

ZMIENIAJĄCA SIĘ UNIA EUROPEJSKA

Wybrane aspekty polityczne
i społeczno-gospodarcze

Praca zbiorowa pod redakcją
Elżbiety Lesiewicz



WYDAWNICTWO NAUKOWE WNPiD UAM
POZNAŃ 2015

Recenzent:

Prof. dr hab. Tadeusz Wallas

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ul. Umultowska 89A, 61-614 Poznań, tel. 61 829 65 08

ISBN 978-83-62907-60-1

Skład komputerowy – „MRS”

60-408 Poznań, ul. P. Żołotowa 23, tel. 61 843 09 39

Druk i oprawa – Zakład Graficzny UAM – 61-712 Poznań, ul. H. Wieniawskiego 1

Realizacja funkcji informacyjnej i edukacyjnej mediów w okresie kampanii wyborczych do PE w Polsce na przykładzie lubelskich dzienników regionalnych

Funkcja informacyjna i edukacyjna to jedne z najczęściej wymienianych funkcji mediów. Zwłaszcza funkcja informacyjna mediów odbierana jest jako ta najważniejsza, w oparciu o którą media funkcjonują. Zadaniem mediów jest bowiem przede wszystkim informowanie czytelników, słuchaczy czy widzów o wszystkim, co istotne z punktu widzenia zarówno nadawcy – dziennikarza, jak i odbiorcy. Media również edukują; to właśnie w mediach upatruje się nadzieję na ciągłe dokształcanie odbiorców, wyjaśnianie trudnych i niezrozumiałych kwestii w różnych dziedzinach ludzkiej działalności.

Rola mediów w zakresie informowania i edukowania społeczeństwa jest szczególnie istotna w okresie kampanii wyborczych. Czas ten, przeznaczony na prezentację podmiotów politycznych rywalizujących o mandaty, jest też okresem, w którym media powinny szczególnie wnikliwie informować o wydarzeniach kampanijnych, działalności poszczególnych podmiotów politycznych, jak również wyjaśniać wszelkie kwestie, które dla odbiorców mediów i jednocześnie wyborców mogą być niezrozumiałe.

Szczególnie istotne wydaje się to być w okresie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego. Ten rodzaj wyborów jest Polakom najmniej znany; do PE wybieraliśmy parlamentarzystów zaledwie dwukrotnie: w 2004 i 2009 roku¹, zatem trudno mówić o jakiejś rutynie i powszechności wiedzy dotyczącej tego kogo i po co wybieramy. Zatem, w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego szczególnie ważne wydają się być funkcje: informacyjna i edukacyjna mediów; w okresie kampanii wyborczej do PE oczekujemy bowiem wyczerpujących informacji i codziennej edukacji ze strony mediów.

Metodologia

Na potrzeby niniejszego artykułu analizę poddano lubelskie dzienniki: „Kurier Lubelski” (Polska The Times), „Dziennik Wschodni” i „Gazetę w Lublinie”.

„Kurier Lubelski” (pełny tytuł „Polska Kurier Lubelski”) to dziennik obejmujący swym zasięgiem województwo lubelskie, skupiający się głównie na informacjach z Lublina. Ukazuje się on od 24 marca 1957 roku, chociaż nazwa sięga tradycjami do roku 1830.

¹ Stan badań aktualny na marzec 2014 roku.

Pismo ma charakter informacyjno-interwencyjny, wzbogacony o informacje społeczne i polityczne z regionu. W pierwszym okresie wydawcą „Kuriera”, wówczas dziennika popołudniowego, była Lubelska Spółdzielnia Wydawnicza, od 1961 roku zaś – wydawnictwo RSW „Prasa”. Kolejnymi wydawcami byli: od 1990 roku Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Lubelska Spółdzielnia Wydawnicza”, a od 1992 roku – „Multico” – przedsiębiorstwo Zbigniewa Jakubasa. Od 2008 roku „Kurier Lubelski” jest własnością Polskapresse (Zob. szerzej: Pokrzycka, 2009, s. 52–53; Pokrzycka, 2006, s. 39–40).

Z kolei „Dziennik Wschodni” to gazeta codzienna obejmująca zasięgiem obszar województwa lubelskiego oraz część województwa mazowieckiego. Zajmuje się głównie sprawami politycznymi i społecznymi, w mniejszym stopniu interwencyjnymi. Założona została w 1993 roku pod nazwą „Dziennik. Gazeta Poranna Regionu Środkowowschodniego” z przekształconego „Dziennika Lubelskiego”, który był kontynuacją „Sztandaru Ludu” – organu prasowego Komitetu Wojewódzkiego PZPR w Lublinie. 1 grudnia 1995 roku gazeta zmieniła swój tytuł na „Dziennik Wschodni”. Wydawcą gazety był wówczas Edytor Press Ltd., przy czym 63% udziałów „Dziennika Wschodniego” posiadało wydawnictwo Orkla Media Press. W 1999 roku Orkla przejęła 100% udziałów, zaś w 2006 roku tytuł wszedł w skład „Mediów Regionalnych”, koncernu, którego właścicielem jest brytyjski Mecom (zob. szerzej: Pokrzycka, 2009, s. 53–54; Pokrzycka, 2006, s. 44–49).

Trzecim analizowanym tytułem prasowym jest „Gazeta w Lublinie” – codzienne wydanie lokalne „Gazety Wyborczej”, wysokonakładowego, ogólnopolskiego dziennika społeczno-politycznego wydawanego w Warszawie od 8 maja 1989 roku przez koncern mediowy Agora S.A. „Gazeta w Lublinie” ukazuje się od 7 czerwca 1990 roku, najpierw jedynie we czwartki, zaś od sierpnia 1991 roku – codziennie (zob. szerzej: Pokrzycka, 2009, s. 52; Pokrzycka, 2006, s. 37–39).

Analizie poddano wszystkie numery wymienionych dzienników, które ukazały się w okresie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego w Polsce w 2004 i 2009 roku. Art. 73. I ustawy z dnia 23 stycznia 2004 r. *Ordynacja wyborcza do Parlamentu Europejskiego* głosi, iż „Kampania wyborcza rozpoczyna się z dniem ogłoszenia postanowienia Prezydenta Rzeczypospolitej o zarządzeniu wyborów i ulega zakończeniu na 24 godziny przed dniem wyborów na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej” (Ustawa z dnia 23 stycznia 2004 r., *Ordynacja wyborcza do Parlamentu Europejskiego*).

Formalny okres kampanii wyborczej w 2004 roku rozpoczął się zatem 12 marca 2004 r. Wówczas to Państwowa Komisja Wyborcza wydała obwieszczenie o zarządzeniu przez Prezydenta RP wyboru posłów do PE (*Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 12 marca 2004 r.*). Ten właśnie dzień, a nie dzień podpisania przez Prezydenta RP postanowienia w sprawie zarządzenia wyborów posłów do PE, tj. 9 marca 2004 roku, uznaje się za pierwszy dzień kampanii wyborczej do PE w 2004 roku.

Z kolei w 2009 roku formalny okres kampanii wyborczej rozpoczął się 10 marca 2009 roku. Już następnego dnia po podpisaniu przez Prezydenta RP postanowienia w sprawie zarządzenia wyborów posłów do PE, Państwowa Komisja Wyborcza wydała obwieszczenie o zarządzeniu przez Prezydenta RP wyborów (*Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 10 marca 2009 r.*).

Jak wynikało z Ordynacji Wyborczej do Parlamentu Europejskiego obie kampanie zakończyły się 24 godziny przed wyborami, zatem analizie poddane powinny zostać numery gazet wydanych do 11 czerwca 2004 roku i do 5 czerwca 2009 roku. Ze względu jednak na specyfikę badań i chęć zbadania m.in. realizacji funkcji edukacyjnej analizowanych mediów w tym okresie, przebadano również ostatni, sobotnio-niedzielnny numer przed wyborami. Zachodziło bowiem uzasadnione przepuszczenie, że redakcje zechcą zamieścić artykuły poświęcone wyborom do PE o charakterze edukacyjnym, np. jak głosować.

Zatem, w oparciu o Ordynację wyborczą do Parlamentu Europejskiego, pod uwagę wzięto publikacje z ostatnich 13 (w 2004 roku) i 12 (w 2009 roku) tygodni przed wyborami, tj. z całego formalnego okresu kampanii wyborczej. Dodatkowy wpływ na określenie liczby analizowanych numerów z każdego tytułu prasowego miał niewątpliwie wybór metody badawczej. Przy analizie zawartości prasy przyjmuje się, że „dla dzienników wystarczy próba o wielkości czternastu egzemplarzy (dwóch tygodni konstruowanych) z całego roku ukazywania się pisma. Oznacza to oczywiście konieczność zbadania wszystkich materiałów zawartych w tych czternastu numerach. Jednostką badawczą będzie nie pojedynczy numer pisma, lecz ukazujący się w tym piśmie artykuł lub strona, lub jednostka powierzchni” (Lisowska-Magdziarz, 2004, s. 65). W formalnym okresie kampanii wyborczej do PE ukazało się 80 numerów (w 2004 roku) i 77 numerów (w 2009 roku) wymienionych powyżej tytułów prasowych. Analizie poddano wszystkie numery z tego okresu.

Przed przystąpieniem do badań założono następujące hipotezy badawcze:

Hipoteza 1: Funkcja informacyjna i edukacyjna są funkcjami najczęściej realizowanymi w analizowanych mediach w trakcie kampanii wyborczej do PE w Polsce.

Hipoteza 2: Artykułów, poprzez które dane medium realizuje funkcję edukacyjną, będzie więcej w roku 2004 niż 2009.

Postępowanie badawcze przebiegało według następujących kroków badawczych:

- 1) selekcja tekstów – wyłonienie spośród wszystkich publikacji jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE;
- 2) wybór materiału – wyłonienie z całego tekstu fragmentów wskazujących na realizację funkcji informacyjnej lub edukacyjnej, a także odnotowanie realizacji innych funkcji. Przyjmuję, że o realizacji funkcji informacyjnej mediów świadczą jednostki tekstowe i tekstowo-graficzne lub ich fragmenty zawierające informacje o działaniach kampanijnych podmiotów politycznych, wizerunkach polityków, ich wypowiedziach itp. Z kolei o realizacji funkcji edukacyjnej mediów świadczą jednostki tekstowe i tekstowo-graficzne bądź ich fragmenty wyjaśniające procedury głosowania, tłumaczące warunki, jakie muszą być spełnione, by oddany głos był ważny, informujące o adresach lokali wyborczych, wymaganych dokumentach itp.;
- 3) obliczenie częstotliwości realizacji poszczególnych funkcji.

Wyniki badań

Poniższe zestawienie przedstawia liczbę jednostek tekstowych lub tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w analizowanych tygodnikach w 2004 roku.

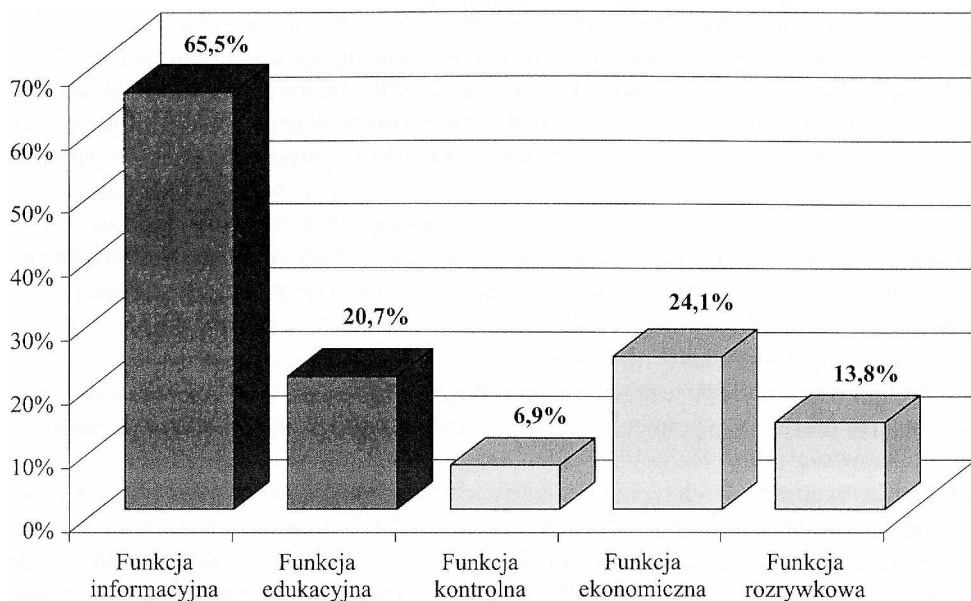
Tabela 1

**Liczba jednostek tekstowych lub tekstowo-graficznych
powiązanych tematycznie z wyborami do PE w analizowanych
tygodnikach w 2004 roku**

Dziennik	Liczba jednostek
„Kurier Lubelski”	29
„Dziennik Wschodni”	70
„Gazeta w Lublinie”	39

Źródło: Badania własne.

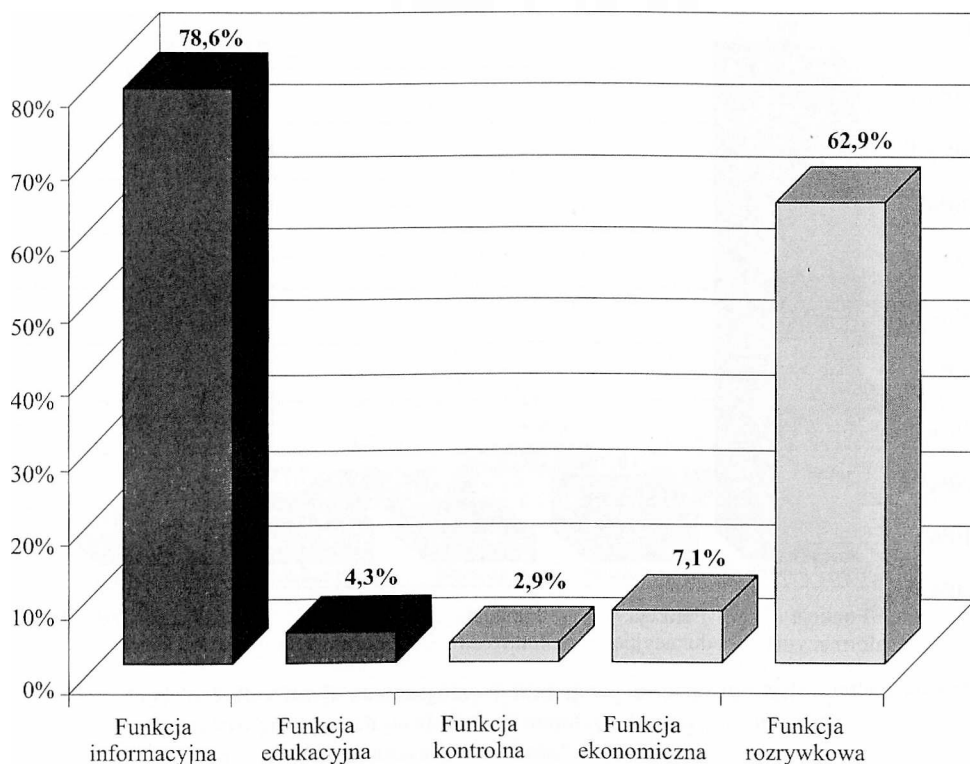
**Wykres 1. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych
i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE
w „Kurierze Lubelskim” w 2004 roku**



Źródło: Badania własne.

Funkcją najczęściej realizowaną w materiałach publikowanych na łamach „Kuriera Lubelskiego” w 2004 roku była funkcja informacyjna; realizowana była w 65,5% przeanalizowanych jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych. Druga, również interesująca z punktu widzenia przeprowadzonych badań, funkcja edukacyjna, realizowana była znacznie rzadziej, bo jedynie w przypadku 20,7% przeanalizowanych jednostek. W trakcie analizy materiałów odnotowano również inne, często realizowane funkcje, takie jak: funkcja kontrolna, ekonomiczna i rozrywkowa. Spośród tych funkcji funkcja ekonomiczna była realizowana w 24,1% przeanalizowanych jednostek, częściej niż funkcja edukacyjna. Pozostałe funkcje, rozrywkowa i kontrolna były realizowane znacznie rzadziej, odpowiednio: w 13,8% i w 6,9% przeanalizowanych jednostek.

Wykres 2. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Dzienniku Wschodnim” w 2004 roku

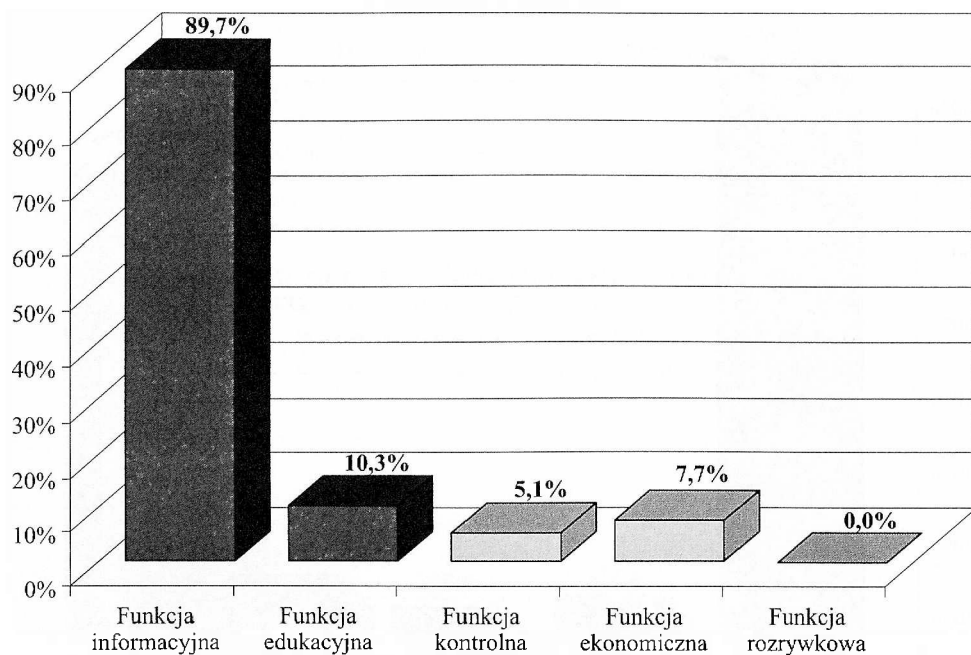


Źródło: Badania własne.

Funkcja informacyjna jeszcze częściej niż w przypadku „Kuriera Lubelskiego” realizowana była w 2004 roku w materiałach publikowanych na łamach „Dziennika Wschodniego”; jej realizację odnotowano w 78,6% przeanalizowanych jednostek. W niewielkim stopniu realizowana była z kolei funkcja edukacyjna, bo jedynie w 4,3% jednostek odnotowano jej realizację. Wśród pozostałych funkcji najczęściej realizowano funkcję rozrywkową; aż w 62,9% przeanalizowanych jednostek odnotowano elementy, które wskazują na realizację tej funkcji w przebadanych jednostkach. Z kolei funkcje: ekonomiczna i kontrolna realizowane były znacznie rzadziej; odpowiednio: w 7,1% i 2,9% materiałów.

Podobnie jak w przypadku „Kuriera Lubelskiego” i „Dziennika Wschodniego”, również na łamach „Gazety w Lublinie” funkcja informacyjna była realizowana zdecydowanie najczęściej, bo aż w przypadku 89,7% przeanalizowanych jednostek. Wynik ten jest najwyższy spośród analizowanych tytułów prasowych. Druga pod względem częstotliwości realizacji funkcja edukacyjna osiągnęła wynik zdecydowanie niższy; realizowana była jedynie w co dziesiątej jednostce. Pozostałe funkcje realizowane były równie rzadko: funkcja ekonomiczna – w 7,7% jednostek, funkcja kontrolna – w 5,1% jednostek, a funkcja rozrywkowa w ogóle nie była realizowana.

Wykres 3. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Gazecie w Lublinie” w 2004 roku



Źródło: Badania własne.

Tabela 2

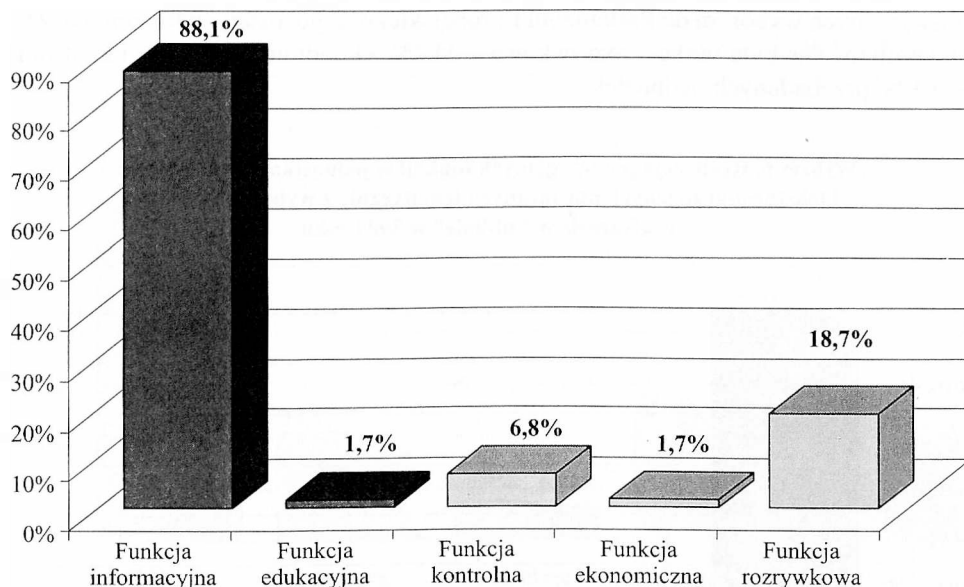
Liczba jednostek tekstowych lub tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w analizowanych tygodnikach w 2009 roku

Dziennik	Liczba jednostek
„Kurier Lubelski”	59
„Dziennik Wschodni”	54
„Gazeta w Lublinie”	21

Źródło: Badania własne.

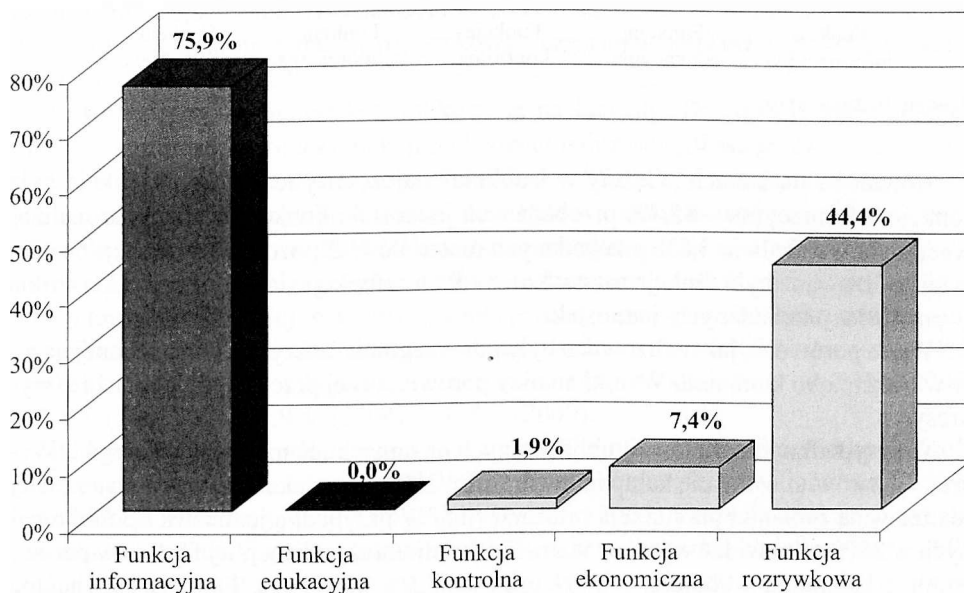
Podobnie, jak w roku 2004, również i w 2009 funkcja informacyjna była najczęściej realizowaną funkcją w przypadku jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE na łamach „Kuriera Lubelskiego”. Druga, równie ważna z punktu widzenia badań, funkcja edukacyjna, realizowana była niezwykle rzadko, jedynie w 1,7% przeanalizowanych jednostek. Podobnie rzadko realizowana była w tym okresie funkcja ekonomiczna; również jedynie w 1,7% przeanalizowanych jednostek odnotowano jej realizację. Znacznie częściej realizowano funkcję rozrywkową i kontrolną, odpowiednio: w 18,7% i w 6,8% przeanalizowanych jednostek.

Wykres 4. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Kurierze Lubelskim” w 2009 roku



Źródło: Badania własne.

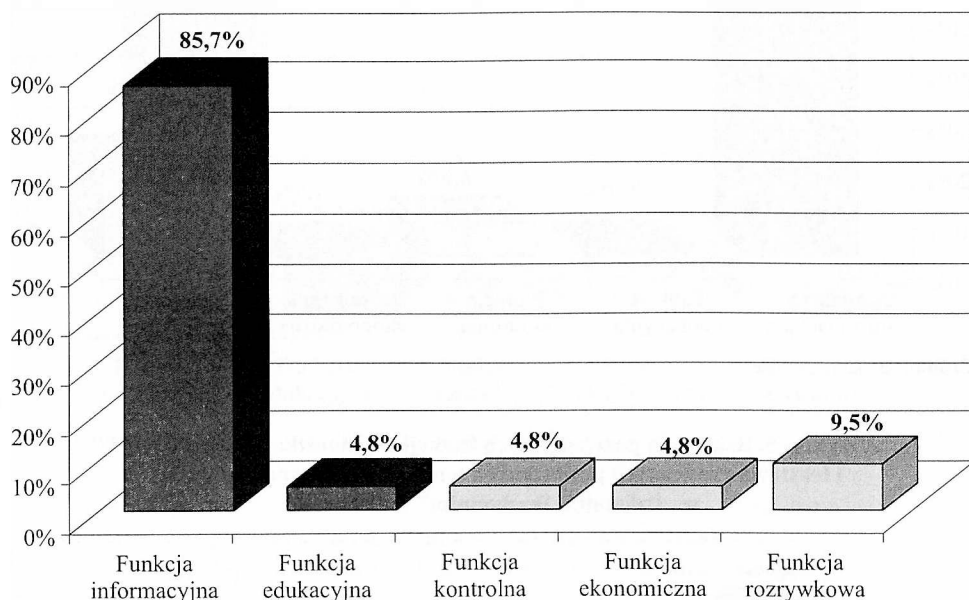
Wykres 5. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Dzienniku Wschodnim” w 2009 roku



Źródło: Badania własne.

W 2009 roku również na łamach „Dziennika Wschodniego” najczęściej realizowaną funkcją była funkcja informacyjna, realizowana w 75,9% przebadanych jednostek. Z kolei funkcja edukacyjna nie była w tym okresie realizowana w materiałach poświęconych wyborom do Parlamentu Europejskiego. Z pozostałych funkcji najczęściej realizowana była funkcja rozrywkowa – 44,4%, ekonomiczna – 7,4% i kontrolna – 1,9% przebadanych jednostek.

Wykres 6. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Gazecie w Lublinie” w 2009 roku



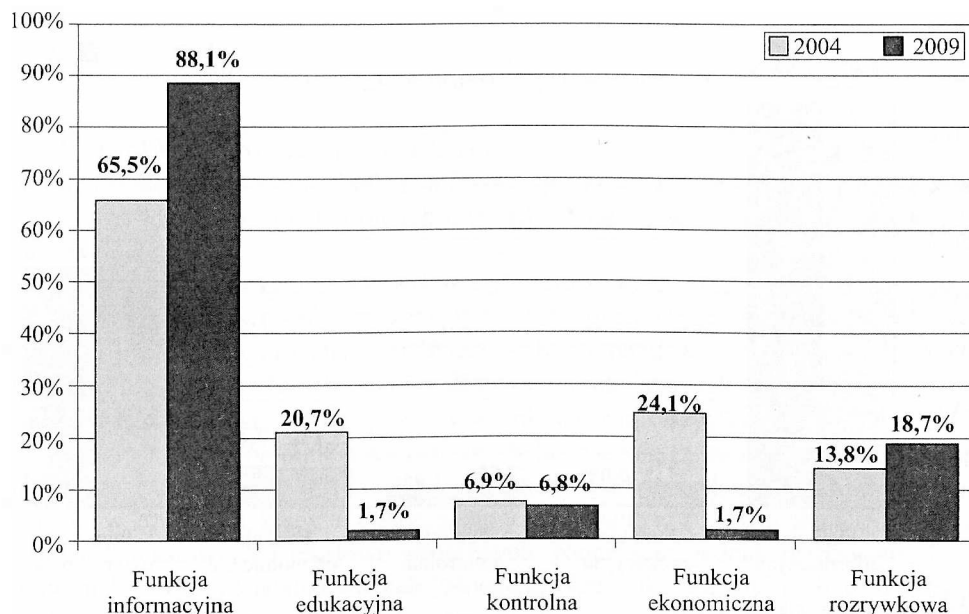
Źródło: Badania własne.

Również i na łamach „Gazety w Lublinie” najczęściej realizowaną funkcją była funkcja informacyjna – 85,7% przebadanych jednostek. Funkcja edukacyjna realizowana była w zaledwie 4,8% przebadanych materiałów. Z pozostałych funkcji najczęściej realizowana była funkcja rozrywkowa – 9,5% i funkcje: ekonomiczna i kontrolna – po 4,8% przebadanych jednostek.

Warto porównać, jak realizowane były poszczególne funkcje na łamach danej gazety w trakcie obu kampanii. Wyniki analizy porównawczej przedstawiają poniższe wykresy.

W przypadku materiałów opublikowanych na łamach „Kuriera Lubelskiego” (Wykres 7), zarówno w trakcie kampanii wyborczej 2004 roku, jak i 2009 roku, najczęściej realizowaną funkcją była funkcja informacyjna. W przypadku jednostek opublikowanych w 2009 roku widać wyraźny wzrost częstotliwości realizacji tej funkcji w porównaniu z kampanią wyborczą z 2004 roku z 65,5% do 88,1%. Funkcja edukacyjna znacznie częściej realizowana była w 2004 niż w 2009 roku, odpowiednio: 20,7%

Wykres 7. Analiza porównawcza. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Kurierze Lubelskim” w 2004 i 2009 roku



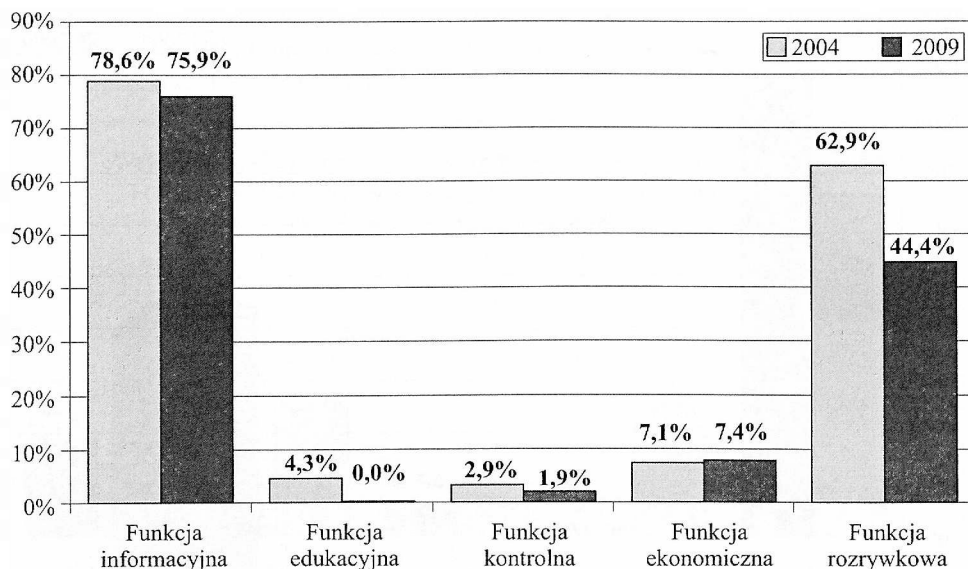
Źródło: Badania własne.

i 1,7%. Funkcja kontrolna realizowana była poprzez jednostki publikowane na łamach Kuriera Lubelskiego na podobnym poziomie: 6,9% i 6,8%. Z kolei funkcja ekonomiczna znacznie częściej realizowana była w 2004 roku niż w 2009 roku, odpowiednio: 24,1% i 1,7%, natomiast funkcja rozrywkowa – częściej w 2009 niż w 2004 roku, odpowiednio: 18,7% i 13,8%.

Również poprzez materiały publikowane na łamach „Dziennika Wschodniego” (Wykres 8) dziennikarze tej redakcji realizowali najczęściej funkcję informacyjną zarówno w 2004, jak i w 2009 roku, odpowiednio w 78,6% i 75,9% przeanalizowanych jednostkach. W nikłym stopniu realizowana była w trakcie kampanii wyborczych do PE funkcja edukacyjna; w 2004 roku realizowana była zaledwie w 4,3% przeanalizowanych jednostek, z kolei w ogóle nie była realizowana w 2009 roku. Z pozostałych trzech funkcji najczęściej realizowano funkcję rozrywkową; w 2004 roku odnotowano jej realizację w 62,9% przeanalizowanych jednostek, z kolei w 2009 roku – w 44,4%. Funkcje: ekonomiczna i kontrolna realizowane były odpowiednio: w 7,1% (2004) i 7,4% (2009) oraz 2,9% (2004) i 1,9% (2009).

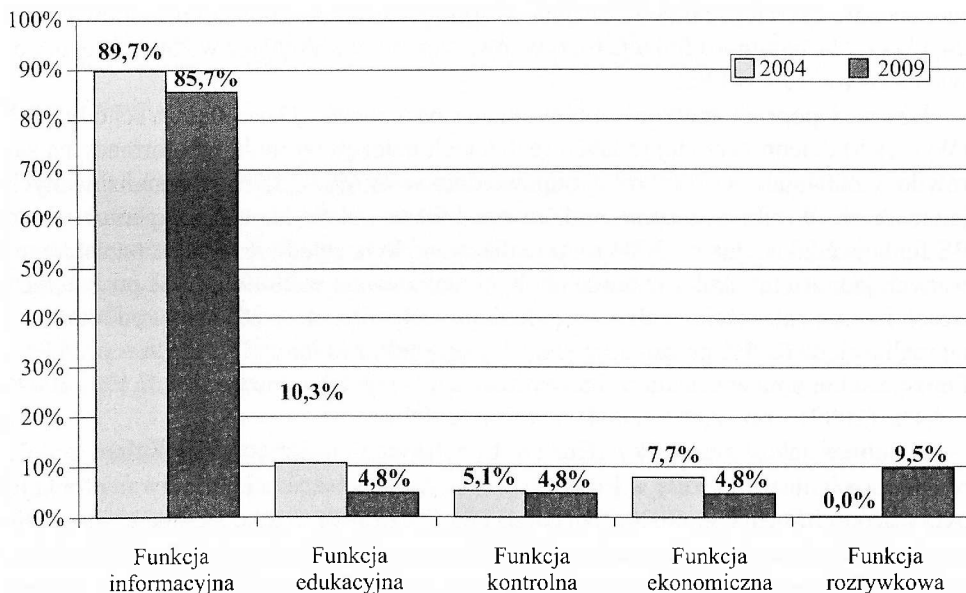
Podobnie, jak w przypadku „Kuriera Lubelskiego” i „Dziennika Wschodniego”, również na łamach „Gazety w Lublinie” (Wykres 9) najczęściej realizowaną funkcją była funkcja informacyjna: 89,7% (2004) i 85,7% (2009). Funkcja edukacyjna realizowana była zdecydowanie rzadziej: w 10,3% przeanalizowanych jednostek w 2004 roku i jedynie w 4,8% w 2009 roku. Pozostałe trzy funkcje realizowane były równie rzadko. I tak, funkcja kontrolna realizowana była w 5,1% przeanalizowanych jedno-

Wykres 8. Analiza porównawcza. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Dzienniku Wschodnim” w 2004 i 2009 roku



Źródło: Badania własne.

Wykres 9. Analiza porównawcza. Realizacja poszczególnych funkcji w jednostkach tekstowych i tekstowo-graficznych powiązanych tematycznie z wyborami do PE w „Gazecie w Lublinie” w 2004 i 2009 roku



Źródło: Badania własne.

stek w 2004 roku i 4,8% w 2009 roku, funkcja ekonomiczna – 7,7% (2004) i 4,8% (2009), a funkcja rozrywkowa realizowana była jedynie podczas kampanii wyborczej do PE w 2009 roku (9,5%).

Weryfikacja hipotez i podsumowanie

W wyniku przeprowadzonych badań częściowo pozytywnie zweryfikowano hipotezę 1, mówiącą o tym, że: „Funkcja informacyjna i edukacyjna są funkcjami najczęściej realizowanymi w analizowanych mediach w trakcie kampanii wyborczej do PE w Polsce”.

Funkcja informacyjna rzeczywiście była realizowana najczęściej; jej realizację można było zaobserwować zazwyczaj w 80–90% przeanalizowanych jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych poświęconych kampanii wyborczej do PE, jedynie w przypadku „Kuriera Lubelskiego” w 2004 roku funkcja ta realizowana była rzadziej, jednak i wówczas osiągnęła najwyższy wynik spośród wszystkich funkcji – 65,5%. Funkcja edukacyjna natomiast realizowana była znacznie rzadziej, a czasem w ogóle („Dziennik Wschodni” 2009). Najczęściej realizowana była na łamach „Kuriera Lubelskiego” w 2004 roku, kiedy to odnotowano jej realizację w 20,7% przeanalizowanych jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych. Najczęściej jednak realizowana była mniej niż w 5% przeanalizowanych jednostek. Nierzadko częściej realizowane były funkcje: ekonomiczna, rozrywkowa czy kontrolna niż edukacyjna.

Z kolei hipoteza 2, zakładająca, że: „Artykułów, poprzez które dane medium realizuje funkcję edukacyjną, będzie więcej w roku 2004 niż 2009”, została zweryfikowana pozytywnie. Wszystkie przeanalizowane jednostki częściej realizowały funkcję edukacyjną w 2004 niż w 2009 roku. Prawdopodobnie, jak zakładano przed przystąpieniem do badań, wynikało to z tego, iż w 2004 roku Polacy po raz pierwszy wybierali kandydatów do PE, stąd częstsze elementy zamieszczane w tekstach, które pozwalały zakwalifikować artykuły jako te, poprzez które media realizowały funkcję edukacyjną.

Warto odnotować, iż pewnym zaskoczeniem jest częstotliwość, z jaką analizowane media realizowały funkcje rozrywkową, głównie „Dziennik Wschodni”, ale i „Kurier Lubelski”. Obie gazety zaproponowały czytelnikom zabawę w prawybory (w „Kurierze”, w jednym z plebiscytów czytelnicy głosowali na osoby znane w mieście i województwie, a które w rzeczywistości w ogóle nie kandydowały w wyborach – czytelników mniej uważnych mogło to wprowadzić w błąd). Zabawa w obu gazetach trwała praktycznie przez cały okres kampanii.

Wydaje się być zadowalającą częstotliwość realizacji funkcji informacyjnej w analizowanych dziennikach. Przy poziomie 80–90% jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych poświęconych kampanii wyborczej do PE, w których odnotowano realizację tej funkcji można stwierdzić, że analizowane media bardzo często informowały o wydarzeniach kampanijnych. Z kolei stosunkowo rzadko media, które poddano analizie, realizowały w tym okresie funkcję edukacyjną. Zazwyczaj jej realizację odnotowywano w niespełna 5% jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych; wyjątkiem jest „Kurier Lubelski” z 2004 roku, kiedy to funkcja edukacyjna realizowana była w 20,7% przeanalizowanych jednostek tekstowych i tekstowo-graficznych i „Gazeta w Lubli-

nie” z 2004 roku z wynikiem – 10,3%. Mimo, iż hipoteza 2 została zweryfikowana pozytywnie, ponieważ rzeczywiście funkcja edukacyjna realizowana była częściej w 2004 niż w 2009 roku, to jednak sama częstotliwość realizacji tej funkcji nie jest zadowalająca. Wydaje się, że prasa regionalna powinna w większym zakresie edukować swoich czytelników, mając świadomość, że często jest tą jedyną, po którą ów czytelnik sięgnie.

Bibliografia

- „Dziennik Wschodni”, 12 marca 2004 – 12–13 czerwca 2004; 10 marca 2009 – 6–7 czerwca 2009.
- „Gazeta w Lublinie”, 12 marca 2004 – 12–13 czerwca 2004; 10 marca 2009 – 6–7 czerwca 2009.
- „Kurier Lubelski”, 12 marca 2004 – 12–13 czerwca 2004; 10 marca 2009 – 6–7 czerwca 2009.
- Lisowska-Magdziarz M. (2004), *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Nieruchomości i Finanse, Kraków.
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 12 marca 2004 r. o zarządzeniu przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej wyborów posłów do Parlamentu Europejskiego oraz o okręgach wyborczych i siedzibach okręgowych komisji wyborczych w tych wyborach*, <http://pkw.gov.pl/panstwowa-komisja-wyborcza/obwieszczenie-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-12-marca-2004-r-o-zarzadzeniu-przez-prezydenta-rzeczypospolitej-polskiej-wyborow-poslow-do-parlamentu-europejskiego-oraz-o-okregach-wyborczych-i-siedzibach-okregowych-komisji-wyborczych-w-tych-wyborach.html>.
- Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 10 marca 2009 r. o zarządzeniu przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej wyborów posłów do Parlamentu Europejskiego oraz o okręgach wyborczych i siedzibach okręgowych komisji wyborczych*, <http://pkw.gov.pl/obwieszczenia-i-komunikaty-2-22520/obwieszczenie-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-10-marca-2009-r-o-zarzadzeniu-przez-prezydenta-rzeczypospolitej-polskiej-wyborow-poslow-do-parlamentu-europejskiego-oraz-o-okregach-wyborczych-i-siedzibach-okregowych-komisji-wyborczych.html>.
- Ustawa z dnia 23 stycznia 2004 r., *Ordynacja wyborcza do Parlamentu Europejskiego*, <http://pkw.gov.pl/ustawy-wyborcze/ustawa-z-dnia-23-stycznia-2004-r-ordynacja-wyborcza-do-parlamentu-europejskiego.html>.
- Pokrzycka L. (2009), *Prasa ogólnoinformacyjna w regionie lubelskim po 1989 roku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Pokrzycka L. (2006), *Prasa w Lublinie (1989–2003)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.