

**Monitoring wyborczy
telewizyjnych serwisów informacyjnych**

Wybory prezydenckie 2015

Raport podsumowujący

Telewizje ogólnopolskie

I tura

Badanie zrealizowane na zlecenie:



©Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, 2015

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, Natalia Dąbrowska, Paweł Dąbkowski, Elżbieta Gawryś, Aleksandra Jarosz, Milena Kalinowska, Maja Kopacz, Katarzyna Kotarska, Anna Kowalczyk, Grzegorz Kowalczyk, Łukasz Krawczyński, Olga Łęcka, Mariola Machalska, Michał Mijalski, Anita Mycak, Mateusz Patera, Katarzyna Piórecka, Radosław Prachnio, Maria Rajchert, Dagmara Sidyk, Amanda Siwek, Oliwia Siwińska, Martyna Strzelczyk, Marlena Szyber, Igor Szulich, Kamila Węclevska, Marzena Wieczorek, Jakub Więckowski, Ewelina Woike, Ksenia Wróblewska oraz zespół rekodujący.

Redakcja raportu:

Mgr Anna Krawczyk

Spis treści

1. Wprowadzenie i nota metodologiczna.....	4
1.1. Cele projektu.....	5
1.2. Proces analizy badanych materiałów.....	6
2. Wyniki ilościowej analizy programów.....	8
2.1. Ekspozycja tematyki wyborczej w programach informacyjnych.....	9
2.2. Ekspozycja partii i polityków w materiałach o tematyce wyborczej.....	17
2.3. Tematyzacja dyskursu programów informacyjnych w okresie wyborczym.....	28
2.3.1. TVP 1 – <i>Wiadomości</i>	29
2.3.2. TVP 2 – <i>Panorama</i>	30
2.3.3. TVN – <i>Fakty</i>	31
2.3.4. Polsat – <i>Wydarzenia</i>	32
2.3.5. TV Trwam – <i>Informacje dnia</i>	33
2.4. Ekspozycja kobiet w badanych materiałach informacyjnych o tematyce wyborczej.....	34
3. Kluczowe wnioski i dyskusja.....	37
3.1. Wnioski.....	38
4. Załączniki.....	41
Aneks A: Dane dotyczące wystąpień gości.....	42
Aneks B: Dane dotyczące tematyzacji audycji.....	46
B.1. TVP 1 – <i>Wiadomości</i>	46
B.2. TVP 2 – <i>Panorama</i>	47
B.3. TVN – <i>Fakty</i>	49
B.4. Polsat – <i>Wydarzenia</i>	50
B.5. TV Trwam – <i>Informacje dnia</i>	50

1. Wprowadzenie i nota metodologiczna

We wstępie do raportu prezentujemy najważniejsze dane dotyczące zakresu realizowanego monitoringu zawartości audycji informacyjnych w okresie siedmiu dni poprzedzających ciszę wyborczą przed pierwszą turą wyborów prezydenckich (tj. 2–8 maja 2015 roku).

1.1. Cele projektu

Celem przeprowadzonej analizy było uzyskanie odpowiedzi na kluczowe pytania badawcze dotyczące ilościowych aspektów komunikacji w serwisach informacyjnych, istotnych z punktu widzenia kampanii prezydenckiej. Pytania te obejmowały:

1. oszacowanie łącznego bezwzględnego i względnego udziału tematyki wyborczej w głównych wydaniach audycji informacyjnych w badanym okresie;
2. oszacowanie natężenia i struktury ekspozycji poszczególnych partii politycznych w głównych wydaniach audycji informacyjnych w badanym okresie;
3. wskazanie głównych wymiarów i perspektyw tematykacji dyskursu o wyborach prezydenckich w głównych wydaniach audycji informacyjnych w badanym okresie;
4. przeanalizowanie zebranych materiałów (o tematyce wyborczej) pod kątem ekspozycji kobiet-gości.

Analiza została przeprowadzona na pełnej próbkce siedmiu kolejnych głównych wydań następujących serwisów informacyjnych:

- TVP 1 – *Wiadomości*;
- TVP 2 – *Panorama*;
- TVN – *Fakty*;
- POLSAT – *Wydarzenia*;
- TV Trwam – *Informacje dnia*.

Stacje zostały dobrane ze względu na szeroki zakres oddziaływania i masowy, ogólnotematyczny charakter emitowanego programu. Jednocześnie dla stacji posiadających własne programy informacyjne (TVP 1 – TVP Info, TVN – TVN 24 oraz Polsat – Polsat News) treść głównych wydań byłaby tożsama zarówno w stacji informacyjnej, jak i w kanale ogólnotematycznym, stąd decyzja o nieobejmowaniu osobnym monitoringiem wydań audycji informacyjnych emitowanych w tematycznych programach informacyjnych.

1.2. Proces analizy badanych materiałów

Wszystkie badane wydania programów informacyjnych były rejestrowane, a następnie kodowane przez zespół badawczy w oparciu o następujący katalog zmiennych¹:

- zmienna 1: tytuł audycji;
- zmienna 2: data emisji (dzienna);
- zmienna 3: czas trwania całego serwisu informacyjnego w minutach i sekundach;
- zmienna 4: czas trwania materiałów o tematyce wyborczej;
- zmienna 5: pora emisji;
- zmienna 6: stacja TV;
- zmienna 7: prowadzący serwis informacyjny – imię i nazwisko;
- zmienna 8: reporter kodowanego materiału – imię i nazwisko (dla jednostki pomocniczej: materiał składowy);
- zmienna 9: aktor w materiale wyborczym – imię i nazwisko (dla jednostki pomocniczej: gość);
- zmienna 10: sposób przedstawienia aktora w materiale wyborczym (dla jednostki pomocniczej: gość);
- zmienna 11: rodzaj aktora w materiale wyborczym (dla jednostki pomocniczej: gość) ujęty w typologii:
 - 1 – kandydat/kandydatka w wyborach prezydenckich;
 - 2 – inny polityk;
 - 3 – ekspert merytoryczny (naukowiec, dziennikarz);
 - 4 – urzędnik (prezydent, burmistrz, radny);
 - 5 – inny (w tym przypadku opisowo kodowano, kim był gość);
- zmienna 12: afiliacja partyjna aktora w materiale wyborczym (dla jednostki pomocniczej: gość);
- zmienna 13: czas ekspozycji czynnej aktora w materiale wyborczym, czyli jak długo jest widoczny na ekranie, kiedy mówi (dla jednostki pomocniczej: gość);

¹ Głównymi jednostkami analizy były wydania audycji, pomocnicze jednostki tematyczne zostały zaś oparte o osoby gości oraz materiały składowe, z jakich zbudowane były badane audycje.

- zmienna 14: czas ekspozycji biernej aktora w materiale wyborczym, czyli jak długo jest widoczny na ekranie, ale nie zabiera głosu (dla jednostki pomocniczej: gość);
- zmienna 15: tematyżacja kodowana w formie skrótowego opisu tematu audycji (dla jednostki pomocniczej: materiał składowy);
- zmienna 16: czas trwania tematu (dla jednostki pomocniczej: materiał składowy).

Tak skonstruowane zestawienie zostało następnie poddane obróbce w arkuszach koderskich, celem uzyskania danych odpowiadających na przedstawione pytania badawcze.

Kryterium doboru stacji i audycji do badania zostało omówione na stronie 5 raportu, w tym miejscu warto tylko dodać, że wybór głównych wydań wiadomości wynikał z jednej strony z ograniczeń logistycznych i budżetowych projektu, ale jednocześnie za nieposzerzaniem zakresu analizy o inne wydania serwisów informacyjnych przemawiał szereg argumentów natury merytorycznej:

1. materiały te często mają cechy i zawartość skróconego lub uproszczonego wydania głównego audycji informacyjnej z danej stacji, a zatem mają charakter wtórny wobec wydań głównych;
2. cieszą się one wyraźnie niższą oglądalnością niż główne, wieczorne wydania serwisów informacyjnych, a zatem ich zasięg oddziaływania na opinie wyborców i kształt agendy publicznej jest mniej istotny niż wpływ głównych wydań tych samych programów;
3. z racji różnej specyfiki konstrukcji ramówki w poszczególnych stacjach² wzięcie pod uwagę wszystkich wydań serwisów informacyjnych z danej stacji skutkowałoby uzyskaniem próbki zróżnicowanej względem struktury treści w sposób, który utrudniałby proste porównanie badanych anten. Ograniczenie tylko do głównego wydania każdej audycji zniwelowało ten problem, gwarantując maksymalną porównywalność danych zebranych z poszczególnych anten.

² Badane audycje są replikowane w ramówce różną liczbę razy w poszczególnych stacjach. W zależności od anteny, na której są emitowane, widoczne są także różnice w skrótach/modyfikacjach treści między wydaniami.

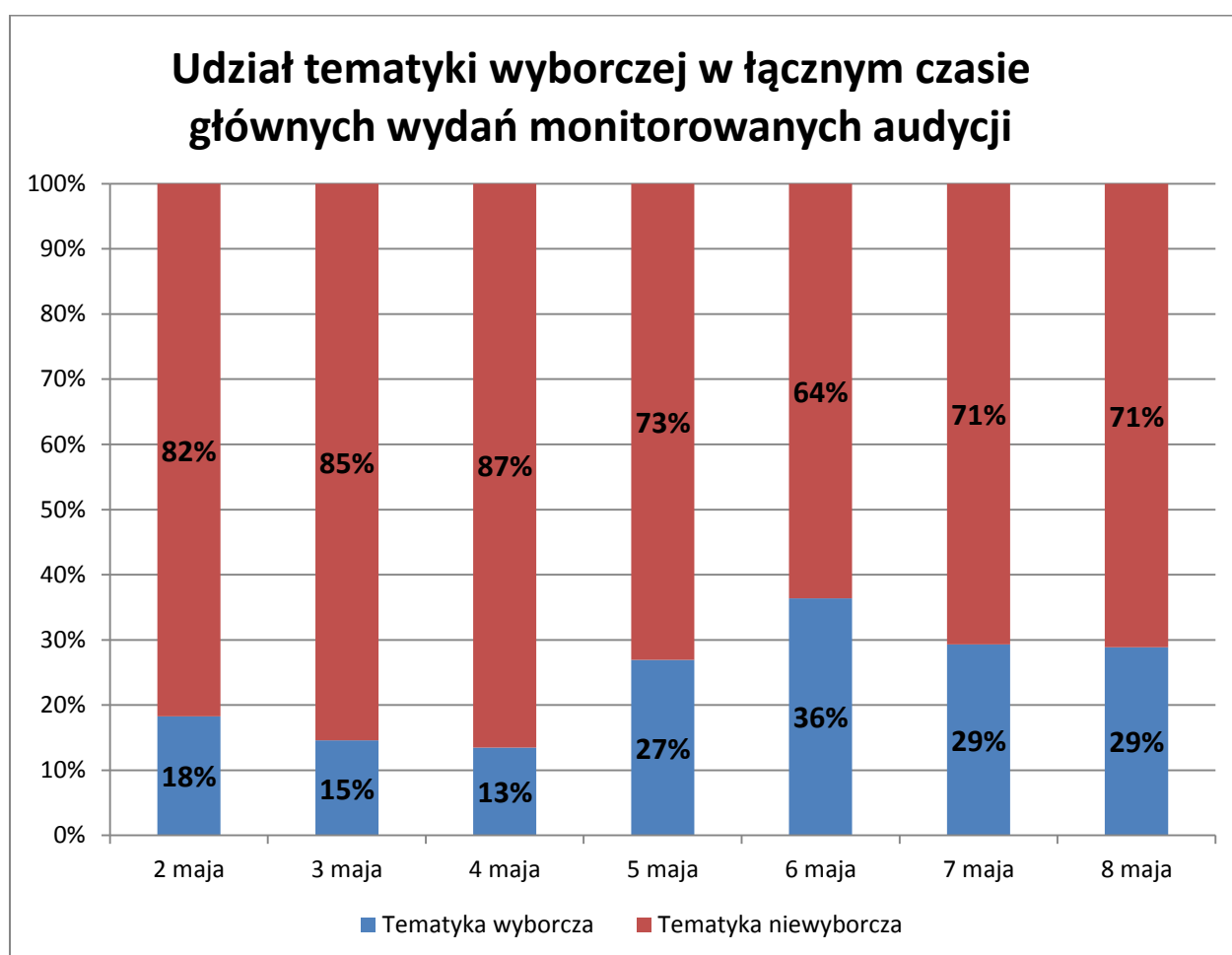
2. Wyniki ilościowej analizy programów

W tej części raportu przedstawiamy rezultaty przeprowadzonego monitoringu ilościowego w rozbiciu na cztery główne pytania badawcze, które dotyczą:

1. udziału tematyki wyborczej w badanych audycjach;
2. ekspozycji poszczególnych partii politycznych w badanych audycjach;
3. tematyzacji dyskursu o wyborach prezydenckich w badanych audycjach;
4. ekspozycji kobiet-gości i zachowania parytetów w badanych audycjach.

2.1. Ekspozycja tematyki wyborczej w programach informacyjnych

W pierwszej części analitycznej skupiono się na ekspozycji tematyki wyborczej w badanych stacjach telewizyjnych. Analizę tę rozpoczyna zbiorcze zestawienie udziału tematyki wyborczej w łącznym czasie trwania poszczególnych audycji.

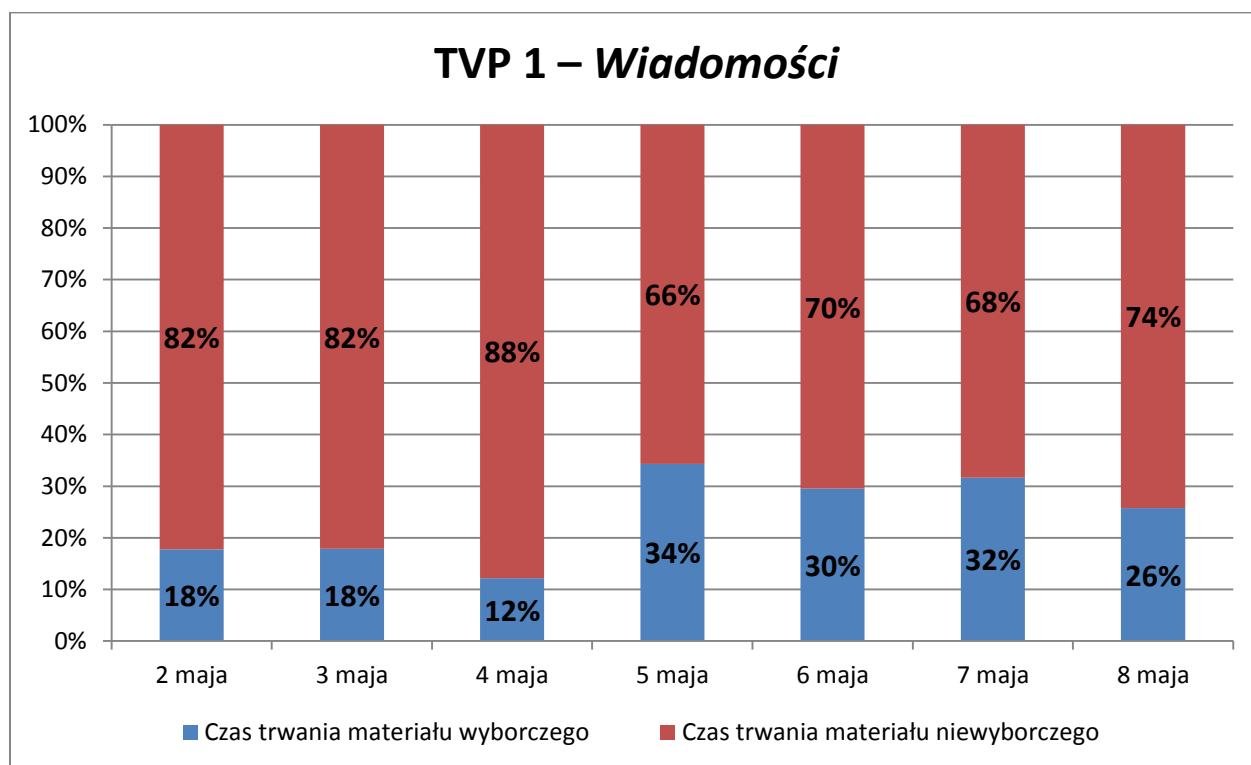


Powyższe zestawienie wskazuje na wysoki i równomierny rozkład zainteresowania tematyką wyborczą w badanym okresie. Dane te, w porównaniu z danymi z wyborów samorządowych, pozwalają na postawienie hipotezy o generalnie wyższym zainteresowaniu stacji telewizyjnych kampanią prezydencką niż miało to miejsce w przypadku poprzednich wyborów. Jedynym dniem, kiedy skupienie mediów na tym obszarze było niższe niż w przypadku wyborów samorządowych, był ostatni dzień kampanii przed pierwszą turą wyborów, w którym łączna obecność tematyki wyborczej wyniosła 29 proc. – w porównaniu do 38 proc. w kampanii samorządowej. Jednocześnie w ostatnim tygodniu przed wyborami do samorządów zainteresowanie kampanią

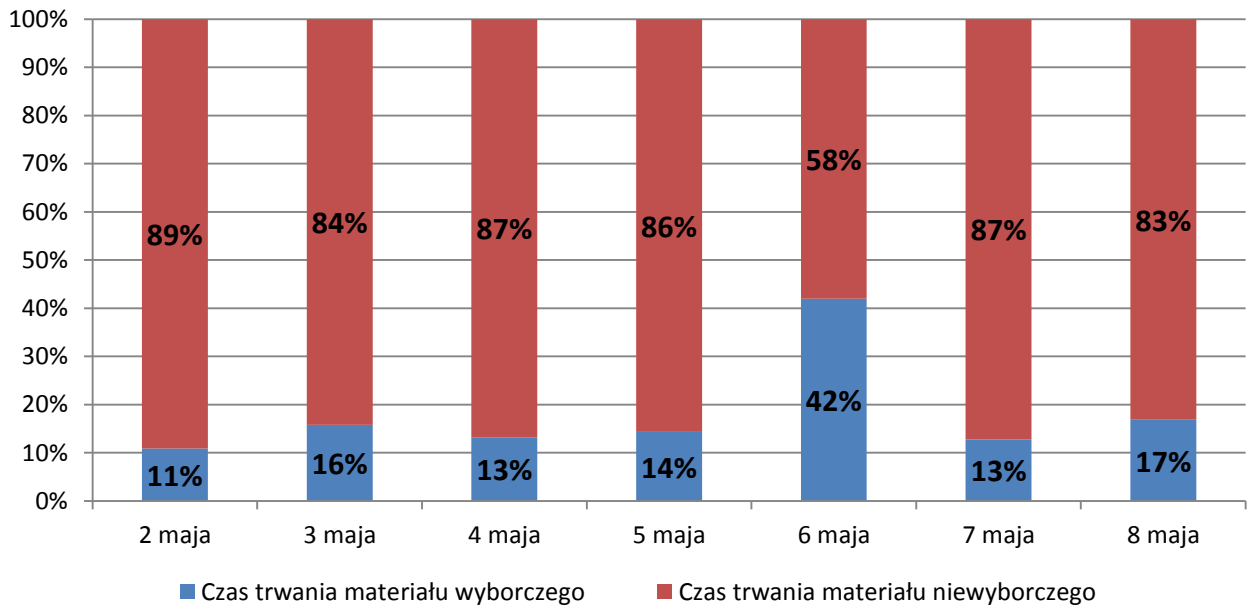
wyborczą wahało się między 0 proc. (11 listopada) a 38 proc. (ostatni dzień kampanii), w przypadku wyborów prezydenckich wyniosło zaś między 13 proc. (4 maja) a 36 proc. (6 maja). Taki rozkład wyników pozwala na postawienie dwóch kolejnych hipotez dotyczących prezentacji wyborów prezydenckich w audycjach informacyjnych:

- ekspozycja tematyki wyborczej jest bardziej równomiernie rozłożona w czasie w przypadku kampanii prezydenckiej;
- w trakcie analizowanej kampanii nie nastąpiła wyraźna interferencja tematyczna między wyborami a innymi wydarzeniami społeczno-politycznymi, których wysoka ekspozycja (jak miało to miejsce w przypadku Marszu Niepodległości w dniu 11 listopada) zakłóciłaby naturalną dynamikę dyskursu wyborczego.

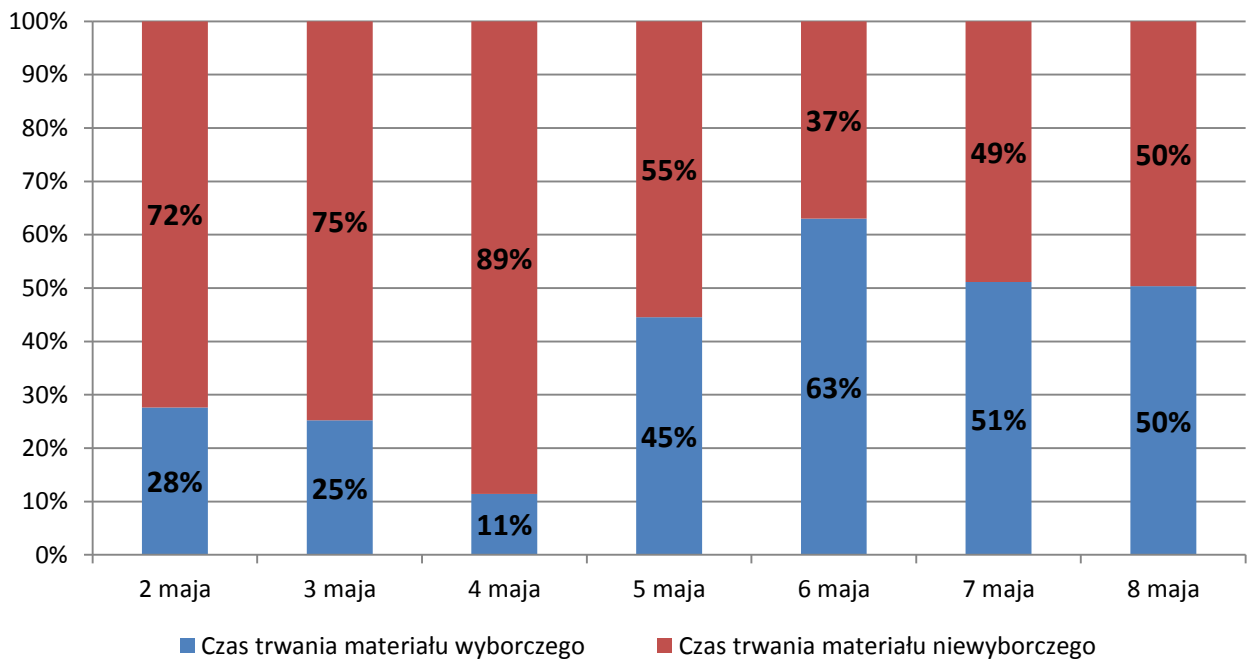
Na kolejnych pięciu wykresach zostały przedstawione rozkłady zainteresowania tematyką wyborczą w podziale na poszczególne badane audycje informacyjne.

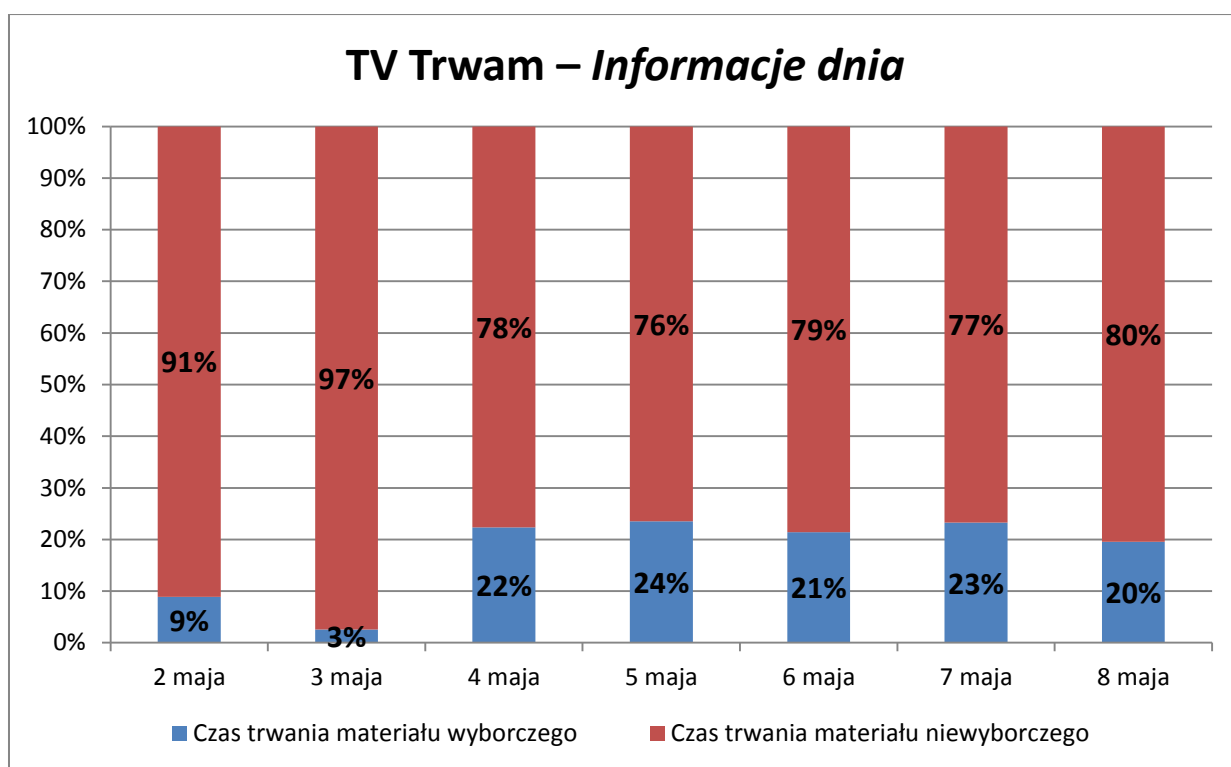
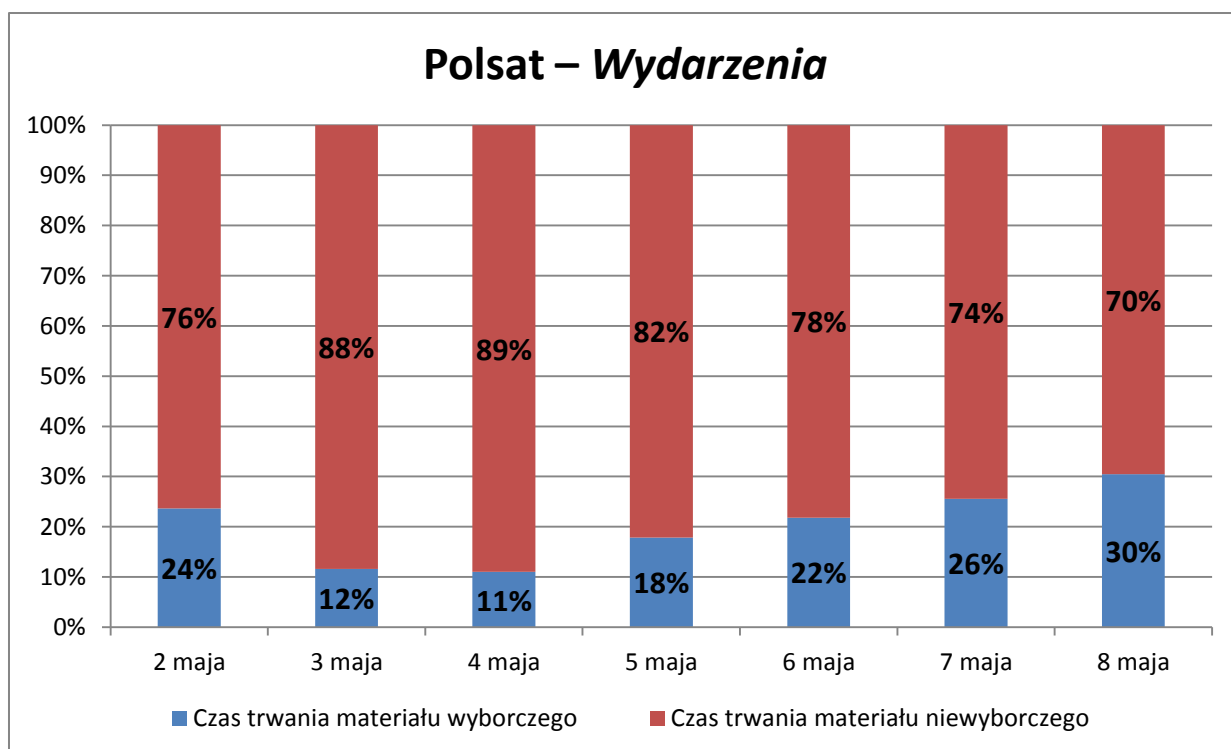


TVP 2 – Panorama



TVN – Fakty





Dodatkowo jako podsumowanie danych dla poszczególnych stacji zestawiliśmy ich średnie i odchylenia standardowe dla ekspozycji tematyki wyborczej:

	Średnia ekspozycja tematyki wyborczej	Odchylenie standardowe ekspozycji tematyki wyborczej
<i>Wiadomości</i>	24%	0,08
<i>Panorama</i>	18%	0,11
<i>Fakty</i>	39%	0,18
<i>Wydarzenia</i>	20%	0,07
<i>Informacje dnia</i>	17%	0,08

Zestawienie tych danych pozwala na wskazanie głównych ilościowych cech ekspozycji tematyki wyborczej w poszczególnych audycjach:

- *Wiadomości* (TVP 1) – umiarkowana ekspozycja tematyki wyborczej, relatywnie małe wahania między poszczególnymi dniami, szczyt ekspozycji w dniu 5 maja – 34 proc.;
- *Panorama* (TVP 2) – niska ekspozycja tematyki wyborczej, relatywnie duże wahania między poszczególnymi dniami, szczyt ekspozycji w dniu 6 maja – 42 proc.;
- *Fakty* (TVN) – najwyższa ekspozycja tematyki wyborczej, największe wahania między poszczególnymi dniami, szczyt ekspozycji w dniu 6 maja (aż 63 proc. czasu trwania audycji stanowiła tematyka wyborcza);
- *Wydarzenia* (Polsat) – umiarkowana ekspozycja tematyki wyborczej, najniższe wahania między poszczególnymi dniami, szczyt ekspozycji w dniu 8 maja, tj. w przededniu ciszy wyborczej (30 proc.);
- *Informacje dnia* (TV Trwam) – najniższa w badanej próbie ekspozycja tematyki wyborczej, relatywnie duże wahania między poszczególnymi dniami (z minimum na poziomie 3 proc. dnia 3 maja), szczyt ekspozycji w dniu 5 maja (24 proc.).

Dodatkowo zestawiono także średnie i odchylenia standardowe dla poszczególnych dni kampanii – po to, aby wskazać, jak na poziomie ekspozycji tematyki wyborczej różnicował się dyskurs badanych serwisów informacyjnych.

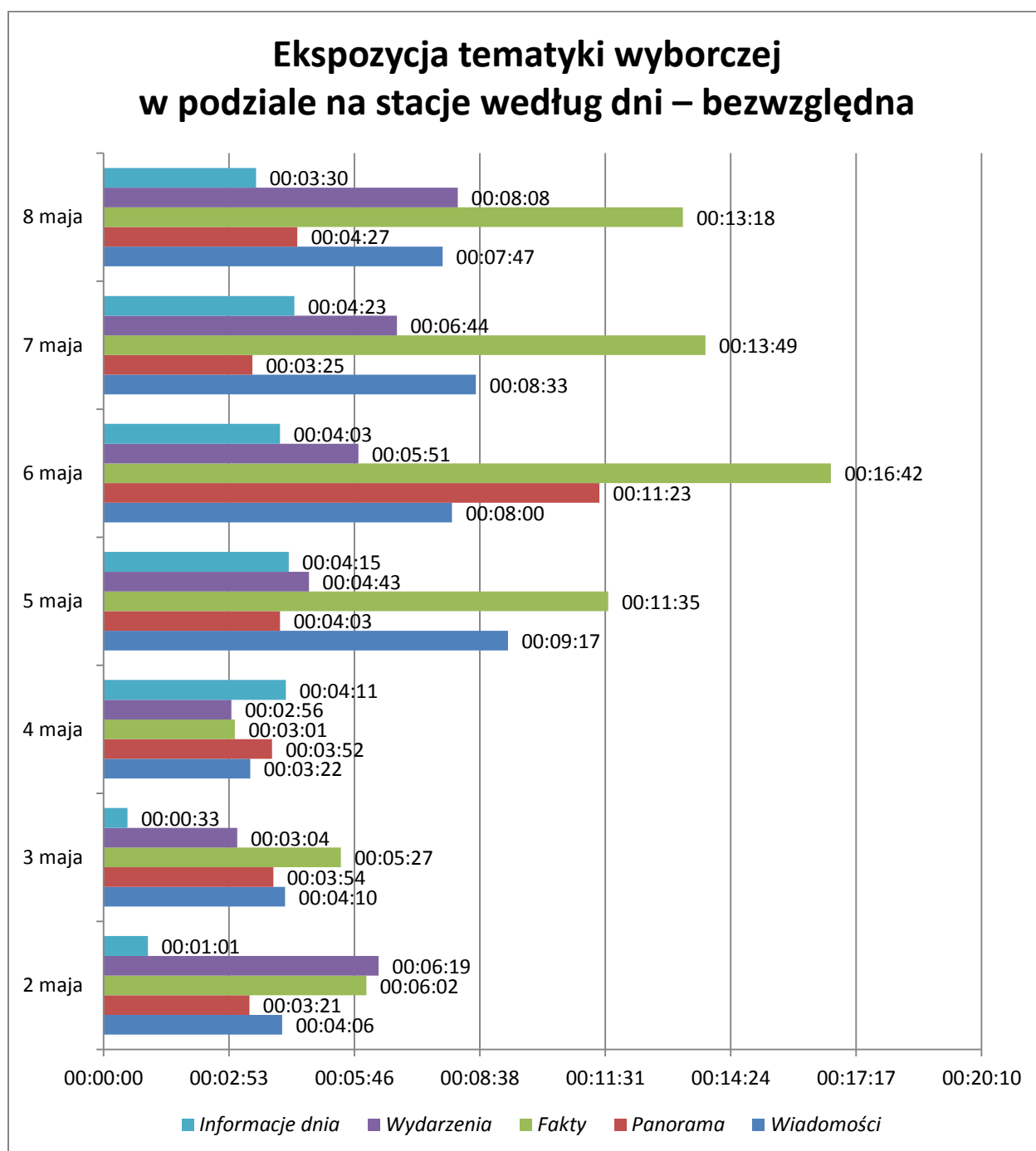
	<i>Wiadomości</i>	<i>Panorama</i>	<i>Fakty</i>	<i>Wydarzenia</i>	<i>Informacje dnia</i>	Średnia ekspozycja tematyki wyborczej	Odchylenie standardowe ekspozycji tematyki wyborczej
2 maja	18%	11%	28%	24%	9%	18%	0,08
3 maja	18%	16%	25%	12%	3%	15%	0,08
4 maja	12%	13%	11%	11%	22%	14%	0,05
5 maja	34%	14%	45%	18%	24%	27%	0,12
6 maja	30%	42%	63%	22%	21%	36%	0,17
7 maja	32%	13%	51%	26%	23%	29%	0,14
8 maja	26%	17%	50%	30%	20%	29%	0,13

Z powyższej tabeli wynika, że wraz ze zbliżaniem się wyborów rosła średnia ekspozycja tematyki wyborczej, a wraz z nią zwiększało się także odchylenie standardowe tego parametru, co wskazuje, że z czasem coraz mocniej różnicowały się style ekspozycji tematyki wyborczej w badanych programach.

Im wyższe odchylenie standardowe oraz większe wahania między dniami, tym bardziej widać, że dynamika i dramaturgia kampanii wyborczej silnie przemodelowuje strukturę serwisów informacyjnych, dzień po dniu. Są one bardziej podatne na wydarzenia w kampanii wyborczej, a w konsekwencji ich tematyka jest mniej różnorodna. Z przedstawionych powyżej wyników wyraźnie wynika, że programem najsilniej poddanym logice wyborczej, kampanijnej w badanym okresie – w ostatnim tygodniu przed pierwszą turą wyborów – był wieczorny serwis *Faktów* TVN. Z kolei najbardziej zbilansowaną ekspozycję tematyki wyborczej w ostatnim tygodniu przed pierwszą turą wyborów prezydenckich miały wieczorne wydania *Wydarzeń* Polsatu, *Wiadomości* TVP 1 oraz *Informacji dnia* TV Trwam (wynik odchylenia standardowego, kolejno: 0,7; 0,8 oraz 0,8).

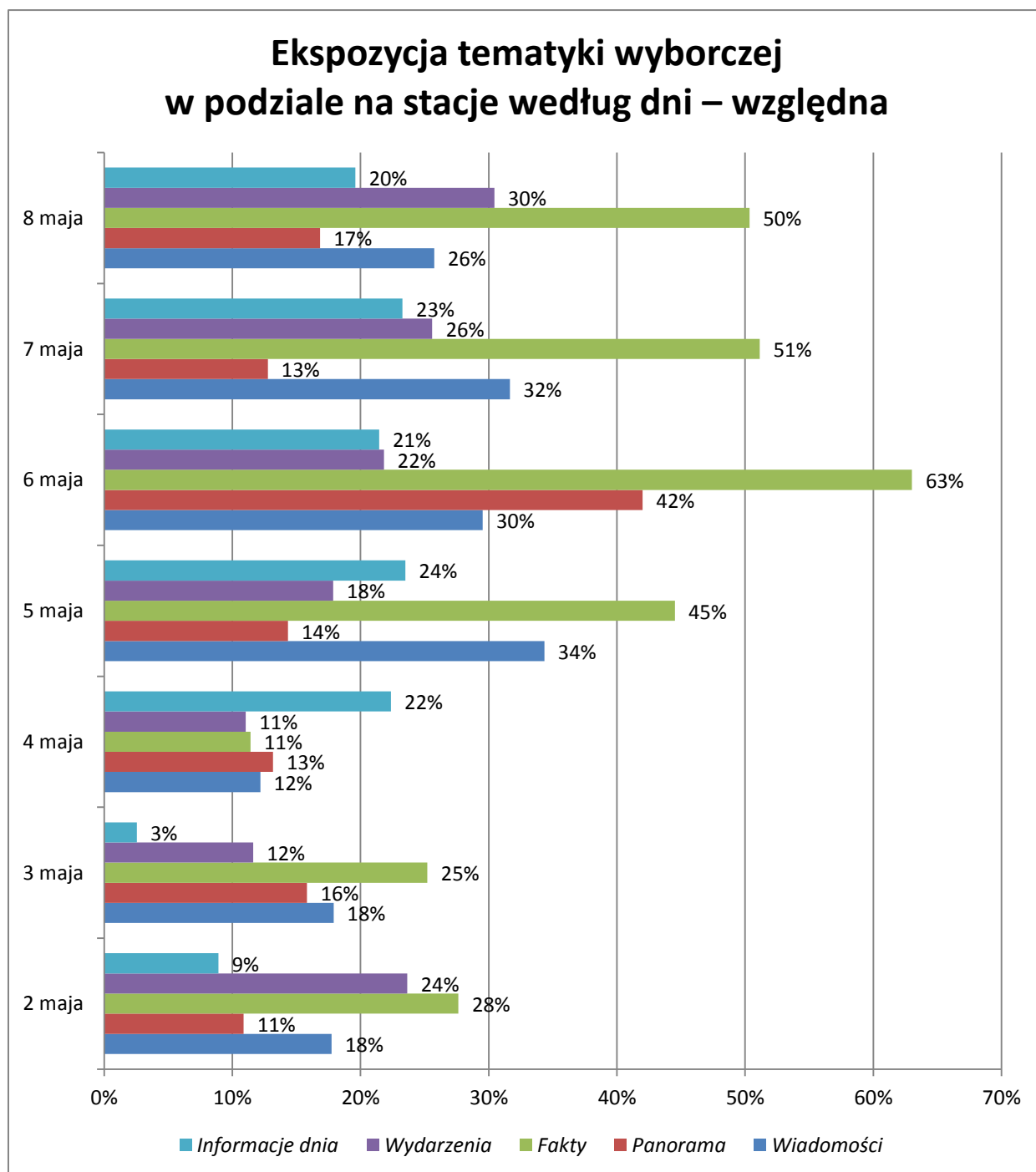
Podsumowując, należy nadmienić, że powyższe zestawienia jednoznacznie wskazują na duże zróżnicowanie stylów ekspozycji tematyki kampanijnej w monitorowanych serwisach informacyjnych w przypadku wyborów prezydenckich, zarówno jeśli chodzi o łączny czas ekspozycji tematyki, jak i pod względem zróżnicowania jej prezentacji, a także rozkładu głównych akcentów i kluczowych momentów zainteresowania kampanią.

Na kolejnym wykresie prezentujemy bezwzględne, liczone w minutach, czasy ekspozycji tematyki wyborczej w badanych audycjach informacyjnych w rozbiciu na poszczególne stacje.



W badanej próbie jest widoczna wysoka ekspozycja bezwzględna tematyki wyborczej na antenie TVN w *Faktach*, mniejsza w przypadku *Wiadomości* TVP 1 oraz *Wydarzeń* Polsatu. Najwyższe zróżnicowanie odnotowano w przypadku TVN, a najbardziej stabilną ekspozycję tematyki wyborczej w TVP 1 i Polsacie.

Na kolejnej stronie znajduje się wykres obrazujący procentową ekspozycję tematyki wyborczej w badanych wydaniach audycji informacyjnych. Zestawienie to lepiej odpowiada na pytanie o względną (w stosunku do innych tematów w danej audycji) wyeksponowanie tematyki wyborczej na konkretnej antenie, ponieważ bierze też pod uwagę zróżnicowany czas trwania audycji informacyjnych (zdecydowanie krótszy w przypadku TV Trwam, w której to jednak jednostkowe materiały dziennikarskie są też wyraźnie dłuższe od tych prezentowanych w pozostałych serwisach informacyjnych).

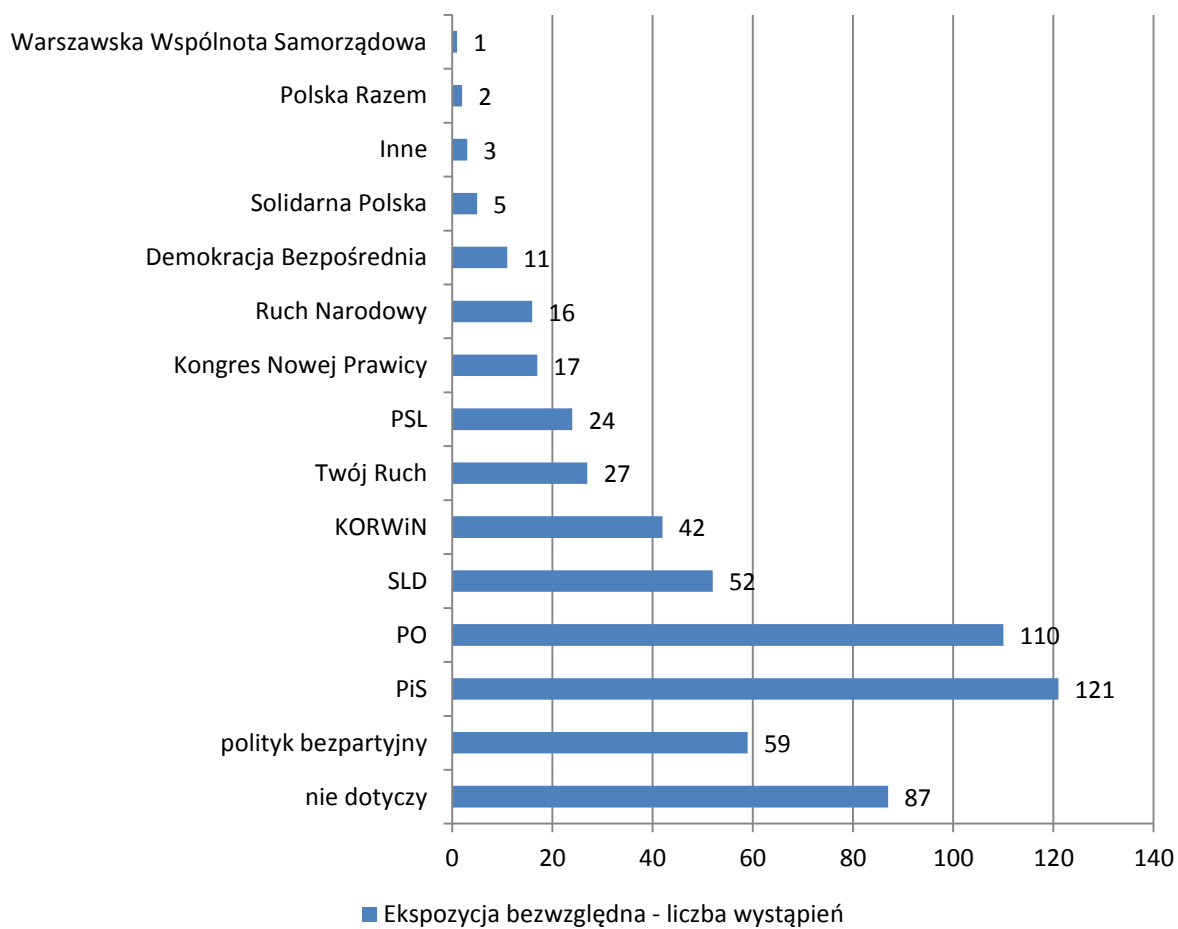


2.2. Ekspozycja partii i polityków w materiałach o tematyce wyborczej

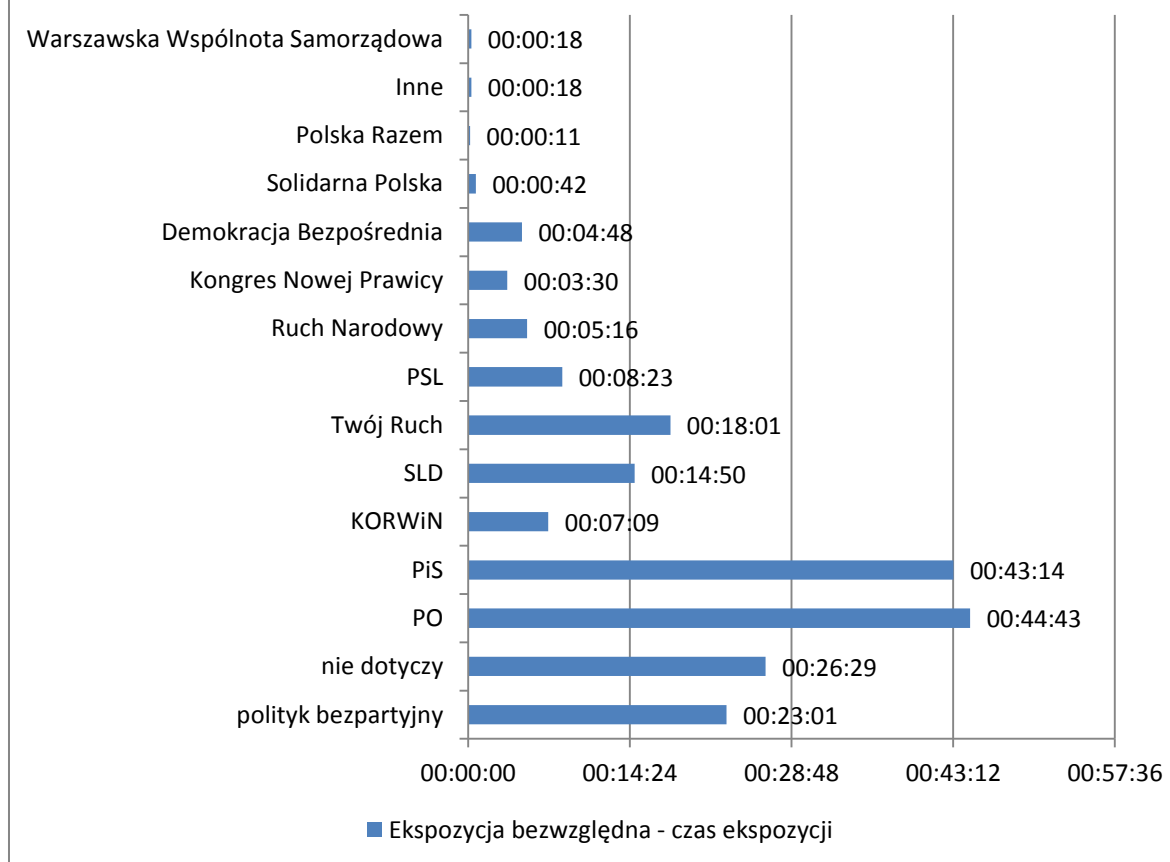
W kolejnej części analitycznej prezentujemy dane dotyczące ekspozycji partii politycznych w materiałach dotyczących wyborów prezydenckich. Dwa pierwsze zestawienia zawierają informacje o częstotliwości (w sensie liczby unikatowych wystąpień w badanych materiałach) ekspozycji polityków wybranych partii oraz łącznym czasie ekspozycji (liczonym z dokładnością do sekund) partii w badanych materiałach.

Co ważne, zebrane dane zostały zrekodowane w taki sposób, aby w zestawieniach ekspozycji partii politycznych ująć dwójkę kandydatów – Bronisława Komorowskiego i Magdalenę Ogórek, którzy *de iure* nie należeli do żadnej partii, jednak potraktowanie ich jako kandydatów bezpartyjnych silnie zaburzyłoby statystyki ekspozycji *de facto* reprezentowanych przez nich partii.

Ekspozycja bezwzględna – liczba wystąpień



Ekspozycja bezwzględna – czas ekspozycji

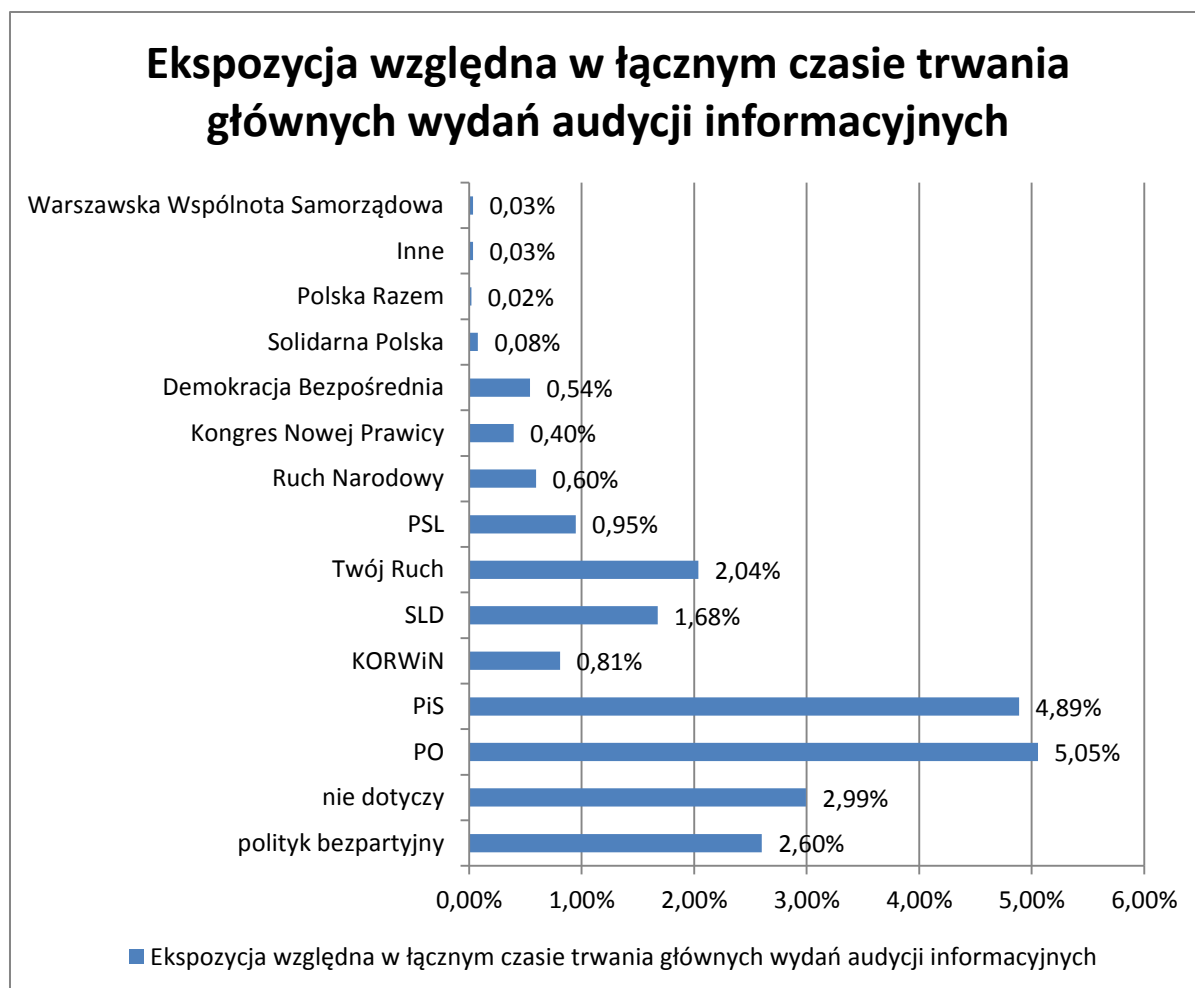


Zestawienie danych z dwóch powyższych wykresów potwierdza wyraźną dominację polityków Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej, chociaż o zróżnicowanym wzorcu – w przypadku PiS jest to więcej krótszych wzmianek, a w odniesieniu do PO mniej wzmianek unikatowych, ale za to o nieco dłuższym średnim czasie trwania. Kolejne dwa miejsca zajęły Sojusz Lewicy Demokratycznej i Koalicja Odnowy Rzeczypospolitej Wolność i Nadzieja, a dalej w rankingu ekspozycji znalazły się: Twój Ruch, Polskie Stronnictwo Ludowe, Ruch Narodowy, Kongres Nowej Prawicy i Demokracja Bezpośrednia.

Do faktycznej ekspozycji PiS w tych wyborach należałoby doliczyć także wskaźniki uzyskane przez Solidarną Polskę i Polskę Razem – z racji wystawienia wspólnego kandydata w wyborach. Jednak nawet po dokonaniu takiej korekty kolejność partii na obu zestawieniach nie zmieniłaby się, zmniejszeniu uległby jedynie dystans między PiS a PO.

Warta odnotowania jest także – zaobserwowana po raz pierwszy – ekspozycja polityków zagranicznych partii politycznych (ujętych jako „Inne”), w kontekście polskich wyborów prezydenckich – chodzi tu o trzech liderów ugrupowań z Wielkiej Brytanii: Davida Camerona, Eda Milibanda, Nigela Farage’a, wzmiankowanych w kontekście faktycznych efektów wprowadzenia JOW-ów w materiale wyemitowanym 6 maja 2015 roku w *Faktach TVN*.

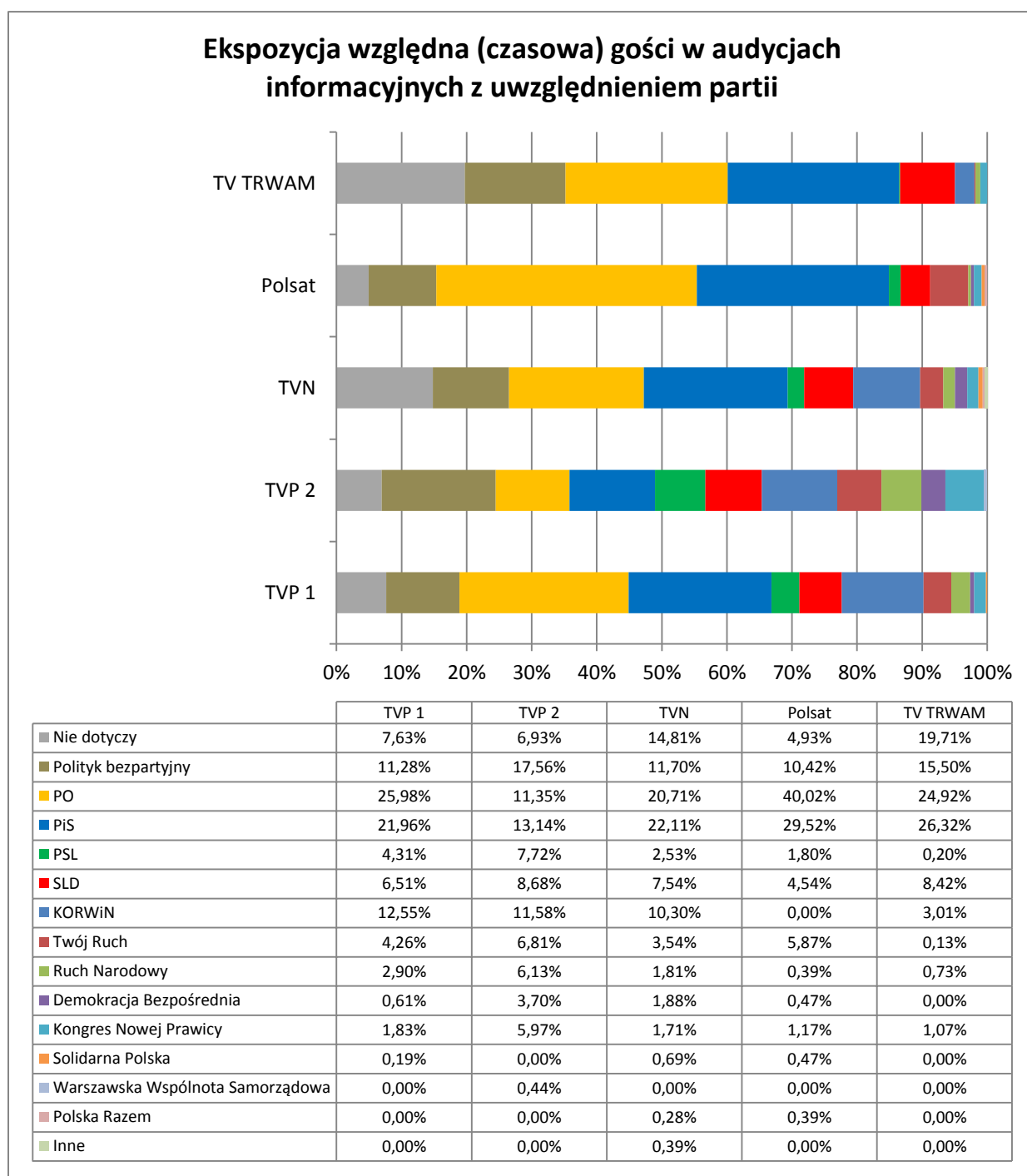
Na kolejnej stronie prezentujemy – także dla celów porównawczych³ – zestawienie udziału poszczególnych partii w łącznym czasie trwania wszystkich audycji informacyjnych (nie tylko tych o tematyce wyborczej).



³ Chodzi o porównanie z rezultatami innych monitoringów wyborczych prowadzonych przez KRRiT – podczas eurowyborów 2014 r. oraz w poprzednich latach, w których w zestawieniach ekspozycji jest podany czas prezentacji partii w odniesieniu do czasu trwania całej audycji informacyjnej, np. www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/wybory/departament-mediow-publicznych.pdf.

Podobnie jak w przypadku poprzednich zestawień, także tutaj połączenie kategorii dla Prawa i Sprawiedliwości, Solidarnej Polski i Polski Razem nie zmieniłoby kolejności partii na wykresie, a jedynie minimalnie zmniejszyłoby różnicę w ekspozycji między PiS a PO.

Na kolejnych wykresach zostały zaprezentowane szczegółowe zestawienia ekspozycji poszczególnych partii w badanych audycjach.



Analizując strukturę prezentacji poszczególnych partii politycznych na badanych antenach, można wyróżnić następujące cechy charakterystyczne analizowanych audycji informacyjnych:

- *Wiadomości* (TVP 1) – zróżnicowane i wyważone rozłożenie akcentów, jeśli chodzi o ekspozycję poszczególnych partii, z pewną przewagą skupienia na sporze PiS–PO (lekka nadekspozycja PO);
- *Panorama* (TVP 2) – najbardziej zróżnicowane i wyważone rozłożenie akcentów między ekspozycję poszczególnych partii;
- *Fakty* (TVN) – umiarkowanie zróżnicowane i wyważone rozłożenie akcentów między ekspozycję poszczególnych partii, z wyraźną przewagą skupienia na sporze PiS–PO (lekka nadekspozycja PiS);
- *Wydarzenia* (Polsat) – wyraźna przewaga skupienia na sporze PiS–PO (spora nadekspozycja PO);
- *Informacje dnia* (TV Trwam) – wyraźna przewaga skupienia na sporze PiS–PO (niewielka nadekspozycja PiS).

Jako uzupełnienie i porównanie z danymi z monitoringów realizowanych przez KRRiT w poprzednich latach prezentujemy także – na kolejnych stronach – zestawienie frekwencji i czasu ekspozycji kandydatów w wyborach, a także pozostałych polityków.

	Partia polityczna	Frekwencja ekspozycji	Czas ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Andrzej Duda	PiS	50	00:30:52	3,49%	14,45%
Bronisław Komorowski	PO	46	00:33:20	3,77%	15,60%
Janusz Korwin-Mikke	KORWiN	37	00:17:27	1,97%	8,17%
Paweł Kukiz	Polityk bezpartyjny	34	00:17:04	1,93%	7,99%
Magdalena Ogórek	SLD	30	00:11:00	1,24%	5,15%
Janusz Palikot	Twój Ruch	27	00:08:23	0,95%	3,92%
Adam Jarubas	PSL	20	00:06:31	0,74%	3,05%
Jacek Wilk	Kongres Nowej Prawicy	16	00:04:50	0,55%	2,26%

Marian Kowalski	Ruch Narodowy	16	00:05:16	0,60%	2,47%
Grzegorz Braun	Polityk bezpartyjny	14	00:04:16	0,48%	2,00%
Paweł Tanajno	Demokracja Bezpośrednia	11	00:03:19	0,37%	1,55%

W dyskursie badanych stacji jest widoczna wysoka ekspozycja czterech kandydatów, którzy osiągnęli najlepsze wyniki w wyborach, jednak ponownie – tak jak miało to miejsce w przypadku poprzednich wyborów – zależność między ekspozycją kandydata a wynikiem głosowania jest trudna do udowodnienia (np. Magdalena Ogórek i Janusz Palikot osiągnęli zbliżone wyniki ekspozycji co Paweł Kukiz, jednocześnie zdobywając wielokrotnie mniej głosów).

W odniesieniu do poszczególnych kandydatów zostały także zestawione ekspozycje czynne (czas, kiedy są widoczni na ekranie i wypowiadają się) i bierne (czas, kiedy tylko są widoczni na ekranie).

	Ekspozycja czynna	Ekspozycja bierna	Stosunek ekspozycji czynnej do biernej
Andrzej Duda	00:10:31	00:20:21	0,52
Bronisław Komorowski	00:11:30	00:20:40	0,56
Janusz Korwin-Mikke	00:06:00	00:11:27	0,52
Paweł Kukiz	00:04:55	00:12:09	0,40
Magdalena Ogórek	00:03:04	00:07:56	0,39
Janusz Palikot	00:03:06	00:05:17	0,59
Adam Jarubas	00:01:58	00:04:33	0,43
Jacek Wilk	00:01:10	00:03:40	0,32
Marian Kowalski	00:01:24	00:03:52	0,36
Grzegorz Braun	00:01:13	00:03:03	0,40
Paweł Tanajno	00:00:16	00:03:03	0,09

Na powyższym zestawieniu łatwo zaobserwować tendencję do częstszego eksponowania w sposób czynny kandydatów uważanych za faworytów w wyborach. Wyjątkiem od tej reguły jest Janusz Palikot – eksponowany w sposób czynny znacznie częściej niż wynikałoby to z jego pozycji w wyścigu o prezydenturę (być może jest to skutek indywidualnego stylu komunikacji tego polityka). Od całej grupy kandydatów

wyraźnie odstaje Paweł Tanajno, w którego przypadku dominowała ekspozycja bierna w materiałach w sposób syntetyczny zestawiających przebieg kampanii, praktycznie pomijając newsy poświęcone wyłącznie jego osobie.

W kolejnej tabeli prezentujemy wyniki wszystkich polityków, którzy uzyskali przynajmniej trzy wystąpienia w badanym materiale⁴, włącznie z kandydatami w wyborach prezydenckich.

Wszyscy politycy	Partia polityczna	Frekwencja ekspozycji	Czas ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Andrzej Duda	PiS	50	00:30:52	3,49%	14,45%
Bronisław Komorowski	PO	46	00:33:20	3,77%	15,60%
Janusz Korwin-Mikke	KORWiN	37	00:17:27	1,97%	8,17%
Paweł Kukiz	Polityk bezpartyjny	34	00:17:04	1,93%	7,99%
Magdalena Ogórek	SLD	30	00:11:00	1,24%	5,15%
Janusz Palikot	Twój Ruch	27	00:08:23	0,95%	3,92%
Adam Jarubas	PSL	20	00:06:31	0,74%	3,05%
Jacek Wilk	Kongres Nowej Prawicy	16	00:04:50	0,55%	2,26%
Marian Kowalski	Ruch Narodowy	16	00:05:16	0,60%	2,47%
Grzegorz Braun	Polityk bezpartyjny	14	00:04:16	0,48%	2,00%
Jarosław Kaczyński	PiS	14	00:02:09	0,24%	1,01%
Ewa Kopacz	PO	13	00:03:28	0,39%	1,62%
Marcin Mastalerek	PiS	13	00:02:17	0,26%	1,07%
Beata Szydło	PiS	12	00:02:20	0,26%	1,09%
Mariusz Błaszczak	PiS	12	00:01:28	0,17%	0,69%
Paweł Tanajno	Demokracja Bezpośrednia	11	00:03:19	0,37%	1,55%
Robert Tyszkiewicz	PO	9	00:01:46	0,20%	0,83%
Leszek Miller	SLD	8	00:00:52	0,10%	0,41%
Przemysław Wipler	KORWiN	8	00:01:51	0,21%	0,87%
Beata Kempa	PiS	6	00:00:40	0,08%	0,31%
Dariusz Joński	SLD	5	00:00:40	0,08%	0,31%
Mariusz Witczak	PO	5	00:00:41	0,08%	0,32%

⁴ Pełna tabela ekspozycji polityków i gości bezpartyjnych znajduje się w aneksie A.

Ryszard Czarnecki	PiS	5	00:00:48	0,09%	0,37%
Donald Tusk	PO	4	00:00:30	0,06%	0,23%
Radosław Sikorski	PO	4	00:00:39	0,07%	0,30%
Tomasz Kalita	SLD	4	00:00:25	0,05%	0,20%
Hanna Gronkiewicz-Waltz	PO	4	00:00:30	0,05%	0,23%
Andrzej Halicki	PO	3	00:00:15	0,03%	0,12%
Antoni Macierewicz	PiS	3	00:00:38	0,07%	0,30%
Jerzy Wenderlich	SLD	3	00:01:22	0,15%	0,64%
Konrad Berkowicz	KORWiN	3	00:00:42	0,08%	0,33%
Małgorzata Kidawa-Błońska	PO	3	00:00:29	0,05%	0,23%

Powyższe dane wskazują na dominację w dyskursie dotyczącym wyborów prezydenckich czterech grup polityków:

- kandydatów w wyborach prezydenckich – najbardziej eksponowana grupa;
- liderów dużych ugrupowań politycznych – takich jak Ewa Kopacz czy Jarosław Kaczyński;
- działaczy wysokiego szczebla poszczególnych partii – wyraźna dominacja polityków PiS w tej grupie, z dużą ekspozycją Beaty Szydło, Marcina Mastalerka czy Mariusza Błaszczaka;
- polityków o silnej „marce” własnej, przywoływanych jako komentatorzy i autorytety, w częściowym oddzieleniu od partii, którą reprezentują – takich jak Jerzy Buzek, Marek Borowski czy Wanda Nowicka.

Kolejna tabela prezentuje skład grupy gości audycji oznaczonych jako nie-politycy, którzy uzyskali przynajmniej dwa wystąpienia w badanym materiale⁵:

⁵ Pełna tabela ekspozycji polityków i gości bezpartyjnych znajduje się w aneksie A.

	Status ekspozycji ⁶	Frekwencja ekspozycji	Czas łącznej ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Anna Komorowska	Brak	13	00:03:24	0,38%	1,59%
Piotr Duda	Przewodniczący NSZZ „Solidarność”	10	00:04:33	0,51%	2,13%
Agata Kornhauser-Duda	Żona kandydata PiS na Prezydenta RP	7	00:01:25	0,16%	0,66%
Jarosław Flis	Politolog	4	00:00:47	0,09%	0,37%
Rafał Chwedoruk	Doktor, politolog, Uniwersytet Warszawski	4	00:00:56	0,11%	0,44%
Bartłomiej Biskup	Politolog, Uniwersytet Warszawski	3	00:00:38	0,07%	0,30%
Hanna Gronkiewicz-Waltz	Brak	3	00:00:21	0,04%	0,16%
Andrzej Wajda	Brak	2	00:00:04	0,01%	0,03%
Jan Tadeusz Duda	Ojciec Andrzeja Dudy	2	00:00:16	0,03%	0,12%
Olgierd Annusewicz	Politolog, Uniwersytet Warszawski	2	00:00:22	0,04%	0,17%
Wojciech Hermeliński	Przewodniczący PKW, sędzia Trybunału Konstytucyjnego	2	00:00:20	0,04%	0,16%

Wśród gości i bohaterów audycji niebędących politykami, poza zwyczajowymi grupami ekspertów (politologów, socjologów), artystów i celebrytów oraz urzędników (w tym reprezentantów PKW), zauważalną ekspozycję odnotowano w przypadku:

- rodzin kandydatów – z wyraźną przewagą ekspozycji Anny Komorowskiej, często prezentowanej wyłącznie w charakterze towarzyszki swojego męża, bez odwołań wprost do funkcji pierwszej damy. W tej kategorii ciekawa jest także prezentacja szerokiego grona rodzinnego Andrzeja Dudy (żona, ojciec, matka);
- przedstawicieli firm badawczych i doradczych komentujących wyniki sondaży oraz przebieg kampanii;

⁶ Brak podanego statusu przedstawienia oznacza, że bohater był obecny w audycji i możliwy do zidentyfikowania, ale nie został przedstawiony przez dziennikarza ani za pomocą podpisu, ani głosem z tzw. offu – chodzi tu najczęściej o osoby występujące w tle albo towarzyszące innym postaciom w materiale reporterskim.

- pracowników sztabów wyborczych kandydatów (wolontariusze: Szymon Hupłyś, Daniel Wargocki, Mateusz Wargocki).

Należy zwrócić szczególną uwagę na szeroką prezentację rodziny Andrzeja Dudy, która na poziomie dyskursu dziennikarskiego może pełnić funkcję oficjalnego „wprowadzenia” kandydata do życia publicznego, wraz z wymaganą w takiej sytuacji budową jego historii/legendy rodzinnej w świadomości wyborców. Zjawisko to można uznać za ciekawy przyczynek do dyskusji o wpływie wystawienia relatywnie mało znanego – poza środowiskiem regionalnym, z którego się wywodzi, i poza strukturami partyjnymi – kandydata na narrację wyborczą. Wydaje się, że media czują się wówczas w obowiązku pogłębić wiedzę odbiorców dotyczącą jego pochodzenia i tła rodzinnego.

2.3. Tematyzacja dyskursu programów informacyjnych w okresie wyborczym

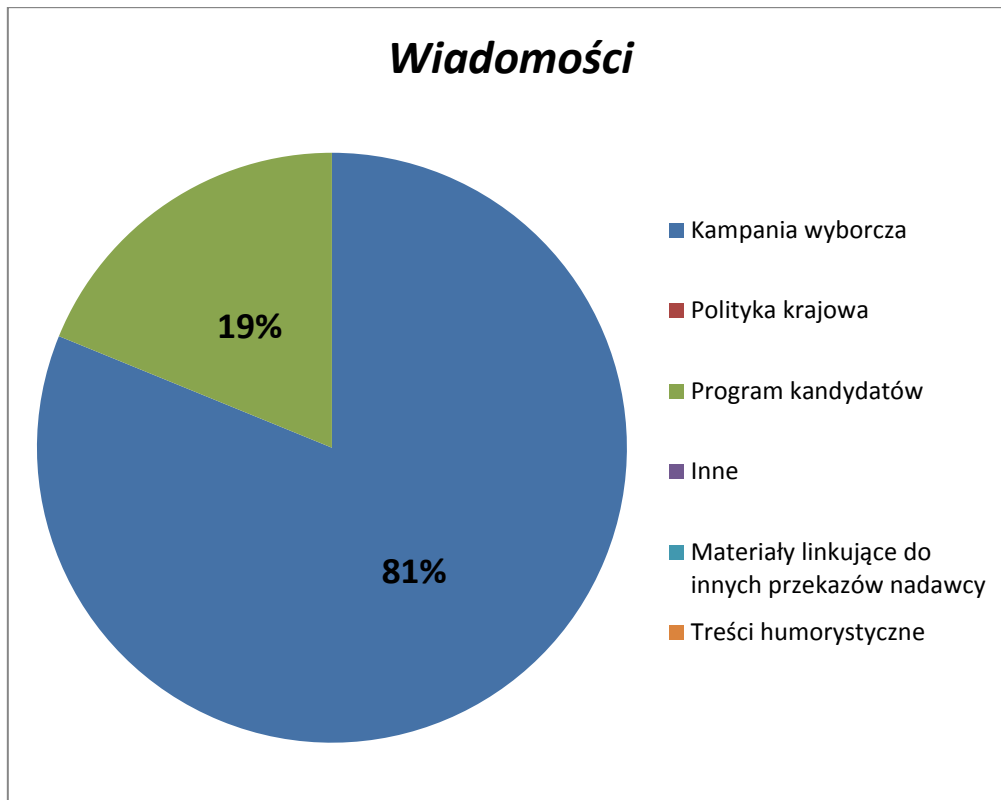
Na kolejnych stronach prezentujemy tematyzację materiałów wyemitowanych w poszczególnych wydaniach badanych audycji informacyjnych. Zestawienia dokonano poprzez wskazanie głównych tematów składowych dla każdego z materiałów dziennikarskich, z których zbudowany jest serwis informacyjny. Kryterium wydzielenia materiału dziennikarskiego zostało oparte o naturalną dynamikę audycji informacyjnej (za osobny materiał był uznawany blok materiałów reporterskich zapowiadany przez dziennikarza).

W przypadku wyborów prezydenckich relacjonowanych w audycjach informacyjnych globalnie rzuca się w oczy stosunkowo długi czas trwania bloków tematycznych, a jednocześnie duże zróżnicowanie materiałów reporterskich w obrębie jednego bloku. Większą dynamiką w tym zakresie cechuje się TVN, w którym przyjęto model prezentowania tematyki wyborczej w większej liczbie krótszych, wyraźnie wyodrębnionych materiałów dziennikarskich. Na potrzeby zestawień ilościowych (szczegółowe listy zawiera aneks B) dane tematyczne zostały zestawione w sześciu makrokategoriach oddających temat przewodni materiału w audycji informacyjnej. Wspomniane kategorie to:

- kampania wyborcza – działania wizerunkowe kandydatów (spotkania z wyborcami, podróże po kraju, wystąpienia kandydatów, reakcje na działania kontrkandydatów), sondaże, spoty wyborcze;
- polityka krajowa – bieżące decyzje polityczne prezentowane w kontekście kampanii wyborczej i relacje wewnątrzpartyjne;
- program kandydatów – odwołania wprost do konkretnych decyzji, które zamierzają podjąć kandydaci, postulowanych przez nich zmian lub wyznawanych wartości;
- materiały linkujące do innych przekazów nadawcy – wydzielone fragmenty serwisu informacyjnego, będące zapowiedzią innej audycji wyborczej na antenie tej samej lub zaprzyjaźnionej stacji, albo określone materiały na stronach www;

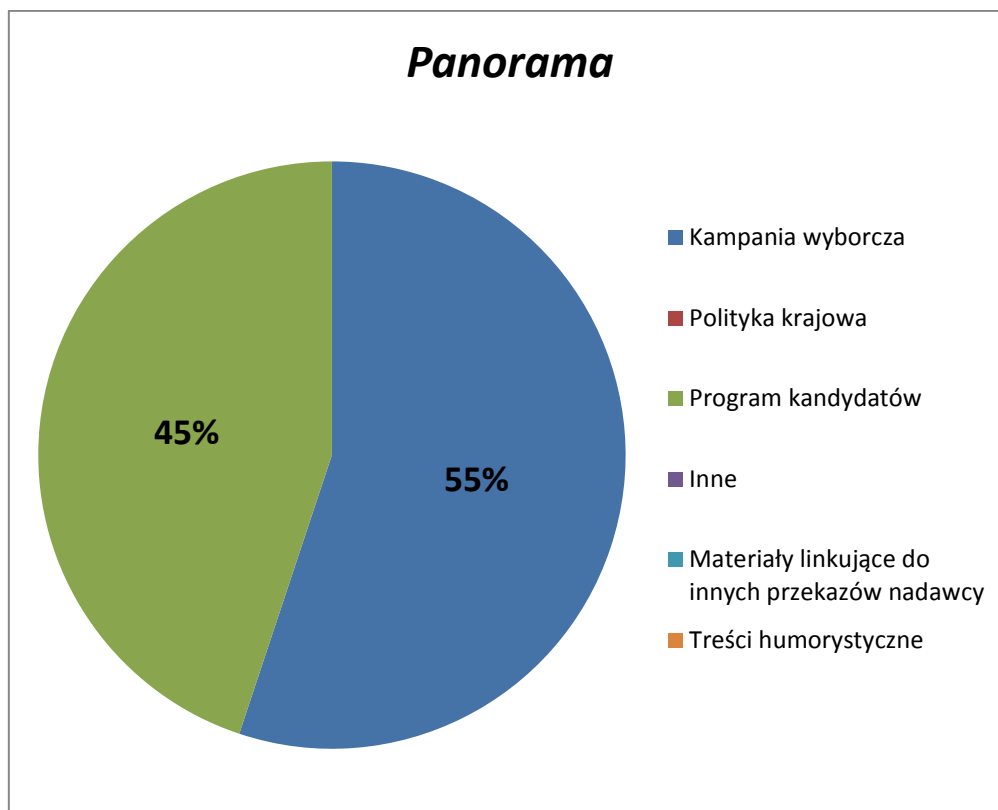
- treści humorystyczne – wpadki w kampanii, dziwne/śmieszne spoty lub plakaty, memy i reakcje internautów;
- inne – materiały nieujęte w pozostałych kategoriach.

2.3.1. TVP 1 - *Wiadomości*



W badanej próbie wydań *Wiadomości* można zauważyć duże natężenie tematyki autoreferencyjnej/kampanijnej (wydarzenia z kampanii wyborczej – spotkania z wyborcami, wystąpienia, poparcie, jakiego udzielają kandydatom różne grupy i osoby, sondaże, komentarze do sondaży, odniesienia do działań członków sztabów), z niskim nasyceniem odwołaniami do konkretnych punktów programu lub poglądów kandydatów (główne kwestie to: *in vitro*, bezpieczeństwo i obronność, prywatyzacja lasów).

2.3.2. TVP 2 – Panorama

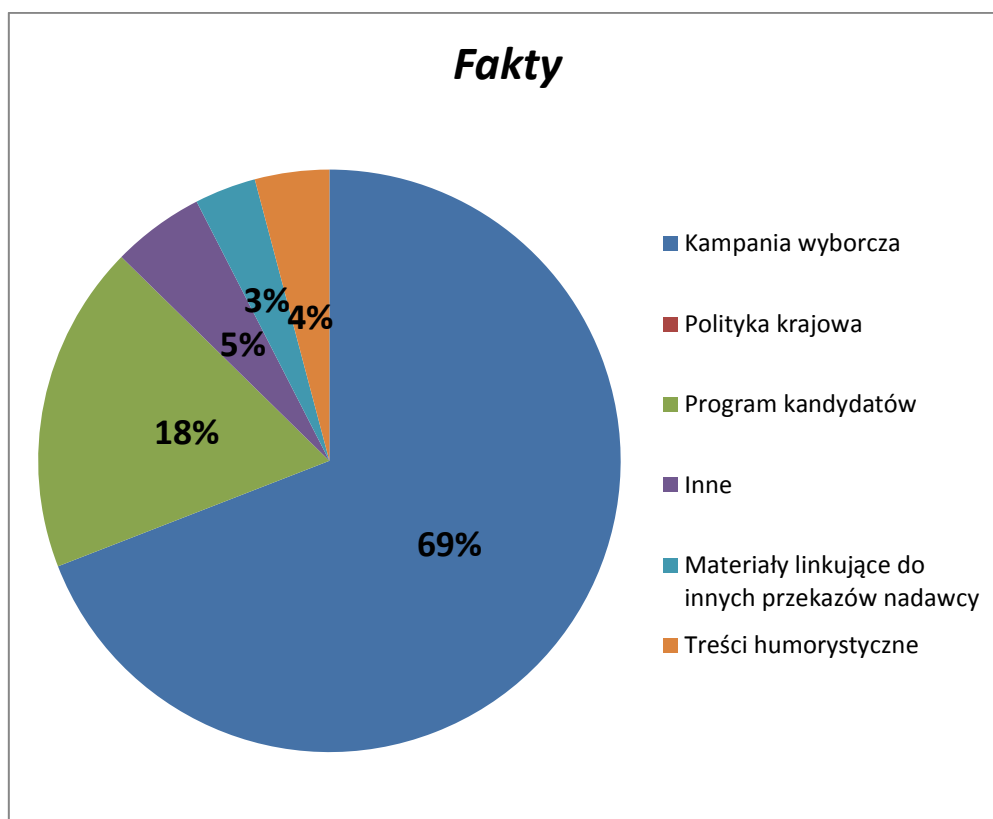


W przypadku *Panoramy* jest widoczna równowaga między tematyką autoreferencyjną/kampanijną a wzmiankami o programie i poglądach kandydatów. W tej drugiej kategorii poruszono między innymi następujące wątki:

- polityka przemysłowa;
- zmiany w konstytucji;
- sytuacja przedsiębiorców;
- obronność i kondycja wojska;
- wiek emerytalny;
- kwota wolna od podatku;
- funkcjonowanie aparatu skarbowego.

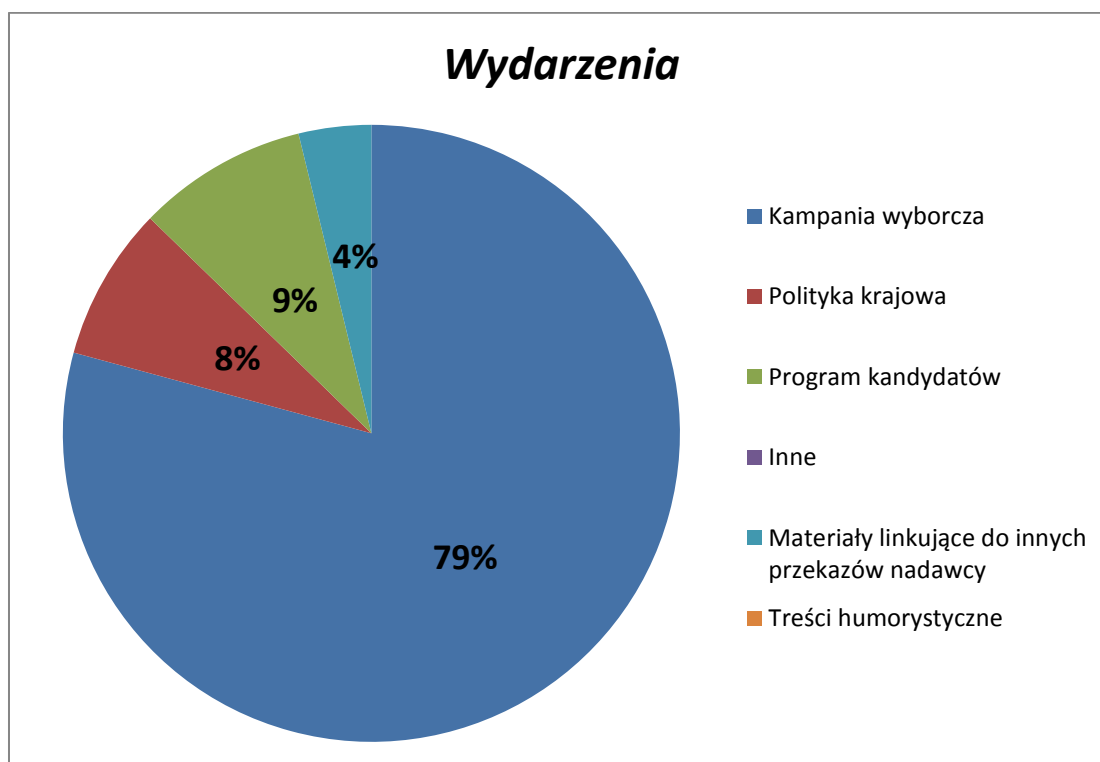
Tematem często podejmowanym w *Panoramie* była także niewielka aktywność urzędującego prezydenta w kampanii wyborczej, często określana wręcz jako jego „nieobecność”.

2.3.3. TVN – Fakty



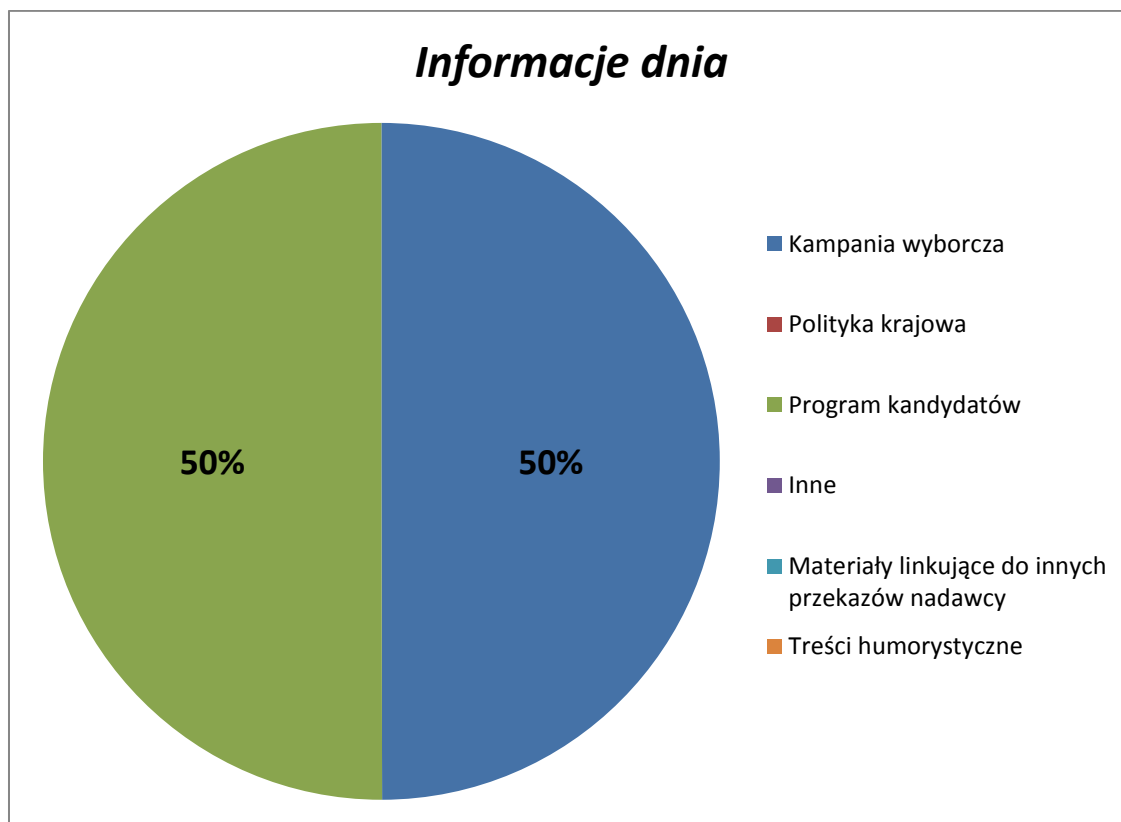
W przypadku *Faktów* można dostrzec pewną przewagę treści dotyczących samego przebiegu kampanii, z widocznym udziałem materiałów promujących inne treści na antenie, a także materiałów nietypowych (zaklasyfikowanych do kategorii „Inne” – w tym przypadku chodzi o materiał o działaniu Ruchu Kontroli Wyborów). Na uznanie zasługuje opracowanie przez redakcję TVN kwestionariusza służącego do zebrania informacji o programach kandydatów, a także wykorzystanie jego rezultatów jako podstawy do przygotowania materiału dziennikarskiego relacjonującego poglądy polityków. Stacja poruszała również następujące tematy: zmiany w konstytucji, jednomandatowe okręgi wyborcze czy stosunek kandydatów do *in vitro*. W dyskursie TVN-u jest także widoczne – wyrazistsze niż w innych stacjach – prezentowanie osi sporu Paweł Kukiz–Janusz Korwin-Mikke, zwłaszcza w ostatnich dniach kampanii. Jest to także jedyna stacja, która w ostatnim dniu kampanii zaprezentowała materiał o „łżejszej” tematyce, dotyczący wpadek i humorystycznych momentów w kampanii, jednak jego udział czasowy w łącznej ekspozycji wątków tematycznych był wyraźnie niższy niż w analogicznych materiałach w programach informacyjnych przed wyborami samorządowymi.

2.3.4. Polsat – Wydarzenia



W przypadku Polsatu należy odnotować skupienie na tematyce autoreferencyjnej, z mniejszą liczbą odniesień do konkretnych kwestii z programów kandydatów, a za to z wyraźnym skoncentrowaniem uwagi na osi sporu Andrzej Duda–Bronisław Komorowski – kosztem pozostałych kandydatów. *Wydarzenia* były jedynym serwisem informacyjnym, w którym pojawiło się wyraziste nawiązanie do polityki krajowej – mianowania ministra sprawiedliwości – w kontekście kampanii. W obszarze tematyki programowej na antenie *Wydarzeń* bardziej widoczne były kwestie związane z JOW-ami i zapłodnieniem *in vitro*.

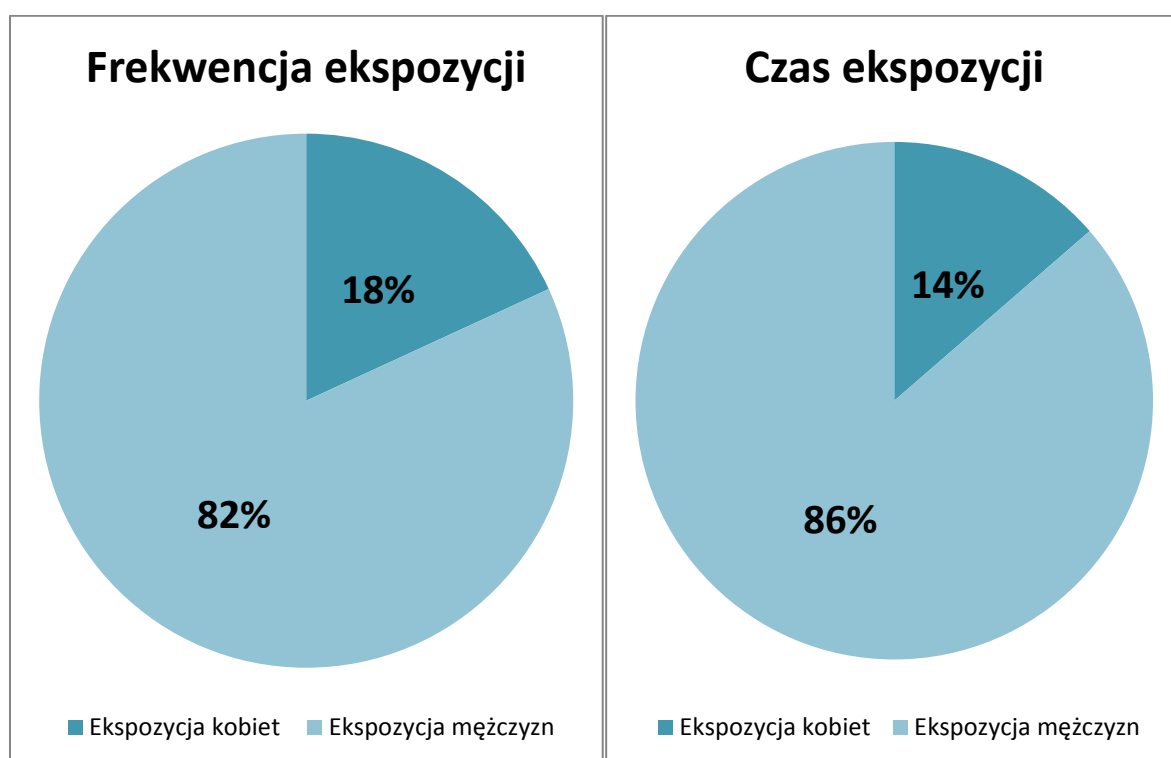
2.3.5. TV Trwam – Informacje dnia



W przeciwieństwie do audycji publicystycznych badane wydania serwisu informacyjnego TV Trwam były wyraźnie bardziej skupione na ekspozycji Bronisława Komorowskiego i podejmowanych przez niego decyzjach. Na poziomie jednostek tematycznych widoczna jest także koncentracja stacji raczej na tematyce merytorycznej, związanej z programami kandydatów (mocno akcentowane były zwłaszcza kwestie bezpieczeństwa, kontrowersje wokół *in vitro*, a także propozycje zmian w konstytucji zgłaszane przez Andrzeja Dudę), pod koniec badanego tygodnia przechodząca jednak w dyskurs bardziej ogólny, o wyższym natężeniu tematów autoreferencyjnych i relacjonowaniu samej kampanii (z jednym wyjątkiem w postaci nawiązania do afiliacji partyjnej Bronisława Komorowskiego w materiale z 7 maja). W finalnym zestawieniu – z perspektywy badanego tygodnia – oba rodzaje tematów pozostają w równowadze.

2.4. Ekspozycja kobiet w badanych materiałach informacyjnych o tematyce wyborczej

W kolejnej części raportu zostaną omówione dane dotyczące ekspozycji kobiet w audycjach informacyjnych o tematyce wyborczej. Pierwsze istotne z punktu widzenia ich obecności w mediach zestawienie obrazuje czasowe i procentowe ekspozycje kobiet w badanych materiałach.



W porównaniu z danymi z wyborów samorządowych widoczny jest wyraźny spadek ekspozycji kobiet w materiałach informacyjnych w okresie prezydenckiej kampanii wyborczej (w kampanii samorządowej było to 25 proc. ekspozycji w obu kategoriach). Dodatkowo zastanawia niższy udział czasowy ekspozycji kobiet (poniżej udziału frekwencyjnego). Oznacza to, że w badanych audycjach kobiety były eksponowane średnio krócej podczas każdego wystąpienia niż mężczyźni.

Robocza hipoteza dotycząca tego stanu rzeczy jest związana z płcią kandydujących polityków: wśród jedenastu pretendentów do objęcia urzędu prezydenta znalazła się jedna kobieta, a należy pamiętać, że to kandydaci są główną grupą polityków

ekspozowanych w audycjach informacyjnych i publicystycznych w okresie kampanii wyborczej.

W kolejnej tabeli, z racji niewielkiej łącznej liczby kobiet-gości, prezentujemy syntetycznie wszystkie informacje dotyczące ich ekspozycji w badanych audycjach w okresie wyborczym.

	Status przedstawienia	Frekwencja ekspozycji	Czas ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Magdalena Ogórek	Kandydatka SLD	30	00:11:00	1,24%	5,15%
Ewa Kopacz	PO	13	00:03:28	0,39%	1,62%
Anna Komorowska	Brak	13	00:03:24	0,38%	1,59%
Beata Szydło	PiS	12	00:02:20	0,26%	1,09%
Agata Kornhauser-Duda	Żona kandydata PiS na Prezydenta RP	7	00:01:25	0,16%	0,66%
Beata Kempa	PiS	6	00:00:40	0,08%	0,31%
Hanna Gronkiewicz-Waltz	PO	4	00:00:30	0,05%	0,23%
Małgorzata Kidawa-Błońska	PO	3	00:00:29	0,05%	0,23%
Wanda Nowicka	Polityk bezpartyjny	2	00:01:19	0,15%	0,62%
Barbara Bubula	PiS	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Urszula Augustyn	PO	1	00:00:08	0,02%	0,06%
Agnieszka Łukasik-Turecka	Zespół ekspertów KUL	1	00:00:10	0,02%	0,08%
Agnieszka Zaręba	Doktor, zespół ekspertów KUL	1	00:00:16	0,03%	0,12%
Anna Krawczak	Stowarzyszenie Nasz Bocian	1	00:00:12	0,02%	0,09%
Beata Tokaj	Sekretarz PKW	1	00:00:20	0,04%	0,16%
Danuta Szaflarska	Aktorka	1	00:00:06	0,01%	0,05%
Henryka Krzywonos	Brak	1	00:00:15	0,03%	0,12%
Henryka Szarlowska	PO w Elblągu	1	00:00:06	0,01%	0,05%
Irena Jaczyńska	Restauracja Lotos	1	00:00:20	0,04%	0,16%
Jadwiga Staniszkis	Profesor, socjolog	1	00:00:08	0,02%	0,06%
Janina Milewska-Duda	Matka Andrzeja Dudy, kandydata na Prezydenta RP	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Marlena	PO w Elblągu	1	00:00:10	0,02%	0,08%

Derlukiewicz					
--------------	--	--	--	--	--

Powyższe zestawienie wskazuje na ilościową przewagę w ekspozycji trzech kategorii bohaterek:

- kandydatki w wyborach (Magdalena Ogórek);
- liderki partyjnych (Ewa Kopacz i Beata Szydło);
- żon kandydatów (Anna Komorowska i Agata Kornhauser-Duda).

Mocna pozycja Magdaleny Ogórek zdaje się uprawdopodobniać hipotezę, że niski wskaźnik feminizacji ekspozycji bohaterek audycji informacyjnych jest w jakimś stopniu rezultatem małej liczby kandydatek.

3. Kluczowe wnioski i dyskusja

Jako podsumowanie niniejszego raportu prezentujemy kluczowe wnioski dotyczące sposobu prezentacji wyborów prezydenckich w audycjach informacyjnych w ostatnim tygodniu kampanii. Kończy je zachęta do dyskusji i wprowadzenie do refleksji nad strategiami i sposobem realizacji materiałów informacyjnych o tematyce wyborczej w ogóle, wskazujące na istotne – zdaniem zespołu badawczego – obszary możliwych usprawnień w zakresie komunikacji okołowyborczej.

3.1. Wnioski

Poniżej przedstawiono kluczowe wnioski z przeprowadzonego badania.

- W obszarze ilościowej ekspozycji tematyki wyborczej przed pierwszą turą wyborów prezydenckich 2015 jest widoczne:
 - wyższe niż w przypadku poprzedniej kampanii wyborczej (samorządowej), analizowanej według tej samej metodologii, zainteresowanie mediów problematyką wyborczą;
 - niższe niż w przypadku poprzedniej kampanii wyborczej zróżnicowanie zainteresowania w poszczególnych dniach w tygodniu poprzedzającym wybory;
 - wysokie zróżnicowanie ekspozycji ze względu na stację, w której jest emitowana audycja;
 - zróżnicowane wzorce ekspozycji w poszczególnych stacjach, bez możliwości wskazania jednej dominanty tematycznej i jednej daty dziennej o najwyższej ekspozycji dla wszystkich stacji.
- W obszarze ekspozycji poszczególnych kandydatów można zauważyć skupienie na dwóch kandydatach: Andrzeju Dudzie i Bronisławie Komorowskim, a w dalszej kolejności na rywalizacji, jaka toczyła się między Januszem Korwin-Mikkem a Pawłem Kukizem, o trzecie miejsce.
- W zakresie pluralizmu dyskursu dziennikarskiego, rozumianego jako wyrównana ekspozycja polityków poszczególnych partii, najlepiej należy ocenić telewizję publiczną, w przypadku której procentowe udziały ekspozycji kandydatów są najbardziej równomiernie rozłożone. W pozostałych stacjach jest widoczna koncentracja na osi sporu PiS–PO, czyli dostrzeżonej już w poprzednich edycjach badania.
- W grupie gości i bohaterów audycji niebędących politykami, poza zwyczajowymi grupami ekspertów (politologów, socjologów), artystów i celebrytów oraz urzędników (w tym reprezentantów PKW), zauważalną ekspozycję odnotowano w odniesieniu do:
 - rodzin kandydatów – z wyraźną przewagą ekspozycji Anny Komorowskiej, często prezentowanej wyłącznie w charakterze

towarzyski swojego męża, bez odwołań wprost do funkcji pierwszej damy. W tej kategorii ciekawa jest także prezentacja szerokiego grona rodzinnego Andrzeja Dudy (żona, ojciec, matka), w sposób bardzo różnorodny, w przeciwieństwie do niemal nieobecnej w czasie kampanii przed pierwszą turą wyborów rodziny prezydenta Bronisława Komorowskiego;

- przedstawicieli firm badawczych i doradczych komentujących wyniki sondaży oraz przebieg kampanii;
- pracowników sztabów wyborczych kandydatów (wolontariusze).
- Generalnie w badanych audycjach na uznanie zasługuje zauważalnie wyższy niż w przypadku wyborów samorządowych i wyborów do europarlamentu udział czasowy tematyki merytorycznej, tj. związanej z programami i postulatami kandydatów. Pod tym względem na pochwałę zasługuje zwłaszcza TVP 2 oraz TVN. W drugiej z wymienionych stacji posłużono się własnym kwestionariuszem do porównania poglądów polityków, który został następnie użyty w tworzeniu określonych materiałów dziennikarskich.
- Podobnie jak w przypadku wszystkich poprzednich wyborów, niepokoi globalnie niska ekspozycja kobiet jako bohaterek życia politycznego (na poziomie 18 proc. wystąpień i 14 proc. czasu łącznej ekspozycji wszystkich gości w badanych audycjach), która z racji rozkładu w tym badaniu (wysoka ekspozycja Magdaleny Ogórek – jedynej kandydatki na urząd prezydenta, zauważalnie niższe ekspozycje innych bohaterek) uprawdopodobnia wysuniętą wcześniej hipotezę, że udział kobiet w dyskursie informacyjnym o wyborach jest silnie skorelowany z odsetkiem kandydatek płci żeńskiej i ich relatywnym znaczeniem na listach wyborczych. W związku z powyższym ciekawość budzi to, w jaki sposób to zjawisko wystąpi w kampanii parlamentarnej, w której na listach wyborczych obowiązują parytety (nie mniej niż 35 proc. kobiet/mężczyzn na liście).
- To, co warto podkreślić to fakt, iż w żadnym z serwisów nie pojawiło się wyraźne i rozbudowane odwołanie do funkcji i zakresu obowiązków prezydenta, co mogłoby mieć znaczenie w kontekście poszczególnych postulatów wyborczych i możliwości ich realizacji przez nowo wybranego prezydenta. Tego typu informacji o charakterze na wskroś konstytucyjnym, a więc niosącym ze sobą

walor edukacyjny, zabrakło w sposób szczególny – ze względu na misję publiczną
– w serwisach Telewizji Polskiej.

4. Załączniki

1. Aneks z danymi dotyczącymi wystąpień gości (Aneks A)
2. Aneks z danymi dotyczącymi tematyзации audycji (Aneks B)
3. Arkusze kodowe do badania

Aneks A: Dane dotyczące wystąpień gości

Goście politycy					
Wszyscy politycy	Partia polityczna	Frekwencja ekspozycji	Czas ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Andrzej Duda	PiS	50	00:30:52	3,49%	14,45%
Bronisław Komorowski	PO	46	00:33:20	3,77%	15,60%
Janusz Korwin-Mikke	KORWiN	37	00:17:27	1,97%	8,17%
Paweł Kukiz	Polityk bezpartyjny	34	00:17:04	1,93%	7,99%
Magdalena Ogórek	SLD	30	00:11:00	1,24%	5,15%
Janusz Palikot	Twój Ruch	27	00:08:23	0,95%	3,92%
Adam Jarubas	PSL	20	00:06:31	0,74%	3,05%
Jacek Wilk	Kongres Nowej Prawicy	16	00:04:50	0,55%	2,26%
Marian Kowalski	Ruch Narodowy	16	00:05:16	0,60%	2,47%
Grzegorz Braun	Polityk bezpartyjny	14	00:04:16	0,48%	2,00%
Jarosław Kaczyński	PiS	14	00:02:09	0,24%	1,01%
Ewa Kopacz	PO	13	00:03:28	0,39%	1,62%
Marcin Mastalerek	PiS	13	00:02:17	0,26%	1,07%
Beata Szydło	PiS	12	00:02:20	0,26%	1,09%
Mariusz Błaszczak	PiS	12	00:01:28	0,17%	0,69%
Paweł Tanajno	Demokracja Bezpośrednia	11	00:03:19	0,37%	1,55%
Robert Tyszkiewicz	PO	9	00:01:46	0,20%	0,83%
Leszek Miller	SLD	8	00:00:52	0,10%	0,41%
Przemysław Wipler	KORWiN	8	00:01:51	0,21%	0,87%
Beata Kempa	PiS	6	00:00:40	0,08%	0,31%
Dariusz Joński	SLD	5	00:00:40	0,08%	0,31%
Mariusz Witczak	PO	5	00:00:41	0,08%	0,32%
Ryszard Czarnecki	PiS	5	00:00:48	0,09%	0,37%
Donald Tusk	PO	4	00:00:30	0,06%	0,23%
Radosław Sikorski	PO	4	00:00:39	0,07%	0,30%
Tomasz Kalita	SLD	4	00:00:25	0,05%	0,20%
Hanna Gronkiewicz-Waltz	PO	4	00:00:30	0,05%	0,23%
Andrzej Halicki	PO	3	00:00:15	0,03%	0,12%
Antoni Macierewicz	PiS	3	00:00:38	0,07%	0,30%
Jerzy Wenderlich	SLD	3	00:01:22	0,15%	0,64%

Konrad Berkowicz	KORWiN	3	00:00:42	0,08%	0,33%
Małgorzata Kidawa-Błońska	PO	3	00:00:29	0,05%	0,23%
Bogdan Borusewicz	PO	2	00:01:19	0,15%	0,62%
Grzegorz Schetyna	PO	2	00:00:16	0,03%	0,12%
Ireneusz Raś	PO	2	00:00:13	0,02%	0,10%
Janusz Wojciechowski	PiS	2	00:00:11	0,02%	0,09%
Jarosław Gowin	Polska Razem	2	00:00:18	0,03%	0,14%
Joachim Brudziński	PiS	2	00:00:39	0,07%	0,30%
Krzysztof Szczerski	PiS	2	00:01:21	0,15%	0,63%
Paweł Zalewski	PO	2	00:01:05	0,12%	0,51%
Rafał Grupański	PO	2	00:00:18	0,03%	0,14%
Stanisław Wziątek	SLD	2	00:00:31	0,06%	0,24%
Wanda Nowicka	Polityk bezpartyjny	2	00:01:19	0,15%	0,62%
Andrzej Adamczyk	PiS	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Andrzej Biernat	PO	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Artur Dębski	PSL	1	00:00:08	0,02%	0,06%
Barbara Bubula	PiS	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Borys Budka	PO	1	00:00:13	0,02%	0,10%
David Cameron	Inne	1	00:00:02	0,00%	0,02%
Ed Miliband	Inne	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Eugeniusz Grzeszczak	PSL	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Henryk Wujec	Polityk bezpartyjny	1	00:00:03	0,01%	0,02%
Jacek Rostowski	PO	1	00:00:02	0,00%	0,02%
Jacek Sasin	PiS	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Jakub Rutnicki	PO	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Janusz Piechociński	PSL	1	00:00:17	0,03%	0,13%
Jerzy Buzek	PO	1	00:00:01	0,00%	0,01%
Krzysztof Kwiatkowski	Polityk bezpartyjny ⁷	1	00:01:14	0,14%	0,58%
Marek Biernacki	PO	1	00:00:10	0,02%	0,08%
Marek Borowski	Polityk bezpartyjny ⁸	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Marek Kuchciński	PiS	1	00:00:05	0,01%	0,04%
Nigel Farage	Inne	1	00:00:07	0,01%	0,05%
Ryszard Brezja	Polityk bezpartyjny	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Stanisław Żelichowski	PSL	1	00:00:04	0,01%	0,03%
Tadeusz Cymański	Solidarna Polska	1	00:00:06	0,01%	0,05%
Urszula Augustyn	PO	1	00:00:08	0,02%	0,06%

⁷ Złożył legitymację PO po objęciu stanowiska szefa NIK.

⁸ W kole senatorów niezależnych od grudnia 2011 r.

Goście nie-politycy					
	Status ekspozycji ⁹	Frekwencja ekspozycji	Czas łącznej ekspozycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania badanych audycji	Czas ekspozycji w stosunku do łącznego czasu trwania materiałów o tematyce wyborczej
Anna Komorowska	Brak	13	00:03:24	0,38%	1,59%
Piotr Duda	Przewodniczący NSZZ „Solidarność”	10	00:04:33	0,51%	2,13%
Agata Kornhauser-Duda	Żona kandydata PiS na Prezydenta RP	7	00:01:25	0,16%	0,66%
Jarosław Flis	Politolog	4	00:00:47	0,09%	0,37%
Rafał Chwedoruk	Doktor, politolog, Uniwersytet Warszawski	4	00:00:56	0,11%	0,44%
Bartłomiej Biskup	Politolog, Uniwersytet Warszawski	3	00:00:38	0,07%	0,30%
Andrzej Wajda	Brak	2	00:00:04	0,01%	0,03%
Jan Tadeusz Duda	Ojciec Andrzeja Dudy	2	00:00:16	0,03%	0,12%
Olgierd Annusewicz	Politolog, Uniwersytet Warszawski	2	00:00:22	0,04%	0,17%
Wojciech Hermeliński	Przewodniczący PKW, sędzia Trybunału Konstytucyjnego	2	00:00:20	0,04%	0,16%
Agnieszka Łukasik-Turecka	Zespół ekspertów KUL	1	00:00:10	0,02%	0,08%
Agnieszka Zaręba	Doktor, zespół ekspertów KUL	1	00:00:16	0,03%	0,12%
Aleksander Kozicki	Doktor, politolog	1	00:00:16	0,03%	0,12%
Andrzej Kik	Profesor, politolog, Uniwersytet Świętokrzyski	1	00:00:12	0,02%	0,09%
Anna Krawczak	Stowarzyszenie Nasz Bocian	1	00:00:12	0,02%	0,09%
Beata Tokaj	Sekretarz PKW	1	00:00:20	0,04%	0,16%
Daniel Wargocki	Wolontariusz Bronisława Komorowskiego	1	00:00:37	0,07%	0,29%
Danuta Szaflarska	Aktorka	1	00:00:06	0,01%	0,05%
Henryka Krzywonos	Brak	1	00:00:15	0,03%	0,12%
Irena Jaczyńska	Restauracja Lotos	1	00:00:20	0,04%	0,16%
Jacek Bartosiak	Narodowe Centrum Studiów Strategicznych	1	00:00:26	0,05%	0,20%

⁹ Brak podanego statusu przedstawienia oznacza, że bohater był obecny w audycji i możliwy do zidentyfikowania, ale nie został przedstawiony przez dziennikarza ani za pomocą podpisu, ani głosem z tzw. offu – chodzi tu najczęściej o osoby występujące w tle albo towarzyszące innym postaciom w materiale reporterskim.

Jacek Gadzinowski	Ekspert ds. mediów społecznościowych, strateg Agencji Smart Way Video	1	00:00:15	0,03%	0,12%
Jadwiga Staniszkis	Profesor, socjolog	1	00:00:08	0,02%	0,06%
Janina Milewska-Duda	Matka Andrzeja Dudy, kandydata na Prezydenta RP	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Kazimierz Uleniecki	NSZZ „Solidarność” w Nadleśnictwie Elbląg	1	00:00:05	0,01%	0,04%
Krzysztof Materna	Brak	1	00:00:02	0,00%	0,02%
Mateusz Wargocki	Wolontariusz Bronisława Komorowskiego	1	00:00:40	0,08%	0,31%
Mieczysław Ryba	Wykładowca KUL, WSKSiM	1	00:00:18	0,03%	0,14%
Patryk Hańczkiewicz	Sztab wyborczy Pawła Kukiza	1	00:00:05	0,01%	0,04%
Piotr Uziębło	Konstytucjonalista	1	00:00:16	0,03%	0,12%
Przemysław Saleta	Bokser	1	00:00:15	0,03%	0,12%
Rafał Sonik	Sportowiec, zwycięzca Rajdu Dakar	1	00:00:07	0,01%	0,05%
Roman Marzec	Rektor Europejskiej Szkoły Wyższej w Sopocie	1	00:00:26	0,05%	0,20%
Stanisław Małkowski	Brak	1	00:00:32	0,06%	0,25%
Szymon Hupłyś	Wolontariusz Andrzeja Dudy	1	00:00:09	0,02%	0,07%
Wojciech Chołdakowski	Pracownia Badania Opinii Publicznej Millward Brown	1	00:00:10	0,02%	0,08%
Zbigniew Maciąg	Konstytucjonalista, politolog	1	00:00:20	0,04%	0,16%

Aneks B: Dane dotyczące tematykacji audycji

B.1. TVP 1 – Wiadomości

Data emisji	Tematykacja materiału	Czas trwania materiału o tematyce wyborczej
2 maja	Przebieg kampanii wyborczej podczas majówki: uroczystości w Warszawie z udziałem Bronisława Komorowskiego; wizyta Andrzeja Dudy w Sanoku; wsparcie przez Ewę Kopacz kandydatury Komorowskiego; poglądy kandydatów na problem emigracji Polaków i patriotyzm; manifestacja Ruchu Narodowego w Rzeszowie	00:04:06
3 maja	Kampania wyborcza w kontekście Święta Konstytucji Trzeciego Maja: uroczystości z udziałem Prezydenta RP; poglądy kandydatów na kwestię obronności oraz możliwość powtórnej kadencji Bronisława Komorowskiego; zmiany w konstytucji proponowane przez kandydatów; przedstawienie najnowszego sondażu poparcia w wyborach do Sejmu; wypowiedzi polityków na temat niskiej frekwencji w wyborach	00:04:10
4 maja	Przebieg kampanii wyborczej: wyjście Marcina Mastalerka z PiS-u ze studia programu <i>Dziś wieczorem</i> ; prezentowanie listu Andrzeja Dudy przez polityków PiS-u; komentarze do przemówienia Andrzeja Dudy na Podkarpaciu; zaproszenie kandydatów na prezydenta do debaty; wypowiedź Grzegorza Brauna o UB	00:03:22
5 maja	Bitwa o głosy wyborców Pawła Kukiza: wspomnienie roli Ryszarda Czarneckiego w kampanii prezydenta Lecha Kaczyńskiego; wypowiedzi polityków o walczaniu o głosy wyborców Pawła Kukiza; omówienie możliwego sojuszu Pawła Kukiza z Januszem Korwin-Mikkem	00:04:09
5 maja	Kolejny dzień kampanii: poparcie Piotra Dudy dla Andrzeja Dudy; odpowiedź sztabu Bronisława Komorowskiego na poparcie udzielone przez „Solidarność” Dudzie; spotkanie Bronisława Komorowskiego ze strażnikami granicznymi; pierwszy negatywny spot prezydenta Komorowskiego; zarzucenie Komorowskiemu przez PiS chęci prywatyzacji polskich lasów; komentarz do wystąpienia Andrzeja Dudy w <i>Dziś wieczorem</i>	00:03:58
6 maja	Po debacie kandydatów w TVP 1: przygotowania kandydatów do debaty; podsumowanie wystąpień kandydatów podczas debaty i omówienie ich obietnic wyborczych; komentarze dotyczące nieobecności Bronisława Komorowskiego na debacie; przebieg kampanii Bronisława Komorowskiego i jego zdanie na temat debaty; odpowiedź Komorowskiego na spot Dudy o <i>in vitro</i> ; wsparcie Magdaleny Ogórek przez SLD – spot z Leszkiem Millerem	00:03:41
6 maja	Zerwanie porozumienia między Pawłem Kukizem i Januszem Korwin-Mikkem: ostre słowa kandydatów podczas debaty; różnica zdań Kukiza i Korwin-Mikkiego na temat zmiany ordynacji wyborczej; wypowiedzi kandydatów i polityków na temat sporu między Kukizem a Korwin-Mikkem; wzrost sondażowego poparcia dla Pawła Kukiza	00:04:19
7 maja	Przedostatni dzień kampanii wyborczej: starcie dwóch najpoważniejszych kandydatów; przebieg ich kampanii; emocjonalne wystąpienie Bronisława	00:05:02

	Komorowskiego; obietnice wyborcze Andrzeja Dudy; wsparcie obu kandydatów przez ich polityczne zaplecza; zmiana taktyki Komorowskiego – krytyka kontrkandydatów; wsparcie udzielone Bronisławowi Komorowskiemu przez sportowców	
7 maja	Przedostatni dzień kampanii wyborczej: walka pozostałych kandydatów o trzecie miejsce pod względem liczby głosów; poglądy kandydatów na wyniki sondażowe; spór Pawła Kukiza z Januszem Korwin-Mikke; krytyka postępowania Kukiza i Korwin-Mikkego przez Palikota i jego sytuacja w wyborach	00:03:31
8 maja	Ostatni dzień kampanii wyborczej: najnowszy sondaż dla Wiadomości – spadek poparcia dla Bronisława Komorowskiego, wzrost dla Andrzeja Dudy; zakończenie kampanii Bronisława Komorowskiego w Warszawie i na Pomorzu; komentarze dotyczące najnowszego sondażu; ostatni dzień kampanii Andrzeja Dudy – uroczystości w Warszawie; wypowiedzi Dudy i Komorowskiego na temat bezpieczeństwa i obronności	00:03:59
8 maja	Ostatni dzień kampanii wyborczej pozostałych kandydatów: ostatnie przemówienia, obietnice i podziękowania; rekordowe poparcie dla Pawła Kukiza w sondażu; konflikt Kukiza z Korwin-Mikkem o jednomandatowe okręgi wyborcze w kontekście wyborów w Wielkiej Brytanii; sondażowe poparcie dla kandydatów; plan SLD na czas po wyborach	00:03:48

B.2. TVP 2 – Panorama

Data emisji	Tematyzacja materiału	Czas trwania materiału o tematyce wyborczej
2 maja	Ostatnia sobota kampanii wyborczej: obchody Dnia Flagi z udziałem prezydenta Bronisława Komorowskiego, promocja oficerska rezerwistów, poglądy kandydatów na: patriotyzm, odbudowę polskiego przemysłu, spór polityczny między dwiema największymi partiami – jednomandatowe okręgi wyborcze, administracja państwowa	00:03:21
3 maja	244. rocznica uchwalenia Konstytucji Trzeciego Maja w kampanii wyborczej: przemówienie Bronisława Komorowskiego; propozycje zmian w konstytucji: zwiększenie roli prezydenta, wprowadzenie jednomandatowych okręgów wyborczych, zmiana podejścia do polskich przedsiębiorstw; projekt zmiany konstytucji Janusza Palikota; propozycje zmiany systemu głosowania Janusza Korwin-Mikkego; sondaż preferencji partyjnych Polaków	00:03:54
4 maja	Ostatnie dni kampanii wyborczej: list Andrzeja Dudy do wyborców; wyjście rzecznika PiS-u ze studia TVP; mniejsza ekspozycja Andrzeja Dudy niż Bronisława Komorowskiego w TVP; życzenia Andrzeja Dudy dla maturzystów; krytyka Andrzeja Dudy przez Janusza Palikota za przemówienie po mszy świętej, ostatnie chwile na walkę o głosy wyborców – postulaty dotyczące: poprawy sytuacji przedsiębiorców, spraw wojska, zagranicznej ekspansji firm spedycyjnych; przedwyborcza debata kandydatów; nominacja dla nowego ministra sprawiedliwości	00:03:52

5 maja	Podsumowanie kolejnego dnia kampanii wyborczej: kwestia <i>in vitro</i> w spocie Bronisława Komorowskiego; podpisanie porozumienia programowego między Andrzejem Dudą a Piotrem Dudą z NSZZ „Solidarność”; nowy spot Andrzeja Dudy; podpisanie nowelizacji ustawy o PIT przez Bronisława Komorowskiego; podsumowanie kampanii przez Janusza Korwin-Mikkego; przygotowania do przedwyborczej debaty kandydatów	00:04:03
6 maja	Kampania wyborcza: nieobecność Bronisława Komorowskiego podczas debaty prezydenckiej; spot KW Bronisława Komorowskiego; spot KW Andrzeja Dudy; pierwsze spoty internetowe Magdaleny Ogórek; poparcie Pawła Kukiza przez WSS; kampania w terenie: Janusz Palikot o likwidacji senatu, Adam Jarubas o polityce zagranicznej, Andrzej Duda o obniżeniu wieku emerytalnego i podwyższeniu kwoty wolnej od podatku, wizyta Bronisława Komorowskiego w Radomiu i poparcie go przez Ewę Kopacz	00:04:09
6 maja	Zerwanie tajnego porozumienia Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego: deklaracja Janusza Korwin-Mikkego o wycofaniu się z wyborów prezydenckich po ewentualnym sukcesie JOW-ów w wyborach w Wielkiej Brytanii; riposta i pretensje Pawła Kukiza; zapewnienia Janusza Korwin-Mikkego o dalszej przyjaźni z Pawłem Kukizem; zerwanie porozumienia między kandydatami; opinie ekspertów	00:03:33
6 maja	Przedwyborcza debata prezydencka: kulisy przygotowań; nieobecność Bronisława Komorowskiego; postulaty i wystąpienia kandydatów	00:03:41
7 maja	Wyborcze podsumowania i konwencje: podsumowanie kampanii Bronisława Komorowskiego; podsumowanie kampanii Andrzeja Dudy; nowy spot KW Bronisława Komorowskiego; wizyta Adama Jarubasa w Wielkopolsce; śląskie podsumowanie kampanii Magdaleny Ogórek; podsumowanie kampanii Mariana Kowalskiego; wizyta Janusza Korwin-Mikkego na Śląsku; podsumowanie kampanii Jacka Wilka w Krakowie; Janusz Palikot krytykuje funkcjonowanie Ministerstwa Finansów i postuluje wprowadzenie przyjaznego państwa; Paweł Kukiz przerywa kampanię ze względu na chorobę ojca	00:03:25
8 maja	Polityczny koniec kampanii wyborczej: sondaż TNS Polska dla <i>Wiadomości</i> TVP 1 – wzrost poparcia dla Pawła Kukiza; wizyta Bronisława Komorowskiego w Gdyni; Andrzej Duda składa kwiaty pod Grobem Nieznanego Żołnierza; zawieszona kampania Pawła Kukiza; Janusz Korwin-Mikke postuluje rozliczenie się z obecnym reżimem; Magdalena Ogórek podsumowuje kampanię w Warszawie; Janusz Palikot podaje powody, dla których warto na niego zagłosować; Grzegorz Braun na czacie internetowym z wyborcami; Marian Kowalski krytykuje decyzję władz ukraińskich o niewpuszczeniu polskich motocyklistów; Jacek Wilk chce zreformować wymiar sprawiedliwości	00:04:27

B.3. TVN – Fakty

Data emisji	Tematyzacja materiału	Czas trwania materiału o tematyce wyborczej
2 maja	Święto polskiej flagi w tle kampanii wyborczej; ostatni weekend kampanii wyborczej	00:02:40
2 maja	Zaproszenie do zapoznania się ze specjalnym kwestionariuszem (stworzonym przez redakcję <i>Faktów</i>) dedykowanym kandydatom na prezydenta	00:00:45
2 maja	Paweł Kukiz na trzecim miejscu w sondażach	00:02:37
3 maja	Spotkania kandydatów na prezydenta z Polakami	00:02:29
3 maja	Propozycje zmian w konstytucji wysuwane przez kandydatów na prezydenta	00:02:58
4 maja	Janusz Korwin-Mikke na Śląsku	00:03:01
5 maja	Merytoryczny i emocjonalny spot wyborczy Bronisława Komorowskiego na temat <i>in vitro</i> ; atak na głównego konkurenta	00:03:34
5 maja	Fałszywe konta Magdaleny Ogórek na Facebooku	00:02:33
5 maja	Lider „Solidarności” podpisał porozumienie programowe z Andrzejem Dudą	00:03:33
5 maja	Wyniki kwestionariusza dla kandydatów na prezydenta przygotowanego przez redakcję <i>Faktów</i>	00:01:55
6 maja	Jednomandatowe okręgi wyborcze przyczyną rozpadu potencjalnej współpracy Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego	00:03:01
6 maja	Ruch Kontroli Wyborów	00:03:35
6 maja	Restauracja Lotos miejscem spotkań Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego	00:02:53
6 maja	Ciąg dalszy konfliktu Bronisława Komorowskiego i Andrzeja Dudy w kwestii <i>in vitro</i> i spotów wyborczych	00:03:14
6 maja	Koniec potencjalnej współpracy Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego	00:01:34
6 maja	Konflikt Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego	00:02:00
6 maja	Zaproszenie na wieczór wyborczy	00:00:25
7 maja	Finisz kampanii prezydenckiej Bronisława Komorowskiego w Sopocie	00:03:08
7 maja	Sondaż przygotowany dla <i>Faktów</i> prezentujący poparcie dla kandydatów na prezydenta	00:00:44
7 maja	Finałowa konwencja Andrzeja Dudy w Warszawie	00:03:10
7 maja	Wolontariusze namawiający do głosowania na danego kandydata	00:02:35
7 maja	Wyborcy Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego	00:03:04
7 maja	Zapowiedź programu <i>Czas decyzji</i> z udziałem Andrzeja Dudy	00:01:08
8 maja	Przebieg kampanii wyborczej Bronisława Komorowskiego	00:03:14
8 maja	Koniec kampanii Magdaleny Ogórek, Janusza Korwin-Mikkego, Pawła Kukiza, Janusza Palikota i Adama Jarubasa	00:02:46
8 maja	Wpadki, żarty, nieoczekiwane zwroty akcji w kampanii prezydenckiej	00:02:53
8 maja	Podsumowanie kampanii wyborczej Andrzeja Dudy	00:03:35
8 maja	Zapowiedź programu <i>Czas decyzji</i> z udziałem Bronisława Komorowskiego	00:00:50

B.4. Polsat – Wydarzenia

Data emisji	Tematyzacja materiału	Czas trwania materiału o tematyce wyborczej
2 maja	Spotkania z wyborcami	00:03:09
2 maja	Dzień Flagi, relacja z gminy Błaszki, wystąpienie Prezydenta RP, kampania prezydencka w barwach biało-czerwonych	00:03:10
3 maja	Święto Konstytucji Trzeciego Maja a kampania prezydencka	00:03:04
4 maja	Letnia temperatura kampanii, powołanie nowego ministra sprawiedliwości, spekulacje o drugiej turze wyborów, życzenia Andrzeja Dudy dla maturzystów, wytyczne dla „mężów zaufania”	00:02:56
5 maja	Walka na spoty wyborcze, poparcie Andrzeja Dudy przez „Solidarność”	00:03:20
5 maja	Przyjazd Bronisława Komorowskiego do budynku Polsatu na wywiad	00:01:23
6 maja	Ostatnie dni kampanii wyborczej, spoty wyborcze, poparcie Bronisława Komorowskiego przez Ewę Kopacz, spór o <i>in vitro</i> , debata prezydencka	00:03:15
6 maja	Zerwane porozumienie Pawła Kukiza i Janusza Korwin-Mikkego; debata prezydencka	00:02:36
7 maja	Finał kampanii prezydenckiej Andrzeja Dudy w Warszawie, podsumowania, zachęta do głosowania	00:03:24
7 maja	Finał kampanii prezydenckiej Bronisława Komorowskiego w Sopocie, podsumowania, krytyka Andrzeja Dudy, zachęta do głosowania	00:03:20
8 maja	Nadzieje pozostałych kandydatów, fenomen Pawła Kukiza, przypomnienie kandydatów z mniejszym poparciem	00:03:15
8 maja	Ostatnie dni kampanii Bronisława Komorowskiego i Andrzeja Dudy, konwencja Bronisława Komorowskiego w Warszawie, podsumowania kampanii	00:03:32

B.5. TV Trwam – Informacje dnia

Data emisji	Tematyzacja materiału	Czas trwania materiału o tematyce wyborczej
2 maja	Przemówienie Andrzeja Dudy (na pielgrzymce) w sprawie Cezarego Grabarczyka	00:00:16
2 maja	Przemówienie Andrzeja Dudy (na pielgrzymce)	00:00:45
3 maja	Rocznica uchwalenia Konstytucji Trzeciego Maja i uroczyste obchody święta z udziałem Bronisława Komorowskiego; propozycja zmiany konstytucji wysunięta przez Andrzeja Dudę	00:03:55
4 maja	Zmiana podejścia do bezpieczeństwa Polski przez prezydenta Bronisława Komorowskiego: przemówienie Bronisława Komorowskiego z okazji rocznicy uchwalenia Konstytucji Trzeciego Maja; opinia eksperta na temat przemówienia Bronisława Komorowskiego z okazji rocznicy zakończenia drugiej wojny światowej; prezydenckie obawy dotyczące zagrożenia	00:04:11

	bezpieczeństwa Polski; krytyka lekceważenia przez prezydenta realnego zagrożenia ze strony Rosji; rządowa strategia bezpieczeństwa narodowego; konflikt zbrojny na Ukrainie i spóźniona reakcja polskich władz; zmiana taktyki Bronisława Komorowskiego jako zagranie wyborcze	
5 maja	Poparcie Andrzeja Dudy przez „Solidarność” oraz spot wyborczy Bronisława Komorowskiego	00:04:15
6 maja	Debata kandydatów na prezydenta w TVP 1: przedstawienie programów i obietnic wyborczych; komentarze ekspertów dotyczące debaty i nieobecności na niej Bronisława Komorowskiego; spot Andrzeja Dudy i odpowiedź Komorowskiego w kwestii <i>in vitro</i> ; wizyta prezydenta Komorowskiego w Radomiu; wypowiedź Andrzeja Dudy na temat problemów rolnictwa; apel Janusza Wojciechowskiego o głosy rolników dla Andrzeja Dudy; plany Dudy i Komorowskiego na ostatnie dni kampanii	00:04:03
7 maja	Meta kampanii wyborczej: podsumowanie kampanii przez Andrzeja Dudę; podsumowanie kampanii przez Bronisława Komorowskiego; wizyta Magdaleny Ogórek na Dolnym Śląsku	00:03:43
7 maja	Przygotowania do obchodów siedemdziesiątej rocznicy zakończenia drugiej wojny światowej w Gdańsku – przygotowania do obchodów zbiegają się w czasie z kampanią wyborczą; niespełnione obietnice Bronisława Komorowskiego co do obecności gości na obchodach; obecność Donalda Tuska jako symboliczne poparcie dla Bronisława Komorowskiego	00:00:40
8 maja	Kampania prezydencka na finiszu	00:03:30