

# TVP odmawia emisji spotu promującego społeczną kampanię „Sprawdzam polityka”



**TVP odmówiła w trakcie kampanii wyborczej emisji spotu promującego społeczną kampanię „Sprawdzam polityka” prowadzoną przez NSZZ „Solidarność”.**

W przesłanej nam odpowiedzi z Biura Reklamy gdańskiego ośrodka TVP czytamy:

- Po wejściu na stronę [www.sprawdzampolityka.pl](http://www.sprawdzampolityka.pl) nasi prawnicy z W-wy podjęli decyzję o nie przyjęciu spotu do emisji w trakcie trwania kampanii wyborczej.

Odpowiedź z TVP S.A. Oddział w Gdańsku okraszona jest podpierającymi tą kuriozalną odpowiedź cytatami dwóch artykułów (bez podania skąd pochodzą) – jak się domyślamy Kodeksu wyborczego, dotyczącymi agitacji wyborczej.

Nie ma jednak wśród nich art. Art. 106. § 1. ustawy Kodeks wyborczy: *Każdy wyborca może prowadzić agitację wyborczą na rzecz kandydatów.*

Ani też Rozdziału 4 Ustawy o radiofonii i telewizji i art. 21: *Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.*

## **O co w całej sprawie chodzi?**

W kampanii wyborczej kandydaci obiecują nam wiele, prześcigają się zapewnieniami, jak będą reprezentować i dbać o interesy zwykłych ludzi. NSZZ „Solidarność” przygotowała więc portal, na którym można sprawdzić, jak głosowali parlamentarzyści w sprawach ważnych dla zwykłych obywateli.

Strona [www.sprawdzampolityka.pl](http://www.sprawdzampolityka.pl) który pozwala sprawdzić jak głosowali parlamentarzyści cieszy się dużą popularnością – zanotowała ona już około 1 mln 700 tysięcy wejść.

- Odmowa TVP jest motywowana zdumiewającą argumentacją o agitacji wyborczej. W ordynacji wyborczej nie ma zapisów, które zakazują publikowania wyników głosowań w Sejmie i Senacie. A przecież właśnie to i tylko to, jak głosowali nasi przedstawiciele wywodzący się z równych partii politycznych, chcieliśmy promować. Chcieliśmy w ten sposób zareklamować wszystkich parlamentarzystów z Wybrzeża i pokazać jak głosowali w najistotniejszych dla mieszkańców Wybrzeża sprawach. Nie ma lepszej reklamy polityka, jak pokazanie co robił podczas mijającej kadencji i jak głosował. A na dodatek to my chcieliśmy za tą ich reklamę zapłacić – mówi **Krzysztof Dośła**, przewodniczący Zarządu Regionu Gdańskiego NSZZ „Solidarność” i proponuje prawnikom, na których powołuje się Biuro Reklamy TVP by zwrócili się do kancelarii Sejmu i Senatu o zamknięcie stron internetowych władzy ustawodawczej by nie można było sprawdzić wyników

głosowań.

15-sekundowa reklamówka promująca stronę ukaże się – po odmowie TVP, na antenie TV Republika.

Sam prezes TVP S.A. Janusz Daszczyński ma problem z okiełznaniem instytucji sobie podległej, która w kampanii wyborczej „wystąpiła z otwartą przyłbicą”. Po wtorkowej debacie w TVP senator Karczewski szef kampanii wyborczej PiS zwrócił się do niego o wyjaśnienie, kto wydawał polecenia i podejmował decyzje w sprawie ochrony budynków przy ul. Woronicza podczas debaty. Stwierdza w nim, że przedstawiciele komitetu PiS nie brutalnie zatrzymywano przy wejściu do budynku telewizji, a wobec kilku osób użyto przemocy fizycznej.

Nota bene premier Ewa Kopacz tuż po debacie miała konferencję prasową w siedzibie Telewizji Polskiej. Karczewski domaga się odpowiedzi na jakich zasadach wynajęto salę TVP i ile komitet wyborczy PO za nią zapłacił.

Skarżą się lokalni politycy PO na gdańską Solidarność. Na łamach Dziennika Bałtyckiego liderka gdańskiej PO posłanka Agnieszka Pomaska utyskuje, że „w ostatnim czasie „Solidarność” wielokrotnie pokazała, że jest związkiem mocno politycznym” i – jawiąc się w kampanii jako zwolenniczka dialogu (jak na przedstawicielkę partii, która dialog społeczny niemal uśmierciła) przekonuje czytelników:

- Jeżeli w sposób wybiórczy traktuje się partie polityczne i nie chce się rozmawiać, bo reklama jest formą rozmowy, to według mnie to element politycznej gry i wykorzystywania do tej gry związku zawodowego – mówi posłanka PO.

Naszym wydawnictwom ta lokalna gazeta część grupy Polska Press wchodzącej w skład koncernu Verlagsgruppe Passau z bawarskiej Pasawy, która nabyła lokalne dzienniki, rozpoczynając w 1997 roku ekspansję na polskim rynku prasowym jako Passauer Neue Presse, poświeciła czołówkę i całą trzecią stronę środkowego wydania.

- Publikujemy materiały wyborcze odpłatnie. Tymczasem regionalny dziennik obwinia nas, iż utrudniamy jakoby innym komitetom reklamowanie się, nie chcąc zamieszczać ich materiałów. Ani te komitety nie zwracały się do nas o zamieszczenie swoich materiałów promocyjnych, ani też my nie jesteśmy zobowiązani by zamieszczać i promować tych, którzy zwalczają związek, nie liczą się z jego głosem, arogancko odrzucali wszelkie nasze propozycje, a nawet posuwali się do niegodziwych uwag pod adresem związkowców i związkowych liderów – mówi Dośla.

ASG

[www.solidarnosc.gda.pl](http://www.solidarnosc.gda.pl)

