

Małgorzata Adamik-Szysiak

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

ORCID: 0000-0002-3372-0202

Wyborcza kampania samorządowa w 2018 roku na łamach lubelskich dzienników

Streszczenie

W artykule zaprezentowano wyniki badań empirycznych dotyczących widoczności podmiotów politycznych (komitetów wyborczych, kandydatów) w okresie samorządowej kampanii wyborczej w 2018 roku na łamach wiodących w województwie lubelskim dzienników. Przedmiotem badań były gazety „Dziennik Wschodni”, „Kurier Lubelski” oraz „Gazeta Wyborcza. Lublin”. Główne pytania badawcze dotyczyły stopnia zainteresowania dzienników samorządową kampanią wyborczą oraz sposobu nagłośnienia kampanii poszczególnych podmiotów politycznych. Autorkę interesowała także kwestia proporcji nagłośnienia medialnego kampanii prowadzonych przez poszczególne podmioty polityczne do ostatecznie uzyskanej przez te podmioty liczby głosów. Wyniki badań dowiodły faworyzowania na łamach prasy wybranych podmiotów politycznych, wykazały również wysoki stopień współzależności między rankingiem tematów agendy medialnej i publicznej (współczynnik Pearsona wyniósł odpowiednio: 0,68; 0,89; 0,96).

Słowa kluczowe: samorządowa kampania wyborcza, prasa regionalna i lokalna, personalizacja polityki, agenda-setting.

The local government election campaign in 2018 in the Lublin newspapers

Abstract

The article presents the results of empirical research concerning visibility of the political parties and candidates of the Polish local government election campaign in the press released in Lublin Voivodship in 2018. The subject of research were three daily newspapers: “Dziennik Wschodni”, “Kurier Lubelski” and “Gazeta Wyborcza. Lublin”. The main research questions concerned the degree of interest of regional and local newspapers in local government election campaign and the manner in which the campaigns of individual political entities were publicized. An interesting issue was the proportion of published material on political actors in relation to the resulting by them votes in election. The results of the research proved that the analysed newspapers concerning the selected political actors. In comparison with the public agenda (election results) it has shown a high degree of agenda-setting effects (Pearson’s factor was: 0,68; 0,89; 0,96).

Keywords: local government election campaign, regional and local newspapers, personalization of politics, agenda-setting.

Wprowadzenie

Głównym przedmiotem refleksji podejmowanych przez badaczy w rozważaniach nad teorią ustanawiania agendy (*agenda-setting*) są relacje i współzależności świata mediów, opinii publicznej i często polityki¹. Badania te mają na celu uchwycenie i wyjaśnianie wzajemnego wpływu, współzależności zachodzących w poszczególnych środowiskach społecznych pomiędzy określonymi podmiotami. W obserwowanej w państwach demokratycznych mediatyzacji polityki media pośredniczą w procesach politycznych, są sytuowane na centralnej pozycji w procesie komunikowania politycznego, są nie tylko podstawowym źródłem informacji politycznych dla obywateli, ale także głównym dla podmiotów politycznych kanałem komunikacji ze społeczeństwem. Winfried Schulz podkreśla, że media pośredniczą w procesach politycznych najczęściej w czterech aspektach: a) zbierania, selekcjonowania i rozpowszechniania informacji politycznych zgodnie z regułami właściwymi dla świata mediów; b) decydowania o dostępie określonych podmiotów politycznych do sfery publicznej, w efekcie możliwości wywierania wpływu przez polityków; c) interpretowania wydarzeń politycznych; d) sposobu relacjonowania wydarzeń mogącego sprzyjać kreowaniu „pseudowydarzeń” i fikcyjnej rzeczywistości². W konsekwencji podmioty polityczne dla efektywności swych działań komunikacyjnych są zobligowane niejako do uwzględniania logiki medialnej, specyfiki działania mediów³. Za Davidem Altheidem snującym rozważania nad koncepcją logiki medialnej wskazać należy, że media nie tylko przekazują informacje, ale także poprzez personalizację, emocjonalizację, uproszczenie czy spektakularyzację mogą kształtować zachowania społeczne odbiorców⁴.

W świetle przywołanych badań celem artykułu jest próba analizy sposobu prezentowania opinii publicznej na łamach wiodących lubelskich dzienników kampanii samorządowej poprzedzającej wybory w 2018 roku⁵. Zasadnicze pytania badawcze

¹ Szerzej: M. McCombs, *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 182; M. McCombs, *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*, 2nd Edition, Polity Press, Cambridge 2014, s. 208; B.D. Jones, M. Wolfe, *Public Policy and the Mass Media: An Information Processing Approach* [w:] *Public Policy and Mass Media: The Interplay of Mass Communication and Political Decision Making*, red. S. Koch-Baumgarten, K. Voltmer, Routledge, New York 2010, s. 17–43 czy J. Sevenans, S. Walgrave, G.J. Epping, *How Political Elites Process Information From the News: The Cognitive Mechanisms Behind Behavioral Political Agenda-Setting Effects*, „Political Communication” 2016, nr 33(4), s. 605–627.

² Szerzej: W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 30.

³ Szerzej: Z. Oniszczyk, *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 4, s. 14.

⁴ D.L. Altheide, *Media Logic, Social Control and Fear*, „Communication Theory” 2013, nr 23, s. 225.

⁵ Wyniki badań empirycznych dotyczących poprzedniej kampanii samorządowej na Lubelszczyźnie zostały opisane w monografii współautorskiej, zob. M. Adamik-Szysiak, A. Łukasik-Turecka, B. Romiszewska, *Barwy wyborczej kampanii samorządowej 2014 roku na Lubelszczyźnie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016, s. 148.

koncentrują się wokół kwestii zainteresowania i sposobu eksponowania na łamach dzienników tematyki kampanii, w tym kontekście również stopnia korelacji agendy medialnej z agendą publiczną. Szczegółowe pytania badawcze dotyczą widoczności medialnej⁶ na łamach analizowanych dzienników poszczególnych komitetów wyborczych i kandydatów, w tym faworyzowania wybranych podmiotów politycznych w rezultacie cieszących się dużym poparciem społecznym. To również pytanie o problematykę wyborczą budzącą największe zainteresowanie dziennikarzy.

Zgodnie z weryfikowaną hipotezą na łamach wiodących w regionie lubelskim dzienników opiniotwórczych w okresie kampanii samorządowej w 2018 roku najmocniej eksponowanymi były podmioty polityczne (komitety i kandydaci) związane z najsilniejszymi na ogólnopolskiej scenie politycznej ugrupowaniami. Szczególna uwaga dziennikarzy koncentrowała się na aktywności wybranych kandydatów, w tym wiodących w sondażach przedwyborczych głównych pretendentów do urzędu prezydenta miasta Lublin.

Przedmiotem zrealizowanych badań empirycznych były trzy dzienniki: „Dziennik Wschodni” (DzW), „Polska. Kurier Lubelski” (KL) oraz „Gazeta Wyborcza. Lublin” (GWL) codzienny lokalny dodatek do ogólnopolskiego wydania „Gazety Wyborczej”. Za podstawowe kryteria wyboru tytułów prasowych uznano wysokość sprzedaży oraz poziom czytelnictwa lubelskich dzienników opiniotwórczych⁷.

Podstawą ustaleń teoretycznych w zakresie sposobu ekspozycji wybranych aspektów rzeczywistości była teoria *agenda-setting*⁸. Wykorzystano jako metodę badawczą analizę zawartości (zarówno ilościową, jak i jakościową), w której zastosowano autorski klucz kategoryzacyjny, zawierający zarówno pytania natury ogólnej (tzw. metryczka), jak i pytania szczegółowe, odnoszące się do obecności w materiałach prasowych (tekstowych, ilustracyjnych) komitetów wyborczych oraz kandydatów, a także pytania dotyczące poruszanej w materiałach problematyki, w tym w stosunku do poszczególnych komitetów wyborczych i kandydatów. Kolejno zebrany z trzech dzienników materiał empiryczny został poddany analizie porównawczej. Jednostką badawczą był pojedynczy materiał dziennikarski.

⁶ Szerzej: B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 273–277.

⁷ Dodać należy, że dzienniki te są najdłużej wydawanymi na Lubelszczyźnie. Pierwszy numer „Kuriera Lubelskiego” ukazał się w 1957 roku, „Gazety Wyborczej. Lublin” w 1990 roku, natomiast „Dziennika Wschodniego” w 1993 roku; szerzej: A. Góra-Ściepień, *Media w Lublinie po 1944 roku*, <http://teatrnn.pl/leksykon/artykuly/pierwsze-niezalezne-media-po-1989/#prasa> (dostęp: 20.03.2020) oraz Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, *Komunikat Zarządu ZKDP o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2018 roku*, <https://www.zkdp.pl/images/Komunikat2018.pdf> (dostęp: 20.03.2020).

⁸ Zob. M. McCombs, *Ustanawianie agendy...*, *op. cit.*, s. 1–7 oraz s. 77–97.

Wyniki badań

Materiał badawczy stanowiły wszystkie materiały prasowe dotyczące samorządowej kampanii wyborczej opublikowane na łamach trzech wymienionych dzienników w okresie trwania oficjalnej kampanii wyborczej, tj. od 14 sierpnia do 19 października 2018 roku⁹. Uwagę zwrócono na opublikowane treści, w tym elementy ilustracyjne towarzyszące materiałom tekstowym (fotografie, grafiki). Łącznie przeanalizowano 415 różnorodnych materiałów tekstowych oraz 265 materiałów ilustracyjnych (tabela 1).

Tabela 1. Dane dotyczące materiału źródłowego [liczby]

Kategoria/Tytuł/ Okres badania	Liczba materiałów tekstowych			Liczba materiałów ilustracyjnych (fotografie, grafiki)		
	„Dziennik Wschodni”	„Kurier Lubelski”	„Gazeta Wyborcza. Lublin”	„Dziennik Wschodni”	„Kurier Lubelski”	„Gazeta Wyborcza. Lublin”
14.08–9.10.2018	222	155	38	151	92	22
Ogółem	415			265		

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki analizy ilościowej zebranego materiału wskazały, że najwięcej uwagi samorządowej kampanii wyborczej, zarówno na poziomie tekstu, jak i ilustracji, poświęcił „Dziennik Wschodni”, znacznie mniej „Kurier Lubelski”, natomiast w najmniejszym stopniu tematyka ta była eksponowana w „Gazecie Wyborczej. Lublin” (tabela 1). We wszystkich dziennikach do połowy września publikowane były raczej pojedyncze materiały prasowe (głównie wzmianki i informacje) dotyczące kampanii, wyraźnie większe niż zainteresowanie (ilość i różnorodność materiałów) było widoczne w ostatnim miesiącu trwania rywalizacji wyborczej. Przy czym najwięcej najobszerniejszych materiałów (w tym tematycznych rubryk i „dodatków”) czytelnik mógł odnaleźć w „Dzienniku Wschodnim”.

Na łamach „Dziennika Wschodniego” materiały na temat kampanii samorządowej były publikowane najczęściej w rubrykach „Lublin”, „Wydarzenia” oraz „Region”. W dwóch pierwszych częściach wiadomości dotyczyły przede wszystkim kampanii wyborczej prowadzonej przez komitety i kandydatów w Lublinie, w ostatniej natomiast wydarzeń kampanijnych z różnych regionów województwa lubelskiego. Tematyczne materiały można było odnaleźć także w humorystycznej rubryce „Hity i kity tygodnia”. O samorządowej kampanii wyborczej (szczególnie na jej finiszu) pisano również na łamach cotygodniowego dodatku do gazety „Dziennik Wschodni. Magazyn”.

⁹ Wybory zostały zarządzone na 21 października 2018 roku. Oficjalna kampania wyborcza rozpoczęła się 14 sierpnia, a zakończyła 19 października 2018 roku, szerzej: PKW, *Wybory samorządowe odbędą się 21 października br.*, <https://pkw.gov.pl/aktualnosci/informacje/wybory-samorzadowe-odbeda-sie-21-pazdziernika-br> (dostęp: 20.03.2020) oraz PKW, *Wybory samorządowe 2018. Kalendarz wyborczy*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/kalendarz-wyborczy> (dostęp: 20.03.2020).

Z kolei w „Kurierze Lubelskim” materiały odnoszące się do kampanii wyborczej czytelnik mógł odnaleźć głównie w rubrykach „Wydarzenia” lub „W skrócie” (najczęściej tematyczne publikacje były opatrzone dodatkowo winietą „Wybory 2018”), a także w dodatku weekendowym „Kurier Lubelski. Magazyn”. Tuż przed wyborami do dziennika dołączono 8-stronicowy bezpłatny dodatek „Kurier na wybory”¹⁰.

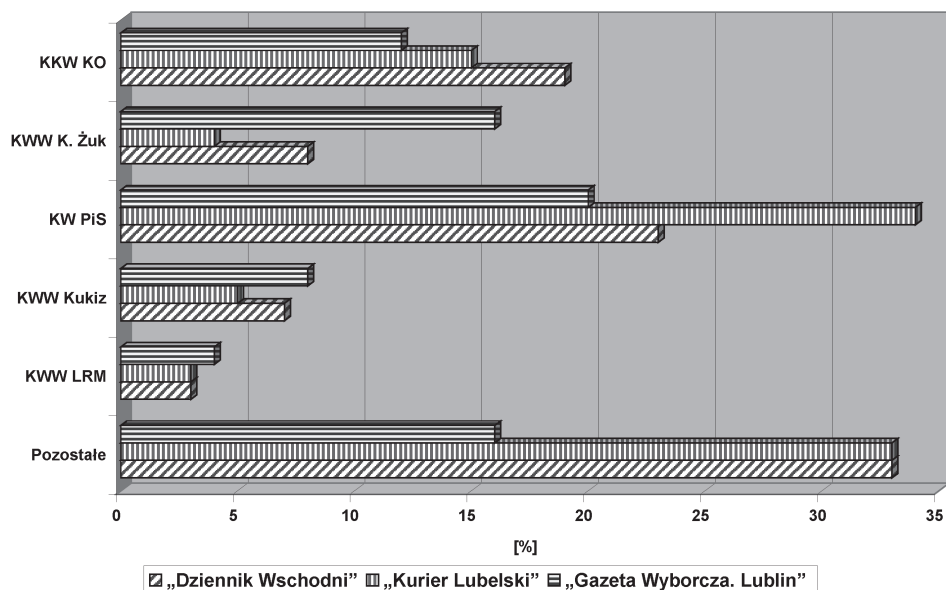
Codzienny lokalny dodatek do ogólnopolskiego wydania „Gazety Wyborczej” w badanym okresie liczył średnio 4 strony. Objętość ta niewątpliwie wpływała również na ilość opublikowanych materiałów dotyczących kampanii wyborczej (rubryka „Wydarzenia”). Obszerniejszym był dołączany do dziennika publicystyczny dodatek weekendowy „Magazyn Lublin”, w którym również poruszano temat kampanii.

Badanie zgromadzonego materiału dowiodło, że na łamach wszystkich dzienników najczęściej wspominanymi komitetami wyborczymi (rycina 1) były te związane z najsilniejszymi na ogólnopolskiej scenie politycznej ugrupowaniami, tj. Prawem i Sprawiedliwością (KW PiS/PiS) oraz Koalicją Obywatelską (KKW KO/KO)¹¹. Szczególna uwaga dziennikarzy koncentrowała się także na komitetach wyborczych bezpośrednio związanych z konkretnymi kandydatami na urząd prezydenta miasta Lublin, w tym zwłaszcza na ubiegającym się o reelekcję Krzysztofie Żuku¹² i Komitecie Wyborczym Wyborców Krzysztof Żuk (KWW K. Żuk) oraz z Jakubie Kuleszy i Komitecie Wyborczym Wyborców Kukiz, Wolność, Lubelscy Patrioci i Ruchy Miejskie (KWW Kukiz).

¹⁰ *Kurier na wybory. Bezpłatny dodatek do gazety*, „Kurier Lubelski” 18.10.2018.

¹¹ Koalicyjny Komitet Wyborczy Platforma .Nowoczesna Koalicja Obywatelska (dalej: Koalicja Obywatelska/KO); zob. PKW, *KKW Platforma.Nowoczesna Koalicja Obywatelska*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/delegatury/panstwowa-komisja-wyborcza/koalicyjny-komitet-wyborczy-platformanowoczesna-koalicja-obywatelska-3223#candidates_stat (dostęp: 20.03.2020).

¹² Krzysztof Żuk był członkiem Platformy Obywatelskiej wchodzącej w skład KKW KO.



Rycina 1. Komitety wyborcze na łamach prasy [%]

Legenda: KKW KO – Koalicyjny Komitet Wyborczy Platforma. Nowoczesna Koalicja Obywatelska; KWW K. Żuk – Komitet Wyborczy Wyborców Krzysztof Żuk; KW PiS – Prawo i Sprawiedliwość; KWW Kukiz – Komitet Wyborczy Wyborców Kukiz, Wolność, Lubelscy Patriotci i Ruchy Miejskie; KWW LRM – Komitet Wyborczy Wyborców Miasto dla Ludzi – Lubelski Ruch Miejski.

Źródło: opracowanie własne.

Warto zwrócić uwagę, że zapleczem politycznym niemal wszystkich kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin były utworzone w okresie kampanii popierające ich komitety wyborcze wyborców (tabela 2), w przypadku Krzysztofa Żuka i Joanny Kunc w nazwie dodatkowo zawierające również imię i nazwisko wspomnianych polityków, natomiast u Jakuba Kuleszy, Magdaleny Długosz i Mariana Kowalskiego podkreślenie wartości lokalnego patriotyzmu. Wyjątkiem był tu Sylwester Tułajew, który reprezentował ogólnopolski komitet wyborczy Prawo i Sprawiedliwość.

W kontekście wyników wyborów (tabela 2 i 3) i analizy materiału źródłowego podkreślić należy także dostrzeżoną pewną spójność i konsekwencję działań podejmowanych przez podmioty polityczne w zakresie wzajemnego promowania się w ramach danego komitetu kandydatów na radnych do rady miasta Lublin i na urząd prezydenta miasta Lublin. Taka taktyka niewątpliwie jest związana z obserwowaną przez badaczy (na różnym poziomie realizowania przez podmioty kampanii wyborczych) personalizacją zachowań wyborczych elektoratu¹³. Kandydat na prezydenta pełnił tu funkcję „lokomotywy wyborczej”, jego zadaniem było nie tylko uzyskanie poparcia dla własnej kandydatury, ale również dla kandydatów na radnych z ramienia popierającego go komitetu wyborczego.

¹³ Szerzej: B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne...*, op. cit., s. 262–263.

Tabela 2. Wyniki wyborów prezydenta miasta Lublin

Imię i nazwisko	Nazwa komitetu wyborczego (członkostwo w partii politycznej)	Uzyskany wynik w wyborach [%]
Krzysztof Żuk	Komitet Wyborczy Wyborców Krzysztof Żuk (Platforma Obywatelska RP)	62,32
Sylwester Tułajew	Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość (Prawo i Sprawiedliwość)	31,48
Jakub Kulesza	Komitet Wyborczy Wyborców Kukiz, Wolność, Lubelscy Patrioci i Ruchy Miejskie	2,99
Magdalena Długosz	Komitet Wyborczy Wyborców Miasto dla Ludzi – Lubelski Ruch Miejski	1,49
Marian Kowalski	Komitet Wyborczy Wyborców „My z Lublina”	1,34
Joanna Kunc	Komitet Wyborczy Wyborców Joanna Kunc WiS Lublin Kornel Morawiecki	0,37

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PKW¹⁴.

Tabela 3. Wyniki wyborów do rady miasta Lublin

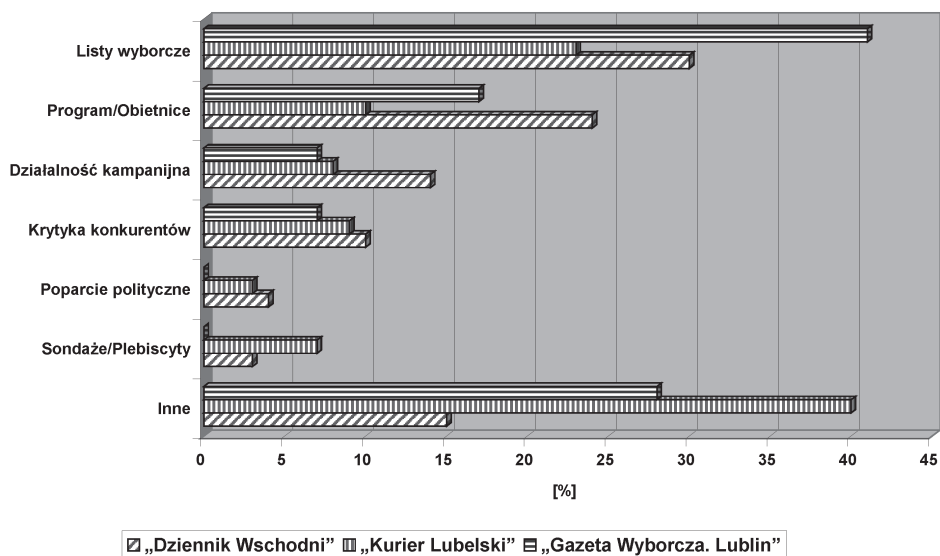
Nazwa Komitetu Wyborczego	Uzyskany wynik w wyborach [%]	Liczba mandatów
Komitet Wyborczy Wyborców Krzysztof Żuk [RWW K. Żuk]	54,48	19
Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość [KW PiS]	36,01	12
Komitet Wyborczy Wyborców Kukiz, Wolność, Lubelscy Patrioci i Ruchy Miejskie [KWW Kukiz]	4,42	0
Komitet Wyborczy Wyborców Miasto dla Ludzi – Lubelski Ruch Miejski [KWW LRM]	3,09	0
Komitet Wyborczy Wyborców „My z Lublina” [KWW Lublin]	1,54	0
Komitet Wyborczy Wyborców Joanna Kunc WiS Lublin Kornel Morawiecki [KWW J. Kunc]	0,45	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PKW¹⁵.

Analiza materiału badawczego pod kątem dominacji określonej problematyki pozwoliła wyróżnić siedem kategorii treściowych: listy wyborcze, program/obietnice wyborcze, działalność kampanijna (w tym odniesienia do wykorzystywanych w kampanii narzędzi promocji, np. reklam, sloganów), krytyka konkurentów politycznych, poparcie polityczne, sondaże/plebiscyty oraz inne (rycina 2).

¹⁴ PKW, *Wybory samorządowe 2018. Miasto Lublin. Wyniki głosowania i wyborów Prezydenta*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/066300#results_vote_elect_mayor_round_1 (dostęp: 20.03.2020).

¹⁵ PKW, *Wybory samorządowe 2018. Miasto Lublin. Wyniki wyborów do Rady Miasta*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/066300#results_elect_council (dostęp: 20.03.2020).



Rycina 2. Problematyka wyborcza na łamach analizowanej prasy [%]

Źródło: opracowanie własne.

Samorządowa kampania wyborcza na łamach badanej prasy została ukazana przede wszystkim przez pryzmat sposobów kształtowania list wyborczych, doboru i ulokowania na nich kandydatów czy zawieranych koalicji wyborczych (DzW – 30%, KL – 23%, GWL – 41% wszystkich materiałów prasowych). Ta problematyka była mocno eksponowana na łamach gazet od początku aż do półmetka kampanii wyborczej. Uwagę dziennikarzy zwracały nie tylko sylwetki wybranych kandydatów, ich kompetencje, dotychczasowe doświadczenie, ale także miejsce zajmowane na liście wyborczej, szczególnie w kontekście prognozowanych szans wyborczych¹⁶. Istotną problematyką były również wybrane kwestie z proponowanych przez komitety i kandydatów programów wyborczych, publicznie złożone obietnice wyborcze (DzW – 24%, KL – 10%, GWL – 17% materiałów). Przywołując programy wyborcze komitetów i kandydatów, eksponowano przede wszystkim ich propozycje dotyczące rozwiązania konkretnych problemów mających bezpośredni wpływ na funkcjonowanie mieszkańców danej miejscowości, gminy, powiatu czy regionu.

Podkreślaną przez wszystkie dzienniki była działalność kampanijna komitetów i kandydatów (DzW – 14%, KL – 8%, GWL – 7% materiałów) oraz podejmowana przez polityków krytyka konkurentów politycznych (DzW – 10%, KL – 9%, GWL – 7% publikacji). W ramach działalności kampanijnej kandydaci w całym regionie tradycyjnie

¹⁶ Zob. np. P. Kozłowski, *Znany kandydatów PiS do rady miasta. Są niespodzianki*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 19.09.2018, s. 2; T. Kowalewicz, *Wybory. „Drużyna ludzi zdeteminowanych”*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 17.09.2018, s. 1 czy S. Skomra, *Obok grubych ryb, do sejmiku województwa kandydują też polityczne płotki*, „Kurier Lubelski” 25.09.2018, s. 8.

już organizowali tematyczne konferencje prasowe (np. w celu prezentacji materiałów reklamowych, odniesienia się do konkretnych problemów) czy budzące zainteresowanie mediów spotkania z wyborcami. W obu przypadkach szczególną uwagę pracy zwracała aktywność wskazywanych jako głównych pretendentów do urzędu prezydenta miasta Lublin, S. Tułajewa i K. Żuka¹⁷.

Zarówno udzielane podmiotom (komitetom, kandydatom) poparcie polityczne, jak i prognozy sondażowe to kategorie, których próżno było szukać na łamach „Gazety Wyborczej. Lublin”, wyartykułowane zostały jednak zarówno w „Dzienniku Wschodnim”, jak i w „Kurierze Lubelskim” (rycina 2). Poparcia politycznego komitetom i kandydatom najczęściej udzielali znani w regionie i/lub w kraju politycy, tego rodzaju wsparcie było szczególnie wyraźne w strategii wyborczej KW PiS (na co wielokrotnie uwagę zwracał DzW, tabela 4), a także lokalnych komitetów utworzonych na potrzeby kampanii. Formuła plebiscytu popularności wśród czytelników, zarówno kandydatów, jak i polityków pełniących już funkcje na różnym szczeblu samorządu, najmocniej była eksponowana w „Kurierze Lubelskim” i „Dzienniku Wschodnim” (rycina 2 oraz tabele 4 i 5), gdzie kolejne odsłony prawyborów (organizowanych przez redakcje), a także przedwyborczych sondaży (przeprowadzanych przez zewnętrzne instytucje) były zapowiadane już na czołówce obu gazet. W sondażach uwzględniono przede wszystkim największe komitety wyborcze oraz kandydatów na urząd prezydenta w głównych miastach w regionie (tj. w Lublinie, Chełmie, Zamościu czy Puławach). Przy czym w sondażach w pierwszej kolejności we wszystkich dziennikach wskazywano poparcie dla kandydatów w wyborach prezydenckich w Lublinie.

W kategorii Inne (rycina 2) istotne znaczenie we wszystkich badanych dziennikach miały materiały przypominające czytelnikom zasady i prawa wyborcze w wyborach samorządowych. W publikacjach tego rodzaju dziennikarze nie wskazywali żadnych podmiotów politycznych. Najobszerniej do kwestii tych odniósł się „Kurier Lubelski”, na łamach którego, poza wcześniej opublikowanymi materiałami profrekwencyjnymi, od 15 października w kolejnych numerach zamieszczono 4 części całostronicowego „Poradnika wyborcy”¹⁸. Uwagę wszystkich dzienników zwracały także wyborcze debaty samorządowe, szczególnie z udziałem kandydatów na prezydenta Lublina. Patronem medialnym jednej z takich debat zorganizowanej już na finiszu kampanii (jednak bez

¹⁷ Zob. np. A. Jurkowski, *Żuk zbiera podpisy, Tułajew kokietuje rady dzielnic*, „Kurier Lubelski” 30.08.2018, s. 5; A. Jurkowski, *Zdobyć ratusz. Czy batalia między Żukiem a Tułajewem zakończy się po I turze?*, „Kurier Lubelski. Magazyn” 7–9.09.2018, s. 10–11 czy P. Kozłowski, *Żuk kontra Tułajew. W tych wyborach stawką jest rozwój Lublina*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 24.08.2018, s. 4–5.

¹⁸ *Poradnik wyborcy cz. I. Jak zmieniła się ordynacja wyborcza*, „Kurier Lubelski” 15.10.2018, s. 13; *Poradnik wyborcy cz. II. Jak wybrać szefa gminy i radnych?*, „Kurier Lubelski” 16.10.2018, s. 11; *Poradnik wyborcy cz. III. Sejmik i inni, czyli kogo wybieramy*, „Kurier Lubelski” 17.10.2018, s. 12 oraz *Poradnik wyborcy cz. IV. Cisza wyborcza. Co można, a czego nie*, „Kurier Lubelski” 18.10.2018, s. 11.

udziału S. Tułajewa) był analizowany tu „Kurier Lubelski”, który temu wydarzeniu poświęcił specjalny tematyczny dodatek do dziennika¹⁹.

Analiza problematyki w odniesieniu do najczęściej przywoływanych w prasie komitetów wyborczych (rycina 1 oraz tabele 4 i 5) dowiodła, że na łamach „Dziennika Wschodniego” zarówno KKW KO, jak i KKW K. Żuk oraz KW PiS były prezentowane w dużej mierze przez pryzmat wzajemnej krytyki i ataku konkurentów politycznych. W przypadku kandydatów KW PiS wiodącą w gazecie była kwestia poparcia politycznego. W dzienniku przedstawione zostały również najobszerniej wybrane postulaty programowe wspomnianych komitetów, często opisywaną była działalność kampanijna kandydatów KW PiS i KKW KO. Aktywność kandydatów w okresie kampanii, szczególnie reprezentujących KW PiS i KKW KO, była z kolei dominującą problematyką materiałów opublikowanych zarówno w „Kurierze Lubelskim”, jak i w „Gazecie Wyborczej. Lublin”. W obu dziennikach podkreślane były również wypowiedzi i działania polityków obu wspomnianych ugrupowań służące dyskredytacji przeciwników politycznych. Ponadto w gazetach tych koncentrowano się na propozycjach programowych komitetów wyborczych, przy czym na łamach „Gazety Wyborczej. Lublin” zaprezentowane zostały wyłącznie obietnice wyborcze komitetów wyborczych posiadających kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin (tabele 4 i 5).

Tabela 4. Problematyka materiałów prasowych w odniesieniu do poszczególnych komitetów wyborczych cz. 1 [%]

Komitet/ Dziennik/ Kategoria	KKW KO			KWW K. Żuk			KW PiS		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Listy wyborcze	15	17	8	3	7	25	25	24	8
Program/Obietnice	20	26	0	8	0	20	20	35	20
Działalność kampanijna	19	31	50	0	5	0	32	37	50
Krytyka konkurentów	28	25	50	14	10	0	34	35	50
Poparcie polityczne	18	28	0	0	0	0	54	14	0
Sondaże/plebiscyty	22	20	0	0	6	0	11	13	0
Inne	13	7	12	2	1	0	13	12	12

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Problematyka materiałów prasowych w odniesieniu do poszczególnych komitetów wyborczych cz. 2 [%]

Komitet/ Dziennik/ Kategoria	KWW Kukiz			KWW LRM			Pozostałe		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Listy wyborcze	8	5	16	0	5	8	49	42	35
Program/Obietnice	13	17	20	8	4	20	31	18	20
Działalność kampanijna	2	0	0	0	0	0	47	27	0
Krytyka konkurentów	3	0	0	0	5	0	21	25	0

¹⁹ Zob. S. Skomra, *Debata wyborcza Kuriera Lubelskiego. Przyjdź, posłuchaj, zadaj pytanie*, „Kurier Lubelski” 9.10.2018, s. 2 oraz *„Debata kandydatów. Dodatek do Kuriera Lubelskiego”* 18.10.2018.

Komitet/ Dziennik/ Kategoria	KWW Kukiz			KWW LRM			Pozostałe		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Poparcie polityczne	0	0	0	0	0	0	28	58	0
Sondaże/plebiscyty	11	8	0	0	0	0	56	53	0
Inne	11	1	12	0	0	0	61	79	64

Źródło: opracowanie własne.

W wszystkich badanych dziennikach rywalizacja między podmiotami politycznymi dość szybko sprowadziła się do zwrócenia uwagi czytelników na konfrontację prowadzących w sondażach dwóch kandydatów ubiegających się o urząd prezydenta miasta Lublin: S. Tułajewa i K. Żuka²⁰. To głównie materiały, w treści których byli przywoływani wyłącznie dwaj wspomniani kandydaci, a także (zwłaszcza na łamach „Dziennika Wschodniego”) pojedyncze teksty (przeważnie wzmianki, notatki) dotyczące każdego z kandydatów (S. Tułajewa czy K. Żuka) jednak zamieszczane obok siebie. Przykładowo na jednej ze stron „Dziennika Wschodniego” czytelnik mógł odnaleźć notatkę na temat krytycznych uwag S. Tułajewa adresowanych do K. Żuka, po czym w sąsiednim materiale zapoznać się z odpowiedzią K. Żuka na uwagi głównego rywala²¹.

Wyniki analizy wykazały, że największą uwagę dziennikarzy trzech przywoływanych tu tytułów prasowych budziła kampania wyborcza kandydatów i wspierających ich komitetów wyborczych rywalizujących o urząd prezydenta miasta Lublin. O innych komitetach czy kandydatach w regionie publikacje ukazywały się znacznie rzadziej, lub jak w przypadku „Gazety Wyborczej. Lublin” jedynie sporadycznie, w kontekście „ciekawostki”, medialnego wydarzenia. Tematyka kampanii wyborczej w regionie w najszerszym zakresie, zwłaszcza przez pryzmat aktywności głównych kandydatów na prezydentów oraz burmistrzów miast w regionie, została opisana w „Dzienniku Wschodnim”. Najczęściej jednak i w różnorodnych materiałach prasowych (głównie artykułach, informacjach, wzmiankach i notatkach) na łamach analizowanych gazet pismo o wiodącej w sondażach wyborczych trójce kandydatów: Krzysztofie Żuku, Sylwestrze Tułajewie i Jakubie Kuleszy (tabele 6 i 7).

²⁰ Pierwszy taki materiał dotyczący wyłącznie tych dwóch kandydatów ukazał się w „Dzienniku Wschodnim” już 28 sierpnia na stronie internetowej dziennika, dzień później w wydaniu drukowanym; zob. D. Smaga, *Kandydaci na prezydenta Lublina. Jeden składał obietnice dzielnicom, drugi zapraszał na spotkania*, <https://www.dziennikwschodni.pl/wybory-2018/kandydaci-na-prezydenta-lublina-jeden-skladal-obietnice-dzielnicom-drugi-zapraszal-na-dzielnice-spotkania,n,1000225646.html> (dostęp: 20.03.2020).

²¹ *Wybory na prezydenta Lublina. Tułajew: Żuk proponuje drożynę. Żuk: Tułajew niewiele wie o mieście*, „Dziennik Wschodni” 4.09.2018, s. 6.

Tabela 6. Kandydaci na urząd prezydenta miasta Lublin w materiałach prasowych cz. 1 [%]

Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Krzysztof Żuk			Sylwester Tułajew			Jakub Kulesza		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Artykuł	25	26	40	25	29	20	30	12	7
Informacja	25	25	22	35	28	34	21	19	13
Wzmianka/Notatka	23	38	29	30	8	29	12	38	14
Zapowiedź	0	26	30	100	26	14	0	6	14
Komentarz	50	60	100	50	40	0	0	0	0
Felieton	0	33	50	0	33	50	0	33	0
Wywiad	16	29	0	16	14	0	16	14	0
Inne	16	20	0	16	0	0	16	20	0

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 7. Kandydaci na urząd prezydenta miasta Lublin w materiałach prasowych cz. 2 [%]

Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Magdalena Długosz			Marian Kowalski			Joanna Kunc		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Artykuł	14	9	13	4	12	13	2	12	7
Informacja	12	8	9	5	10	13	2	10	9
Wzmianka/Notatka	6	0	14	17	8	0	12	8	14
Zapowiedź	0	13	14	0	23	14	0	6	14
Komentarz	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Felieton	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wywiad	16	14	0	16	14	0	16	14	0
Inne	16	20	0	16	20	0	16	20	0

Źródło: opracowanie własne.

Kampania wyborcza w badanych dziennikach była relacjonowana na wzór relacji z wydarzenia sportowego, wyścigu po mandaty ukazywanego niekiedy z „przymrużeniem oka”, co w „Kurierze Lubelskim” czy „Gazecie Wyborczej. Lublin” było zauważalne już w tytułach materiałów, na przykład „Drużyna Żuka ruszyła po mandaty. Rywale jeszcze w blokach startowych”²² czy „Drużyna Krzysztofa Żuka gotowa do boju”²³.

W „Dzienniku Wschodnim” i w „Kurierze Lubelskim” opublikowano wywiady ze wszystkimi kandydatami na prezydenta Lublina (tabele 6 i 7). W obu tytułach rozmowy te zamieszczono w kolejności alfabetycznej. W „Dzienniku Wschodnim” wywiady z kandydatami publikowano po jednym każdego dnia w ostatnim tygodniu trwania kampanii²⁴, natomiast w „Kurierze Lubelskim” – w ostatnim miesiącu rywalizacji po

²² A. Jurkowski, P. Nowak, „Drużyna Żuka” ruszyła po mandaty. Rywale jeszcze w blokach startowych, „Kurier Lubelski” 10.09.2018, s. 1.

²³ J. Brzuszkiewicz, Drużyna Krzysztofa Żuka gotowa do boju, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 24.08.2018, s. 3.

²⁴ Zob. D. Smaga, Kobiety są, ale ich nie widać. Rozmowa z Magdaleną Długosz, kandydatką na prezydenta Lublina, „Dziennik Wschodni” 12.10.2018, s. 6–7; D. Smaga, „Nie jestem alfą i omegą”. Rozmowa z Jakubem Kuleszą, kandydatem na prezydenta Lublina, „Dziennik

dwa wywiady zamieszczane na tej samej lub kolejnej stronie raz w tygodniu jednocześnie z dwoma kandydatami. W „Kurierze Lubelskim” w danym numerze kolejno sąsiadowały ze sobą wywiady z: M. Długosz i M. Kowalskim, J. Kuleszą i J. Kunc oraz S. Tułajewem i K. Żukiem²⁵. Dodatkowo syntetyczny wywiad z K. Żukiem zamieszczono również w przedostatnim wydaniu gazety przed ciszą wyborczą w dodatku „Kurier na wybory”²⁶. Warto wspomnieć, że w obu dziennikach wywiady były zapowiadane we wcześniejszych numerach. Ponadto w „Dzienniku Wschodnim” informowano, że treść całej rozmowy z poszczególnymi kandydatami jest dostępna na stronie internetowej gazety. Redakcja „Dziennika Wschodniego” wysłała także do wszystkich kandydatów ankietę z pytaniami dotyczącymi istotnych dla lokalnej społeczności spraw, nadesłane odpowiedzi zostały opublikowane ostatniego dnia kampanii wyborczej na łamach gazety oraz na stronie internetowej dziennika²⁷. We wspomnianym materiale podkreślono jednak wprost, że głównymi pretendencjami na urząd prezydenta miasta są K. Żuk i S. Tułajew, „ale wybory to możliwość wskazania kandydata, do którego nam najbliższym pod względem programu wyborczego, światopoglądu, propozycji rozwiązania najpilniejszych problemów. Dlatego dziś do rąk Czytelników oddajemy wyborczą ściągawkę [...], aby można było porównać stanowiska kandydatów na urząd prezydenta”²⁸. W „Gazecie Wyborczej. Lublin” nie zamieszczono żadnego wywiadu, taki jednak (z K. Żukiem) ukazał się w połowie września na stronie internetowej dziennika²⁹. W wywiadach najczęściej poza pytaniami o wybrane i jednocześnie bardzo konkretne postulaty z programu wyborczego prezentowane były także sylwetki poszczególnych kandydatów.

Badanie zgromadzonych materiałów ilustracyjnych na łamach dzienników wykazało ilościową dysproporcję między widocznością kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin (rycina 3). Zauważyć należy, iż poza zamieszczaniem przy tematycznych

Wschodni” 16.10.2018, s. 4; D. Smaga, *Wynajmę ludzi, którzy się znają. Rozmowa z Marianem Kowalskim, kandydatem na prezydenta Lublina*, „Dziennik Wschodni” 15.10.2020, s. 6.

²⁵ Zob. S. Skomra, *Długosz: chcę zostać prezydentką*, „Kurier Lubelski” 27.09.2018, s. 8 oraz A. Jurkowski, *Kowalski: Lublin nie może być korytem*, „Kurier Lubelski” 27.09.2018; S. Skomra, *Kulesza: ludzie wrócą do smart city*, „Kurier Lubelski” 4.10.2018, s. 8 oraz S. Skomra, *Kunc: Ratusz docenia sam siebie*, „Kurier Lubelski” 4.10.2018, s. 9; S. Skomra, *Sylwester Tułajew: Będzie druga tura*, „Kurier Lubelski” 11.10.2018, s. 7 oraz A. Jurkowski, *Krzysztof Żuk: Wierzę, że wygramy*, „Kurier Lubelski” 11.10.2018.

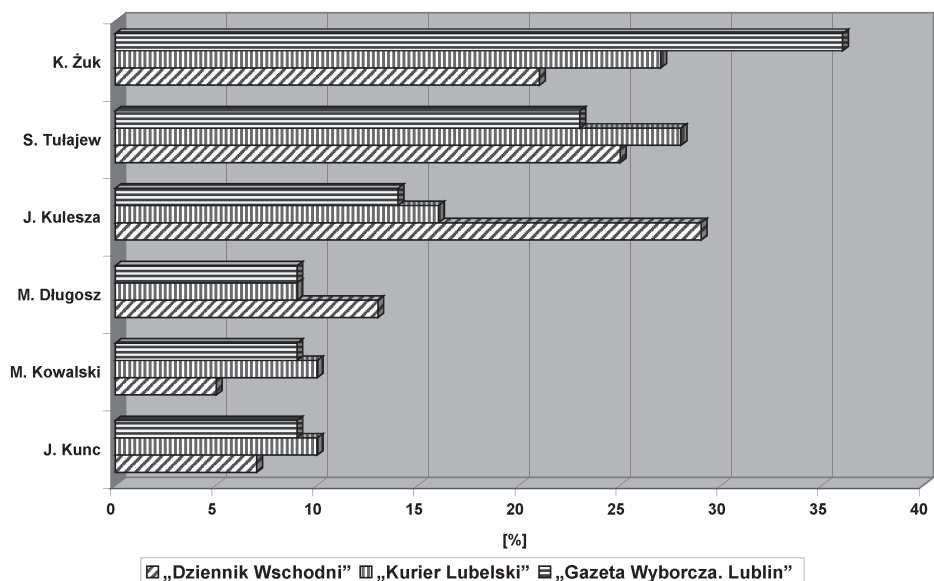
²⁶ Zob. S. Skomra, *Wierzę, że mieszkańcy znów postawią na mnie*, *op. cit.*, s. 2.

²⁷ Wszyscy kandydaci udzieli odpowiedzi na 18 identycznych w większości szczegółowych pytań, np. „W jaki sposób zamierza Pani/Pan jako prezydent walczyć ze smogiem w Lublinie?”; „Proszę podać nazwiska swoich zastępców w razie wyborczego zwycięstwa”; „Proszę podać trzy najważniejsze inwestycje, które chce Pani/Pan przeprowadzić w najbliższej kadencji” czy „Proszę podać trzy miejsca, w których zamontuje Pani/Pan sygnalizację świetlną”; szerzej: *Wybierz sobie prezydenta Lublina. Sprawdź co kandydaci sądzą o najważniejszych sprawach dla miasta*, <https://www.dziennikwschodni.pl/wybory-2018/wybierz-sobie-prezydenta-lublina-sprawdz-co-kandydaci-sadza-o-najwazniejszych-sprawach,n,1000229085.html> (dostęp: 20.03.2020).

²⁸ Tamże.

²⁹ Zob. P. Krysiak, *Prezydent Lublina: Władza chce kontrolować każdą instytucję i nie ufa samorządom. To błąd*, <https://lublin.wyborcza.pl/lublin/7,48724,23917135,prezydent-lublina-uladza-chce-kontrolowac-kazda-instytucje.html> (dostęp: 20.03.2020).

publikacjach najczęściej zdjęć ich bohaterów (głównie tzw. główek lub fotografii sytuacyjnych z wydarzeń kampanijnych), również w innych materiałach, odnoszących się ogólnie do kampanii najczęściej była ukazywana trójka polityków: K. Żuk, S. Tułajew i J. Kulesza.



Rycina 3. Kandydaci na urząd prezydenta miasta Lublin w materiałach wizualnych na łamach prasy [%]

Źródło: opracowanie własne.

W opisywanej na łamach poszczególnych dzienników lokalnej prezydenckiej kampanii wyborczej można było zaobserwować rozłożenie akcentów w podkreślanych treściach. Program wyborczy kandydatów był istotnym elementem eksponowanym we wszystkich analizowanych gazetach (tabele 8 i 9).

Tabela 8. Problematyka materiałów prasowych dotyczących kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin cz. 1 [%]

Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Krzysztof Żuk			Sylwester Tułajew			Jakub Kulesza		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Sylwetka	16	17	33	16	0	33	16	0	17
Program/Obietnice	21	24	36	24	32	43	28	23	9
Działalność kampanijna	36	44	14	46	44	44	0	12	14
Krytyka konkurentów	28	39	25	27	34	75	32	11	0
Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Krzysztof Żuk			Sylwester Tułajew			Jakub Kulesza		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Poparcie polityczne	0	16	25	76	76	51	8	8	12
Sondaże	33	32	0	33	26	0	33	14	0

Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Krzysztof Żuk			Sylwester Tułajew			Jakub Kulesza		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Listy wyborcze	26	20	0	26	30	0	8	20	0
Inne	75	25	31	11	18	15	7	13	12

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 9. Problematyka materiałów prasowych dotyczących kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin cz. 2 [%]

Kandydat/ Dziennik/ Kategoria	Magdalena Długosz			Marian Kowalski			Joanna Kunc		
	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL	DzW	KL	GWL
Sylwetka	16	33	0	16	17	17	16	33	0
Program/Obietnice	13	5	4	7	10	4	7	6	4
Działalność kampanijna	18	0	14	0	0	0	0	0	14
Krytyka konkurentów	4	0	0	4	11	0	4	5	0
Poparcie polityczne	8	0	0	0	0	12	8	0	0
Sondaże	0	6	0	0	16	0	0	6	0
Listy wyborcze	16	10	0	16	10	0	8	10	0
Inne	0	18	15	7	13	15	0	13	12

Źródło: opracowanie własne.

Kampania K. Żuka była ukazana w „Dzienniku Wschodnim” i „Kurierze Lubelskim” przede wszystkim przez pryzmat jego działalności kampanijnej, krytyki głównego konkurenta S. Tułajewa oraz sondażowego poparcia społecznego. Z kolei „Gazeta Wyborcza. Lublin” w dużej mierze koncentrowała się na przypomnieniu sylwetki oraz obietnic programowych ubiegającego się o reelekcję prezydenta. O K. Żuku dzienniki pisały również w kontekście bieżącego wydarzenia, jakim była kwestia organizacji Marszu Równości w Lublinie (temat włączony do kategorii Inne).

Z kolei kluczowym wątkiem materiałów dotyczących kampanii S. Tułajewa we wszystkich dziennikach było poparcie polityczne liderów, w tym prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego, premiera i ministrów z ramienia partii dla kandydata. Dziennikarze śledzili także kolejne wydarzenia organizowane przez polityka w ramach działalności kampanijnej, ponadto „Gazeta Wyborcza. Lublin” wyraźnie artykułowała negatywne elementy kampanii S. Tułajewa, w tym krytykę dotychczasowej działalności K. Żuka.

Wspominając w materiałach J. Kuleszę, dziennikarze zwłaszcza „Dziennika Wschodniego” i „Kuriera Lubelskiego” podkreślali wybrane postulaty programowe kandydata oraz prognozy dotyczące poparcia społecznego dla polityka. Ponadto w „Dzienniku Wschodnim” w największym stopniu uwypuklano negatywne elementy kampanii J. Kuleszy, w tym krytykę szczególnie K. Żuka. Zarówno na łamach „Dziennika Wschodniego”, jak i „Gazety Wyborczej. Lublin” została zaprezentowana sylwetka popieranego polityka.

Istotnym elementem publikacji dotyczących kampanii pozostałych kandydatów w wyborach prezydenckich w Lublinie, a więc M. Długosz, M. Kowalskiego i J. Kunc w „Dzienniku Wschodnim” i „Kurierze Lubelskim” była prezentacja sylwetek wspomnianych polityków oraz kształtowanie list wyborczych popierających ich komitetów wyborczych. Z wymienionej trójki kandydatów w „Gazecie Wyborczej. Lublin” przypomniano jedynie sylwetkę M. Kowalskiego (tabela 9).

Wspomnieć należy, iż na łamach „Dziennika Wschodniego” dostrzec można było, że zarówno K. Żuk, jak i M. Długosz najczęściej wypowiadali się w imieniu nie tyle własnym, ile całego reprezentowanego komitetu wyborczego. We wszystkich badanych dziennikach, w zdecydowanej większości materiałów, w których przywoływano zarzuty S. Tułajewa kierowane do K. Żuka, odpowiedzi udzielali w imieniu urzędującego prezydenta członkowie jego komitetu wyborczego.

Ponadto należy podkreślić, że w przeciwieństwie do K. Żuka w tytułach materiałów zamieszczonych w „Dzienniku Wschodnim” S. Tułajew był niejednokrotnie przywoływany nie z nazwiska, lecz jako „Kandydat PiS”. Etykieta była również często przypinana w „Gazecie Wyborczej. Lublin” do M. Kowalskiego, o którym pisano „narodowiec Marian Kowalski”³⁰.

Podsumowanie

Sposób ukazania wyborczej kampanii samorządowej w 2018 roku na łamach wiodących lubelskich dzienników, w tym szczególnie koncentrowanie uwagi opinii publicznej nie tyle na komitetach wyborczych, ile kandydatach potwierdza obserwowane przez badaczy zjawisko medialnej personalizacji polityki (*media personalization*)³¹. Przywołana tu kampania wyborcza została zaprezentowana czytelnikom przede wszystkim przez pryzmat kampanii polityków ubiegających się o urząd prezydenta miasta Lublin. Przy czym największe zainteresowanie budziła rywalizacja dwóch kandydatów, ubiegającego się o reelekcję K. Żuka oraz reprezentanta rządzącej na scenie ogólnopolskiej partii PiS S. Tułajewa. Dodać należy, iż posiadanie przez komitet wyborczy kandydata na prezydenta miasta zwiększało szanse zaciekawienia dziennikarzy samym komitetem, w tym jego reprezentantami czy programem wyborczym, co w konsekwencji przyczyniało się do większej widoczności danego podmiotu w prasie.

Porównanie uzyskanych danych empirycznych z analizy ilościowej dotyczącej eksponowania na łamach poszczególnych dzienników kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin (agenda medialna) z agendą publiczną (oficjalne wyniki wyborów PKW) może być podstawą wnioskowania co do stopnia współzależności między rankingiem tematów agendy medialnej i publicznej (tabela 10).

³⁰ Zob. np. P. Kozłowski, *Żuk kontra Tułajew...*, op. cit., s. 4.

³¹ Gideon Rahat i Tamir Sheafer rozróżnili trzy typy personalizacji polityki: instytucjonalną (*institutional personalization*), medialną (*media personalization*) i behawioralną (*behavioral personalization*); szerzej: G. Rahat, T. Sheafer, *The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003*, „Political Communication” 2007, nr 24(1), s. 68–69.

Tabela 10. Kandydaci na urząd prezydenta miasta Lublin w agendzie medialnej i publicznej [%]

Kandydat/Agenda	Agenda publiczna	Agenda medialna		
		DzW	KL	GWL
Krzysztof Żuk	62,32	24	27	32
Sylwester Tułajew	31,48	30	26	27
Jakub Kulesza	2,99	22	17	11
Magdalena Długosz	1,49	11	9	11
Marian Kowalski	1,34	8	11	11
Joanna Kunc	0,37	5	10	8
Współczynnik korelacji Pearsona		0,68	0,89	0,96

Źródło: opracowanie własne.

Korelacja między zgromadzonymi danymi (tabela 10) zachodzi na wysokim poziomie (współczynnik Pearsona wyniósł odpowiednio: 0,68; 0,89; 0,96), co dowodzi znacznego oddziaływania *agenda-setting*³². Można zatem wnioskować, że stopień nagłośnienia przez dzienniki informacji na temat określonych kandydatów na urząd prezydenta miasta Lublin mógł w znaczący sposób wpłynąć na późniejsze decyzje elektoratu. Permanentne eksponowanie wybranych polityków na łamach prasy może być sygnałem dla czytelników co do istoty ich znaczenia na scenie politycznej. Siła związku korelacyjnego między zgromadzonymi danymi była nieco słabsza tylko w odniesieniu do wyników badań analizy materiału z „Dziennika Wschodniego”, co niewątpliwie było spowodowane (jak już wspomniano) największą różnorodnością przywoływanych tu komitetów i kandydatów. W przypadku tej gazety uwagę dziennikarzy w dużym stopniu zajmowała nie tylko kampania samorządowa tocząca się w Lublinie, lecz także w mniejszych miastach, powiatach czy gminach regionu lubelskiego.

Pośredniczące w procesach politycznych media poprzez selekcję i ekspozycję informacji mogą przyczyniać się do kreowania w świadomości odbiorców (tu: czytelników) określonej wizji rzeczywistości, w tym politycznej. Na podstawie przeprowadzonej analizy jakościowej, szczególnie materiału badawczego pozyskanego z „Gazety Wyborczej. Lublin” odnieść należy się do kwestii stronniczości politycznej³³. Już na początku kampanii na łamach wspomnianej gazety zostały opublikowane materiały, w których jednoznacznie wskazano podmioty polityczne w Lublinie, w tym bezkonkurencyjnego kandydata na prezydenta K. Żuka jako liczących się w wyborach. W jednym z felietonów

³² „Możliwy zakres rezultatów statystycznej współzależności [między rankingiem tematów agendy medialnej i agendy publicznej – przyp.] mieści się między +1,0 (idealna zgodność), 0 (nie ma żadnego związku) i –1,0 (idealnie odwrotny stosunek). Hipoteza *agenda-setting* przewiduje wysoką dodatnią korelację pomiędzy agendą medialną i późniejszą agendą publiczną”; szerzej: M. McCombs, *Ustanawianie agendy...*, *op. cit.*, s. 9.

³³ Stronniczość polityczna redakcji definiowana jako działanie celowe, polegające na braku zachowania równowagi w prezentacji kandydatów/komitetów wyborczych, faworyzowaniu wybranych podmiotów politycznych przy jednoczesnym marginalizowaniu czy krytykowaniu innych; szerzej: D.N. Hopmann, P. Van Aelst, G. Legnante, *Political Balance in the News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, nr 13(2), s. 245–249.

na łamach dziennika redaktor naczelna Małgorzata Bielecka-Hołda wprost napisała, że zgłasza w wyborach na kandydatów z listy KWW K. Żuka, dodając: „myślę, że Krzysztof Żuk wygra wybory prezydenckie, bo lublinianie okażą się dostatecznie rozsądni, żeby wybrać dobrego gospodarza, który doprowadził do niezwykłego rozwoju miasta...”³⁴. Wszyscy kandydaci na prezydenta miasta Lublin po raz pierwszy obok siebie w „Gazecie Wyborczej. Lublin” zostają ukazani dwa tygodnie przed końcem kampanii³⁵. Ocena szans kandydatów w lokalnych wyborach prezydenckich została także wyartykułowana w ostatnim przed ciszą wyborczą wydaniu dziennika, w którym pod uwagę wzięto tylko K. Żuka, S. Tułajewa oraz M. Długosz, podkreślając przy tym, że „największym zwycięzcą kończącej się kampanii wyborczej jest niewątpliwie obecny prezydent Krzysztof Żuk”³⁶.

Dziennikarze „Dziennika Wschodniego” i „Kuriera Lubelskiego” zwracali uwagę na oryginalne, kreatywne aspekty kampanii wyborczych kandydatów i komitetów wyborczych, zastosowane narzędzia promocji, w tym ich rodzaj czy sposób konstrukcji. Przykładowo w jednym z materiałów w „Dzienniku Wschodnim” uwytkowano wykorzystane przez kandydatów w kampanii gadzety wyborcze (w tym praktyczne jak maseczki antysmogowe, nożyki na grzyby, latarki czy spożywcze typu miód, czekolada, główka kapusty)³⁷. Z kolei w „Kurierze Lubelskim” podkreślono kwestię niepowtarzalnego nazewnictwa lokalnych komitetów wyborczych (jak: KWW Służba Nie Drużba, KWW Cała Gmina To Rodzina czy KWW Sąsiedzi) oraz uwspółcześnienia wydźwięku nazwy komitetu poprzez poprzedzenie jej hashtagem (KWW #Kocham-Lubartów i KWW #21-300 z Radzymina Podlaskiego)³⁸. Dodać należy, że w przypadku większości przywołanych przez dziennikarzy obu gazet kandydatów czy komitetów były to na ich temat jedyne materiały prasowe w analizowanych tytułach. W tej sytuacji zasadnym wydaje się stwierdzenie, że wprowadzenie do kampanii wyborczej podmiotu elementów nietuzinkowych, oryginalnych, kontrowersyjnych może być sposobem na zainteresowanie mediów.

³⁴ M. Bielecka-Hołda, *Listy kandydatów muszą być jak kryształ*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 22.08.2020, s. 2.

³⁵ Zob. Md, *Sześciu chętnych do fotela prezydenta miasta*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 5.10.2018, s. 2.

³⁶ P. Kozłowski, *Nudna bitwa o Lublin w cieniu walki PO z PiS-em*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 19.10.2018, s. 2.

³⁷ Zob. T. Maciuszczak, *Miód, kapusta i scyzoryk wyborczy. Gadzety kampanii samorządowej w woj. lubelskim*, „Dziennik Wschodni” 17.10.2018, s. 2.

³⁸ Szerzej: J. Nowicka, *„Służba nie drużba”, więc „Robim co mogę”*, „Kurier Lubelski” 14–16.09.2018, s. 6.

Bibliografia

Monografie

- Adamik-Szybiak M., Łukasik-Turecka A., Romiszewska B., *Barwy wyborczej kampanii samorządowej 2014 roku na Lubelszczyźnie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2016.
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Jones B.D., Wolfe M., *Public Policy and the Mass Media: An Information Processing Approach* [w:] *Public Policy and Mass Media: The Interplay of Mass Communication and Political Decision Making*, red. S. Koch-Baumgarten, K. Voltmer, Routledge, New York 2010.
- McCombs M., *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*, 2nd edition, Polity Press, Cambridge 2014.
- McCombs M., *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- Schulz W., *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.

Artykuły z czasopism

- Altheide D.L., *Media Logic, Social Control and Fear*, „Communication Theory” 2013, nr 23, s. 223–238.
- Hopmann D.N., Van Aelst P., Legnante G., *Political Balance in the News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, nr 13(2), s. 240–257.
- Oniszczuk Z., *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 4, s. 11–21.
- Rahat G., Sheafer T., *The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003*, „Political Communication” 2007, nr 24(1), s. 65–80.
- Sevenans J., Walgrave S., Epping G.J., *How Political Elites Process Information From the News: The Cognitive Mechanisms Behind Behavioral Political Agenda-Setting Effects*, „Political Communication” 2016, nr 33(4), s. 605–627.

Źródła internetowe

- Góra-Stępień A., *Media w Lublinie po 1944 roku*, <http://teatrnn.pl/leksykon/arttykuly/pierwsze-niezalezne-media-po-1989/#prasa> (dostęp: 20.03.2020).
- Krysiak P., *Prezydent Lublina: Władza chce kontrolować każdą instytucję i nie ufa samorządom. To błąd*, <https://lublin.wyborcza.pl/lublin/7,48724,23917135,prezydent-lublina-wladza-chce-kontrolowac-kazda-instytucje.html> (dostęp: 20.03.2020).
- PKW, *KKW Platforma. Nowoczesna Koalicja Obywatelska*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/delegatury/panstwowa-komisja-wyborcza/koalicjny-komitet-wyborczy-platformanowoczesna-koalicja-obywatelska-3223#candidates_stat (dostęp: 20.03.2020).
- PKW, *Wybory samorządowe 2018. Kalendarz wyborczy*, <https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/kalendarz-wyborczy> (dostęp: 20.03.2020).

- PKW, *Wybory samorządowe 2018. Miasto Lublin. Wyniki głosowania i wyborów Prezydenta*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/066300#results_vote_elect_mayor_round_1 (dostęp: 20.03.2020).
- PKW, *Wybory samorządowe 2018. Miasto Lublin. Wyniki wyborów do Rady Miasta*, https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia/066300#results_elect_council (dostęp: 20.03.2020).
- PKW, *Wybory samorządowe odbędą się 21 października br.*, <https://pkw.gov.pl/aktualnosci/informacje/wybory-samorzadowe-odbeda-sie-21-pazdziernika-br> (dostęp: 20.03.2020).
- Smaga D., *Kandydaci na prezydenta Lublina. Jeden składał obietnice dzielnicom, drugi zapraszał na spotkania*, <https://www.dziennikwschodni.pl/wybory-2018/kandydaci-na-prezydenta-lublina-jeden-skladal-obietnice-dzielnicom-drugi-zapraszal-na-dzielnicowe-spotkania,n,1000225646.html> (dostęp: 20.03.2020).
- Wybierz sobie prezydenta Lublina. Sprawdź co kandydaci sądzą o najważniejszych sprawach dla miasta*, <https://www.dziennikwschodni.pl/wybory-2018/wybierz-sobie-prezydenta-lublina-sprawdz-co-kandydaci-sadza-o-najwazniejszych-sprawach,n,1000229085.html> (dostęp: 20.03.2020).
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, *Komunikat Zarządu ZKDP o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2018 roku*, <https://www.zkdp.pl/images/Komunikat2018.pdf> (dostęp: 20.03.2020).

Prasa

- Bielecka-Hołda M., *Listy kandydatów muszą być jak kryształ*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 22.08.2020.
- Brzuskiewicz J., *Drużyna Krzysztofa Żuka gotowa do boju*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 24.08.2018.
- „*Debata kandydatów*”. *Dodatek do Kuriera Lubelskiego* 18.10.2018.
- Jurkowski A., *Kowalski: Lublin nie może być korytem*, „Kurier Lubelski” 27.09.2018.
- Jurkowski A., *Krzysztof Żuk: Wierzę, że wygramy*, „Kurier Lubelski” 11.10.2018.
- Jurkowski A., *Zdobyc ratusz. Czy batalia między Żukiem a Tułajewem zakończy się po I turze?*, „Kurier Lubelski. Magazyn” 7–9.09.2018.
- Jurkowski A., *Żuk zbiera podpisy, Tułajew kokietuje rady dzielnic*, „Kurier Lubelski” 30.08.2018.
- Jurkowski A., Nowak P., *„Drużyna Żuka” ruszyła po mandaty. Rywale jeszcze w blokach startowych*, „Kurier Lubelski” 10.09.2018.
- Kowalewicz T., *Wybory. „Drużyna ludzi zdeterminowanych”*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 17.09.2018.
- Kozłowski P., *Nudna bitwa o Lublin w cieniu walki PO z PiS-em*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 19.10.2018.
- Kozłowski P., *Znamy kandydatów PiS do rady miasta. Są niespodzianki*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 19.09.2018.
- Kozłowski P., *Żuk kontra Tułajew. W tych wyborach stawką jest rozwój Lublina*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn Lublin” 24.08.2018.
- Kurier na wybory. Bezplatny dodatek do gazety*, „Kurier Lubelski” 18.10.2018.
- Maciuszczak T., *Miód, kapusta i syczoryk wyborczy. Gadżety kampanii samorządowej w woj. lubelskim*, „Dziennik Wschodni” 17.10.2018.
- Md, *Sześciu chętnych do fotela prezydenta miasta*, „Gazeta Wyborcza. Lublin” 5.10.2018.
- Nowicka J., *„Służba nie drużba”, więc „Robim co możemy”*, „Kurier Lubelski” 14–16.09.2018.

Wyborcza kampania samorządowa w 2018 roku...

- Poradnik wyborcy cz. I. Jak zmieniła się ordynacja wyborcza*, „Kurier Lubelski” 15.10.2018.
- Poradnik wyborcy cz. II. Jak wybrać szefa gminy i radnych?*, „Kurier Lubelski” 16.10.2018.
- Poradnik wyborcy cz. III. Sejmik i inni, czyli kogo wybieramy*, „Kurier Lubelski” 17.10.2018.
- Poradnik wyborcy cz. IV. Cisza wyborcza. Co można, a czego nie*, „Kurier Lubelski” 18.10.2018.
- Skomra S., *Debata wyborcza Kuriera Lubelskiego. Przyjdź, posłuchaj, zadaj pytanie*, „Kurier Lubelski” 9.10.2018.
- Skomra S., *Długosz: chcę zostać prezydentką*, „Kurier Lubelski” 27.09.2018.
- Skomra S., *Kulesza: ludzie wrócą do smart city*, „Kurier Lubelski” 4.10.2018.
- Skomra S., *Kunc: Ratusz docenia sam siebie*, „Kurier Lubelski” 4.10.2018.
- Skomra S., *Obok grubych ryb, do sejmiku województwa kandydują też polityczne płotki*, „Kurier Lubelski” 25.09.2018.
- Skomra S., *Sylwester Tułajew: Będzie druga tura*, „Kurier Lubelski” 11.10.2018.
- Skomra S., *Wierzę, że mieszkańcy znów postawią na mnie*, „Kurier Lubelski”, dodatek „Kurier na wybory” 18.10.2018.
- Smaga D., *Kobiety są, ale ich nie widać. Rozmowa z Magdaleną Długosz, kandydatką na prezydenta Lublina*, „Dziennik Wschodni” 12.10.2018.
- Smaga D., *„Nie jestem alfą i omegą”. Rozmowa z Jakubem Kuleszą, kandydatem na prezydenta Lublina*, „Dziennik Wschodni” 16.10.2018.
- Smaga D., *Wynajmę ludzi, którzy się znają. Rozmowa z Marianem Kowalskim, kandydatem na prezydenta Lublina*, „Dziennik Wschodni” 15.10.2020.
- Wybory na prezydenta Lublina. Tułajew: Żuk proponuje drożyznę. Żuk: Tułajew niewiele wie o mieście*, „Dziennik Wschodni” 4.09.2018.