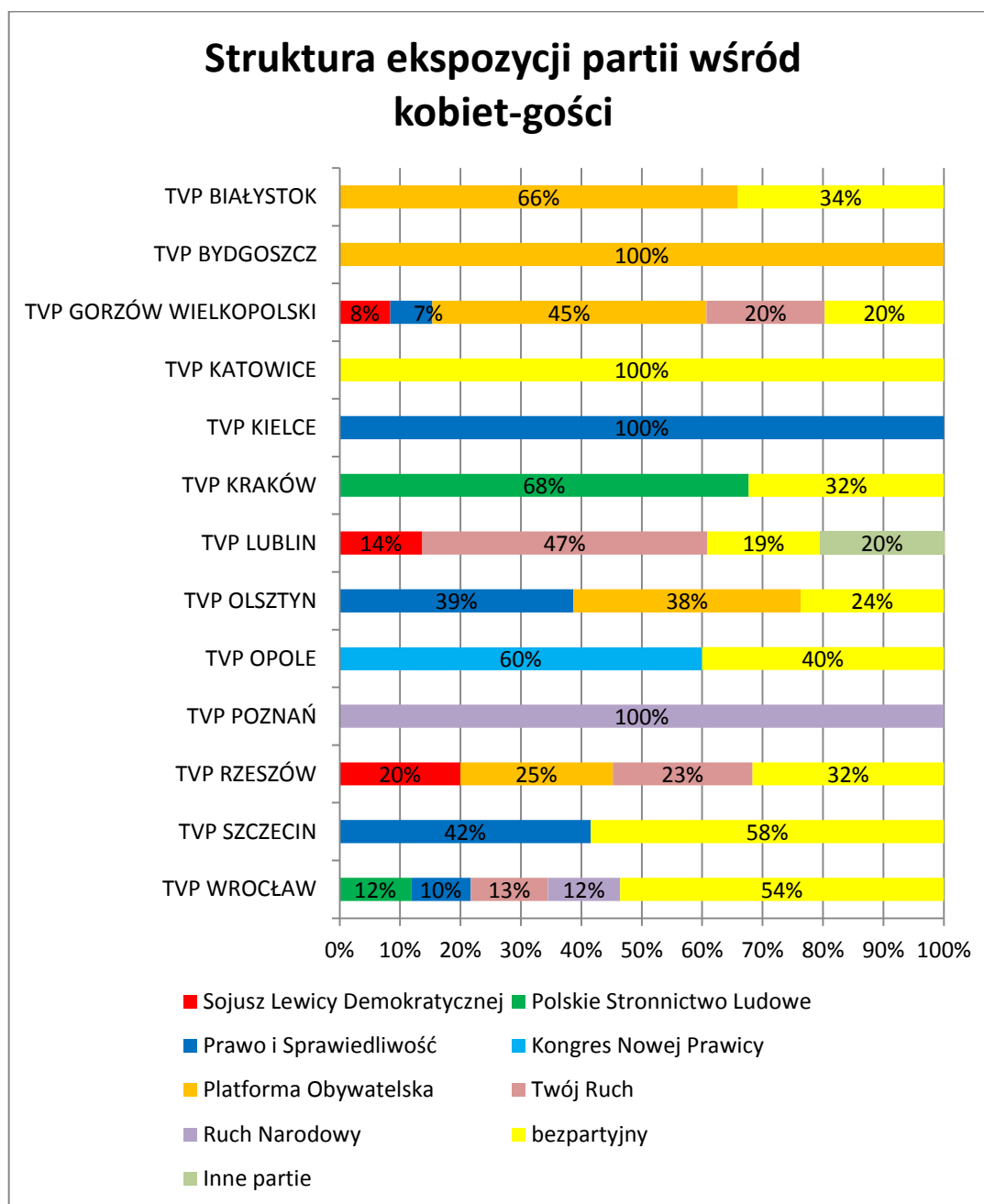
W zależności od stacji dają się zauważyć różne strategie doboru kobiet-gości do udziału w audycji. Najczęściej kobiety były eksponowane na antenie TVP Rzeszów (31 proc. czasu), TVP Wrocław (36 proc. czasu) oraz TVP Olsztyn i TVP Gorzów Wielkopolski (po 29 proc. czasu). Kobiety w ogóle nie były zapraszane do audycji w TVP Gdańsk, TVP Łódź i TVP Warszawa.



Kolejne zestawienie obrazuje poziom reprezentacji poszczególnych partii wśród kobiet-gości w badanych audycjach.

4.2.1.1.1. Dobór wg partii

Na kolejnym wykresie prezentujemy zestawienie czasowej ekspozycji kobiet-gości w audycjach z podziałem na partie. Z zestawienia wyłączone zostały trzy ośrodki TVP (Warszawa, Łódź oraz Gdańsk), na których antenach nie została wyemitowana ani jedna audycja publicystyczna z udziałem kobiet-gości.



Powyższy wykres wskazuje na bardzo wysokie zróżnicowanie modeli doboru kobiet-gości do audycji w zależności od specyfiki regionalnego ośrodka TVP. Tylko trzy ośrodki

(Katowice, Szczecin i Wrocław) zachowują wyraźną przewagę kobiet z kategorii bezpartyjnych, pozostałe zaś kierują się w doborze kobiet do audycji w różnym stopniu kluczem partyjnym, zapraszając polityczki ze wszystkich stronnictw.

Na kolejnej stronie prezentujemy szczegółowe zestawienie składu grupy kobiet-gości o statusie „bezpartyjna” ujętych w analizowanym materiale:

Kobieta - gość	Sposób prezentacji	Status
Magdalena Koziół	„Gazeta Wyborcza”	Ekspertka
Alicja Rosiak	Wałbrzyska Wspólnota Samorządowa	Kandydatka
Marzena Cichorz	doktor, politolog z Uniwersytetu Wrocławskiego	Ekspertka
Aldona Wiktorska-Święcka	Bezpartyjni Samorządowcy	Kandydatka
Małgorzata Jacyna-Witt	kandydatka komitetu wyborczego jej imienia	Kandydatka
Marta Niewczas	brak	Kandydatka
Aleksandra Wójtowicz	młodzi ludzie, licealiści z Liceum nr 3 w Opolu, dla których to pierwsze wybory samorządowe, w których mogą wziąć udział	Inny gość (uczennica)
Dorota Białowąs	dyrektor delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Olsztynie	Ekspertka
Magdalena Kuczyńska	sędzia (...), komisarz wyborczy w Lublinie	Ekspertka
Marta Szostkiewicz	publicyści (...), Radio Kraków	Ekspertka
Krystyna Doktorowicz	Komitet Wyborczy Wyborców My z Katowic	Kandydatka
Agnieszka Opalińska	Komitet Wyborczy Wyborców Lepsze Lubuskie – Bezpartyjny Samorząd	Kandydatka
Małgorzata Dajnowicz	profesor (...), kierownik Zakładu Współczesnych Doktryn Politycznych Uniwersytetu w Białymstoku	Ekspertka

Zestawienie to pokazuje równowagę między kobietami-kandydatkami bezpartyjnymi a ekspertkami zapraszonymi do audycji w wybranych programach (w przeciwieństwie do przewagi ekspertek zaobserwowanej w mediach ogólnopolskich, co wskazuje znowu na wyższy pluralizm i wyższe zaangażowanie regionalnych OTVP w lokalną specyfikę kampanii wyborczej [czego wskaźnikiem może być wyższa ekspozycja kandydatek także z małych, lokalnych komitetów wyborczych]).

Z punktu widzenia wizerunkowego kobiety-polityczki obecne w badanych audycjach mają jedną cechę wspólną (relatywnie mocno obecną u wszystkich kobiet-gości): cechą tą jest aktywność i dość duże przekonanie do wypowiedzianych sądów. Kobiety te odgrywają możliwie czynną rolę w dyskusji i nie wydają się hamowane na przykład brakiem argumentów merytorycznych. Pod względem językowym wspólnym mianownikiem kobiet-polityczek było częste stosowanie określeń nacechowanych,

epitetów, porównań sytuacji politycznej do sytuacji z życia codziennego. Natomiast pod względem treści wypowiedzi w tej grupie gości audycji rysuje się dość wyraźny podział na grupę działaczek merytorycznych, nastawionych w działaniu i dyskusji na rozwiązanie problemu i konstruktywną debatę oraz na grupę krytykantek, które koncentrują swoją uwagę przede wszystkim na oponentach i negatywnych zjawiskach obserwowanych w przestrzeni lokalnej. W grupie pierwszej dominuje argumentacja racjonalna, pragmatyczna, wsparta przykładami i danymi (w skrócie rzecz ujmując: operowanie konkretem), natomiast w grupie drugiej przeważa argumentacja odwołująca się do emocji, powszechnych przekonań, także wartości i ocen (w skrócie: operowanie ogólnikiem). Nie można natomiast nakładać tego podziału na podziały polityczne – wydaje się, że typ argumentacji jest zależy raczej od uwarunkowań osobowościowych i posiadanej wiedzy niż od linii komunikacyjnej reprezentowanej partii czy komitetu wyborczego.

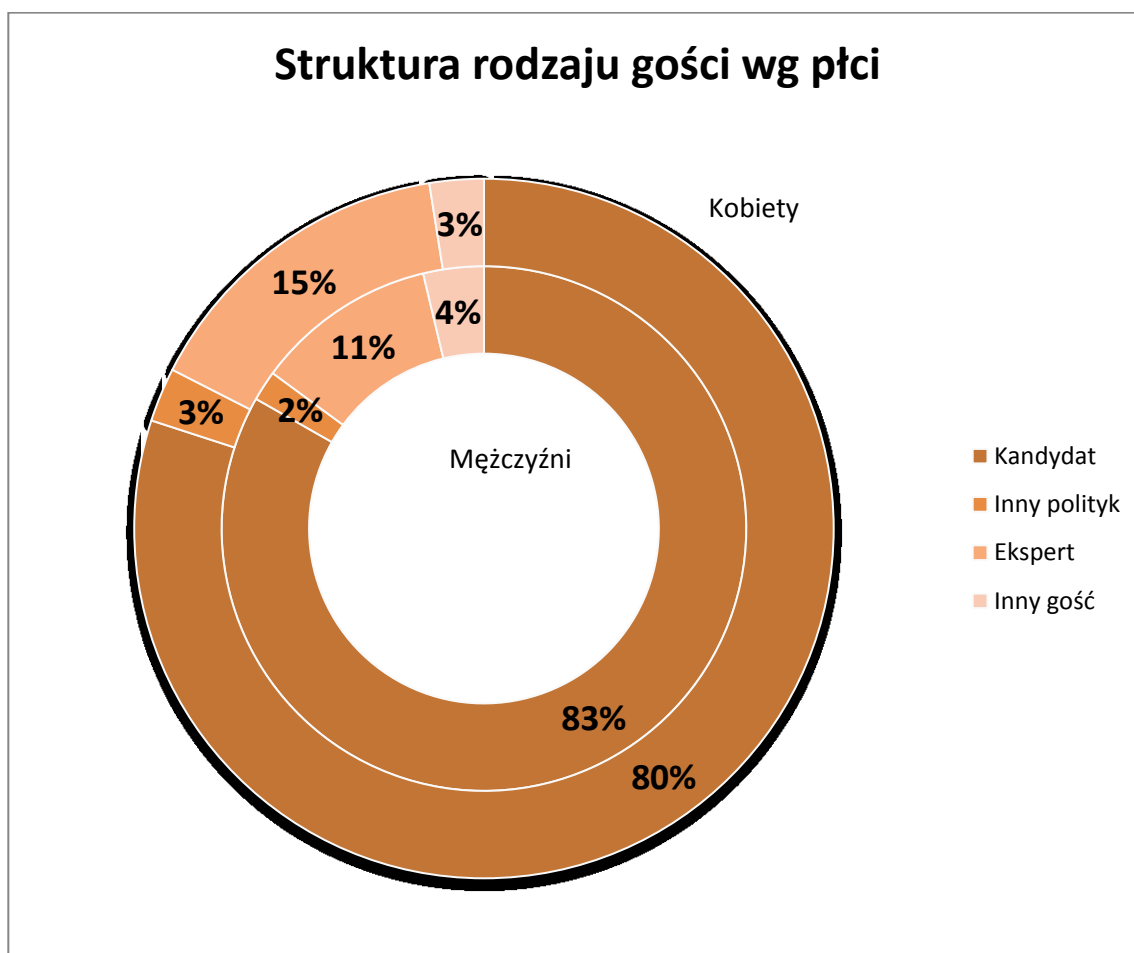
Odrębną grupę stanowią kobiety-ekspertki, które są grupą dość ciekawą, bo nieliczną i dość heterogeniczną z punktu widzenia stylu komunikacji. Cechę wspólną wszystkich specjalistek zaproszonych do badanych audycji stanowi dobre przygotowanie merytoryczne, które pozwalało utrzymywać wysoki poziom merytoryczny dyskusji i podnosiło wartość informacyjną audycji dla odbiorców. Różnił panie ekspertki natomiast styl komunikacji i umiejętność definiowania omawianych zjawisk. Niektóre z nich, jak np. dr Marzena Cichosz, dość klarownie, interesująco i sprawnie prezentowały swoje spostrzeżenia; inne, jak np. Magdalena Kuczyńska (komisarz wyborczy w Lublinie) używały trudnego, abstrakcyjnego słownictwa, złożonych zdań i wielopoziomowych argumentów, co z pewnością utrudniało rozumienie i nieco obniżało atrakcyjność audycji.

Podsumowując, należy raz jeszcze podkreślić daleko posuniętą maskulinizację struktury gości badanych audycji. W próbie OTVP regionalnych znalazły się tylko cztery audycje, w których pojawił się jeden gość-ekspert-kobieta. Nie odnotowano żadnej audycji, w której gośćmi byłyby same kobiety (takie audycje zdarzają się w przypadku nadawców ogólnopolskich). Tylko w jednej audycji (*Musimy porozmawiać* z 10.11.2014 r., TVP Wrocław) jednocześnie wystąpiły trzy kobiety, ale towarzyszyło im trzech mężczyzn. Taka sytuacja każe wnioskować o znacznym i konsekwentnym niedoreprezentowaniu kobiet-gości w przestrzeni mediów regionalnych, które wynika najpewniej z podobnej

niedoreprezentacji działaczek w lokalnych strukturach partii politycznych i komitetów wyborczych oraz – być może (tu trudniej o jednoznaczne stwierdzenie) – niedoreprezentowaniu kobiet na eksponowanych w mediach stanowiskach w kręgach eksperckich: na uczelniach, w redakcjach oraz urzędach.

4.2.1.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert)

Wykresy struktury doboru gości według statusu wskazują, że w OTVP nie zachodzi zjawisko preferencji dla kandydatów-mężczyzn zaobserwowane w TV ogólnopolskich w przypadku wyborów samorządowych i wyborów do Parlamentu Europejskiego. Struktura ekspozycji obu tych grup sugeruje, że dziennikarze dobierają gości do audycji według podobnego klucza, najchętniej zapraszając do udziału w programie kandydatów w wyborach niezależnie od ich płci. W przypadku kobiet grupa ekspertek cieszy się nieco wyższą ekspozycją niż w grupie mężczyzn, ale jest to różnica o 4 pkt proc., a nie o kilkanaście punktów proc. jak w przypadku TV ogólnopolskich.



4.2.1.2. Strategie edytorskie wobec kobiet gości

W ilościowym zestawieniu czasu ekspozycji w rozbiciu na bierną (kiedy gość jest widoczny, ale nie ma głosu w audycji) i czynną (kiedy gość ma głos w audycji i jednocześnie jest obecny w kadrze) widoczne jest duże podobieństwo, jeśli chodzi o kobiety-gości i mężczyzn-gości, podobnie jak w poprzednich edycjach tego badania. Kobiety są eksponowane w sposób czynny przez 52 proc. czasu wobec 49 proc. mężczyzn, a różnica między oboma grupami nie jest większa niż w przypadku poprzednich edycji badania.

Na podstawie sposobu ekspozycji w audycjach nie można jednoznacznie stwierdzić zróżnicowania sposobu prowadzenia rozmowy przez dziennikarzy w zależności od płci gościa.

4.3. Marsz Niepodległości – analiza wpływu ważnego wydarzenia na dyskurs wyborczy

W toku tego projektu badawczego, z racji specyfiki kalendarza wyborczego i jego nałożenia na obchody święta 11 listopada, wraz z towarzyszącymi tej rocznicy marszami organizowanymi w stolicy, szczególną uwagę podczas monitoringu zostały objęte audycje, w których obok tematyki wyborczej pojawiały się wątki związane z obchodami Święta Niepodległości, a dokładnie z szeroko nagłaśnianym w mediach Marszem Niepodległości. Celem tej części projektu było oszacowanie potencjalnego wpływu tematyki związanej z Marszem na dyskurs publicystyczny w okresie okołowyborczym.

4.3.1. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście wyborczym wg stacji

Badanie przeprowadzone na próbie programów z regionalnych ośrodków TVP wskazało na marginalny wpływ wydarzeń z 11 listopada na dyskurs w okresie okołowyborczym. Jedyne wzmianki w materiałach wyborczych dotyczące tematyki Marszu były widoczne w TVP Warszawa (4 jednostki tematyczne i w sumie 10 proc. czasu) oraz w TVP Bydgoszcz (1 jednostka tematyczna, w sumie 2 proc. czasu). W porównaniu z telewizjami ogólnopolskimi, w których średni udział czasowy tematyki Marszu wynosił blisko 20 proc. czasu w okresie wyborczym (dla badania w okresie dwóch tygodni, co przy badaniu w okresie tygodniowym, identycznym jak dla TV regionalnych, oznaczałoby udziały na poziomie blisko 30–40 proc.) w audycjach publicystycznych, nawet wynik warszawskiego oddziału TVP należy uznać za bardzo niski.

Na poziomie jakościowym dyskurs dotyczący Marszu Niepodległości skupiony był na kwestii bezpieczeństwa i możliwych działań prewencyjnych (w sensie zapobiegania zniszczeniu mienia i infrastruktury miejskiej), bez wątków ocennych wobec organizatorów czy analizy szerokiego kontekstu politycznego wydarzeń.

4.3.2. Konkluzje dotyczące sposobu prezentacji Marszu

Wynik obserwacji uzyskanych dla tematyki Marszu Niepodległości w okresie wyborczym wskazuje na niską interferencję tematyki wyborczej i tematyki Marszu w tym czasie i może stanowić podstawę do sformułowania roboczej hipotezy o większej odporności agendy

medialnej w telewizjach regionalnych (nawet w regionach niejako predestynowanych do większego zainteresowania – jak miało to miejsce w przypadku TVP Warszawa, która uzyskała niskie wartości pokrycia medialnego tematyki Marszu) na wydarzenia zakłócające jej kształt.

4.4. Wnioski łączne i dyskusja

W toku całego badania następujące zjawiska uzyskały mocne potwierdzenie w ilościowym i jakościowym materiale badawczym:

Wnioski ilościowe:

1. W całej badanej próbce widoczne jest silne zróżnicowanie na większości obszarów objętych monitoringiem, wyraźnie wyższe niż przypadku materiałów z anten ogólnopolskich, co wymusza bardziej zindywidualizowane podejście analityczne do poszczególnych anten i uniemożliwia proste uogólnienie niektórych wniosków dla całości obszaru badania, jakim były audycje publicystyczne w regionalnych ośrodkach TVP w okresie wyborczym. Badane audycje były wewnątrznie (w ramach badanej grupy) zróżnicowane wyraźniej niż audycje na antenach ogólnopolskich.
2. Pierwszym obszarem zróżnicowania jest model ekspozycji tematyki wyborczej w sensie czasu antenowego poświęcanego tematyce wyborczej i liczby audycji. W obszarze tym dało się wyróżnić cztery modele nadawcze:
 - a. model obszerny – cechujący się dużą liczbą audycji i długim czasem ich trwania;
 - b. model wąski – cechujący się dużą liczbą audycji, lecz wyraźnie krótszym średnim czasem trwania audycji;
 - c. model pogłębiający – cechujący się niską liczbą audycji, jednak trwających wyraźnie dłużej niż średni czas audycji dla badanej próbki;
 - d. model ograniczony – cechujący się niską liczbą audycji i niskim czasem ekspozycji tematyki wyborczej w ramówce.
3. Tematyzacja badanych audycji wykazuje cechy wyraźnie nastawione na merytoryczne aspekty wyborów samorządowych (związane z bieżącymi procesami politycznymi w samorządach, problemami lokalnymi czy inwestycjami samorządów), a w małym stopniu eksponowane są tematy autoreferencyjne, dotyczące samej kampanii wyborczej i jej medialnych reprezentacji. Ponadto w przypadku regionalnej agendy medialnej nie zidentyfikowano zjawiska „przykrywania” kampanii samorządowej innymi tematami (*spin vel red herring*), tak jak miało to miejsce w przypadku ogólnopolskich audycji (sprawa Wiplera czy też tzw. afera madrycka). Bardzo dobrym dowodem na to jest na przykład audycja Miłki Skalskiej – *Wywiad Kuriera* w TVP Warszawa (ten oddział regionalny w naturalny sposób wydaje się najbardziej wyeksponowanym na tematy ogólnokrajowe) – z 13 listopada 2014 r., która w rozmowie z Przemysławem Wiplerem, kandydatem na prezydenta Warszawy, ani razu nie zadała mu pytania odnośnie do

wydarzeń przy klubie przy ul. Mazowieckiej, pytając go wyłącznie i kwestie merytoryczne związane z funkcjonowaniem miasta stołecznego Warszawy. Dziennikarka przede wszystkim pytała gościa o jego postulaty w programie wyborczym, a dokładniej o pomysł utworzenia strzelnicy (dlaczego jest ona potrzebna w Warszawie?), o stan polityki zdrowotnej w Warszawie, o to jakie są najważniejsze inwestycje dla miasta z jego punktu widzenia, co proponuje w zamian za projekt ustawy o reprivatyzacji, czy potrzebna jest straż miejska i czy bez niej poradzimy sobie w Warszawie, jak można jeszcze współpracować ze stołeczną policją, jak poprawić bezpieczeństwo warszawiaków, czy gość zmieniłby ustawę o zgromadzeniach, czy jest za tym, aby można było wyłapać z tłumu człowieka zamaskowanego i dlaczego to właśnie Marsz Niepodległości rokrocznie kończy się zamieszkami.

4. Z tematyzacją badanych audycji koreluje także struktura zadawanych w nich pytań, która wykazuje wyraźne cechy preferencji dziennikarzy w kierunku pytań o informację, o dużej wartości poznawczej i związanych ze szczegółowymi zagadnieniami istotnymi dla funkcjonowania samorządu i społeczności lokalnej.
5. Na poziomie ilościowo analizowanego stylu prowadzenia audycji, daje się wyróżnić następujące wzorce moderowania dyskusji przez dziennikarzy typowe dla poszczególnych stacji:

	Częstotliwość przerywania gościom	Częstotliwość pytań o informację	Dominujący styl dziennikarski
TVP BIAŁYSTOK	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP BYDGOSZCZ	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP GDAŃSK	Średnia	Niska	Nastawiony na opinię
TVP GORZÓW WIELKOPOLSKI	Średnia	Średnia	Wyważony
TVP KATOWICE	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP KIELCE	Wysoka	Niska	Konfrontacyjny, nastawiony na opinię
TVP KRAKÓW	Średnia	Niska	Nastawiony na opinię
TVP LUBLIN	Średnia	Wysoka	Nastawiony na informację
TVP ŁÓDŹ	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP OLSZTYN	Średnia	Wysoka	Nastawiony na informację
TVP OPOLE	Wysoka	Średnia	Konfrontacyjny
TVP POZNAŃ	Wysoka	Niska	Konfrontacyjny, nastawiony na opinię
TVP RZESZÓW	Niska	Średnia	Ustępujący
TVP SZCZECIN	Niska	Wysoka	Ustępujący, nastawiony na informację
TVP WARSZAWA	Wysoka	Wysoka	Konfrontacyjny, nastawiony na informację
TVP WROCŁAW	Średnia	Średnia	Wyważony

6. W zakresie doboru gości większość badanych stacji cechuje duży pluralizm w zakresie ekspozycji komitetów lokalnych i stronnictw politycznych obecnych w życiu regionu, a nieobecnych na arenie ogólnokrajowej. Z partii politycznych najwyżej eksponowane są PiS, SLD i PO, a różnice w ekspozycji między tymi partiami a mniejszymi stronnictwami (PSL, TR, KNP) są wyraźnie niższe niż w przypadku mediów ogólnopolskich.
7. W grupie gości bezpartyjnych najczęściej występują:
 - a. kandydaci niezależni, popierani przez lokalne stronnictwa polityczne (dominująca grupa);
 - b. badacze i wykładowcy akademicy (głównie politolodzy i socjologowie oraz eksperci merytoryczni w temacie dyskusji – ekonomiści)
 - c. przedstawiciele organizacji pozarządowych;
 - d. sędziowie i komisarze wyborczy;
 - e. przedstawiciele społeczności lokalnej (uczniowie);
 - f. dziennikarze.
8. Struktura prezentacji gości bezpartyjnych i dominacja w tej grupie kandydatów w wyborach spoza największych partii jest najważniejszą i najwyraźniejszą cechą wspólną badanych audycji.
9. Wysokie zróżnicowanie widoczne jest wśród badanych stacji w zakresie parametrów ilościowych opisujących styl dziennikarski (nacechowanie wypowiedzi i komunikacji niewerbalnej, złożoność języka) oraz kwestii jakościowych związanych z tworzeniem programu poszczególnych stacji (poziom błędów edytorskich oraz językowych). Generalnie średnie poziomy tych dwóch ostatnich parametrów (błędów) są wyższe niż w przypadku TV ogólnopolskich (czasami znacząco, jak w przypadku błędów realizatorskich w TVP Rzeszów), ale wyższe jest też wewnętrzne zróżnicowanie całej grupy pod tym względem (od braku błędów w niektórych stacjach, aż do poziomów dużo wyższych niż w mediach ogólnopolskich).
10. W zakresie realizacji wskaźników misji publicznej wyróżnia się wyraźnie grupa trzech stacji, które uzyskały najwyższe łączne wartości wystandaryzowanych wskaźników:
 - a. TVP KIELCE – ocena: 4,69 pkt;
 - b. TVP Warszawa – ocena: 4,26 pkt;
 - c. TVP Szczecin – ocena: 3,95 pkt.
11. Analizując dane związane z zakresem i sposobem realizacji materiałów związanych z 11 listopada i Marszem Niepodległości, można sformułować mocną hipotezę o nieznaczącym wpływie tego wydarzenia na agendę wyborczą regionalnych ośrodków

TVP w skali kraju i niski wpływ w obrębie samej TVP Warszawa – teoretycznie najbliższej temu tematowi.

12. W obszarze związanym z ekspozycją kobiet zachodzą następujące zjawiska:
 - a. bardzo zbliżona proporcja prowadzących kobiet do mężczyzn (ok. 50/50);
 - b. wyraźna niedoreprezentacja kobiet gości – tylko 20 proc. gości to kobiety, a ich ekspozycja zajmuje tylko 18 proc. czasu audycji;
 - c. wyraźnie wyższa niż w mediach ogólnopolskich jest proporcja kandydatek o wyrazistej osobowości, narzucających ton w dyskusji i traktowanych przez dziennikarzy jak równi partnerzy;
 - d. struktura doboru kobiet według partii nie przejawia żadnego rozpoznawalnego wzorca identycznego dla wszystkich lub dla części stacji (inaczej niż w mediach ogólnopolskich, gdzie wyraźnie dominowały polityczki PO).
13. Relatywnie wysoka kultura prowadzonej dyskusji (w szczególności w porównaniu do audycji ogólnopolskich). W wielu audycjach odnotowano imponującą liczbę użycia słowa „dziękuję”, które zarówno podsumowywało wypowiedzi gościa, porządkowało schemat audycji, nadawało jej tempo, a także pozwalało w sposób kulturalny odebrać głos określonym gościom. Było to możliwe, w przeciwieństwie na przykład do tego, co często widać w ogólnopolskich audycjach (warto nadmienić, że to słowo nie tak znowu często gości w audycjach stacji ogólnopolskich). Relatywnie niska temperatura sporu sprzyjała w audycjach OTVP racjonalizacji dyskursu wyborczego i skupianiu się na kwestiach merytorycznych, a nie wizerunkowych, symbolicznych, jak to często bywa w przypadku audycji ogólnopolskich. (np. Mariusz Ryczel w audycji *Bez kantów. Debata* z 13.11.2014 r. [TVP Białystok] użył słowa „dziękuję” aż 59 razy, przy równoległe 14 interwencjach w wypowiedzi gościa; Mateusz Karkoszka w audycji *Karty na stół. Ring* z 14.11.2014 r. dziękował 33 razy, przerywał zaś zaledwie 7 raz. Podobnie jego redakcyjny kolega Andrzej Loch w tej samej audycji, ale 9 listopada 2014 r., użył słowa „dziękuję” 44 razy, przerywając zaledwie kilkakrotnie; Iwona Flanczewska-Rogalska w *Forum regionu. Samorządowej debacie wyborczej* z 10.11.2014 r. [TVP Katowice] – 43 razy „dziękuję”; Alicja Popiel w *Debacie wyborczej* z 9.11.2014 r. [TVP Kraków] – 60 razy; Paweł Wiśniewski i Dariusz Baranik w *Debacie z kandydatami na prezydenta Szczecina* z 14.11.2014 r. [TVP Szczecin] – 46 razy).

Warto w tym miejscu zauważyć, że wszelkie debaty organizowane w oddziałach regionalnych TVP SA były zorganizowane i przeprowadzone według jasnego, przejrzystego schematu. Dziennikarz przede wszystkim realizował założony model debaty – był moderatorem. Przekazywał głos zazwyczaj licznemu gronu gości. Dzięki temu znacznie łatwiej było mu utrzymać dyscyplinę w dyskusji. Relatywnie (w

odniesieniu do ogólnopolskich telewizji) precyzyjne pytania, dyskusje były odnotowywane jako istotnie bardziej merytoryczne i dotyczące konkretnych problemów danych regionów. W tym układzie dramaturgia debaty została wsparta na konkretnych problemach, przed jakimi stoi region, aniżeli emocjach, jakie udzielają się kandydatom rywalizującym o głosy wyborców przede wszystkim na wizerunki i komunikację symboliczną, jak to często bywa w ogólnopolskich stacjach. To bez wątpienia duży atut oddziałów regionalnych.

14. W toku badania odnotowano relatywnie częste pytanie gości w studiu oddziałów regionalnych TVP SA o istotę wyborów samorządowych, zakresy i realność składanych obietnic, terminowość ich wykonywania (np. Mariusz Kluszczyński w audycji *Samorządni* z 10.11.2014 r. [TVP Bydgoszcz]: „Obietnic wiele, pytanie, eee, na ile są to obietnice bez pokrycia, na ile rzeczywiste hasła, które są w stanie zrealizować. Jak wiele zależy od samorządowców, od radnych? ni mają wpływ na to, co obiecują? Jak to wygląda? (...) A jak wiele zależy od pojedynczego kandydata czy pojedynczego radnego? yyy Słyszemy różne obietnice, ale tak naprawdę yyy pojedyncza osoba, ona ma wpływ na to jak się później mieszkańcom żyje? No... Pytanie czy taka obietnica jest realna, bo ile zależy od tego jednego kandydata? (...) A w w w w jakich sferze... sferach działalności Samorządów te obietnice powinny yyy padać? Yyy w jakich sferach kandydaci są w stanie rzeczywiście te obietnice spełniać? Bo mieszkańcy, którzy yyy no pewnie wielu z nich zastanawia się yyy w tej chwili przed wyborami po pierwsze czy w ogóle pójść zagłosować, po drugie, na kogo pójść zagłosować. Co oni powinni brać pod uwagę yyy słuchając, patrząc na tych kandydatów, zastanawiając się yyy co wybrać, na kogo postawić, bo yyy osób do wyboru mnóstwo, różnego rodzaju partii i komitetów yyy wiele natomiast yyy jaki tak naprawdę będzie miało to wpływ i jakie przełożenie na ich faktyczne życie? Jak jak ich do tego zachęcić, żeby żeby wytłumaczyć im, że rzeczywiście to, że pójda, że w ogóle pójda, bo to też jest duży problem i na kogo oddadzą głos będzie miało wpływ na to jak potem będzie im się żyło? Czy jest jakiś jakaś prosta analogia, przełożenie, że pójde, zagłosuję i potem mogę mieć lepiej w życiu? (...) A, a na ile w ogóle, yyy, Panów zdaniem, ma to znaczenie? To to, jak te plakaty wyglądają, yyy, w jaki sposób oni się, jako kandydaci, się na nich prezentują. Czy to ma to dla wyborców znaczenie? (...) Zaczęliśmy od tego, ile tak naprawdę zależy od samorządów. To jeszcze chciałem do tego wrócić. Bo czy w mmm yyy waszej ocenie te kompetencje samorządu, one są wystarczające, czy czy należałoby w przyszłości je poszerzyć? Żeby faktycznie ci ludzie, którzy rządzą tutaj lokalnie mieli yyy większy wpływ na życie mieszkańców. (...) W jakich obszarach warto byłoby yyy poszerzyć te kompetencje? (...) Mówicie panowie zwiększyć kompetencje, ale nie macie takich obaw, że być może z częścią zadań ci nasi

lokalni samorządowcy nie będą sobie w stanie poradzić? A yyy pracę samorządu obserwuję jako dziennikarz od kilkunastu lat i widzę, że yyy w gronie osób trzydziestu radnych tak naprawdę yyy wiedzę ma pięciu, pracuje tych pięciu, a reszta tylko podnosi ręce”).

Zakodowano również i takie audycje, w których prowadzący popełniali rozliczne błędy językowe, a sposób formułowania przez nich myśli był niezwykle zawily, np. Michał Rykowski w audycji *Głos dnia* z 14.11.2014 r. (TVP Kielce) przejawiał wyraźne problemy z zadawaniem pytań. Mimo że miały one charakter raczej konkretny, to ich formuła była daleka od doskonałości i mogła powodować dezorientację, np.: „A wszystkie partie mainstreamowe będą trochę osłabione przez to, co się stało? (...) A w czym pan widzi ten potencjał Nowej Prawicy? Bo to dość śmiała teza. (...) A Kielce oddali walkowerem... Wojciechowi Lubawskiemu, wszyscy wielcy? (...) A z czego wynika ta mała wyrazistość kampanii? Bo rzeczywiście tych ulotek bardzo dużo, ale treści niewiele”. Niemal każde pytanie dziennikarz rozpoczyna od spójnika przeciwstawnego „a”.

15. Część ośrodków regionalnej telewizji bardzo dobrze próbowała przygotować swoich widzów do udziału w wyborach samorządowych. Świetnym przykładem publicystycznej audycji edukującej wyborcę w zakresie oddawania głosu w niełatwych pod tym względem wyborach samorządowych była audycja prowadzona przez Małgorzatę Orłowską w TVP Lublin – *Pytania Panoramy* z 14.11.2014 r. (druga część), w ostatnim dniu przed ciszą wyborczą. Dziennikarska zadała następujące, ważne pytania sędzi Magdaleny Kuczyńskiej, komisarzowi wyborczemu:

„No tak jak powiedziałam, przedsięwzięcie logistyczne trudne i chyba bardzo absorbujące są te wybory, bardziej od innych. Czym różnią się od parlamentarnych? (...) No, tym co różni te wybory od innych, na przykład parlamentarnych, jest też fakt, że odbywają się wyłącznie na terenie Rzeczypospolitej. (...) A czy można głosować, mówię o obywatelach Polski, poza miejscem stałego zameldowania... w tych wyborach? (...) A co z osobami, które nigdzie nie mają zameldowania? Bo takowe są. (...) Ułatwienia dla niepełnosprawnych, jak zwykle, jak w każdych wyborach będą? A więc poza osobami niepełnosprawnymi, które mogą głosować korespondencyjnie, wszyscy pozostali muszą stawić się w lokalu wyborczym? Są to te same lokale co zwykle? Czy są jakieś zmiany? A co jeśli zdarzy się – hipotetycznie – sytuacja, w której wyborca przyjdzie do lokalu, okaże dowód tożsamości, no i zorientuje się, że nie ma go w spisie wyborców, mimo że wcześniej we wszystkich wyborach uczestniczył i w spisie był? W tych wyborach, tak jak w pozostałych, będą obwody powszechne i obwody zamknięte? Lokale wyborcze będą czynne w niedzielę od siódmej do dwudziestej pierwszej. Proszę powiedzieć, jak głosować, żeby głos był ważny? Może być paszport? Nie musi być dowód osobisty. (...)”

One będą w różnych kolorach? Żeby się nie myliły. Taka książeczka. (...) No właśnie, jaki znak? Czyli nie na przykład ptaszek. (...) Kiedy będą wyniki wyborów?”

Podobną audycję wyemitował oddział regionalny TVP SA w Olsztynie – *Opinie* z 14.11.2014 r., poprowadzoną przez Małgorzatę Gałkę z Dorotą Białowąs – dyrektorem delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Olsztynie: „Tysiące kandydatów na radnych, wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Tłumy chętnych, by znaleźć się w samorządzie czy to gminy, czy powiatu, czy województwa. Już w niedzielę wybory samorządowe, a my dziś w Opiniach podpowiadać będziemy, jak w tym wyborczym gąszczu się nie zgubić. Małgorzata Gałka, witam i zapraszam. A podpowiadać razem ze mną będzie pani Dorota Białowąs – dyrektor delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Olsztynie. Witam panią dyrektor. Tak przyglądam się na to, co mamy na stole, na tą mnogość kart yyy i tak sobie myślę, że to chyba są najbardziej skomplikowane wybory ze wszystkich, które odbywają się w Polsce. (...) Czyli nie jedno głosowanie, nie jedne wybory, a aż cztery? Cztery rodzaje wyborów. Chciałabym pani dyrektor, żebyśmy przeprowadzili naszych widzów przez całą tą procedurę wyborczą. Na początek, w niedzielę od godziny siódmej do godziny dwudziestej pierwszej lokale wyborcze będą otwarte. Jak mam znaleźć – ja wyborca – lokal wyborczy, który... w którym powinnam zagłosować. Czy to są te, które są zazwyczaj? Czy, czy są jakieś zmiany? Osoby niepełnosprawne też w ten sam sposób mogą wyszukać swoje lokale wyborcze? Pani dyrektor, wybieram się do lokalu na głosowanie. O czym pamiętać przed wyjściem z domu? (...) W lokalu wyborczym, co po kolei: przychodzę, przedstawiam swój dowód i...? Czy ja mogę się jeszcze dopisać do spisu wyborców? Mogę jeszcze zmienić na przykład miejsce, gdzie będę głosować? (...) Pani dyrektor, leżą przed nami karty do głosowania, oryginalne karty do głosowania. Cztery różne kolory, pięć różnych yyy kart. Proszę opowiedzieć po kolei, która do jakiej... do jakiej instytucji, do jakiego rodzaju samorządu. (...) I mamy też nakładki na te karty, tak? To są nakładki dla osób niewidomych, niedowidzących. (...) Pani dyrektor, króciutko: jak oddać ważny głos? Możemy pokazać, jak, jak te ikсы powinny wyglądać?”

Podobnie miało to miejsce w audycji wyemitowanej w TVP Poznań – *Wywiad Teleskopu* z 14.11.2014 r. Była to rozmowa z dr. Jackiem Pokładeckim, politologiem z Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu: „*Wywiad Teleskopu*, Robert Chodyła, witam państwa. Już pojutrze wybory samorządowe, wybierając w nich będziemy wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, radnych gminnych, miejskich, powiatowych i wojewódzkich. Wybór zatem będzie ogromny. Jak się w nim nie zgubić? O to chciałbym, o tym chciałbym dziś porozmawiać z panem doktorem Jackiem Pokładeckim – politologiem z Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

Uniwersytetu Adama Mickiewicza. Witam. Przed nami rzeczywiście ogromny wybór, ponieważ ymm w takich miastach jak Poznań każdy wyborca będzie musiał złożyć swoje głosy na trzech kartach. W miastach, które nie są na prawach powiatu, czy w ogóle we wszelkich innych miejscowościach – na czterech kartach. I na każdej karcie będzie to tylko jedno okienko? (...) A gdyby ktoś postawił dwa, to mamy do czynienia z głosem nieważnym? (...) A co sprzyja, a co przeszkadza frekwencji? Bo ta frekwencja ciągle w wyborach samorządowych w Polsce jest dosyć niska – w okolicach 35 procent. Czyli ludzie chcą głosować, ale nie głosują...? (...) Ale może jest pewien inny problem, ponieważ ciągle te listy wyborców, spisy wyborców, są oparte tak naprawdę o meldunek, który już jest mało popularny i bardzo wielu ludzi, będąc mobilnymi, nie mają stałego zameldowania albo nie mają go w tym miejscu, gdzie akurat mieszkają – i to od lat – współtworzą społeczność, tak jak jest często w Poznaniu. Mamy tutaj do czynienia z ogromną rzeszą ludzi, którzy napłynęli, którzy tutaj funkcjonują i to czasami dziesiątki lat, a na przykład nie mogą się wykazać stałym zameldowaniem. (...) I tu mamy do czynienia z uznaniowością urzędników, jak się okazuje. (...) No i jakie są wyniki? (...) I nie dotyczy to tylko studentów, dlatego że są przypadki, które mieliśmy nawet publikowane w prasie, że no nawet emerytki nie chcą dopisać do listy, chociaż mieszka tu czterdzieści lat. (...) Panie doktorze, jak pan ocenia informację o tym, gdzie my właściwie mamy głosować. Czy ona jest wystarczająca? (...) No więc właśnie, a jeszcze na końcu króciutko. Sondáže publikowane ostatnio mogą stać się samospełniającą się przepowiednią czy właśnie nie?”

16. W próbie badawczej pojawiły się również audycje, w których dziennikarze regionalnych oddziałów TVP SA zdecydowanie i konsekwentnie nastawali na swoich gości, celem uzyskania określonych odpowiedzi na niewyjaśnione sprawy, które wypłynęły w trakcie regionalnych kampanii wyborczych. Miały one momentami charakter wprost konfrontacyjny, by nie powiedzieć śledczy, np. rozmowa Marty Pietrasiewicz w audycji *Pytania Panoramy* z 10.11.2014 r. (TVP Lublin) z prezydentem Lublina Krzysztofem Żukiem z Komitetu Platformy Obywatelskiej i Grzegorzem Muszyńskim – kandydatem Prawa i Sprawiedliwości na prezydenta Lublina: „(...) A panie prezydencie, a pan rozważa eee rozw... (...) A jeśli Prawo i Sprawiedliwość głosi nieprawdziwe zarzuty? (...) Panie prezydencie, to jeśli jest to negatywna kampania iii, a zarzuty nieprawdziwe to złoży pan pozew o, sądowy o wszczęcie procesu. (...) A proszę mi powiedzieć, co dzieje się z Volvo wylisingowanym na potrzeby Portu Lotniczego? (...) To skąd się pojawiały informacje o to, że wart sto czterdzieści tysięcy samochód... To była nieprawda? Nie zost... (...) Panie prezydencie, za publiczne pieniądze... (...) Panie prezesie, czy ja mogę tutaj zadać pytania? (...) A jak było w przypadku tego... ..samochodu. To miał być

samochód, który miał być na potrzeb... (...) Czy ja mogę cokolwiek powiedzieć w tej edycji, panie prezesie? To miał być samochód, który został nabyty na potrzeby osób, vipów, po to, by ich dowozić do Portu Lotniczego. Panie prezydencie, jest taki samochód, który miał być zakupiony na potrzeby Portu Lotniczego? (...) Ja się pytam, co się dzieje z tym samochodem? Gdzie jest i na jakie potrzeby został wy...wylisingowany? (...)”.

17. Innym dobrym przykładem może być rozmowa Alberta Bystrońskiego w audycji *Musimy porozmawiać* z 12 listopada 2014 r. (TVP Wrocław): „Proponuję, abyśmy zaczęli od demografii. Ten problem mają, ma większość polskich miast, szczególnie tej wielkości, yy, polskie miasta się wyludniają... Ale Wałbrzych ma szczególny problem, to znaczy – Wałbrzych wyludnia się, mm, jest, należy do tych miast, które wyludniają się naj, najszybciej. Co zrobić? Jakie Państwo mają pomysły na to, aby ludzie chcieli w tym mieście żyć, pracować i płacić podatki? Kto zacznie? Pani Alicja, proszę bardzo. (...) Ale to jest strefa ekonomiczna przecież. [do A. Rosiak] (...) Jasne, yy, ale co zrobić, żeby było lepiej? Jakie są Pani propozycje? [do A. Rosiak] (...) Czyli co? Postuluje Pani obniżenie podatków, yy, y, y, miejskich? [do A. Rosiak] (...) Czyli podatku od nieruchomości, tak? [do A. Rosiak] (...) Panowie, jak zatrzymać ludzi w Wałbrzychu? [do Sz. Heretyka i P. Sosińskiego] (...) To wiemy. Jak to zmienić? [do P. Sosińskiego] (...) Co to znaczy? Co zrobić, żeby ci przedsiębiorcy zostali, prowadzili biznes, żeby im się to opłacało? [do P. Sosińskiego] I jakie na przykład? [do P. Sosińskiego] (...) Tylko jak to zrobić? [do S. Heretyka] (...) Tak? I Wałbrzych na to stać? Żeby zrezygnować z tego cła? [do S. Heretyka] (...) Co to znaczy „zwiększyć bezpieczeństwo”? Rozbudować straż miejską na przykład? [do Sz. Heretyka] (...) Zmieńmy trochę temat. Chciałem zapytać o kolejny, ważny problem Wałbrzycha, mianowicie rewitalizację. Wałbrzych, yym, mimo że trochę chyba się jednak zmienia, cały czas jest miastem, które potrzebuje kompleksowej odbudowy. Jak to zrobić? Jakie są Państwa propozycje? Może odwrócimy kolejność – zaczniemy od pana Heretyka. (...) Ale jak to zrobić, yy? Jakie jest pomysł na to, żeby, yy, żeby szybciej rewitalizować? [do S. Heretyka] (...) Skąd wziąć te pieniądze i jak to zrobić? [do A. Rosiak] (...) A które to są nietrafione? [do A. Rosiak] (...) Zostańmy przy tej inwestycji, bo to jest ciekawe. To jest głośna inwestycja, chyba najwięcej się o niej mówiło – stara kopalnia... no hit turystyczny, m, Wałbrzycha ma, ma, ma być, y. Czy Panowie też jesteście tego zdania, że to jest nietrafiona inwestycja? [do P. Sosińskiego i S. Heretyka] (...) Tak jest, ale czyli tak, czyli dobra inwestycja, ale trochę za droga? [do P. Sosińskiego] (...) Ale co, nie powinno się, bhm, rewitalizować tej starej kopalni? [do S. Heretyka] (...)”.

18. Większość z ośrodków TVP SA zaproponowała swoim widzom typowy schemat debaty z kandydatami na prezydentów miast wojewódzkich. Na tym tle wyróżnił się oddział

regionalny w Olsztynie. Maciej Wróbel, prowadzący *Debatę wyborczą* (10.11.2014 r., TVP Olsztyn) w sposób następujący wytłumaczył widzom formułę debaty: „Witam państwa raz jeszcze, teraz, ee, Państwu przypomnę, a naszym widzom wyjaśnię zasady dzisiejszej debaty. Jeśli oglądali państwo nasze poprzednie spotkania w Ełku i Elblągu, to są one niemalże niezmiennie. Debata podzielona została na pięć rund. W pierwszej części każdy z kandydatów będzie miał dwie minuty na prezentację swojego programu wyborczego. W części drugiej kandydaci odpowiadają będą na pytania mieszkańców Olsztyna. Te pytania zadaliśmy, mm, dosłownie kilka dni temu i spośród kilkunastu zarejestrowanych pytań wybraliśmy siedem. Runda trzecia to runda, którą nazywamy „kandydaci – kandydatom”. Przed debatą każdy z kandydatów, na przekazanej przez nas karcie, napisał pytania do któregoś z kontrkandydatów. Te pytania mam obok siebie i będziemy je hm losować. Część czwarta to pytania od dziennikarzy. W rundzie piątej każdy z kandydatów otrzyma minutę na podsumowanie debaty. Mm, czas na udzielanie odpowiedzi na pytania, oprócz rundy pierwszej, to minuta. Każdy z kandydatów rozlosował także kolejność udzielania odpowiedzi w poszczególnych rundach i kandydaci tę kolejność, y, znają. Koniec czasu sygnalizować będzie taki oto dźwięk [dźwięk]. Czy wszystko jasne, drodzy państwo...? Zatem rozpoczynamy rundę pierwszą”.

Wnioski jakościowe

Po pierwsze, zwraca uwagę duża autonomia treściowa i formalna analizowanych anten. Samodzielność i specyfikę poszczególnych oddziałów TVP można zaobserwować m.in. w tak istotnym wskaźniku, jak tematyżacja audycji publicystycznych. Wydaje się, że pozostaje ona pod wpływem czynników personalnych (decyzji wydawców i dziennikarzy) i lokalnej agendy publicznej i jest jednocześnie oderwana od ogólnopolskiej agendy medialnej. Podobnym czynnikiem – swoistego indywidualizmu anten i audycji – jest prawdopodobnie warunkowana struktura pytań dziennikarskich, która różnicuje się w zależności od analizowanej anteny.

Po drugie, można wskazać wiodącą funkcję audycji publicystycznych w regionalnych oddziałach TVP: otóż funkcja ta jest przede wszystkim informacyjna, a nie rytualna (jak bywało to w audycjach ogólnopolskich – gdy autoreferencyjność treści audycji mogła skłaniać do konkluzji, że są one emitowane jako obowiązkowe i odtwarzają tylko z góry znany rytuał). Zawartość regionalnych audycji publicystycznych skoncentrowana jest w

dużej mierze wokół skonkretyzowanych zagadnień, aktualnych problemów i weryfikacji określonych działań – być może także dlatego, że w mniejszych społecznościach bardziej oczywista i szerzej uznana jest kategoria ważności. Widzowie-wyborcy nie potrzebują agendy medialnej, by wiedzieć, jakie zagadnienie jest w ich najbliższym otoczeniu istotne, problematyczne czy aktualne. Widzów i dziennikarzy łączy ta sama wiedza wyjściowa i w związku z tym można zakładać pewne porozumienie, co do tego, o czym warto i należy rozmawiać w samorządowej kampanii wyborczej. O wartości informacyjnej badanych audycji świadczy kilka wskaźników i obserwacji jakościowych. Podstawowym z nich jest oczywiście tematyzacja dyskusji – lwią część rozmów w badanych audycjach dotyczyła polityki lokalnej, regionalnych problemów, propozycji rozwiązań etc. Ponadto w większości analizowanych audycji widoczna była dominacja pytań o informację, co wyraźnie odróżnia treść i narrację badanych audycji od podobnych audycji w stacjach ogólnopolskich. Kolejnym argumentem za „informacyjnością” badanych audycji jest struktura gości: jako nowa grupa pojawili się w tych audycjach przedstawiciele komisji wyborczych – komisarze i sędziowie, którzy prezentowali treści edukacyjne i eksplikacyjne związane z samym procesem wyborczym; z drugiej strony w ogóle nie odnotowano obecności celebrytów – artystów, muzyków komentujących wydarzenia wyborcze (co z kolei zdarzało się w audycjach ogólnopolskich). Wreszcie niezwykle istotna wydaje się tworzona w większości audycji przestrzeń na proaktywną, pozytywną prezentację samych kandydatów i ich propozycji, a nie tylko rozliczanie ich, odpytywanie w taktyce egzaminatora i spychanie do defensywy (ten model dominował w audycjach ogólnopolskich).

Po trzecie, w większości badanych audycji odnotowano powtarzalne, charakterystyczne, wręcz modelowe wątki, które niejako konstytuują ten typ audycji w mediach regionalnych. Wątki te to:

1. opozycja lokalne–krajowe, prezentowana przez „dziedziczenie” w regionach negatywnych zjawisk obecnych w skali kraju, np. upartyjnienia władzy lub negatywnego wpływu wydarzeń na szczeblu centralnym (np. afera madrycka) na sytuację w regionie;
2. inwestycje jako topos wykorzystywany w argumentacji; inwestycje są w tym dyskursie znacznikiem skuteczności, aktywności, postępu, dlatego są często

problematyzowane i wymieniane jako klucz do rozwiązania innych problemów regionu (np. bezrobocie, emigracja młodych, zastój społeczny i gospodarczy);

3. postrzeganie regionu jako złożonej całości, a nie tylko jako centrum-stolica i peryferia; w dyskusjach często pojawiały się problemy i zjawiska związane z mniejszymi miejscowościami województwa, rozmawiano także o wzajemnych relacjach miast w ramach regionu (tego typu ujęcia brakuje w audycjach ogólnopolskich – jeśli pojawiają się regiony czy miasta, to raczej jako symbole czy egzemplifikacje określonego problemu ogólnonarodowego).

Po czwarte wreszcie, wymiar aksjologiczny dyskusji o samym procesie wyborczym. W badanych audycjach pojawiały się ważne pytania w rodzaju: „Dlaczego warto głosować w wyborach samorządowych?” Zastanawiano się także nad przyczynami braku ambicji w regionalnej kampanii samorządowej oraz nad sposobem usprawnienia współpracy między określonymi organami samorządowymi. Obecność takich wątków należy ocenić pozytywnie – są one wartościowe z punktu widzenia edukacji obywatelskiej oraz angażowania wyborców w procesy polityczne. Dobrze także świadczy to o dziennikarzach, którzy – między jednak kwestiami mniejszej wagi, pobocznymi – mają odwagę podejmowania tego typu zagadnień i uznają je za relewantne. Jakościowa analiza zawartości audycji oddziałów regionalnych TVP może zatem skłaniać do konkluzji, że to ta przestrzeń medialna jest najwłaściwszym obszarem prowadzenia i analizowania samorządowej kampanii wyborczej – to właśnie tutaj widz-wyborca znajdzie relatywnie najwięcej (w porównaniu z audycjami ogólnopolskimi) wartościowych treści w relatywnie najwygodniejszej do przyswojenia formie.

Na koniec warto nadmienić, że szczegółowe wnioski i ustalenia zawierają karty programowe (wraz z pełnymi transkrypcjami narracji dziennikarskiej) wszystkich przebadanych audycji, które są ważnym zbiorem obserwacji odnośnie do dyskursu wyborczego w regionalnych ośrodkach TVP, zawierającym rozliczne zestawienia, porównania i rekomendacje, mogące być wykorzystane przez zespoły dziennikarskie, w ramach formuły warsztatowej/szkoleniowej, celem podnoszenia jakości przygotowywanych audycji publicystycznych.

ZESTAWIENIE PROGRAMÓW OBJĘTYCH MONITOWANIEM PUBLICYSTYCZNYM – KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI – EUROWYBORY 2014 R. – WG PRZYJĘTEGO KRYTERIUM CELOWEGO

- 8.11.
Debata wyborcza (TVP KRAKÓW)
Dwa łyki polityki (TVP OPOLE)
- 9.11.
Karty na stół. Ring (TVP GORZÓW WLKP.)
Debata wyborcza (TVP KRAKÓW)
Polityka bliżej (TVP KRAKÓW)
Polityczny fyrtel (TVP POZNAŃ)
Fakty, komentarze (TVP WROCŁAW)
- 10.11.
Bez kantów. Debata (TVP BIAŁYSTOK)
Samorządni (TVP BYDGOSZCZ)
Karty na stół (TVP GORZÓW WLKP.)
Forum regionu. Samorządowa debata
wyborcza (TVP KATOWICE)
Bez demagogii (TVP KIELCE)
Między sejmem i sejmikiem (TVP LUBLIN)
Pytania Panoramy (TVP LUBLIN)
Łódzkie forum. Debata wyborcza (TVP
ŁÓDŹ)
Debata wyborcza (TVP OLSZTYN)
Opinie (TVP OLSZTYN)
Rozmowa dnia. Ring wolny (TVP OPOLE)
Wywiad Kuriera (TVP WARSZAWA)
Musimy porozmawiać [o wyborach]
(TVP WROCŁAW)
Rozmowa Faktów (TVP WROCŁAW)
- 11.11.
Karty na stół (TVP GORZÓW WLKP.)
- 12.11.
Rozmowa dnia (TVP BIAŁYSTOK)
Rozmowa dnia (TVP BYDGOSZCZ)
Samorządni (TVP BYDGOSZCZ)
Karty na stół (TVP GORZÓW WLKP.)
Głos dnia (TVP KIELCE)
Wybory samorządowe 2014 (TVP LUBLIN)
Rozmowa dnia. Ring wolny (TVP OPOLE)
Wywiad Teleskopu (TVP POZNAŃ)
Konkrety i opinie. Edycja wyborcza (TVP
RZESZÓW)
- Wywiad Kuriera (TVP WARSZAWA)
Musimy porozmawiać [o wyborach]
(TVP WROCŁAW)
- 13.11.
Bez kantów. Debata (TVP BIAŁYSTOK)
Rozmowa dnia (TVP BYDGOSZCZ)
Forum Panoramy (TVP GDAŃSK)
Karty na stół (TVP GORZÓW WLKP.)
Głos dnia (TVP KIELCE)
Wybory samorządowe 2014 (TVP LUBLIN)
Opinie (TVP OLSZTYN)
Wywiad Teleskopu (TVP POZNAŃ)
Konkrety i opinie. Edycja wyborcza
(TVP RZESZÓW)
Wywiad Kuriera (TVP WARSZAWA)
Pod lupą (TVP WARSZAWA)
Rozmowa Faktów (TVP WROCŁAW)
- 14.11.
Karty na stół. Ring (TVP GORZÓW WLKP.)
Głos dnia (TVP KIELCE)
Region [Małopolska]. Ludzie, sprawy, opinie
(TVP KRAKÓW)
Pytania Panoramy [druga część odcinka
– sędzia Magdalena Kuczyńska]
(TVP LUBLIN)
Opinie (TVP OLSZTYN)
Dwa łyki polityki (TVP OPOLE)
Rozmowa dnia. Ring wolny (TVP OPOLE)
Wywiad Teleskopu (TVP POZNAŃ)
Debata kandydatów na prezydenta
Koszalina (TVP SZCZECIN)
Debata kandydatów na prezydenta
Szczecina (TVP SZCZECIN)
Wywiad Kuriera (TVP WARSZAWA)
Musimy porozmawiać [o wyborach]
(TVP WROCŁAW)