

**Kampania wyborcza do Parlamentu Europejskiego  
w głównych wydaniach serwisów informacyjnych  
TVP SA, TVN, Polsat, TV Trwam, TV Republika i Superstacja  
w okresie 10-23 maja 2014 r.**

**Wnioski z monitoringu**

W związku z kampanią wyborczą do Parlamentu Europejskiego, Departament Mediów Publicznych Biura KRRiT przeprowadził monitoring audycji nadanych w okresie 2 tygodni poprzedzających wybory, tj. **od soboty 10 maja do piątku 23 maja 2014 roku** (do godz. 24.00, tj. do rozpoczęcia ciszy wyborczej).

**I. Przedmiot i metodologia monitoringu audycji informacyjnych oraz debat**

**1. Analiza audycji informacyjnych:**

Analizą zostały objęte główne wydania audycji informacyjnych nadanych w TVP 1 (*Wiadomości*, godz. 19.30, *Teleexpress*, godz. 17.15) i TVP 2 (*Panorama*, godz. 18.00) oraz w TVP INFO (*INFormacje*, godz. 18.45). Dla celów porównawczych monitoringiem objęto także serwisy informacyjne w programach koncesjonowanych: Polsat (*Wydarzenia*, godz. 18.50), TVN (*Fakty*, godz. 19.00), TV Trwam (*Informacje dnia*, godz. 20.00), TV Republika (*Dzisiaj*, godz. 19.45) oraz Superstacja (*Informacje dnia*, godz. 21.15).

Celem monitoringu była **ocena sposobu relacjonowania kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego, tj.:** czy widzowie-wyborcy zostali poinformowani o komitetach, kandydatach i ich programach, w sposób rzeczowy, zrozumiały, wyczerpujący, bezstronny, tj. ułatwiający dokonanie przemyślanych wyborów. W związku z tym badano następujące zagadnienia:

1. Udział i ranga obecności problematyki wyborczej w kontrolowanych programach,
2. Rodzaj przekazywanych informacji wyborczych i merytoryczność kampanii,
3. Zachowanie równowagi dostępu oraz neutralności w sposobie prezentacji kandydatów, komitetów i ich programów.

Dokonana w wyniku monitoringu analiza miała dwojaki charakter:

a) **ilościowy** - polegający na pomiarze: czasu wypowiedzi przedstawicieli komitetów wyborczych (tzw. *setek*), czasu trwania prezentacji komitetu wyborczego w przekazie, czasu

trwania przekazów poświęconych wyborom w serwisach oraz ustaleniu liczby przekazów poświęconych wyborom i ich pozycji w serwisie.

b) **jakościowy** - polegający na ocenie sposobu przedstawiania kandydatów (w tym liderów komitetów), komitetów i programów (negatywny, pozytywny, neutralny) oraz ocena merytoryczności problematyki wyborczej przedstawianej w nadanych audycjach (w tym - określenie czy i jakim wydarzeniom w kampanii nadane zostanie największe znaczenie - poprzez poświęcenie im największej ilości czasu, itp. oraz - czy w sposobie prezentacji tych wydarzeń zachowano walor rzetelności i obiektywizmu).

## **2. Analiza debat wyborczych:**

Przedmiotem analizy były również debaty wyborcze nadane w TVP1. Badano je pod kątem realizacji wymagań określonych w *Rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2011 w sprawie szczegółowych zasad i trybu przeprowadzenia debat przez TVP SA*, wydanym na podstawie art. 120 § 2 Ustawy z dnia 5 stycznia 2011 roku *Kodeks wyborczy*. Analiza dotyczyła następujących zagadnień:

- czy debata została przeprowadzona w Programie 1 TVP co najmniej jeden raz, a w razie dużej liczby komitetów, które w całym kraju zarejestrowały swoje listy kandydatów - odpowiednio więcej razy;
- czy debata została wyemitowana w okresie ostatnich dwóch tygodni poprzedzających dzień wyborów;
- czy rozpoczynała się o tej samej godzinie (z tolerancją  $\pm 15$  minut), między godziną 18.00 a 22.15;
- czy trwała co najmniej 45 minut;
- czy była wyraźnie wyodrębniona w programie;
- czy przedstawiciele komitetów wyborczych mieli zapewniony równy czas wypowiedzi w debatach oraz czy mieli możliwość wzięcia udziału w takiej samej liczbie debat;
- czy debaty zostały przeprowadzone „na żywo” i bez udziału publiczności w studiu.

Podczas monitoringu serwisów informacyjnych oraz debat badano także **obecność kobiet w kampanii wyborczej**, tj: czas wypowiedzi przedstawicielek poszczególnych komitetów wyborczych, role w jakich występowały w kampanii (kandydatki, osoby wspierające, ekspertki).

## II. Wnioski z monitoringu

### SERWISY INFORMACYJNE

#### 1. Równowaga dostępu

Najwięcej czasu w relacjonowaniu przebiegu kampanii poświęcono we wszystkich kontrolowanych serwisach komitetom wyborczym i kandydatom Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości - odpowiednio: **1 godz. 43 min. 46 sek.** i **1 godz. 43 min. 12 sek.**). Kolejne miejsce zajął koalicyjny komitet wyborczy Europa Plus - Twój Ruch. Relacje i wypowiedzi z nim związane zajęły łącznie w monitorowanym tygodniu **59 min. 6 sek.**

Czas przeznaczony na prezentację pozostałych komitetów był zdecydowanie krótszy niż w przypadku komitetów wyborczych PiS oraz PO, na co wskazują dane poniżej:

- *KKW SLD-UP* - ponad **38 min. 47 sek.** łącznie we wszystkich badanych serwisach,
- *KW Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikke* – **30 min. 26 sek.** jw.,
- *KW Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro* - ponad **27 min. 30 sek.** jw.,
- *KW PSL* – ponad **21 min. 6 sek.** jw.,
- *KW Polska Razem Jarosława Gowina* – **19 min. 32 sek.** jw.,
- *KW Ruch Narodowy* – **6 min. 37 sek.** jw.,
- *KW Partia Zieloni* – **20 sek.** jw.

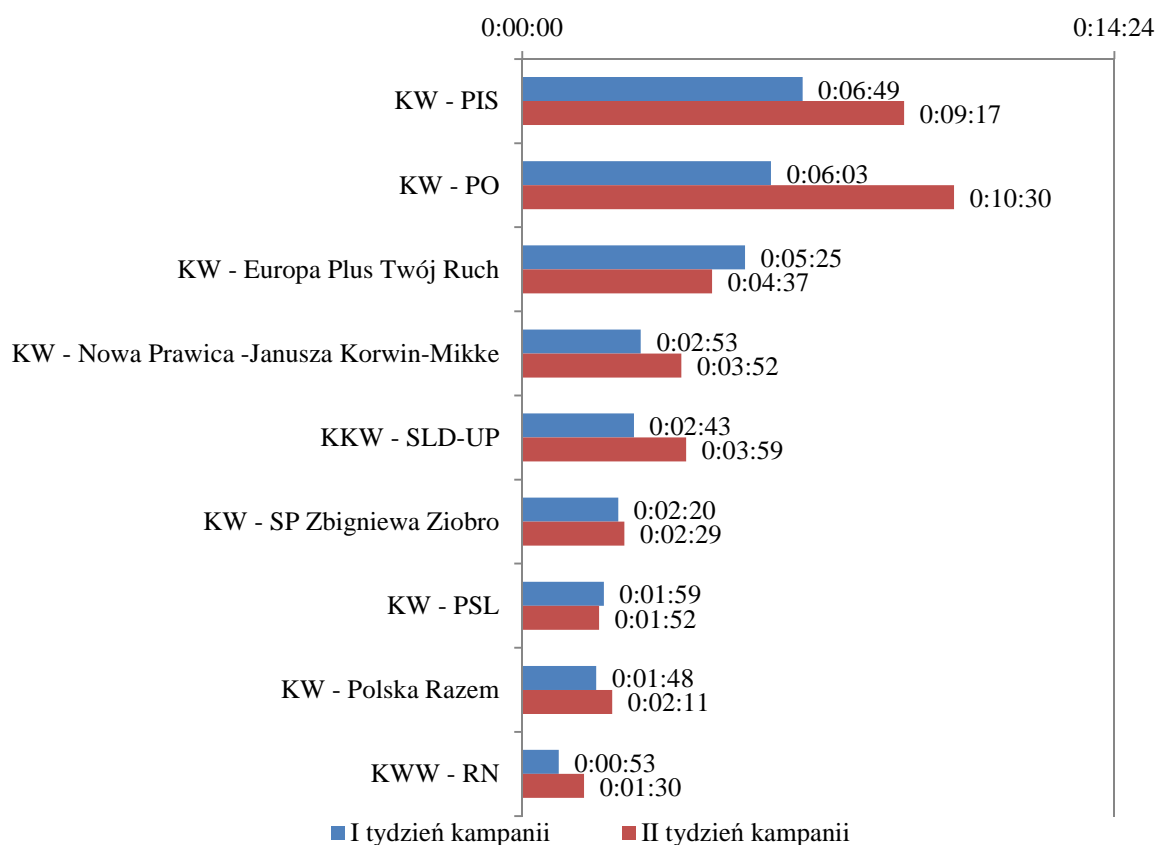
**Powyższe zestawienie wskazuje na tendencję marginalizowania mniejszych komitetów oraz komitetu związanego z partią koalicyjną PSL. Obserwacja ta dotyczy zarówno telewizji publicznej jak i programów koncesjonowanych.**

# TELEWIZJA POLSKA SA

## TVP 1

### Wiadomości

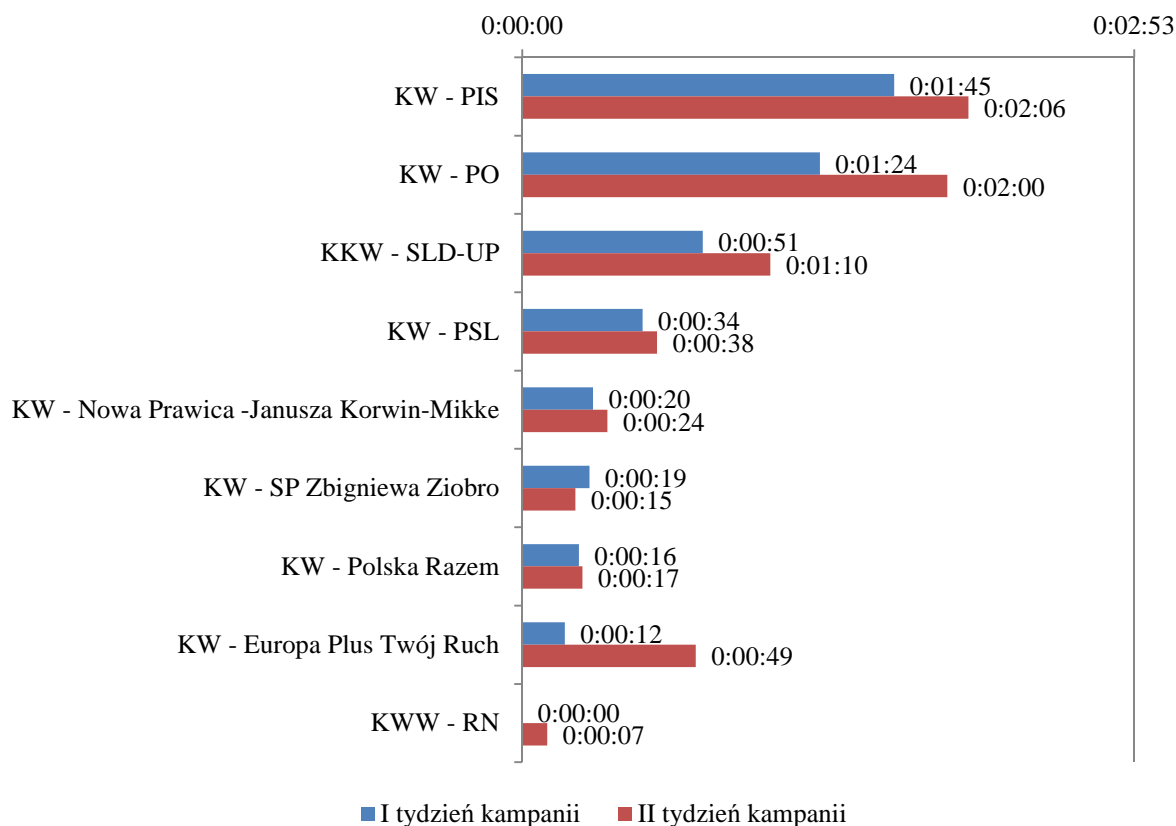
Wykres nr 1. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



W porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja), w Wiadomościach, nastąpił w drugim tygodniu (17-23 maja) wyraźny wzrost czasu trwania przekazów o komitetach PO (o ponad 4 minuty) i PiS (o 2,5 minuty). Zauważalny był również zwiększony w stosunku do poprzedniego tygodnia kampanii wymiar czasowy przekazów o komitetach SLD-UP (o ponad minutę) oraz Nowej Prawicy (o niecałą minutę). W mniejszym stopniu natomiast informowano o komitetach Europy Plus Twój Ruch (o 48 sek. mniejszy czas trwania przekazów) oraz PSL (o 7 sekund mniej).

## Teleexpress

Wykres nr 2. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii

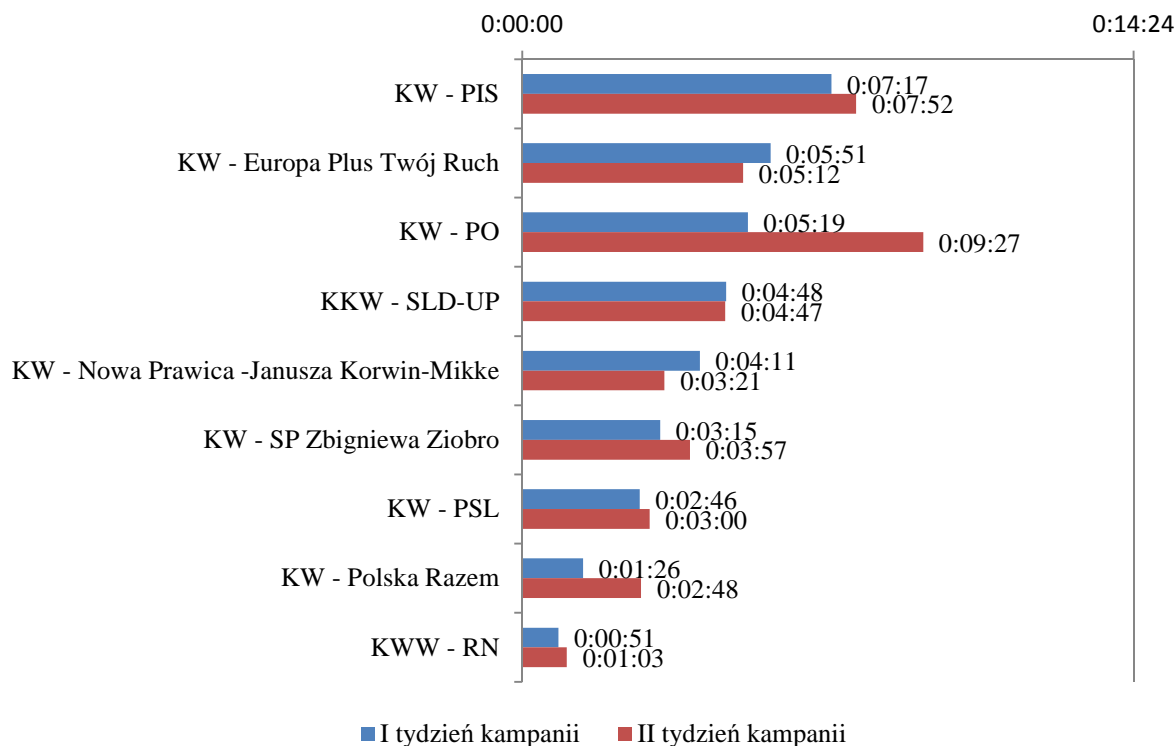


W *Teleexpresie*, w drugim tygodniu kampanii (17-23 maja) wyraźnie wzrósł czas trwania przekazów o czterech komitetach, z czego największy wzrost dotyczył komitetu Europa Plus Twój Ruch (o 37 sek.), a następnie PO (36 sek.), PiS (21 sek.) oraz SLD-UP (19 sek.). Spadł natomiast wymiar czasowy relacji i wypowiedzi dotyczących komitetu Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro (o 4 sek.).

## TVP 2

### *Panorama*

Wykres nr 3. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii

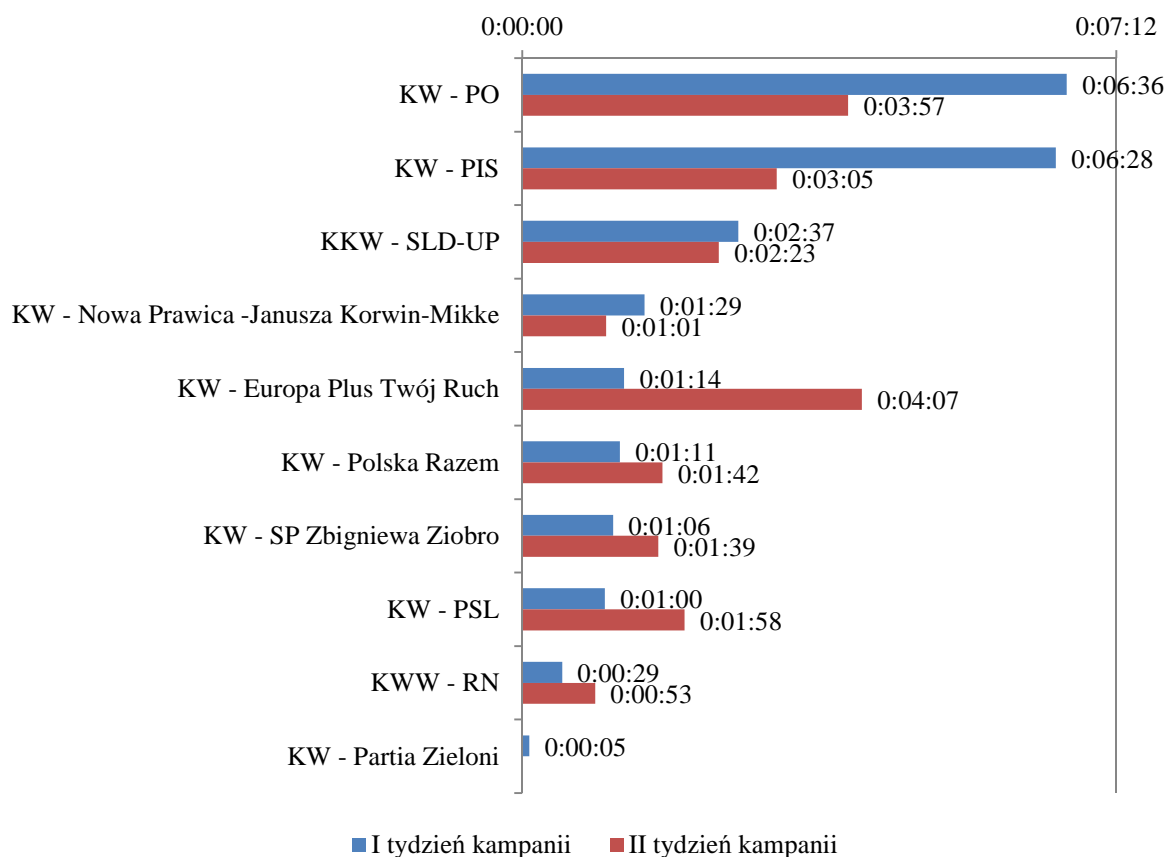


W *Panoramie*, w drugim tygodniu kampanii najbardziej wzrósł czas trwania przekazów i wypowiedzi związanych z komitetem Platformy Obywatelskiej (aż o 4 min. 8 sek.). Zauważalny był również wzrost czasu trwania przekazów o komitecie Polska Razem Jarosław Gowina (o 1 min. i 22 sek.) oraz Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobro (o 42 sek.) i PiS (o 37 sek.). Mniej natomiast – w porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja) - zajęły relacje o Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikke (o 50 sek.) oraz Europie Plus Twój Ruch (o 39 sek.).

## TVP INFO

### *Panorama dnia*

Wykres nr 4. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



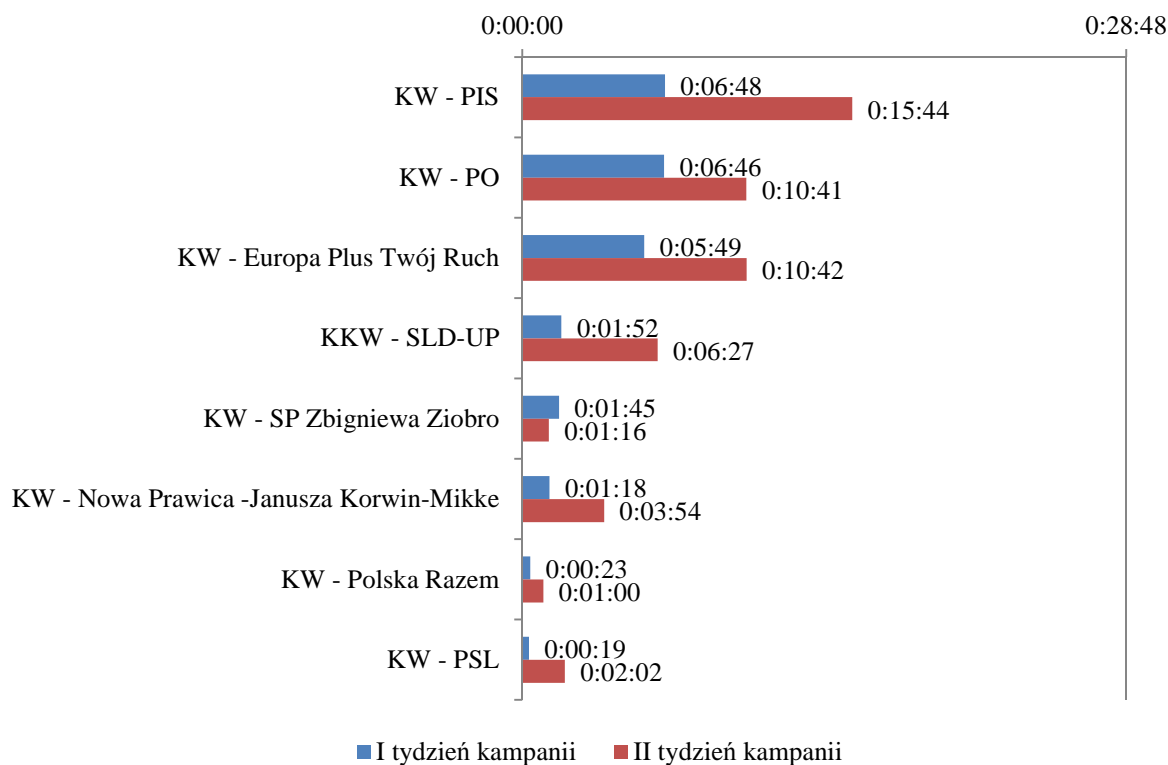
W przypadku *Panoramy dnia* wymiar czasowy przekazów o komitetach reprezentujących dwie największe partie uległ w drugim tygodniu kampanii (17-23 maja) zmniejszeniu na rzecz pozostałych komitetów, co stanowiło wyjątek na tle pozostałych serwisów informacyjnych telewizji publicznej. W największym stopniu zmniejszył się czas trwania przekazów wyborczych o komitecie PiS (aż o 3 min. 23 sek.), a następnie o PO (o 2 min. 39 sek.). Odnotowano również spadek czasu trwania przekazów i wypowiedzi o komitecie Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego (o 23 sek.) oraz SLD-UP (o 14 sek.). Natomiast najbardziej – w porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii – wzrósł czas trwania przekazów o komitecie Europa Plus Twój Ruch (o 2 min. 53 sek.). Mniejszy, choć wyraźny, był wzrost czasu trwania przekazów o komitecie PSL (o 58 sek.), a następnie o Solidarnej Polsce Zbigniewa Ziobro (o 33 sek.) i Polsce Razem Jarosława Gowina (o 36 sek.)

## NADAWCY KONCESJONOWANI

### TVN

#### *Fakty*

Wykres nr 5. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



W drugim tygodniu kampanii (17-23 maja) – w porównaniu z pierwszym (10-16 maja) - najbardziej znaczący był wzrost czasu trwania przekazów o komitecie PiS (aż o 8 min. 56 sek.). Wzrósł także znacznie czas trwania relacji i wypowiedzi dotyczących komitetów reprezentujących ugrupowania lewicowe. Relacje poświęcone Europie Plus Twój Ruch zajęły bowiem o 4 min. 53 sek. więcej niż w pierwszym tygodniu kampanii, a przekazy poświęcone SLD-UP o 4 min. 35 sek. więcej.

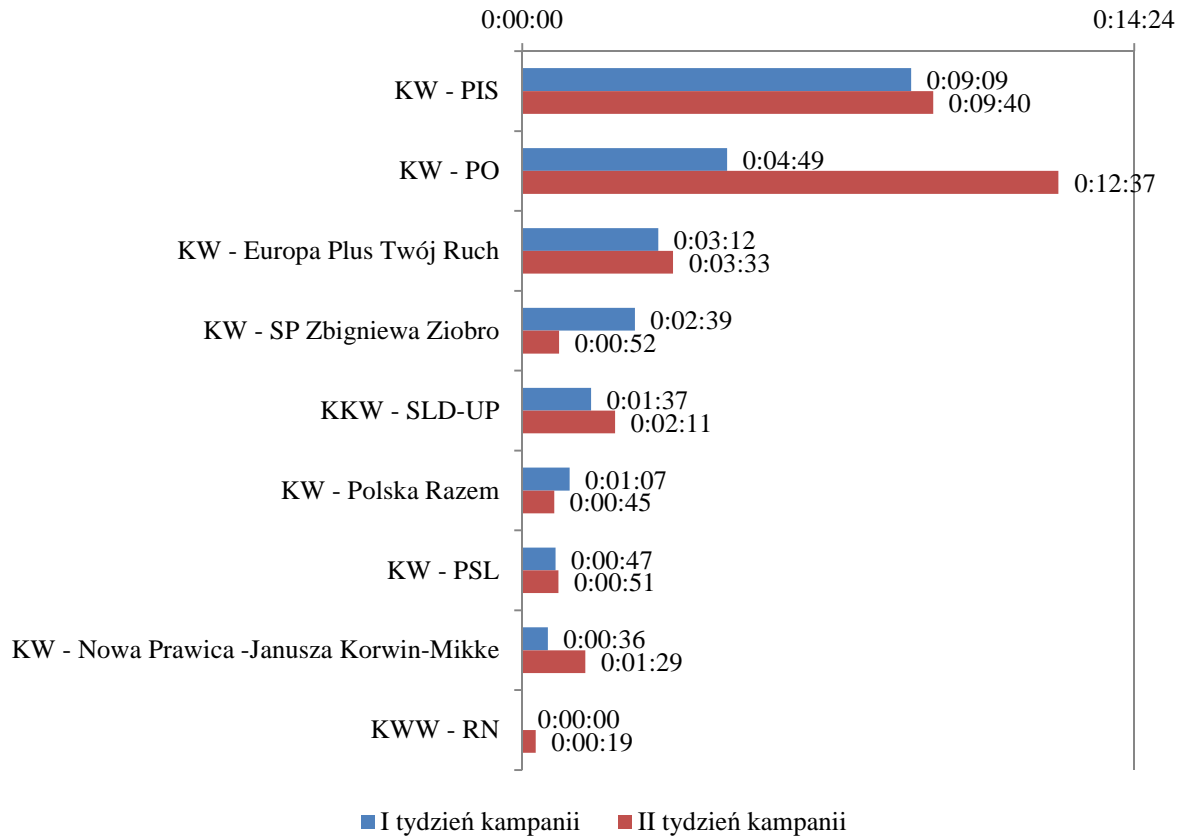
Ponadto, zwiększył się wymiar czasowy przekazów o komitecie PO (o 3 min. 55 sek.), Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikke (2 min. 36 sek.) i PSL (o 1 min. 43 sek.). Odnotowano natomiast mniej przekazów poświęconych Solidarnej Polsce Zbigniewa Ziobro (spadek czasu trwania o 16 sek.).



## POLSAT

### Wydarzenia

Wykres nr 6. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



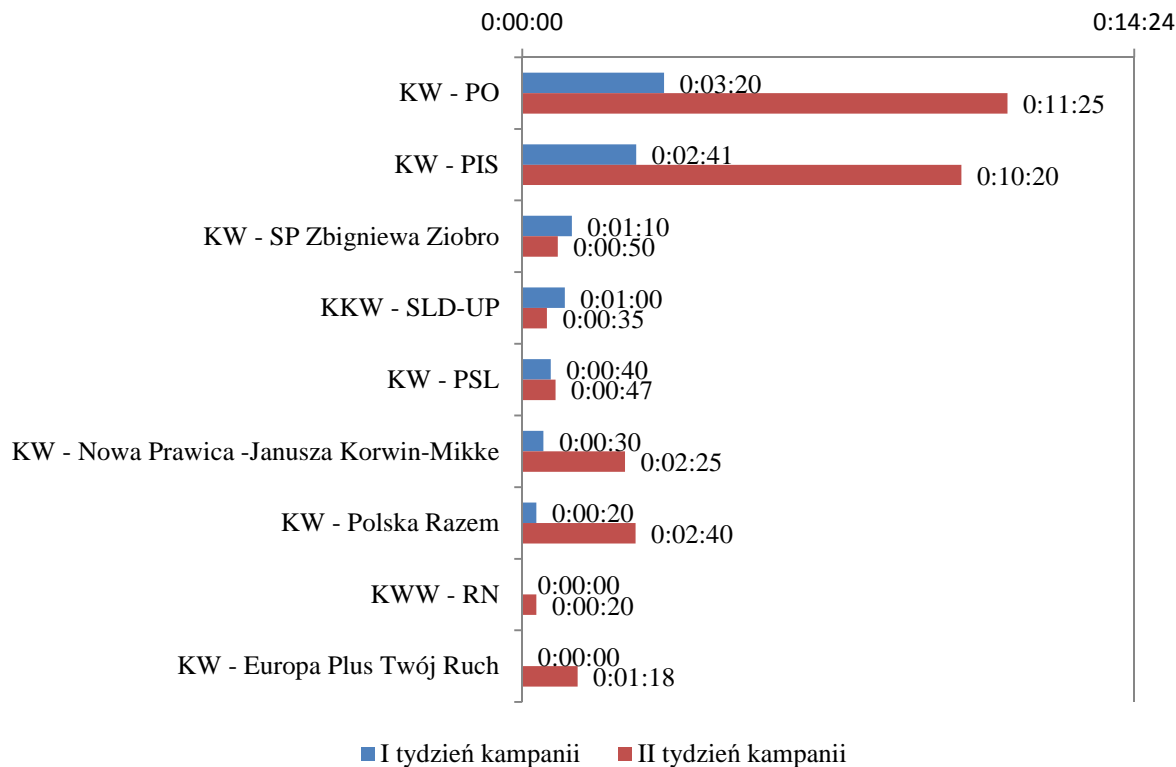
W Polsce – w przeciwieństwie do TVN – w drugim tygodniu kampanii najbardziej zwiększono czas przekazów o kampanii PO (aż o 7 min. 48 sek.). W przypadku czasu trwania przekazów o pozostałych komitetach wzrosty były o wiele mniej znaczące i wahały się od 4 sek. (PSL) do 53 sek. (Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikke).

Dwóm komitetom poświęcono natomiast mniej czasu niż w pierwszym tygodniu kampanii. Były to: Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro (o 1 min. 47 sek.) i Polska Razem Jarosława Gowina (o 22 sek.).

## TV REPUBLIKA

### Dzisiaj

Wykres nr 7. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



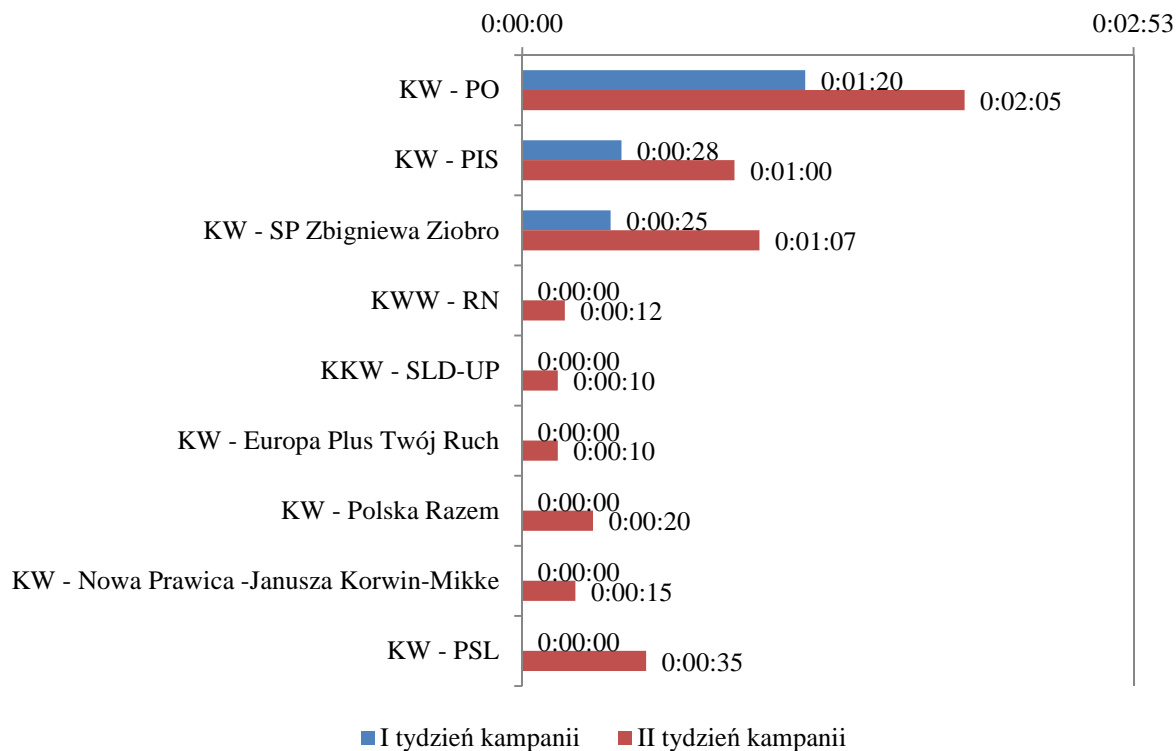
W porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja), w drugim (17-23 maja) radykalnie zwiększono czas trwania przekazów o komitetach PO (7 min. 55 sek.) i PiS (o 7 min. 39 sek.). O wiele mniejszy był wzrost czasu trwania relacji i wypowiedzi dotyczących komitetów Polska Razem Jarosława Gowina (o 2 min. 20 sek.) i Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikke (o 1 min. 55 sek.). Odnotowano także przekazy poświęcone komitetowi Europa Plus Twój Ruch (1 min. 18 sek.), o którym nie informowano w pierwszym tygodniu kampanii.

Mniej czasu zajęły natomiast relacje poświęcone SLD-UP (o 20 sek.) i Solidarnej Polsce Zbigniewa Ziobro (o 20 sek.).

## TV TRWAM

### Informacje dnia

Wykres nr 8. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



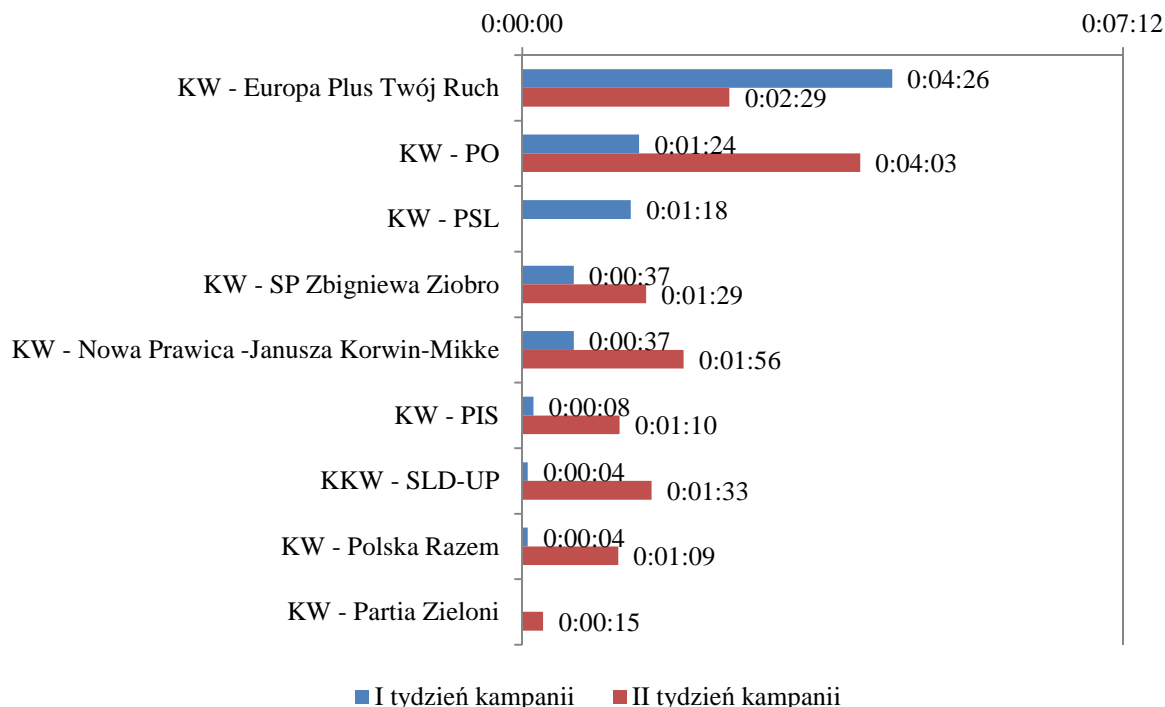
W porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja), w drugim (17-23 maja) nie tylko zwiększono czas trwania przekazów o PO, PiS i Solidarnej Polsce, ale nadano także relacje dotyczące pozostałych komitetów, o których wcześniej nie informowano.

W największym stopniu w drugim tygodniu kampanii wzrósł czas trwania przekazów o komitetach PO i Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro (odpowiednio: o 45 i 42 sek.). Wymiar czasowy poświęcony komitetowi PiS zwiększono o 32 sek.

## SUPERSTACJA

### Informacje dnia

Wykres nr 9. Czas trwania przekazów wyborczych w I i II tygodniu kampanii



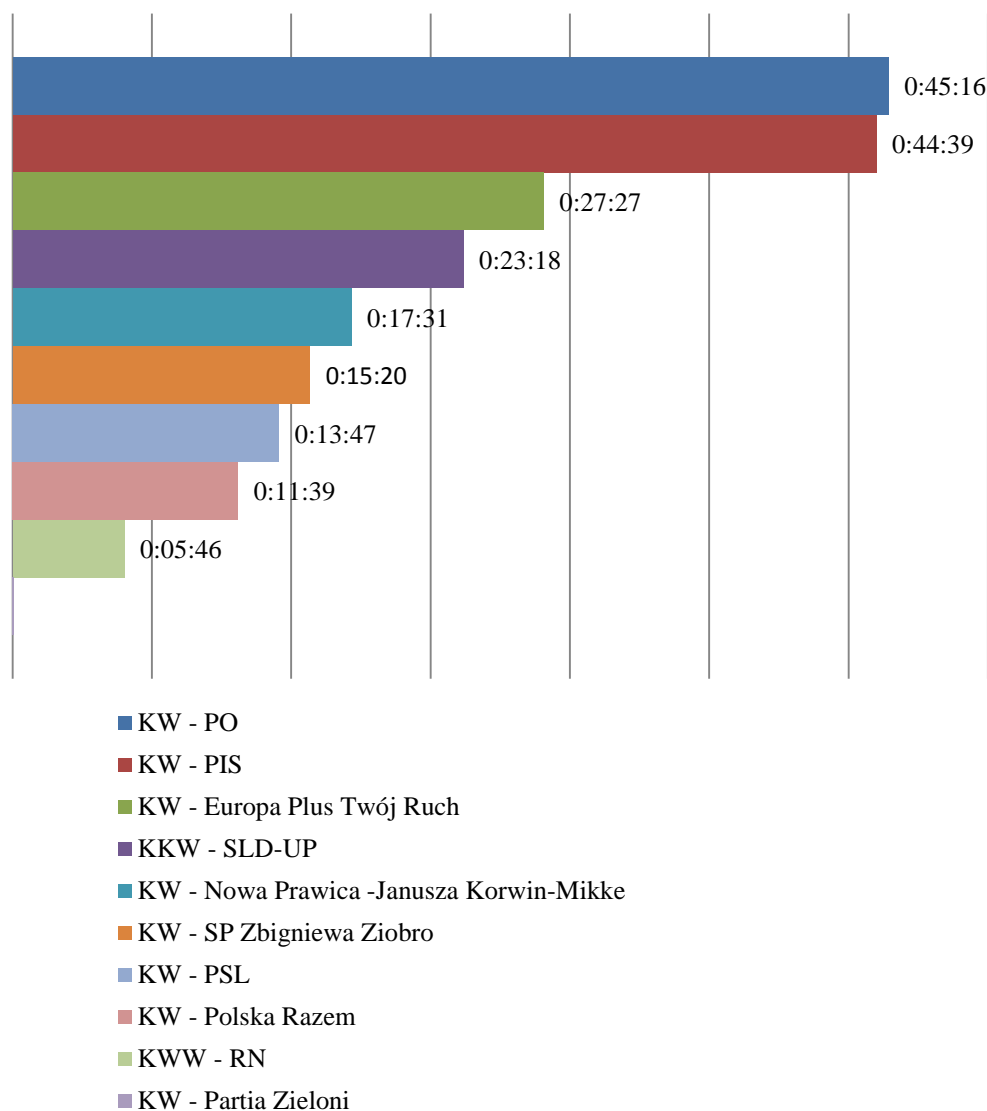
W Superstacji, w przeciwieństwie do pierwszego tygodnia kampanii (10-16 maja), w drugim (17-23 maja) najwięcej czasu poświęcono na prezentację komitetu PO (4 min. 3 sek.; wzrost o 2 min. 39 sek.), a nie Europa Plus Twój Ruch (2 min. 29 sek.; spadek o 1 min. 57 sek.). Wzrósł też czas trwania przekazów o SLD-UP (o 1 min. 29 sek.), Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego (o 1 min. 19 sek.), Polsce Razem Jarosława Gowina (o 1 min. 5 sek.), PiS (o 58 sek.) i Solidarnej Polsce Zbigniewa Ziobro (o 52 sek.).

W drugim tygodniu kampanii nie informowano o Komitecie Wyborczym PSL. Ponadto, *Informacje dnia* Superstacji były jedynym serwisem spośród monitorowanych, w którym w drugim tygodniu kampanii wyemitowano wypowiedź przedstawiciela reprezentującego najmniejsze, regionalne komitety (15 sek. wypowiedź kandydatki Partii Zielonych).

## ŁĄCZNY CZAS TRWANIA PRZEKAZÓW WYBORCZYCH W PODZIALE NA KOMITETY

### TVP SA

Wykres nr 1. Łączny czas trwania przekazów wyborczych w głównych serwisach informacyjnych telewizji publicznej

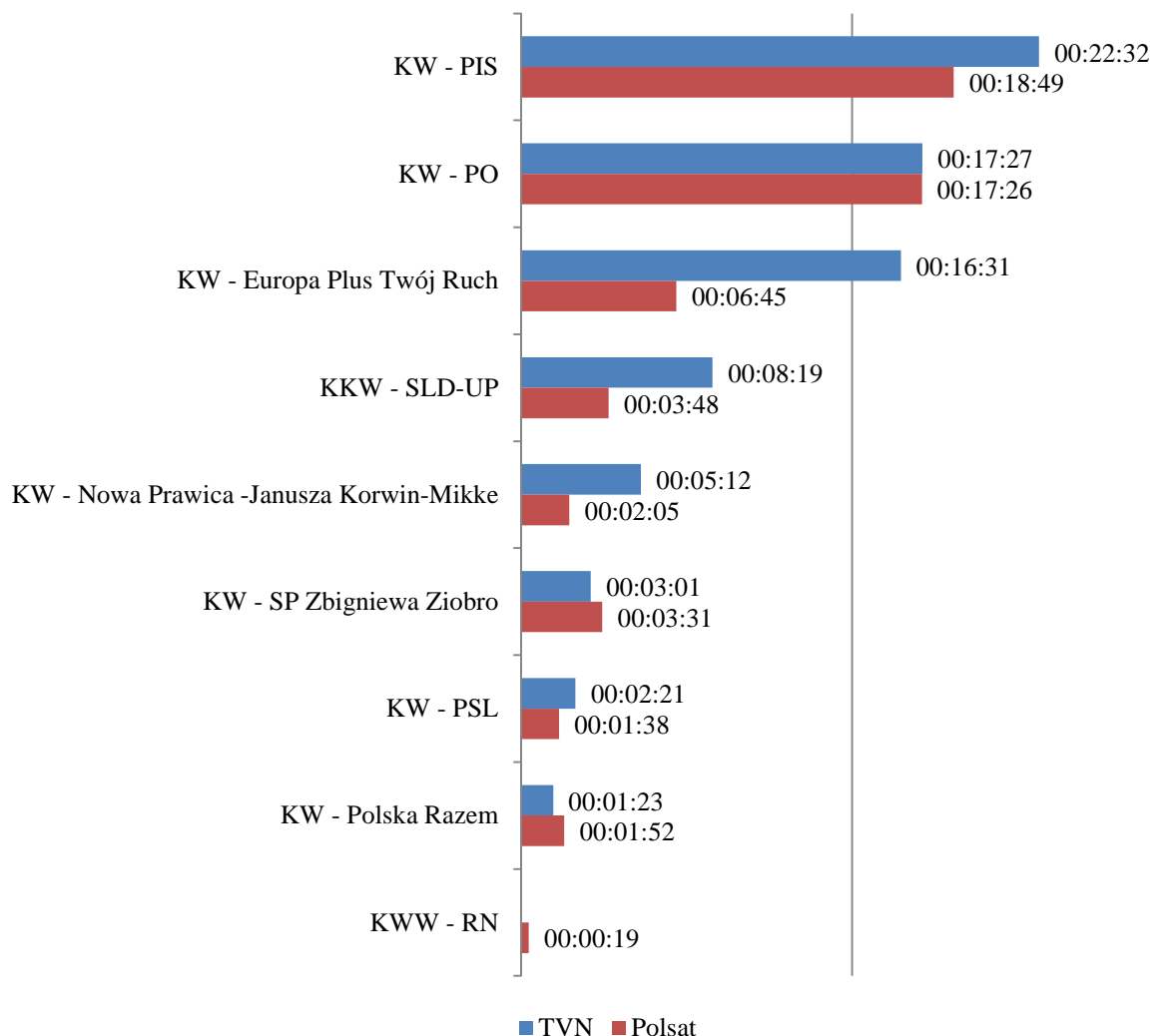


We wszystkich serwisach informacyjnych TVP SA najwięcej czasu przeznaczono na prezentację kandydatów i komitetów Platformy Obywatelskiej (45 min. 16 sek.) oraz Prawa i Sprawiedliwości (łącznie 44 min. 39 sek.). Trzecim najczęściej prezentowanym komitetem był komitet Europa Plus Twój Ruch (27 min. 27 sek.) oraz koalicyjny komitet SLD-UP (23 min. 18 sek.). Następnie: Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikkego

(17 min. 31 sek.), Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro (15 min. 20 sek.) i PSL - 13 min. 47 sek.

## TVN i POLSAT

Wykres nr 2. Łączny czas trwania przekazów wyborczych w głównych serwisach informacyjnych TVN i Polsatu



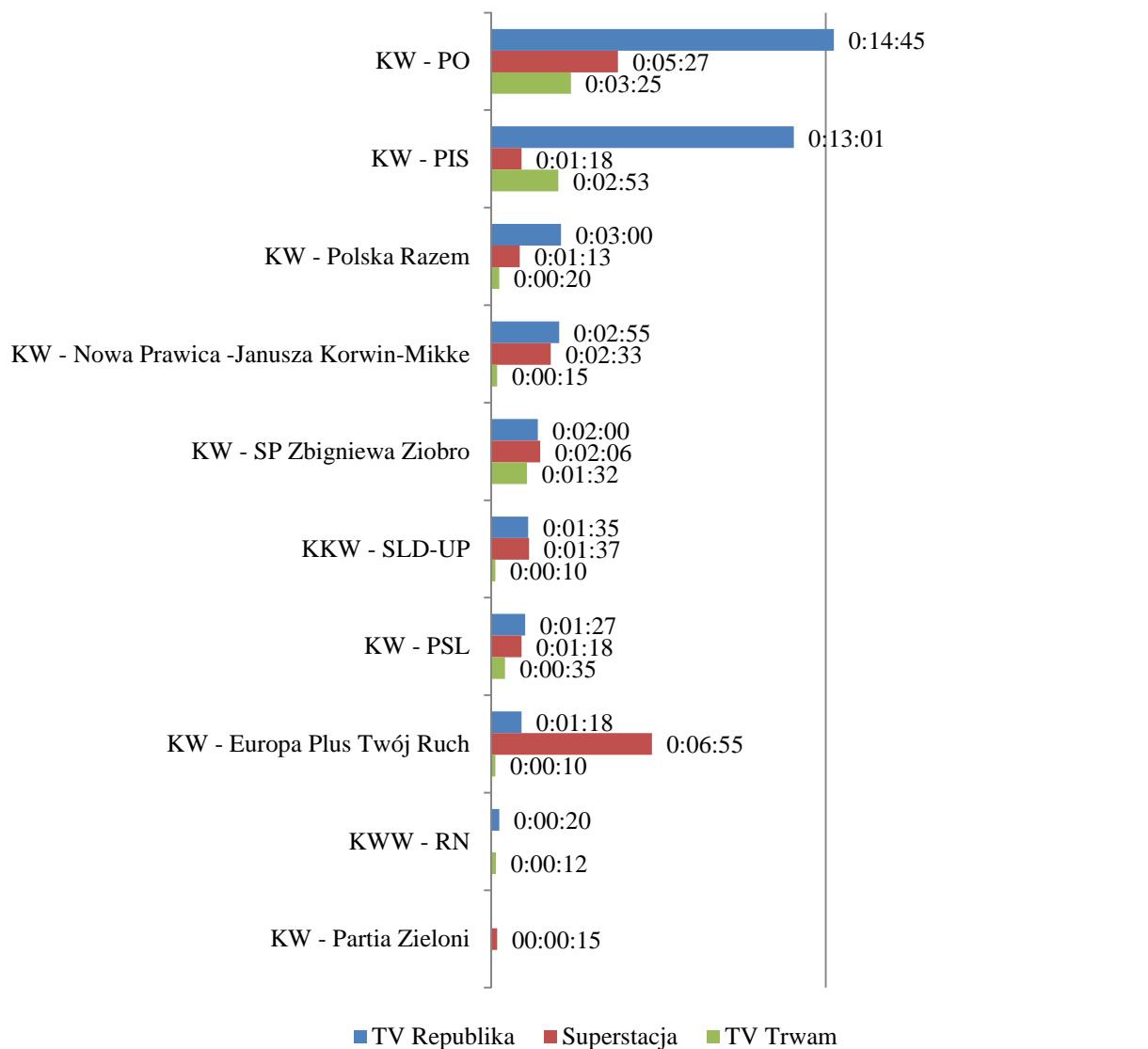
W głównym serwisie informacyjnym TVN najwięcej czasu zajęły przekazy dotyczące PiS (22 min. 32 sek.), a następnie kolejno: PO (17 min. 27 sek.), Europy Plus Twój Ruch (16 min. 31 sek.), SLD-UP (8 min. 19 sek.) i KW Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikke (5 min. 12 sek.). Przekazy dotyczące PSL zajęły w kampanii 2 min. 21 sek.

W *Wydarzeniach* Polsatu – podobnie jak *Faktach* TVN - najwięcej czasu zajęły przekazy o kampanii PiS (18 min. 49 sek.) i PO (17 min. 26 sek.), a następnie: Europy Plus

Twój Ruch (6 min. 45 sek.), SLD-UP (3 min. 48 sek.) i Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobro (3 min. 31 sek.). Komitetowi wyborczemu partii koalicyjnej PSL poświęcono 1 min. 38 sek.

### SUPERSTACJA, TV TRWAM i TV REPUBLIKA

Wykres nr 3. Łączny czas trwania przekazów wyborczych w głównych serwisach informacyjnych Superstacji, TV Trwam i TV Republika



W programie TV Republika dominowały przekazy o PO i PiS. Kolejność była następująca: PO (14 min. 45 sek.), PiS (13 min. 01 sek.), Polska Razem Jarosława Gowina (3 min.), Solidarna Polska Zbigniewa Ziobro – 2 min., SLD-UP – 1 min. 35 sek., a PSL – 1 min. 27 sek.

W głównym serwisie informacyjnym TV Trwam tematyką wyborczą zajmowano się sporadycznie. Tego typu przekazy nadano w programie 10, 20, 22 i 23 maja br.: PO (3 min. 25 sek.), PiS (2 min. 53 sek.), Solidarna Polska (1 min. 32 sek.). O innych komitetach informowano w wymiarze śladowym (od 10 sek. w przypadku SLD-UP do 35 sek. w przypadku PSL).

W Superstacji – odmiennie niż w innych serwisach - najwięcej czasu zajęły przekazy o Komitecie Europa Plus Twój Ruch (6 min. 55 sek.), a następnie o komitetach PO (5 min. 27 sek.) i Nowa Prawica Janusza Korwin-Mikke (2 min. 33 sek.). Przekazy o PSL zajęły – 1 min. 18 sek.

## 2. Sposób relacjonowania - merytoryczność przekazów

- a) Relacjonowanie przebiegu kampanii nie miało merytorycznego charakteru. Jednak w porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja), w drugim, w większym stopniu, informowano o programach i poglądach kandydatów, z reguły dzieląc ich na eurosceptycznych i prounijnych. Przykładem tego typu tendencji były przekazy nadane 21 maja w *Wiadomościach* TVP1 (dotyczące programu Nowej Prawicy Janusza Korwin-Mikkego) oraz *Informacjach dnia* TV Trwam z 22 i 23 maja (prezentujące poglądy kandydatów prounijnych oraz eurosceptycznych). Natomiast **generalnie, w przekazach wyborczych najwięcej uwagi poświęcano rywalizacji wyborczej dwóch największych komitetów PO i PiS oraz przyjętej przez te komitety taktyce w kampanii.**
- b) Większość wypowiedzi w przekazach wyborczych stanowiły wypowiedzi liderów, a zwłaszcza przywódców dwóch największych ugrupowań, tj. PO i PiS. Często miały one charakter drobnych złośliwości, inwektyw lub sloganów odnoszących się do polityki wewnętrznej. Z rzadka odnosiły się natomiast do meritum, tj. tzw. „tematów europejskich”. Można wręcz mówić o nadmiernej personalizacji sposobu relacjonowania przebiegu kampanii poprzez sprowadzanie jej do utarczek słownych liderów PO i PiS.
- c) Zaobserwowano, w porównaniu z pierwszym tygodniem kampanii (10-16 maja) zwiększenie obecności w serwisach informacyjnych telewizji publicznej (*Wiadomości TVP1* i *Panorama dnia TVP INFO*) przedstawicieli administracji rządowej. W *Wiadomościach* - poza przekazami o charakterze wyborczym – obecność członków rządu wzrosła w wymiarze czasowym niemal dwukrotnie, z 2,5 do 4,5 minuty. Natomiast



w TVP INFO – o minutę. Niektóre z tych przekazów mogły stanowić element wsparcia dla komitetów PO dotyczyły bowiem tematów obecnych w kampanii (np. polityka UE wobec Ukrainy, w tym relacje polsko-niemieckie w tym zakresie; obecność ministrów w rejonach zagrożonych powodzią lub na wałach).

- d) Przekazy profrekwencyjne nadawano w serwisach Telewizji Polskiej SA, Polsacie oraz TV Trwam. Przedstawiano w nich sposób funkcjonowania UE i możliwości wpływu eurodeputowanych na wewnętrzne mechanizmy. Ponadto omawiano pokrótce przebieg kampanii wyborczych w innych krajach UE i prognozowany sukces ugrupowań eurosceptycznych, a także prawdopodobne konsekwencje niskiej frekwencji w wyborach dla europejskiej sceny politycznej.

**Podsumowując, kampania (zarówno w pierwszym, jak i drugim tygodniu) była skoncentrowana na utarczkach słownych i taktyce wyborczej realizowanej przez komitety, choć w drugim tygodniu starano się pokazać przebieg kampanii w szerszym, europejskim i bardziej merytorycznym kontekście.**

### **3. Ranga przekazów wyborczych**

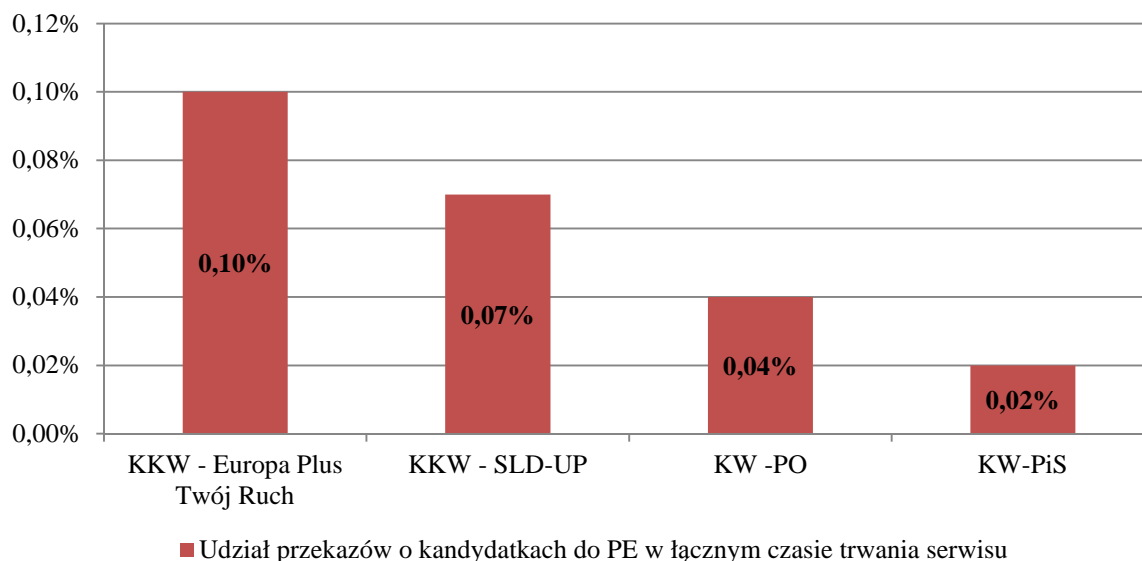
W pierwszym tygodniu kampanii (10-16 maja) przekazy wyborcze były umieszczane w serwisach informacyjnych z reguły na drugim planie i zajmowały średnio 3 lub czwarte miejsce w serwisach. Natomiast w drugim tygodniu (17-23 maja), a zwłaszcza w dwóch ostatnich dniach kampanii, tj. 22 i 23 maja, ranga przekazów wyborczych wyraźnie wzrosła. Umieszczano je wówczas – z reguły – na pierwszym miejscu. Należy podkreślić, że najwyższą rangę nadawano im w *Wiadomościach* TVP1, gdzie w dniach 21-23 maja zajmowały pierwsze dwa lub trzy miejsca w serwisie. Najmniejszą rangę natomiast tematyka wyborcza miała w *Informacjach dnia* TV Trwam, gdzie była prezentowana najrzadziej, choć należy podkreślić, że w serwisie z 23 maja przekaz wyborczy został umieszczony na pierwszym miejscu.

#### 4. Kobiety w przekazach wyborczych serwisów – udział i rola

##### TVP 1

##### Wiadomości

Wykres nr 1. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety



**Udział kobiet w przekazach wyborczych głównego serwisu informacyjnego TVP SA był śladowy** i wahał się od 0,02% do 0,1 pkt. proc. W *Wiadomościach* na obecności kobiet w kampanii koncentrowano się dwukrotnie. Po raz pierwszy miało to miejsce 10 maja, gdy komitet SLD-UP zaprezentował tzw. klip wyborczy z udziałem swoich kandydatek do PE. W relacji z wydarzenia nadano wówczas m.in. kilkusekundową wypowiedź rzecznika SLD, Krzysztofa Gawkowskiego, który wyraził nadzieję, że „kobiety zmienią wizerunek Europy”. Kolejny przekaz – nadany 21 maja – dotyczył reakcji kandydatek do PE reprezentujących komitety PO, SLD-UP oraz Europa Plus Twój Ruch, na obraźliwe i poniżające kobiety wypowiedzi Janusza Korwin-Mikkego. W przekazie podkreślano wyjątkowość tej inicjatywy i jej ponadpartyjny, niemieszczący się w logice walki wyborczej, charakter.

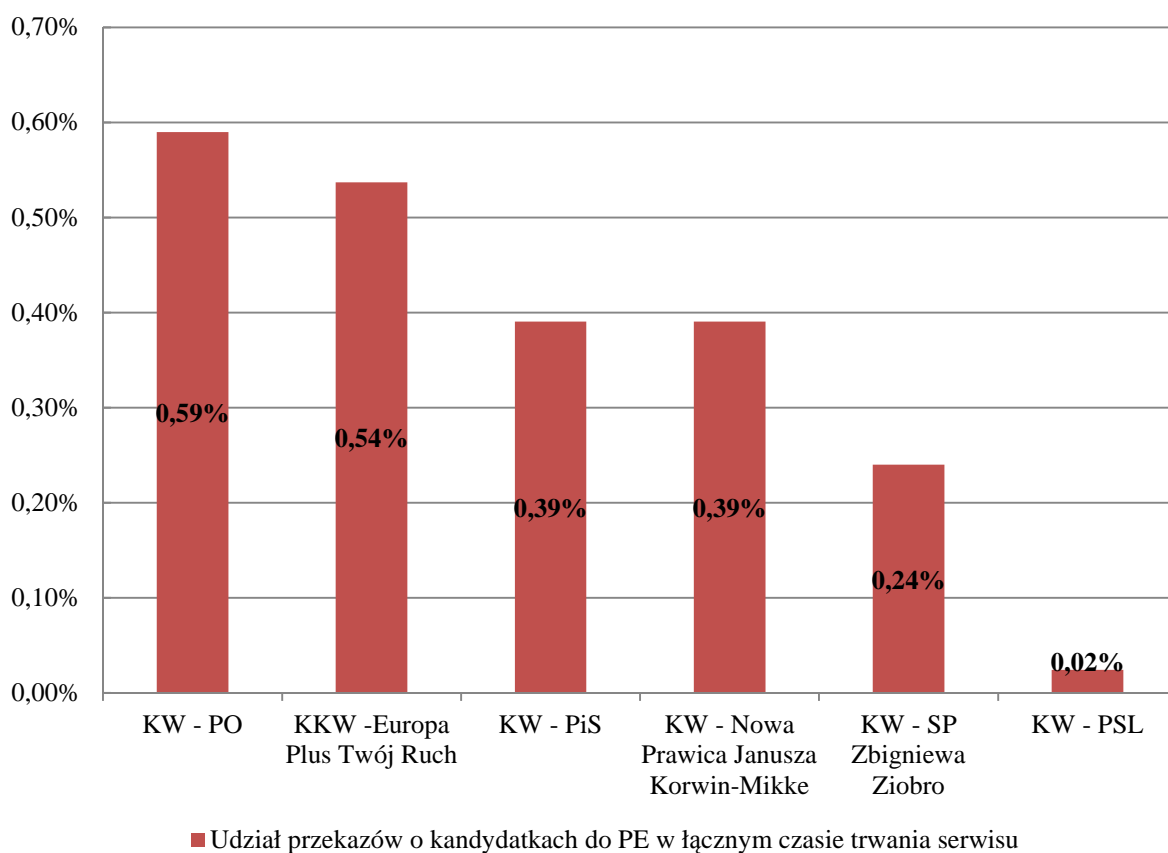
## ***Teleexpress***

W monitorowanym okresie nadano zaledwie jedną 6-sekundowy przekaz o solidarnej reakcji kandydatek do PE na obraźliwe wypowiedzi Janusza Korwin-Mikkego. W monitorowanym przekazie kandydatki nie wypowiadały się.

## **TVP 2**

### ***Panorama***

Wykres nr 2. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety

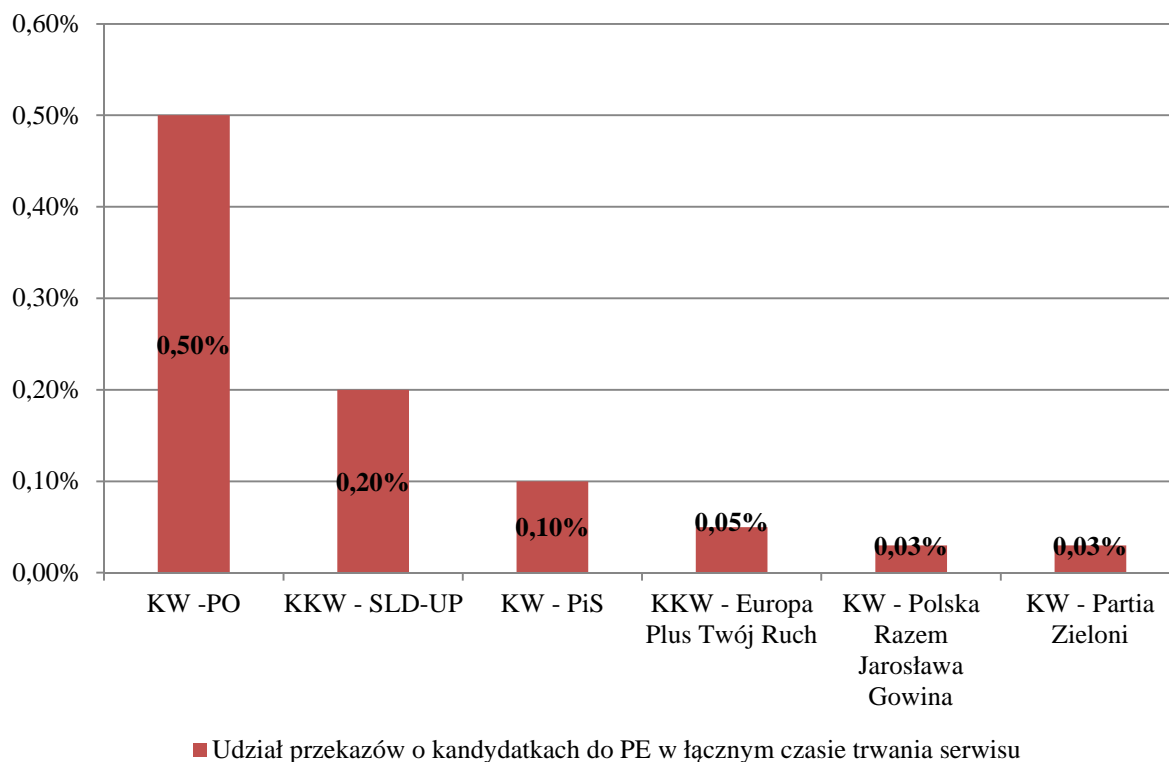


W *Panoramie* udział kobiet, w tym kandydatek do PE, w przekazach wyborczych był zdecydowanie wyższy niż w *Wiadomościach*. Kandydatki głównie wypowiadały się w odniesieniu do obraźliwych wypowiedzi Janusza Korwin-Mikke.

## TVP INFO

### *Panorama dnia*

Wykres nr 3. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety

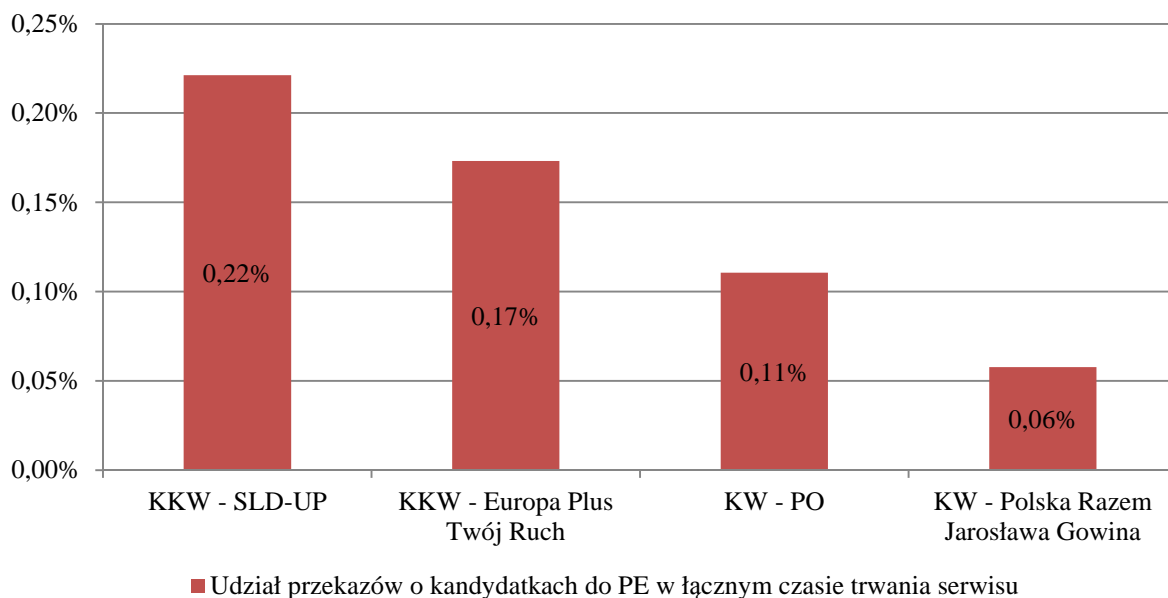


W *Panoramie dnia* o kandydatkach do PE informowano przede wszystkim przez pryzmat rankingu spotów wyborczych i piosenek promujących kandydatów oraz trudnych nazwisk na listach. Ten sposób relacjonowania wskazuje, że udział kobiet w *Panoramie dnia* przedstawiano w aspekcie ciekawostkowym.

## TVN

### Fakty

Wykres nr 4. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety

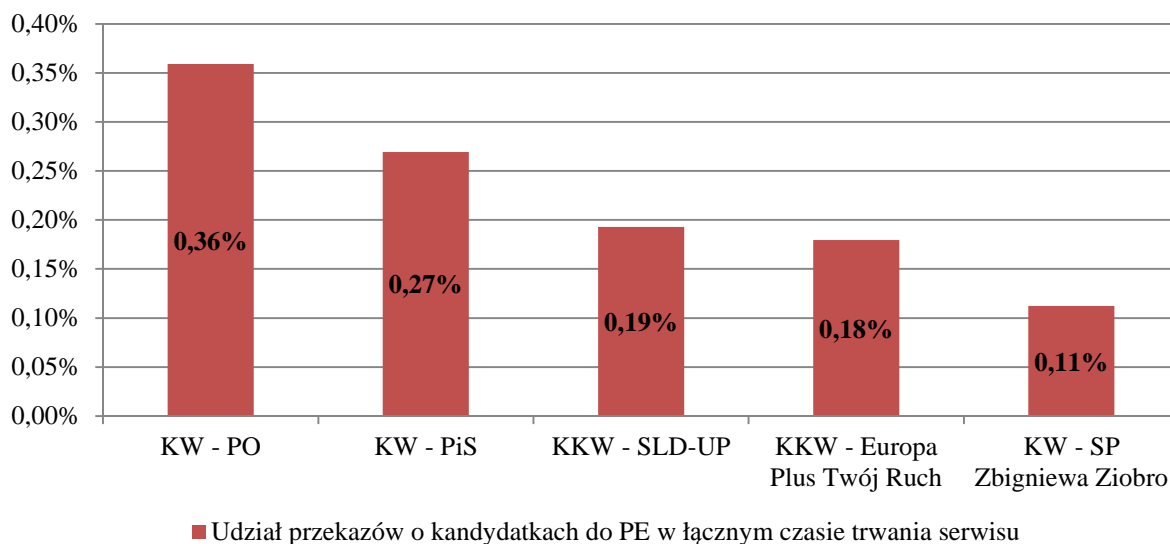


W *Faktach* – podobnie jak w innych monitorowanych serwisach informacyjnych – **udział kobiet jako kandydatek do PE w przekazach wyborczych był znikomy**. Natomiast jeśli o ich udziale w kampanii informowano, to głównie w kontekście obraźliwych wypowiedzi Janusza Korwin-Mikkego pod adresem kobiet lub „śpiewających” spotów wyborczych.

## POLSAT

### Wydarzenia

Wykres nr 5. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety

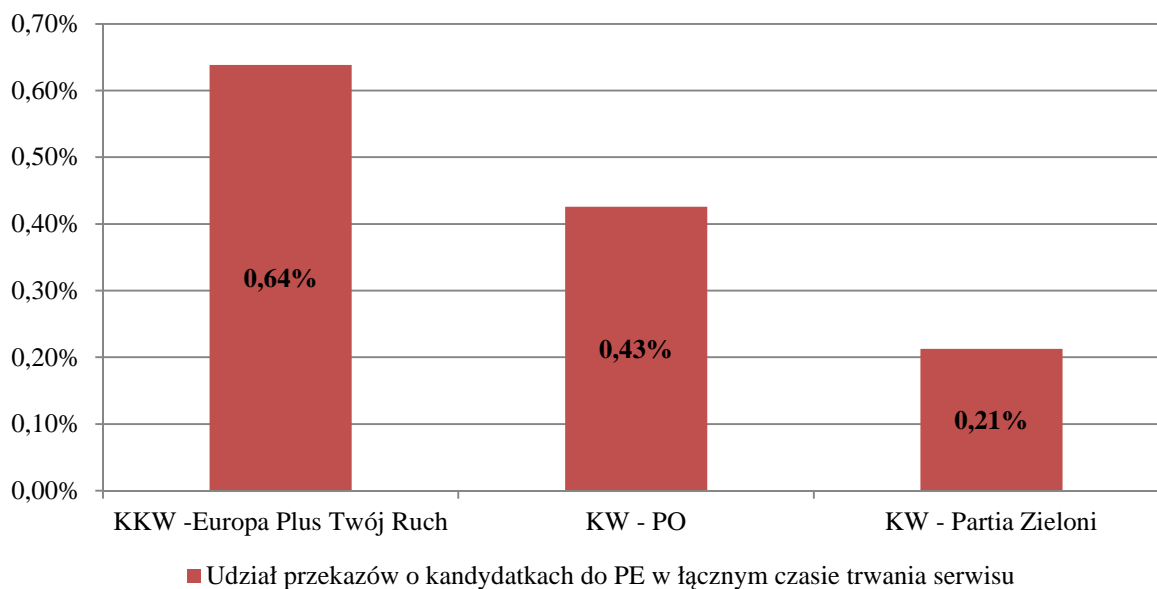


**Kobietom poświęcono niewiele uwagi** - informacje o kobietach zajęły bowiem nieco ponad 4 min. w monitorowanym okresie, z czego wystąpienia kandydatek w wyborach do europarlamentu lub kobiet wspierających komitet wyborczy zajęły 2 min 10 sek. Z reguły były to kilkusekundowe wypowiedzi, które nic nie wносиły do meritum przekazów lub miały ciekawostkowy charakter (odnośnie występu Conchity Wurst podczas konkursu Eurowizji). Jedyna wypowiedź odnosząca się do programu kandydatki dotyczyła komitetu Europa Plus Twój Ruch.

## SUPERSTACJA

### Informacje dnia

Wykres nr 6. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety

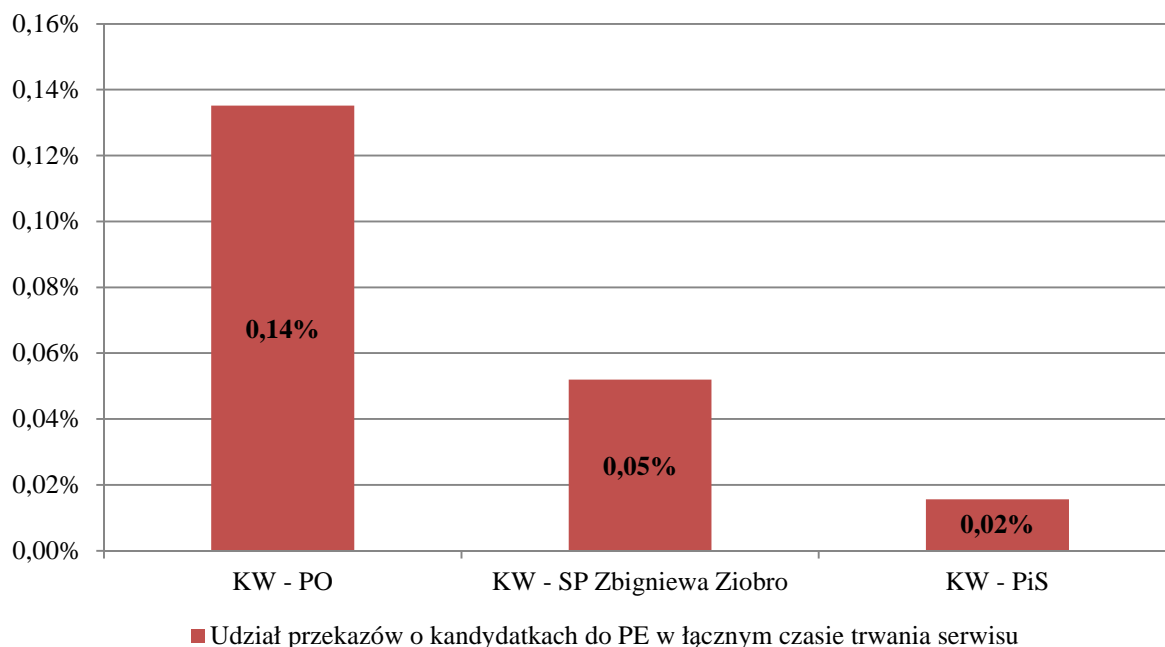


W głównym serwisie informacyjnym skoncentrowano się na przedstawianiu kandydatek tylko trzech komitetów: Europy Plus Twój Ruch, PO i Partii Zielonych.

**O udziale kandydatek do PE informowano głównie poprzez pryzmat gadżetów wyborczych lub pomysłów kandydatów na oddawanie euro poselskich wynagrodzeń na cele charytatywne.** Tego typu przekazy i wypowiedzi miały więc ciekawostkowy charakter. Jedynie w odniesieniu do Partii Zielonych i jej kandydatki informowano o programie wyborczym.

***Dzisiaj***

Wykres nr 7. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety



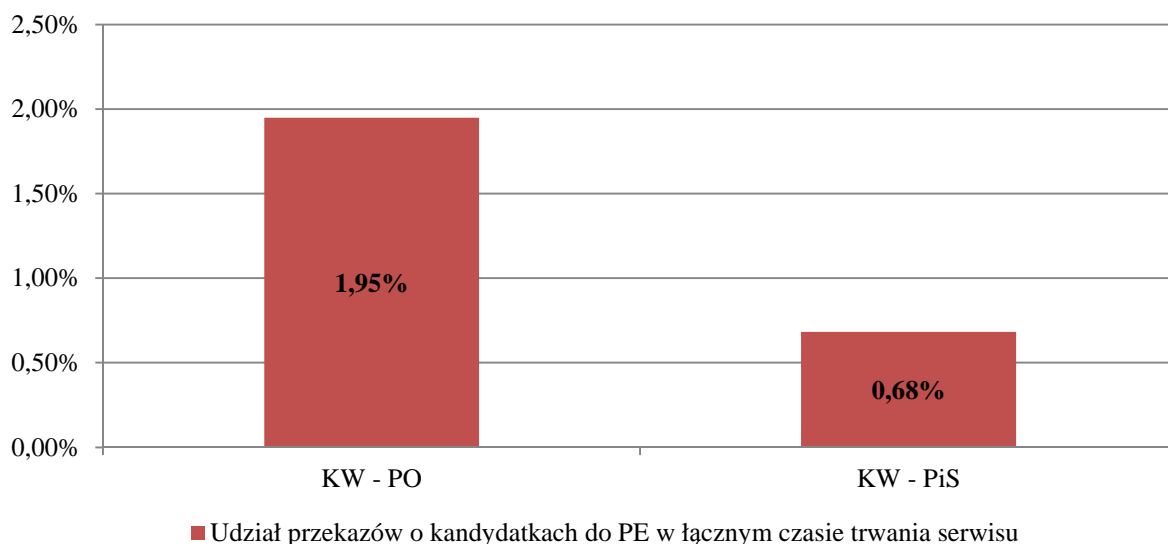
**Udział kobiet w przekazach wyborczych jako kandydatek do PE był symboliczny.** Ich rola sprowadzała się głównie do „ocieplenia” kampanii i pozostawały tłem dla wypowiedzi kampanijnych liderów partii (PO, Solidarnej Polski i PiS). Jedynie kandydatki PO i Solidarnej Polski odnosiły się w monitorowanym okresie do kwestii związanych z UE.



## TV TRWAM

### Informacje dnia

Wykres nr 8. Udział przekazów wyborczych o kandydatkach do PE w łącznym czasie trwania serwisu w podziale na komitety



**W głównym serwisie informacyjnym TV Trwam nadano tylko jeden przekaz wyborczy odnoszący się Kongresu Kobiet oraz roli kandydatek w PE i kampanii wyborczej.** W przekazie wypowiedzieli się głównie liderzy partyjni PO, PiS i Solidarnej Polski. Donald Tusk w swojej wypowiedzi wspierał kobiety kandydujące do PE, w tym z list PO (Danuta Hubner). Lider PiS rekomendował jedną kandydatkę PiS z Warszawy, wspierającą politykę prorodzinną. Zarówno kandydatce PO, jak i PiS udostępniono sekundowe wypowiedzi (niewiele informujące o ich programach wyborczych). Należy podkreślić, że wątek przekazu poświęcony PO miał tendencyjny charakter, polegający na wartościujących negatywnie komentarzach dziennikarza, typu: „Kongres Kobiet to kuźnia myśli feministycznej i lewackiej”, „czym za te zaloty zapłaci Tusk”.

Podsumowując, w przekazach wyborczych rola kobiet w kampanii była przedstawiana jako marginalna, na co wskazuje znikomy udział przekazów dotyczących kandydatek do PE w monitorowanych serwisach. Najczęściej kobiety były przedstawiane albo jako zmuszone do obrony swojej godności przed poniżającymi atakami (wypowiedzi Korwina-Mikke) albo prezentowano je w ciekawostkowym, wręcz humorystycznym kontekście (gadżety wyborcze, piosenki i spoty eurokampanijne, występ Conchity Wurst w konkursie Eurowizji). Kobiety stanowiły tło dla wypowiadających się w przekazach liderów partii, z rzadka miały okazję mówić o swoim programie lub poglądach dotyczących funkcjonowania UE. Kobiety były przede wszystkim przedstawiane w rolach kandydatek, a incydentalnie ekspertek. W relacjonowaniu przebiegu kampanii nie podejmowano tematu znaczącego udziału kobiet na listach wyborczych komitetów, który wg. danych PKW sięgał 47% ogółu kandydatów. Nie odnotowano także żadnej relacji o miejscach, jakie kobiety zajmowały na listach poszczególnych komitetów.

Generalnie, nie występowała różnica w sposobie przedstawiania kobiet jako kandydatek do PE w głównych wydaniach serwisów informacyjnych telewizji publicznej oraz nadawców koncesjonowanych. Wyjątek stanowiła jedynie *Panorama* nadawana w programie TVP 2, gdzie łączny czas przekazów o kobietach jako kandydatkach do PE wyniósł w monitorowanym okresie ponad 9 min., podczas gdy w pozostałych serwisach czas prezentacji kandydatek wahał się od kilkudziesięciu sekund do 4 min.

## DEBATY WYBORCZE W TVP 1

Telewizja Polska S.A. jako nadawca publiczny jest zobligowana do przygotowania i przeprowadzenia co najmniej jednej debaty z przedstawicielami komitetów wyborczych w wyborach do Parlamentu Europejskiego, które zarejestrowały swoje listy kandydatów we wszystkich ogólnopolskich okręgach wyborczych.

Szczegółowe zasady tworzenia oraz trybu przeprowadzenia debat przedwyborczych zostały określone w Rozporządzeniu KRRiT z 6 lipca 2011 r.. Dotyczą one **określenia programu, w którym debaty mają być nadawane (TVP1), czasu trwania (co najmniej 45 minut), godziny rozpoczęcia emisji (między godz. 18.00 a 22.15)**. Telewizja Polska powinna również zapewnić **równe warunki udziału w debacie każdemu przedstawicielowi lub kandydatowi** poprzez:

- umożliwienie **wzięcia udziału w takiej samej liczbie** debat;
- **zapewnienie równego czasu na wypowiedzi** w debatach;
- zapewnienie tej samej godziny rozpoczęcia emisji debat z tolerancją do 15 minut;
- przeprowadzenie debaty bez udziału publiczności w studiu.

W ostatnich dwóch tygodniach kampanii Telewizja Polska nadała w TVP1 dwa wydania debaty *Na pierwszym planie* z udziałem kandydatów na posłów do Parlamentu Europejskiego – 14 maja o godz. 21.19 oraz 21 maja o godz. 21:20. Każde wydanie omawianej audycji trwało po 55 minut w TVP1, ale nadawca kontynuował audycję w programie TVP INFO, w którym każde wydanie trwało dodatkowo po 35 minut. 14 maja audycję prowadził Krzysztof Ziemięc, 21 maja – Piotr Kraśko. Dziennikarze informowali widzów, że debaty będą kontynuowane w programie TVP INFO, a wypowiedzi i dyskusja pomiędzy przedstawicielami komitetów wyborczych była kontynuacją rozmowy z programu TVP1. Zatem wydanie audycji z 14 maja trwało łącznie 1 godz. 31 minut, a z 21 maja – 1 godz. 30 minut.

### 1. Tematyka debat

- W debacie z 14 maja br. tematem dyskusji były różne aspekty prawa europejskiego i jego ewentualne zmiany:
  - kwestie równości płci oraz dyskryminacji ze względu na orientację seksualną;
  - kwestie ewentualnej dyrektywy mówiącej o równym dostępie do niewykonawczych stanowisk w radach nadzorczych dla kobiet i mężczyzn oraz

- o planowanym parytecie dla kobiet (plany zapewnienia kobietom do 2020 r. co najmniej 40% stanowisk dyrektorów niewykonawczych);
  - kwestia wspólnej płacy minimalnej - padła taka propozycja w PE - czy rzeczywiście PE powinien się takimi sprawami zająć;
  - czy PE powinien wspierać demografię, rodzinę, macierzyństwo - czy w prawie unijnym powinna zostać uchwalona dyrektywa, która by narzucała takie same możliwości dostępu do żłobków, przedszkoli itp. we wszystkich krajach UE;
  - kwestie przyjmowania imigrantów - czy tu PE powinien coś zmienić - otworzyć granice albo je zamknąć; czy ułatwiać politykę migracyjną na obszarze całej Unii?
- Debata z 21 maja br. dotyczyła szeroko rozumianego bezpieczeństwa UE w kontekście:
    - problemów Ukraina - Rosja;
    - bezpieczeństwo energetyczne - ewentualna unia energetyczna;
    - kwestia utworzenia wspólnej armii europejskiej;
    - bezpieczeństwo finansowe – unia walutowa, tj. czy i kiedy Polska powinna przyjąć euro.

## 2. Uczestnicy debat - czas ich wypowiedzi

W każdym z wydań wzięli udział przedstawiciele 9 komitetów wyborczych, które zarejestrowały swoje listy we wszystkich okręgach wyborczych. Zarazem byli to kandydaci na posłów do PE.

**Tabela nr 1. Lista przedstawioelek i przedstawioieli komitetów wyborczych, którzy wzięli udział w debatach**

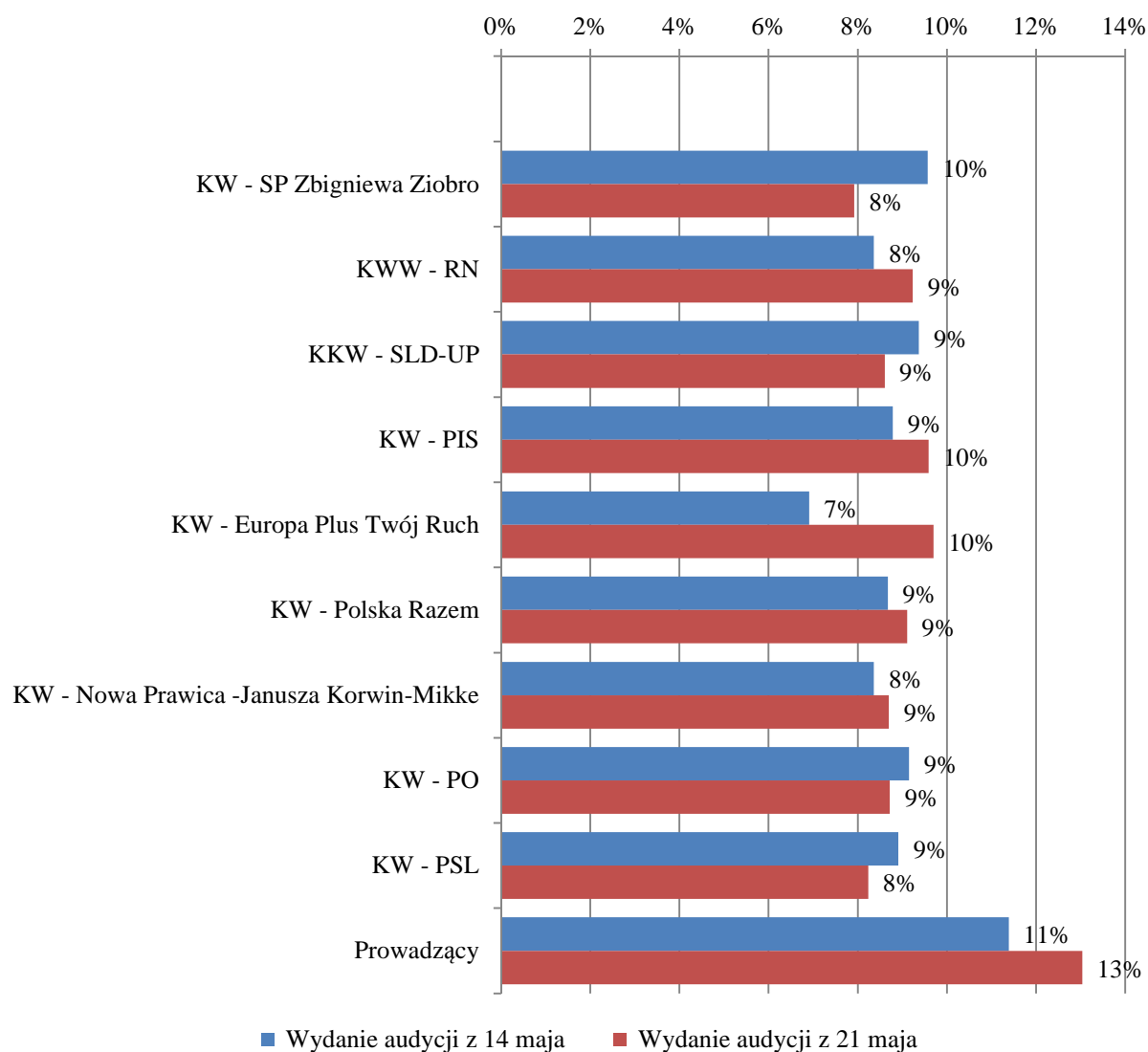
Numer listy	Komitet wyborczy	Nazwisko kandydata (wydanie z 14 maja br.)	Nazwisko kandydata (wydanie z 21 maja br.)
1	KW - SP Zbigniewa Ziobro	Tadeusz Cymański	Zbigniew Ziobro
2	KWW - RN	Krzysztof Bosak	Robert Winnicki
3	KKW - SLD-UP	Wojciech Olejniczak	Janusz Zemke
4	KW - PIS	Ryszard Czarnecki	Dawid Jackiewicz
5	KW - Europa Plus Twój Ruch	Barbara Nowacka	Marek Siwiec
6	KW - Polska Razem	Jarosław Gowin	Paweł Kowal

7	KW - Nowa Prawica - Janusza Korwin-Mikke	Janusz Korwin-Mikke	Janusz Korwin-Mikke
8	KW - PO	Róża Thun	Jacek Saryusz-Wolski
9	KW - PSL	Andrzej Grzyb	Jarosław Kalinowski

**Tabela nr 2. Czas wypowiedzi przedstawicieli komitetów wyborczych w debatach**

<b>Numer listy</b>	<b>Komitet wyborczy</b>	<b>Łączny czas trwania wypowiedzi (wydanie audycji z 14 maja)</b>	<b>Łączny czas trwania wypowiedzi (wydanie audycji z 21 maja)</b>
1	KW - SP Zbigniewa Ziobro	0:08:42	0:07:07
2	KWW - RN	0:07:36	0:08:18
3	KKW - SLD-UP	0:08:31	0:07:44
4	KW - PIS	0:07:59	0:08:37
5	KW - Europa Plus Twój Ruch	0:06:17	0:08:43
6	KW - Polska Razem	0:07:53	0:08:11
7	KW - Nowa Prawica -Janusza Korwin-Mikke	0:07:36	0:07:49
8	KW - PO	0:08:19	0:07:50
9	KW - PSL	0:08:06	0:07:24

**Wykres nr 1. Udział wypowiedzi przedstawicieli komitetów wyborczych w czasie trwania debat**



### 3. Udział i rola kobiet w debatach

Kobiety reprezentowały komitety wyborcze jedynie w pierwszym wydaniu omawianej audycji. Były to: Róża Thun (KW – PO) oraz Barbara Nowacka (KW - Europa Plus Twój Ruch). Czas wypowiedzi Barbary Nowackiej był najkrótszy spośród wypowiedzi uczestników debaty – wyniósł 6 minut 17 sek., nieco dłużej wypowiadała się Róża Thun - wyniósł 8 minut 19 sek.

#### **4. Debaty wyborcze - realizacja Rozporządzenia KRRiT**

Oba monitorowane wydania debaty wyborczej były zgodne z zapisami Rozporządzenia KRRiT, co do wyboru programu, w którym nadawane były debaty, godzin rozpoczęcia dwóch wydań oraz ich formuły i czasu trwania. Dodatkowo telewizja publiczna wydłużyła czas przeznaczony dla przedstawicieli komitetów biorących udział w audycji.

**Nadawca umożliwił wzięcie udziału w takiej samej liczbie debat przedstawicielom wszystkich ogólnopolskich komitetów wyborczych. Zachowano zatem równowagę jeśli chodzi o umożliwienie wypowiedzi przedstawicielom i przedstawicielkom komitetów na tematy omawiane w każdym z wydań. A zatem wymagania Rozporządzenia KRRiT zostały w obu wydaniach debaty zrealizowane.**

Ponadto, warto zauważyć, że atutem audycji był wstęp prowadzącego na początku pierwszego wydania (14 maja), w którym widzowie mogli uzyskać podstawowe informacje na temat Parlamentu Europejskiego i wyborów w Polsce. Prowadzący podał bowiem liczbę posłów zasiadających w PE i jednocześnie poinformował widzów ilu posłów wybiorą Polacy.

Niedostatkim był sposób prowadzenia debat: uczestnicy dyskusji mówili jednocześnie, przekrzykiwali się. Dziennikarz nie zapanował nad tą sytuacją. W efekcie widzowie otrzymali *wielogłos*, który trwał dosyć długo, bo od 6 min. (w drugiej debacie) do 8 min. (w debacie pierwszej). Jednak jak wynika z łącznego czasu wypowiedzi poszczególnych kandydatów sytuacje te nie miały wpływu na zachowanie równowagi czasu ich wypowiedzi. Natomiast widzowie mieli trudność w śledzeniu meritum dyskusji.

Oprac. Zespół Departamentu Mediów Publicznych