



Horyzonty Polityki
2015, Vol. 6, N° 15

MARIA NOWINA KONOPKA

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
nowinakonopka.maria@gmail.com

DOI: 10.17399/HP.2015.061508

**Papierowa *versus* cyfrowa.
Medialny obraz kampanii
wyborczej w 2014 roku –
na przykładzie „Gazety
Krakowskiej”**

Streszczenie

Biorąc pod uwagę znaczenia oraz udział prasy jako źródła informacji oraz uwzględniając fakt wysokiego poziomu atrakcyjności medialnej tematów związanych z wyborami samorządowymi, zakłada się, iż kampania wyborcza do sejmiku wojewódzkiego jest tematem często podejmowanym zarówno w prasie regionalnej, jak i na jej portalach internetowych. Celem weryfikacji postawionej tezy analizie poddano 53 papierowe wydania „Gazety Krakowskiej” oraz artykuły publikowane na łamach serwisu informacyjnego tegoż tytułu. Badaniem objęto dziewięć tygodni jesiennej kampanii wyborczej w 2014 roku. Intencją autora badania było również ustalenie nacechowania analizowanych wypowiedzi.

SŁOWA KLUCZOWE

wybory samorządowe 2014, kampania
wyborcza, „Gazeta Krakowska”, regionalny
serwis informacyjny

PAPER VERSUS DIGITAL. MEDIA
IMAGES OF THE ELECTION CAMPAIGN
IN 2014 – WITH THE CASE EXAMPLE
OF “GAZETA KRAKOWSKA”

Summary

Taking into account the significance and participation of the press as a source of information, and due to the high level of media attraction of topics associated with the self-government elections, it is assumed that the election campaign to the voivodeship sejmik is an issue that is also frequently taken up both in regional press as well as websites. For the purpose of verifying this theory, 53 paper issues of the “Gazeta Krakowska,” as well as articles published in the information service of this newspaper, have been subjected to analysis. The research covered nine weeks of the autumn election campaign of the year 2014. The author’s intention regarding this work was also to establish the cultural elements of the statements analysed.

KEYWORDS

Local election 2014, Election *campaign*, „Gazeta Krakowska”,
Regional information service

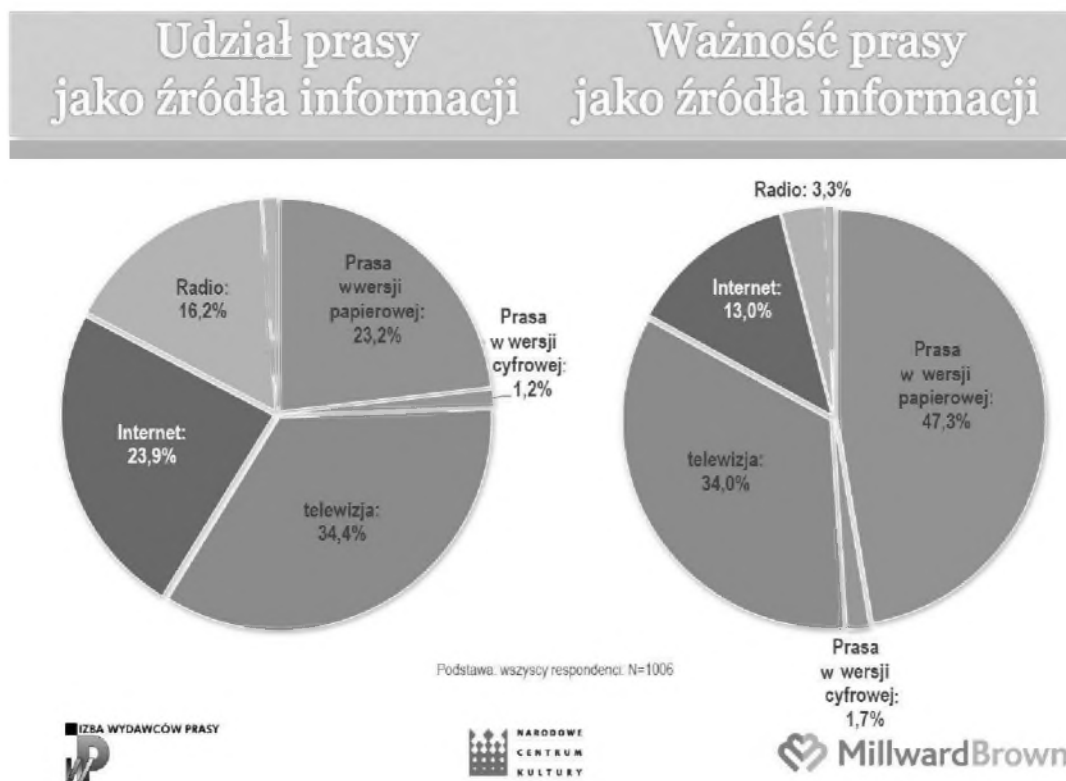
WSTĘP

Media i pracujący w nich dziennikarze tak zwany sezon ogórkowy traktują z niekłamaną niechęcią. Brak tematów, niska liczba wydarzeń i ogólnie panujący na przykład w czasie wakacji marazm zmuszają dziennikarzy do podejmowania tematów drugoplanowych, zajmowania się sprawami błahymi czy w końcu do kilkudniowego rozwodzenia się nad problemami rozwiązywalnymi niemal natychmiast. *A contrario*, czas kampanii wyborczych owocuje w wydarzenia bez liku, obnaża najczarniejsze strony międzypartyjnych rywalizacji, a liczba tematów do opisania niejednokrotnie przewyższa kadrowe możliwości redakcji. W tym też kontekście zauważyć należy, iż rok 2014 okazał się dla mediów wyjątkowo łaskawy. Następujące po sobie wybory do Parlamentu Europejskiego oraz samorządowe stanowiły niemal niewyczerpalne źródło newsów. Tematy te są przez media często i chętnie podejmowane, a przy tym dopracowywane

pod względem ich atrakcyjności. Przeprowadzone przez Agnieszkę Szymańską badania publikacji prasowych wskazują na kilka zasadniczych czynników determinujących poziom zainteresowania poszczególnymi aspektami kampanii wyborczej [Szymańska 2009, s. 46 i n.]¹. Pierwszy z nich Szymańska nazywa wskaźnikiem statusu, który dowodzi, iż liczba jednostek wypowiedzi prasowej uzależniona jest od prestiżu danego poziomu wyborów. Drugi z indyktorów nawiązuje do pojęcia bliskości i identyfikacji [Szymańska 2009, s. 50], kolejne odnoszą się do dynamiki oraz czasu wydarzeń, i w końcu, do sposobu ich nacechowania. Wydaje się zatem, iż samorządowy poziom wyborów winien być dla mediów lokalnych tematem niezwykle wręcz atrakcyjnym. W niniejszym artykule podjęto więc temat badawczy, koncentrujący się wokół mediów regionalnych, w kontekście tego najniższego poziomu balotażu. W czasie analizy zwrócono uwagę na jeszcze inne, równie interesujące badania. Otóż autorzy starali się określić poziom i zasięg oddziaływania mediów regionalnych, ograniczając się jedynie do gazet i ich wydań cyfrowych. Wyniki zrealizowanych przez Millward Brown w 2013 roku badań wskazują, iż zarówno udział, jak i znaczenie prasy wydawanej w wersji cyfrowej są daleko mniejsze aniżeli w przypadku jej odpowiednika papierowego [Millward Brown 2013]. Gazeta w swej tradycyjnej postaci traktowana jest jako źródło informacji przez ponad 23% respondentów, podczas gdy jej e-wydanie jedynie przez 1,2%. Dysproporcja ta jest znacząca i pozwala na sformułowanie wątpliwości co do przyszłej stabilności finansowej tej części rynku wydawniczego. Równie interesujące wyniki otrzymano z badania dotyczącego oceny ważności prasy jako źródła informacji. W tym przypadku papierowa gazeta cieszy się poważaniem wśród 47,3% ankietowanych, natomiast jej wydanie elektroniczne jedynie wśród 1,7% badanych.

1 Autorka odwołuje się w swym artykule do koncepcji Winfreda Schulza [2008].

Wykres 1. Udział prasy i ważność prasy jako źródła informacji



Źródło: [Millward Brown 2013, s. 14].

Wniosków z przedstawionych powyżej badań wyciągnąć by można wiele, jeden z nich, w aspekcie prowadzonych w niniejszym artykule rozważań, wydaje się szczególnie istotny. Otóż, skoro tradycyjna, wydana na papierze gazeta jest źródłem ważniejszym i o szerszym zakresie, to dostępne w jej ramach informacje stają się dla czytelników podłożem do formułowania się opinii o otaczającej ich rzeczywistości. A zatem, w momentach dla systemu demokratycznego istotnych, gazeta papierowa jest tym nośnikiem, który do swych odbiorców dociera z daleko większym prawdopodobieństwem aniżeli jej e-wydanie. Oznacza to, że dla podtrzymania pozycji medium opiniotwórczego w interesie prasy jest zamieszczanie w jej gazetowym wydaniu dużej liczby materiałów dotyczących wyborów. Zważywszy przy tym na fakt, iż przyjęcie formuły tradycyjnej wiąże się z wieloma ograniczeniami, związanymi choćby z długością publikowanego materiału czy liczbą umieszczanych w gazecie jednostek wypowiedzi prasowej, za zasadne przyjąć by można, iż w papierowej gazecie informacje dotyczące wyborów pojawiać się będą częściej,

acz w bardziej ograniczonej wersji aniżeli na platformie cyfrowej. Wydanie elektroniczne wydaje się przy tym bardziej atrakcyjne, albowiem daje możliwość zasięgnięcia dalszych informacji, już wprost z portalu czytanej akurat gazety.

ZAKRES I PRZEDMIOT BADAŃ

„Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej” stała się inspiracją do podjęcia badań nad zależnością pomiędzy artykułami dostępnymi w papierowej wersji gazety a artykułami dostępnymi na platformie cyfrowej tegoż tytułu. Przyjęcie formuły rozszerzonej, a więc wyjście poza e-wydanie gazety, na rzecz analizy całości portalu danej gazety podyktowane jest chęcią szerszego ujęcia tematu. Do analizy wybrano jeden z poziomów przeprowadzonych jesienią 2014 roku wyborów, a mianowicie ten do sejmiku wojewódzkiego w Małopolsce. Decyzja ta podyktowana była chęcią zbadania stopnia zainteresowania mediów regionalnych kwestiami wyborów, a elekcja na radnych sejmiku w stosunkowo najbardziej jednorodny sposób prowadzona jest w skali całego województwa. Listy zgłoszone przez biorące udział w wyborach komitety wyborcze obowiązują na terenie całego okręgu², których w skali województwa jest sześć³. Tym samym starano się możliwie najbardziej wyeliminować aspekty lokalności na rzecz przyjęcia bardziej jednakiego przedmiotu badań.

Badanie prowadzono w odniesieniu do tytułu najbardziej w Małopolsce poczytnego, jakim jest „Polska Gazeta Krakowska”,

2 Podział okręgu w skali województwa wygląda następująco: okręg nr 1 – powiaty: olkuski, chrzanowski, oświęcimski; okręg nr 2 – powiaty: miechowski, proszowicki, krakowski, wielicki; okręg nr 3 – m. Kraków; okręg nr 4 – powiaty: wadowicki, myślenicki, suski, nowotarski, tatrzański; okręg nr 5 – powiaty: bocheński, brzeski, dąbrowski, tarnowski, m. Tarnów; okręg nr 6 – powiaty: limanowski, gorlicki, nowosądecki, m. Nowy Sącz [PKW 2014].

3 Listy w wyborach do sejmiku wojewódzkiego zgłosiły: Komitet Wyborczy PSL, KW Demokracja Bezpośrednia, KW Prawo i Sprawiedliwość, KW Platforma Obywatelska, RP KWW Ruch Narodowy, KKW SLD Lewica Razem, KW Nowa Prawica – Janusza Korwin-Mikkego, KW Liga Polskich Rodzin, KW Samoobrona, KW Twój Ruch, KWW Wspólnota Patriotyzm Solidarność, „KWW NASZ REGION” [BIP 2014].

zwyczajowo w regionie nazywana „Gazetą Krakowską”. Z badań PBC (Polskie Badania Czytelnictwa) wynika, iż jest ona czytana przez ponad 9% małopolskich respondentów [PBC 2015]. Dodać jeszcze należy, iż wśród czytelników tytułów regionalnych charakteryzuje się ona największym odsetkiem osób zamieszkujących tereny poza obszarem Krakowa.

Tabela 2. Czytelnictwo Cyklu Sezonowego dzienników o zasięgu: Małopolska

	Tytuł	% respondentów
1.	„Fakt”	11,09
2.	„Polska Gazeta Krakowska”	9,39
3.	„Dziennik Polski”	8,05
4.	„Gazeta Wyborcza”	6,96
5.	„Super Ekspres”	4,97
6.	„Przegląd Sportowy”	2,34
7.	„Dziennik Gazeta Prawna”	2,32
8.	„Metro”	2,26
9.	„Rzeczpospolita”	1,06
10.	„Nasze Miasto”	0,78

Czytelnictwo Cyklu Sezonowego, Wyniki Badania PBC, 09.2014-02.2015. Źródło: <<http://www.pbc.pl>>.

„Gazeta Krakowska” jest tytułem typowo regionalnym, ukazującym się od roku 1949, aczkolwiek źródła „Gazety Krakowskiej” doszukiwać się można nawet w wydarzeniach z końca XVIII wieku. W czasach przed transformacją ustrojową z 1989 roku „Gazeta Krakowska” uznawana była za organ prasowy PZPR [Kolasa 2001, s. 98], obecnie natomiast „Polska Gazeta Krakowska” jest publikacją periodyczną wychodzącą w kilku mutacjach lokalnych: w Nowym Sączu, na Podhalu, w Krakowie i Małopolsce Zachodniej.

Biorąc zatem pod uwagę wagę oraz udział prasy jako źródła informacji, a także zważywszy na fakt wysokiego poziomu atrakcyjności medialnej tematów związanych z wyborami samorządowymi, zakłada się, iż kampania wyborcza do sejmiku wojewódzkiego jest tematem często podejmowanym zarówno w prasie regionalnej, jak i na jej portalach internetowych. Celem weryfikacji tejże tezy analizie zawartości treściowej poddano papierowe wydanie „Gazety Krakowskiej” w dniach od 15 września 2014 roku do 14 listopada 2014. Badaniem objęto zatem dziewięć tygodni kampanii wyborczej,

w czasie których drukiem ukazały się 53 wydania tegoż tytułu. Analiza komparatywna prowadzona była w odniesieniu do publikowanych w analogicznym czasie na łamach serwisu internetowego „Gazety Krakowskiej” artykułów dotyczących kampanii wyborczej kandydatów na radnych do sejmiku wojewódzkiego⁴. Celem badania jest również wskazanie na sposób, w jaki nacechowane są artykuły dotyczące badanego tytułu.

„GAZETA KRAKOWSKA”

A WWW.GAZETAKRAKOWSKA.PL – WYNIKI

ANALIZY

Badania przyniosły rezultaty odmienne od zakładanych. W 53 wydaniach „Gazety Krakowskiej” zamieszczono jedynie osiem artykułów dotyczących analizowanego zagadnienia. Zdumienie uzasadnia fakt, iż po wyborach samorządowych w 2006 roku przeprowadzone badania wskazywały, że w okresie dziesięciu tygodni poprzedzających wcześniejsze wybory samorządowe na łamach „Gazety Krakowskiej” ukazało się aż 48 przekazów dotyczących wyborów do sejmiku wojewódzkiego [Szymańska 2009, s. 50]. Wziąwszy nawet pod uwagę, iż badano dziewięć, nie zaś dziesięć tygodni, oraz że skupiono się jedynie na aspektach kampanii prowadzonej przez konkretnych kandydatów lub reprezentujących ich komitety, różnica 40 artykułów wydaje się bardzo istotna. Pewnym uzasadnieniem dla takiego rozdźwięku mogą być różnice w przyjętej metodologii, jednakże jego wielkość wydaje się zbyt duża⁵. A zatem wysunąć można dwa wnioski, pierwszy, o obecnie małym zainteresowaniu „Gazety

4 Gwoli uzupełnienia kwestii metodologicznych należy zaznaczyć, iż nie analizowano jednostek wypowiedzi prasowej, które dotyczyły zasad, miejsc i dat przeprowadzania wyborów do sejmików. Ponadto badano jedynie te wypowiedzi, które zamieszczone były na portalu www.gazetakrakowska.pl, pomijając te, które z niniejszego portalu były linkowane. W wynikach wyszukiwawczych szperacza Google na wspomnianej stronie internetowej znajdowano bowiem artykuły przenoszące czytelnika do innych dzienników regionalnych. Najczęściej były to: „Kurier Lubelski”, „Dziennik Łódzki”, „Gazeta Wrocławska”, „Głos Wielkopolski” czy „Dziennik Zachodni”.

5 Zwłaszcza iż po zrealizowanych badaniach autor niniejszego tekstu jest w stanie oszacować liczbę jednostek wypowiedzi prasowej dotyczących

Krakowskiej” wyborami do Sejmiku Województwa Małopolskiego, oraz drugi, bardzo ostrożny, o istotnie zmniejszającym się poziomie tegoż zainteresowania.

Dodać jeszcze należy, iż w cytowanych badaniach Szymańskiej udowodniono, że „Gazeta Krakowska” wykazywała najmniejszą dysproporcję w zakresie stopnia zainteresowania różnymi szczeblami wyborów w porównaniu z innymi tytułami regionalnymi.

Tabela 1. Liczba wypowiedzi traktujących o kandydatach komitetów wyborczych zarejestrowanych w wyborach do Sejmiku Województwa Małopolskiego w 2014 roku

	„Gazeta Krakowska”	www.gazetakrakowska.pl
	8	13
Komitety Wyborcze	Liczba jednostek wypowiedzi	
PSL	3	6
Demokracja Bezpośrednia	1	2
Prawo i Sprawiedliwość	5	9
Platforma Obywatelska	4	9
Ruch Narodowy	1	1
SLD Lewica Razem	2	5
Nowa Prawica – Janusza Korwin-Mikkego	2	3
Liga Polskich Rodzin	1	1
Samoobrona	1	1
Twój Ruch	1	1
Wspólnota Patriotyzm Solidarność	1	1
„Nasz Region”	1	1

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowanie większą liczbę przekazów oferowano czytelnikowi odwiedzającemu portal www.gazetakrakowska.pl. Na jego łamach udostępniono bowiem 13 artykułów, których treść dotyczyła analizowanego problemu badawczego. Liczba ta także nie jest duża, jednakże w porównaniu do tej charakteryzującej wydanie papierowe jest o 62,5% większa. Wydawać by się zatem mogło, iż wszystkie artykuły zawarte w wydaniu papierowym umieszczane są na

wyborów do sejmiku, w szerszym aniżeli przyjęto w badaniu zakresie, na kilka, maksymalnie kilkanaście sztuk.

portalu, natomiast nadwyżka treściowa dostępna *online* powstaje na skutek przygotowania większej liczby materiałów, które z założenia dostępne mają być jedynie w wersji cyfrowej. Tymczasem badania wykazały, iż wcale tak nie jest. Otóż niektóre artykuły wydrukowane w „Gazecie Krakowskiej” nie są zamieszczane na portalu wcale⁶. W pewnych przypadkach zaobserwowano ponadto zamieszczanie tych samych treści pod innym tytułem⁷ bądź też pewne modyfikacje treści. Nie bez znaczenia pozostaje także fakt, iż artykuły *online* wzbogacane były zawsze co najmniej jedną fotografią lub ilustracją, podczas gdy w wydaniu papierowym nie za każdym razem się to zdarzało⁸.

W papierowym wydaniu „Gazety Krakowskiej” stosunkowo najwięcej zainteresowania poświęcono PiS, albowiem w przeszło połowie artykułów odnoszono się do problematyki kampanii realizowanej przez ten komitet wyborczy. Z nieco mniejszym oddźwiękiem spotkały się starania PO, której poczynania odnotowano w czterech artykułach. Na dalszych miejscach uplasowało się PSL, którego zmagania przedwyborcze opisano w trzech artykułach, SLD i Nowa Prawica – po dwa razy, natomiast wszystkie pozostałe komitety wspomniane zostały jedynie raz. Niewielka próbka badawcza nie pozwala na wyciągnięcie daleko idących wniosków, niemniej jednak zainteresowanie „Gazety Krakowskiej” poszczególnymi komitetami jest analogiczne do wyników poparcia poszczególnych komitetów w skali całego województwa. Tendencji tej nie zaobserwowano natomiast w czasie analizy artykułów dostępnych na portalu „Gazety Krakowskiej”. Dziennikarze w takim samym bowiem stopniu opisywali przebieg kampanii PO (9 art.), co PiS-u (9 art.) Działaniom PSL poświęcono sześć z wszystkich badanych artykułów, natomiast SLD – Lewica Razem stanowiła przedmiot analiz w pięciu artykułach. Kolejno trzy razy wspomniano o Nowej Prawicy, dwa razy o Demokracji Bezpośredniej i po razie o pozostałych komitetach.

Stosunkowo duże zainteresowanie kampanią wyborczą prowadzoną przez Prawo i Sprawiedliwość nie zadziało na korzyść tegoż ugrupowania. Dziennikarze „Gazety Krakowskiej” rozpisywali się

6 Przykładem takiego artykułu jest [Serafin 2014a].

7 Przykładem: [Gawlik 2014; Szkutnik 2014].

8 Przykładem: [Serafin 2014c].

na temat wewnętrznych sporów w procesie rekrutacji na listy wyborcze. Wspominano wielokrotnie o krzywdzącym dla przedstawicieli PiS-u porozumieniu z Jarosławem Gowinem i Zbigniewem Ziobro, w wyniku którego na wspólnych listach KW PiS wystartować mieli kandydaci całej Zjednoczonej Prawicy. W rezultacie część znanych działaczy partyjnych zrezygnowała z udziału w wyborach, uznając, iż przyznane im na liście miejsca nie dają szans na uzyskanie mandatu. Taką decyzję podjęli między innymi Andrzej Bulzak oraz Renata Godyń-Swędzioł, której przyznano dopiero trzecią pozycję [Serafin 2014a]. Swojego niezadowolenia nie krył również Grzegorz Biedroń, szef małopolskich struktur, którego nieprzychylnie porozumieniu wypowiedzi kilkakrotnie cytowano w gazecie [Serafin 2014b]. W negatywnym świetle Prawo i Sprawiedliwość stawiane było również w związku z podejrzeniem jednego z jego kandydatów o bezprawne działanie na szkodę konkurentów politycznych. Choć w artykule nie podano personaliów podejrzanego, z imienia i nazwiska wymieniono osoby z nim powiązane, rzucając tym samym cień podejrzeń na szerszy krąg osób przynależących do wadowickiego PiS [Gawlik 2014]. W artykule tym w równie negatywnym świetle przedstawiono jednego z kandydatów Platformy Obywatelskiej. Jego wina nie została jednak napiętnowana wprost, a jedynie wspomniana w kontekście wykorzystywania wizerunku urzędującego Prezydenta RP do celów reklamowych. Po konsultacjach redakcji z Kancelarią Prezydenta ustalono, iż umieszczanie przez Leszka Zegzdę na własnych plakat� wyborczych sylwetki Bronisława Komorowskiego bez zgody jest niedopuszczalne. W pozostałych artykułach poczynania KW PO prezentowane były w sposób neutralny. Należy zaznaczyć, iż podobnie potraktowano pozostałe komitety wyborcze, które zazwyczaj wspomniane były w związku z prezentacją sondaży wyborczych [Rapalski, Serafin 2014], próbami symulacji podziału miejsc w sejmiku pomiędzy partie lub w związku z komentarzami ekspertów [Serafin 2014d]. Na tle tym wyróżnia się rozmowa z kandydatką PSL Urszulą Nowogórską, której swobodna, acz krótka wypowiedź nacechowana była zdecydowanie pozytywnie [Wolę nie obiecywać 2014].

W pierwszym etapie kampanii jej przebieg opisywany był na portalu www.gazetakrakowska.pl zdecydowanie neutralnie. W artykułach koncentrowano się głównie na prezentacji kolejno rejestrowanych list wyborczych. Przedstawiano na nich najważniejszych

kandydatów oraz opisywano mechanizm wyłaniania liderów list. W ten sposób przybliżono czytelnikowi listy PO, PSL oraz wspomniano o próbie „zawładnięcia” sejmikiem przez małopolskich górali [Bobek 2014]. Nawet w odniesieniu do wspólnych list małopolskiej prawicy zachowano powściągliwość, jedynie na marginesie wspominając o rezygnacji Renaty Godyń-Swędzioł. Brak przychylności względem PiS-u dało się jednak zaobserwować w innych artykułach, w których dziennikarze opisywali niszczenie plakatów przez jednego z kandydatów tego ugrupowania (nie wspominając przy tym o kwestii towarzyszącej w wydaniu papierowym problematycznego plakatu Leszka Zegzdy), tudzież „najazd” polityków prawicy na spokojne miasto Tarnów [Skórka 2014]. Choć w treści artykułu nie użyto słów potępiających, to jednakże samo przywołanie w tytule słowa „najazd” uznać należy za nacechowanie negatywne. Tego rodzaju zabiegi stosowane były również w przypadku także i innych wypowiedzi dziennikarskich. W jednym z artykułów, pomimo ujęcia problematyki w sposób informacyjny i neutralny, przywołano w tytule pojęcie „walki”. Odwołując się zatem do retoryki wojny, siły, podziału na wygranych i przegranych, zasugerowano czytelnikom negatywny wydźwięk wydarzenia, jakim jest rywalizacja o mandaty w sejmiku wojewódzkim. Zdecydowanie najbardziej pejoratywny charakter miała wypowiedź dotycząca KW Demokracja Bezpośrednia. W jednym z artykułów pod dość neutralnym tytułem *Diety poszły w górę więc trwa szturm na komisje wyborcze* opisano przypadek proponowania przez działaczy wspomnianego komitetu miejsc w dobrze płatnych komisjach wyborczych w zamian za głosy [Skowron 2014]. Dla przeciwwagi wskazać także można na artykuł o wydźwięku najbardziej pozytywnym. Wydaje się, iż za taki przyjąć można zaimportowaną do serwisu notatkę Polskiej Agencji Prasowej pt. *Widać zmiany – hasło w wyborach do sejmiku województwa* [PAP 2014]. W informacji przywołano hasło i program wyborczy PO, referowany przez działaczy tego ugrupowania. Nic zatem dziwnego, iż podobnie jak w przypadku wspomnianej uprzednio Urszuli Nowogórskiej, artykuł podkreślał sukcesy, zalety i zasługi tejże partii.

PODSUMOWANIE

Analiza zawartości treściowej artykułów zamieszczonych w *Gazecie Krakowskiej* oraz na jej portalu w okresie dziewięciu tygodni poprzedzających wybory samorządowe z listopada 2014 pozwala na sformułowanie wniosku o proporcjonalnie rozłożonym zainteresowaniu poszczególnymi komitetami wyborczymi. Proporcjonalność tę rozumieć należy w odniesieniu do poziomu społecznego poparcia udzielanego zarejestrowanym w województwie komitetom. W sposób oczywisty przy tak małej (choć wyczerpującej) próbie badawczej wartości nie przystają do siebie w sposób idealny, jednakże doskonale oddają tendencje społecznych nastrojów jesienią 2014 roku. Pewną dysproporcję zauważa się natomiast w zakresie emocjonalnego cechowania jednostek wypowiedzi prasowych. Otóż wypowiedzi negatywnych jest znacznie więcej aniżeli pozytywnych, choć przyznać należy, iż w całości materiału badawczego przeważały artykuły o zabarwieniu neutralnym. W odniesieniu zaś do konkretnych komitetów wyborczych stosunkowo najwięcej negatywnych treści odnotowano w związku z funkcjonowaniem małopolskich kandydatów Prawa i Sprawiedliwości.

Dodać należy, iż prowadzenie badań rozszerzonych dotyczących jesiennej rywalizacji w 2014 roku na terenie Małopolski, odzwierciedlonej w innych mediach, pozwala na stwierdzenie, iż w publikacjach „*Gazety Krakowskiej*” pominięto szereg istotnych wydarzeń. Dla przykładu nie wspomniano o kontrowersyjnym zachowaniu Stanisława Kracika. Polityk ten w poprzednich wyborach samorządowych był kandydatem PO na urząd prezydenta Krakowa, po przegranej odsunął się jednak od polityki. Poproszony cztery lata później o zgodę na umieszczenie go na ostatnim miejscu na liście Platformy nie krył rozgoryczenia sposobem, w jaki został przez partyjnych kolegów potraktowany w obecnych wyborach oraz w związku z poprzednią przegraną. Kracik zastąpił w Krakowie jeszcze jednym, dość nieszablonowym zachowaniem. Mianowicie w zmaganiach o fotel prezydenta poparł on kandydata PiS Marka Lasotę, nie zaś partyjną koleżankę Martę Patenę. Wydarzenie to relacjonowane było przez wiele rozmaitych mediów, nie znajdując miejsca na łamach „*Gazety Krakowskiej*”. Podobny los spotkały także i inne przedwyborcze incydenty, wśród których wymienić należy choćby ostrą wypowiedź

pracownika Magistratu o wszczęciu postępowania względem jednego z kandydatów PO Kazimierza Barczyka, którego billboardy zawieszono zostały wbrew przepisom prawa [Gurgul 2014]. Innym przykładem może być pominięcie zainicjowanej przez kandydatów Sojuszu Lewicy Demokratycznej akcji „Warto czytać”. Głównym jej celem było upowszechnienie nawyku czytania i studiowania wśród młodszej części krakowian oraz wypromowanie książki na symbol Krakowa [Ratusznik 2014]. Ostatni z przykładów odnosi się do wypowiedzi jednego z radnych PSL, którego szczerość wypowiedzi warto podkreślić. Na antenie Radia Kraków Jacek Soska wyznał: „Mam pretensje, że przez cztery lata nikt nie zwrócił mi uwagi na moją nieudolność, nieróbstwo i zaniechanie (...). Nie jestem zadowolony z siebie i nie za bardzo mam czym się chwalić” [Orski 2014].

Wybiórczy i incydentalny sposób traktowania kampanii wyborczej o miejsca w sejmiku wojewódzkim jest, jak się wydaje, pochodną niewielkiego ogólnego poziomu zainteresowania samym sejmikiem. Liczba artykułów poświęconych zmaganiom pomiędzy partiami, jak i w ramach każdej z nich świadczy, iż tematyka ta znajduje się na obrzeżach pól zainteresowań dziennikarzy analizowanego tytułu. Pomimo zatem wysokiego potencjalnego poziomu atrakcyjności medialnej tymże poziomem wyborów dziennikarze „Gazety Krakowskiej” w niewielkim tylko stopniu wykorzystali możliwości, jakie daje udział tego tytułu oraz jego ważność jako źródła informacji o wyborach do Sejmiku Województwa Małopolskiego.

BIBLIOGRAFIA

- BIP, 2014, *Obwieszczenia Wojewódzkiej Komisji Wyborczej w Krakowie z dnia 22 października 2014 r. o zarejestrowanych listach kandydatów na radnych do Sejmiku Województwa Małopolskiego w wyborach do rad gmin, powiatów, sejmików województw oraz wyborach wójtów, burmistrzów i prezydentów miast zarządzonych na dzień 16 listopada 2014 r.* <<http://bip.malopolska.pl/umwm/Article/get/id,980401.html>> (dostęp: 01.05.2015).
- Bobek, Ł., 2014, *Górale chcą mieć swoich w sejmiku wojewódzkim*, portal gazetakrakowska.pl z dnia 17 września, <<http://www.gazetakrakowska.pl/artukul/3577273,gorale-chca-miec-swoich-w-sejmiku-wojewodz-kim,id,t.html>> (dostęp: 06.05.2015).

- Gawlik, K., 2014, *Grzechy kandydatów w kampanii wyborczej*, „Gazeta Krakowska” z dnia 8-9 listopada.
- Gurgul, A., 2014, *Jak kandydat Barczyk wyborczo ozdobił Podgórze*, portal wyborcza.pl z dnia 23 października, <http://krakow.gazeta.pl/krakow/1,44425,16850053,Jak_kandydat_Barczyk_wyborczo_ozdobil_Podgorze.html> (dostęp: 04.05.2015).
- Kolasa, W., 2001, „Gazeta Krakowska” na tle małopolskiej prasy regionalnej (1989-2000), „Małopolska” vol. 3.
- Millward Brown, 2013, *Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej. Nowe platformy dostępu do treści. Transformacja prasy*, Izba Wydawców Prasy – Narodowe Centrum Kultury.
- Orski, K., 2014, *Jacek Soska wylicza błędy tej kadencji. Ma też pretensje... do samego siebie*, portal Radia Kraków z dnia 13 listopada, <<http://www.radiokrakow.pl/wiadomosci/aktualnosci/jacek-soska-wylicza-bledy-tej-kadencji-ma-tez-pretensje-do-samego-siebie/>> (dostęp: 05.05.2015).
- PAP, 2014, *Widać zmiany – hasło w wyborach do sejmiku województwa*, portal gazetakrakowska.pl z dnia 9 października, <<http://www.gazetakrakowska.pl/artukul/3603267,widac-zmiany-haslo-po-w-wyborach-do-sejmiku-wojewodztwa,id,t.html>> (dostęp: 06.05.2015).
- PBC, 2015, *Czytelnictwo Cyklu Sezonowego 09.2014-02.2015*, Polskie Badania Czytelnictwa, <<http://www.pbc.pl>> (dostęp: 10.05.2015).
- PKW, 2014, *Wyniki wyborów 2014*, Państwowa Komisja Wyborcza, <<http://wybory2014.pkw.gov.pl/pl/wojewodztwa/view/12>> (dostęp: 11.01.2015).
- Ratusznik, O., 2014, *SLD rozdawał książki i zachęcał do głosowania*, portal Radio Kraków z dnia 12 listopada, <<http://www.radiokrakow.pl/wiadomosci/aktualnosci/sld-rozdawal-ksiazki-i-zachecal-do-glosowania/>> (dostęp: 06.05.2015).
- Rapalski, P., Serafin, D., 2014, *Sondaż: Majchrowski faworytem wyborów. Nie obejdzie się jednak bez drugiej tury*, portal gazetakrakowska.pl z dnia 7 listopada, <<http://www.gazetakrakowska.pl/artukul/3635930,sondaz-majchrowski-faworytem-wyborow-nie-obejdzie-sie-jednak-bez-drugiej-tury-wykresy,id,t.html>> (dostęp: 10.05.2015).
- Schulz, W., 2008, *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*, Wiesbaden.
- Serafin, D., 2014a, *PiS ofiarą sojuszu z Ziobrą i Gowinem*, „Gazeta Krakowska” z dnia 26 września.
- Serafin, D., 2014b, *Prawo i Sprawiedliwość ogłasza w końcu listy. Na mandaty mogą liczyć ludzie Ziobry i Gowina*, „Gazeta Krakowska” z dnia 9 października.

- Serafin, D., 2014c, *Prawo i Sprawiedliwość ma program wyborczy*, „Gazeta Krakowska” z dnia 5 listopada.
- Serafin, D., 2014d, *Prezydent Jacek Majchrowski od lat wygrywa kartą bezpartyjności*, „Gazeta Krakowska” z dnia 7 listopada.
- Skowron, G., 2014, *Diety poszły w górę, więc trwa szturm na komisje wyborcze*, portal gazetakraowska.pl z dnia 21 października, <<http://www.gazetakraowska.pl/artykul/3616909,diety-poszly-w-gore-wiec-trwa-szturm-na-komisje-wyborcze,id,t.html>> (dostęp: 08.05.2015).
- Skórka, A., 2014, *Tarnów. Wyborczy najazd polityków*, portal gazetakraowska.pl z dnia 13 listopada, <<http://www.gazetakraowska.pl/artykul/3643142,tarnow-wyborczy-najazd-politykow,id,t.html>> (dostęp: 09.05.2015).
- Szkutnik, R., 2014, *Wybory w Wadowicach. Urzędnik niszczył plakaty wyborcze Jacka Jończyka?*, portal gazetakraowska.pl z dnia 4 listopada, <<http://www.gazetakraowska.pl/artykul/3632258,wybory-w-wadowicach-urzednik-niszczyl-plakaty-wyborcze-jacka-jonczyka-zdjecia,id,t.html>> (dostęp: 10.05.2015).
- Szymańska, A., 2009, *Akomodacja i atrakcyjność medialna polityki na przykładzie wyborów samorządowych – w świetle publikacji krakowskich dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4.
- Wolę nie obiecywać*, 2014, „Gazeta Krakowska” z dnia 3 października.