



RZECZNIK PRAW OBYWATELSKICH

Warszawa, 03-05-2020 r.

Adam Bodnar

VII.564.58.2020.MAW

**Pan
Maciej Łopiński
p.o. Prezesa Zarządu
Telewizji Polskiej S.A.**

mail: sekretariatprezesa@tvp.pl

Szanowny Panie Prezesie,

na mediach publicznych w trakcie kampanii wyborczej spoczywają szczególne obowiązki. Zadania te są tym istotniejsze w trakcie obowiązywania stanu epidemii i ograniczeń praw obywatelskich z nich wynikających, w tym dotyczących zakazu zgromadzeń publicznych oraz ograniczeń w przemieszczaniu się. Niemożliwe jest organizowanie spotkań z wyborcami, transmisja z tych wydarzeń, a nawet zbieranie podpisów wyborców. Uwaga odbiorów skupiona jest w obecnym czasie na zagadnieniach związanych z walką z epidemią i widoczny jest spadek zainteresowania prowadzoną kampanią. Należy jednak wskazać, że oglądalność programów informacyjnych nadawców publicznych przekracza komercyjną konkurencję, dlatego sposób w jaki media publiczne wypełniać będą ustawowe obowiązki w tym zakresie, realizować prawo obywateli do informacji oraz gwarantować równość szans kandydatów będzie mieć zasadnicze znaczenie dla wyników najbliższych wyborów. **Dotychczasowa praktyka TVP S.A. i Polskiego Radia S.A. w tej sprawie budzi niepokój obywateli oraz Rzecznika Praw Obywatelskich.**

Zgodnie z art. 120 § 1 ustawy z dnia 5 stycznia 2011 r. - *Kodeks wyborczy* (Dz. U. z 2019 r., poz. 684 ze zm.; dalej jako: Kodeks wyborczy) Telewizja Polska ma obowiązek przeprowadzania debat pomiędzy przedstawicielami tych komitetów wyborczych, które zarejestrowały swoje listy kandydatów we wszystkich okręgach wyborczych. Szczegółowe

zasady przeprowadzenia debata zostały określone w rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2011 roku w sprawie szczegółowych zasad i trybu przeprowadzania debat przez Telewizję Polską Spółkę Akcyjną (Dz. U. poz. 878). Ponadto, prawo wyborcze gwarantuje również możliwość emisji w programach publicznej radiofonii i telewizji bezpłatnych i płatnych audycji przygotowanych przez poszczególne komitety w ściśle określonym czasie, tj. od 15. dnia przed dniem wyborów do dnia zakończenia kampanii wyborczej (odpowiednio art. 117 i 119 Kodeksu wyborczego oraz rozporządzenia wydane na tej podstawie przez KRRiT). W zakresie emisji bezpłatnych audycji komitetów wyborczych nadawcy mają zobowiązania związane z pomocą realizacyjną oraz techniczną i operatorsko-montażową. Prawo do nieodpłatnego rozpowszechniania audycji wyborczych w programach nadawców publicznych służy szerokiemu dostępowi do informacji o kandydatach i reprezentujących ich komitetach wyborczych, stwarza możliwość zapoznania się wyborców z ich programem politycznym. Konstytucyjne prawo obywateli do informacji zapewnia tym samym realizację zasady wolnych wyborów.

Nadzwyczajna sytuacja epidemiczna, z jaką mamy do czynienia, nakłada dodatkowe obowiązki nie tylko na obywateli, ale także na media publiczne. Na rażącą nierówność w dostępie kandydatów na urząd Prezydenta RP do mediów publicznych wskazywał członek Rady Mediów Narodowych Pan Juliusz Braun. Kierując się potrzebą zapewnienia rzetelnego wypełniania przez spółki mediów publicznych ich ustawowych zadań, apelował on o udostępnienie kandydatom nadzwyczajnego czasu antenowego oraz stworzenie sztabom wyborczym kandydatów na prezydenta, możliwości swobodnego prezentowania ich programów w audycjach telewizyjnych i radiowych. Apel ten godny jest poparcia.

Wątpliwości dotyczące sposobu informowania o kampanii wyborczej wyrażone zostały również przez Organizację Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie. Jak wskazywała dyrektor ODIHR Ingibjörg Sólrún Gísladóttir, komentując sytuację w Polsce: „Prawdziwe wybory wymagają autentycznej kampanii, w której wyborcy mogą usłyszeć programy i opinie wszystkich kandydatów, aby dokonać świadomego wyboru. Obecne ograniczenia dotyczące zgromadzeń publicznych z powodu pandemii sprawiają, że prowadzenie kampanii jest prawie niemożliwe. Obawiam się, że jeśli wybory prezydenckie przebiegną w obecnych okolicznościach, mogą nie spełniać szeregu międzynarodowych

standardów.” Ponadto, analizując parlamentarną kampanię wyborczą w 2019 roku OBWE wskazało w wydanym dnia 14 października 2019 r. *Stanowisku w sprawie wstępnych wniosków i ustaleń*, że wybory parlamentarne „były dobrze przygotowane, ale stronniczość mediów i nietolerancyjna retoryka kampanii wyborczej budziły poważne wątpliwości. Choć wszyscy kandydaci mogli swobodnie prowadzić kampanię wyborczą, wysocy rangą funkcjonariusze publiczni wykorzystywali wydarzenia finansowane ze środków publicznych jako okazję do agitacji wyborczej. Dominacja partii rządzącej w mediach publicznych jeszcze bardziej wzmocniła jej przewagę”¹. W raporcie wydanym w związku z krótkoterminową misją obserwacji wyborów parlamentarnych ODIHR stwierdzono, że „wyraźna stronniczość mediów, zwłaszcza nadawcy publicznego, oraz brak aktywnego nadzoru negatywnie wpłynęły na możliwość podejmowania świadomych decyzji przez wyborców. (...) Większość mediów, w szczególności nadawca publiczny, staje po stronie określonych opcji politycznych, zamiast dostarczać obiektywnych i pełnych informacji”². Ponadto, jak wskazano we wnioskach końcowych z monitoringu mediów w czasie trwania kampanii **„[n]adawcy publiczni powinni zapewnić, aby wszystkie stronnictwa były prezentowane w sposób bezstronny i obiektywny. Uprzywilejowane traktowanie partii politycznej przez media publiczne należy uznać za niezgodne z prawem wykorzystywanie środków publicznych”**³.

Jak wynika z analizy danych zamieszczanych w Biuletynie Informacji Publicznej TVP w lutym na antenach Telewizji Polskiej najwięcej czasu antenowego poświęcono komitetowi wyborczemu obecnie urzędującemu prezydentowi Andrzejowi Dudzie. W sumie zajął on 1 godzinę i 13,5 minuty, natomiast czas antenowy przeznaczony na pozostałe komitety wynosił odpowiednio: Komitet wyborczy Krzysztofa Bosaka - 19 min. 47 sek.; KWknPRP Małgorzaty Kidawy-Błońskiej – 30 min. 33 sek.; KWknPRP Szymona Hołowni – 5 min. 37 sek.; Komitet Władysława Kosiniaka-Kamysza – 15 min. 22 sek.; KW Roberta Biedronia – 44 sek. Dodatkowo oprócz wspomnianego czasu – z racji sprawowanego urzędu – prezydent oraz Kancelaria Prezydenta dysponują osobnym czasem

¹ Rzeczpospolita Polska, Wybory parlamentarne, 13 października 2019 r.: *Stanowisko w sprawie wstępnych wniosków i ustaleń*, Organization for Security and Co-operation in Europe, 14 października 2019 r.

² Rzeczpospolita Polska, Wybory parlamentarne, 13 października 2019 r. *Sprawozdanie końcowe z krótkoterminowej misji obserwacji wyborów ODIHR*, Organization for Security and Co-operation in Europe, 14 luty 2020 r., str. 21.

³ Ibid. Wnioski końcowe, str. 27.

na antenie, co znacząco wpływa na równość szans kandydatów. Dla porównania warto wskazać, że w marcu na antenie TVP Info wszystkie Komitety Wyborcze uzyskały 40 minut 39 sekund czasu antenowego, natomiast Kancelaria Prezydenta oraz Prezydent otrzymały odpowiednio 2 godziny 25 minut i 2 sek. oraz 19 godzin 56 minut i 31 sek. **W świetle wskazanych informacji, w opinii Rzecznika, nadawca publiczny nie wypełnia ustawowej zasady pluralizmu, bezstronności, wyważenia i niezależności w przedstawianiu kampanii wyborczej w wyborach prezydenckich w 2020 roku.**

Mając powyższe na względzie, działając na podstawie art. 16 ust. 1 ustawy z dnia 15 lipca 1987 r. *o Rzeczniku Praw Obywatelskich* (Dz. U. z 2020 r., poz. 627), przedstawiam Panu Prezesowi powyższe uwagi. Jednocześnie uprzejmie proszę Pana Prezesa o przedstawienie stanowiska w tej sprawie, w szczególności zaś proszę o informację, jakie działania podejmuje nadawca publiczny w celu wypełniania ustawowych obowiązków w zakresie realizowania prawa obywateli do informacji oraz zagwarantowania równości szans kandydatów.

Z wyrazami szacunku

Adam Bodnar

Rzecznik Praw Obywatelskich

/-podpisano elektronicznie/