

Katarzyna Brzoza
Uniwersytet Śląski w Katowicach

„Kobieca twarz” wyborów parlamentarnych w Polsce w 2015 roku Perspektywa politologiczno-medioznawcza

Abstract: „Female face” of parliamentary election in Poland in 2015. The perspective of media and politics

Number of women taking the high places on the electoral registers and the number of mandates get by women during the last parliamentary election in Poland was never higher. Moreover women i.e. Ewa Kopacz, Beata Szydło and Barbara Nowacka represented important entities of the Polish political landscape. The aim of the article “Sejm and Senate” was to show the participation of women in the last parliamentary election and their current presence in politics. During an election campaign in 2015 they were also seeking the answer to a question about the role, the place and the created media image of leaders of PO, PiS and of the United Left.

Key words: parliamentary election, woman, media image

Wprowadzenie

Zagadnienie aktywności politycznej kobiet to temat od dawna obecny w publicznej przestrzeni, żywo dyskutowany, stanowiący płaszczyznę zainteresowań różnych środowisk — w tym również naukowych — poddawany wielowątkowej analizie. Niniejszy tekst wpisuje się we wskazany nurt i stanowi kolejny głos w dyskusji, ponieważ liczba kobiet usytuowanych u szczytu list wyborczych oraz liczba mandatów uzyskanych przez kobiety nigdy nie była tak duża, jak podczas ostatnich wyborów do polskiego Sejmu

i Senatu. Ponadto w zakończonej kampanii parlamentarnej twarzami dwóch najsilniejszych partii były kobiety, a polska lewica — przeżywająca kryzys — „ruszyła do wyborów” pod przywództwem Barbary Nowackiej. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, iż ostatnie wybory do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej miały sfeminizowane oblicze.

Tekst składa się z dwóch zasadniczych części i ma głównie deskryptywny charakter. Pierwszy fragment — politologiczny — to prezentacja danych ukazujących zaangażowanie kobiet korzystających z biernego prawa wyborczego, w polskie wybory parlamentarne w 2015 roku. W dalszej części rozważań punkt ciężkości przeniesiono na liderki, czyli panie stojące podczas ostatniej kampanii parlamentarnej na czele reprezentowanych ugrupowań politycznych — Ewa Kopacz, Beata Szydło i Barbara Nowacka. Zasygnalizowana w tytule perspektywa medioznawcza była próbą uchwycenia widoczności medialnej wskazanych osób na przykładzie materiałów opublikowanych w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”.

Przeprowadzone analizy miały na celu uzyskanie odpowiedzi na pytania: Jak na przestrzeni lat kształtował się udział kobiet w podziale mandatów do polskiego parlamentu? Ile posłanek wprowadziły do Sejmu i Senatu poszczególne ugrupowania polityczne? Ważna jest także kwestia roli, miejsca i wykreowanego wizerunku medialnego liderki PO, PiS, Zjednoczonej Lewicy — podczas kampanii wyborczej w 2015 roku.

Na temat obecności czy raczej (nie)obecności kobiet¹ w życiu politycznym napisano już bardzo dużo książek i artykułów oraz sporządzono mnóstwo raportów, których autorami są polscy (np. Małgorzata Fuszara, Renata Siemieńska) i zagraniczni (np. Pippa Norris, Anne Marie Goetz) naukowcy. Dlatego podstawą prowadzonych rozważań uczyniono dane udostępnione przez Państwową Komisję Wyborczą oraz doniesienia wybranych dzienników, co pozwala uniknąć powielania dobrze opracowanych wątków teoretycznych, które są dostępne w naukowej literaturze.

Zwrotu „kobieca twarz” użyto w tytule niniejszego artykułu pod wpływem książki Marka Mazura pt. *Polityka z twarzą. Personalizacja parlamentarnych kampanii wyborczych w Polsce w latach 1993—2011*, w której autor przeprowadził szczegółowy wykład na temat zjawiska personalizacji polityki, systematyzując wiedzę w tym zakresie. W ostatniej kampanii wyborczej do polskiego parlamentu wzrost roli osób polityków kosztem partii politycz-

¹ (Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej — to temat cyklicznej, czerwcowej konferencji organizowanej przez Uniwersytet Marii Skłodowskiej-Curie w Lublinie. Tożsamy zwrot pojawił się w pokonferencyjnej publikacji pod red. M. PATAJ, *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej* (Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2014) oraz w ekspertyzie Instytutu Spraw Publicznych autorstwa M. DRUCIAREK, A. NIŻYŃSKIEJ pt. *(Nie)obecność kobiet w polityce. Czy wspólna strategia dla Europy Środkowo-Wschodniej jest możliwa?* z 2014 r.

nej był wyraźnie widoczny. Ponadto punkt ciężkości przeniesiono na barki kobiet, które stały się „twarzami” kampanii wyborczej trzech ważnych aktorów zbiorowych, czyli PO, PiS i ZL.

Kobiety w wyborach parlamentarnych 2015 — perspektywa politologiczna

W świetle art. 33 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 roku „Kobieta i mężczyzna [...] mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym”. Mimo formalnie obowiązujących przepisów prawa „kobiety, o ile w ogóle, dopuszczane są do tego ekskluzywnego klubu, jakim jest polityka, docierają do granicy, której nie mogą przekroczyć, granicy, której nie wyznaczają kompetencje”². „Szklany sufit” skonstruowany z barier instytucjonalnych, formalnych to granica uniemożliwiająca kobietom awans na eksponowane, wysokie stanowiska polityczne, między innymi poprzez procedury wyłaniania kandydatów reprezentujących konkretne ugrupowanie w wyborach czy obsadzanie intratnych stanowisk w partii, przebiegające według klucza ograniczającego możliwości kobiet³.

Francuska filozofka Sylviane Agacinski przypuszcza, że skoro mężczyzna wymyślił wojnę, to osobą, która wymyśliła politykę, była kobieta. Z braku sił i chęci do walki, z braku upodobania do przemocy kobiety rozwinęły, jej zdaniem, sztukę perswazji i rządzenia słowami, na których zasadza się polityczne działanie⁴. Współcześnie nadal panują żywotne, stereotypowe przekonania, iż polityka jest działalnością typowo męską, do której kobieta nie pasuje, gdyż zaangażowanie polityczne pań to coś nienaturalnego, nie-normalnego czy nietypowego⁵.

² M. KICIŃSKA: *Barierą jest płęć. 20 lat kobiet w polityce*. W: A. CZERWIŃSKA, J. PIOTROWSKA: *Raport: 20 lat — 20 zmian. Kobiety w Polsce w okresie transformacji 1989—2009*. Warszawa 2009, s. 116.

³ Zob. Ł. WAWROWSKI: „Zintegrowany model wyjaśniania” — w poszukiwaniu przyczyn niedoreprezentowania kobiet w strukturach politycznych. W: *Płęć w życiu politycznym*. Red. M. JEZIŃSKI, M. WINCLAWSKA, B. BRODZIŃSKA., Toruń 2009, s. 145—158; A. STELMACH: *Mechanizmy zwiększania partycypacji kobiet w wyborach*. „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 4, s. 7—23; M. MUSIAŁ-KARG: *Polacy o aktywności kobiet w polityce. Czy należy wprowadzać dodatkowe mechanizmy zwiększające udział Polek w życiu publicznym*. „Political Preferences” 2014, No 8, s. 61—74.

⁴ S. AGACINSKI: *Polityka płci*. Przeł. M. FALSKI. Warszawa 2000, s. 159—160.

⁵ Zob. B. PAJAŁ-PATKOWSKA: *Stereotyp kobiety i polityka — stagnacja czy ewolucja?* W: *Gedner jako determinanta w przestrzeni prywatnej i publicznej*. Red. A. BALCZYŃSKA-

W raporcie *Women in National Parliaments* międzynarodowej organizacji Inter-Parliamentary Union (stan na 1 września 2015 r.) Polska znalazła się na 55. miejscu w grupie 190 państw pod względem liczby kobiet zasiadających w parlamentach krajowych. Według danych widniejących na wskazanej stronie, w izbie niższej na 460 miejsc 111 zajmują przedstawicielki płci żeńskiej (24,1%), w izbie wyższej zaś w grupie 100 senatorów jest 13 kobiet, co stanowi 13%. Cytowany ranking otwiera Rwanda, ponieważ kobiety stanowią tam 63,8% składu izby niższej i 38,5% izby wyższej. Ostatnie miejsce na liście zajmuje Jemen, gdzie w izbie niższej parlamentu nie ma kobiet, w izbie wyższej zaś zasiadają 2 panie, które tworzą 1,8% jej składu⁶.

W tabeli 1 zobrazowano procentowy udział kobiet w izbie niższej i wyższej Parlamentu RP od 1989 roku. Na podstawie zebranych danych można stwierdzić, iż udział kobiet w rozdziale mandatów jest nadal niski, lecz — co istotne — wzrasta. „Widać trend, odsetek kobiet pełźnie w górę jak żółw. Jeśli się utrzyma, w tym tempie panie będą miały 36 proc. miejsc w Sejmie w 2025 r., a 50 proc. w połowie XXI wieku. Czyli kwota działa, ale stanowczo za wolno” — podsumowuje Agnieszka Kublik z „Gazety Wyborczej”⁷. Aktywna partycypacja przedstawicielek płci żeńskiej w polityce można nie tylko przekonać mężczyzn, ale przede wszystkim zmienić podejście kobiet,

Tabela 1

Kobiety w polskim parlamencie

Rok wyborów	Sejm	Senat
1989	13%	7%
1991	10%	8%
1993	13%	13%
1997	13%	12%
2001	20%	23%
2005	15%	9%
2007	19%	8%
2011	24%	13%
2015	27%	12%

Źródło: Analiza własna

-KOSMAN, I. ANDRUSZKIEWICZ, J. KAŁUŻNA, E. KANIA. Poznań 2012, s. 69—80; B. PAJĄK-PATKOWSKA: *Psychologiczne uwarunkowania aktywności politycznej kobiet*. „Przegląd Polityczny” 2011, nr 2, s. 91—99.

⁶ *Women in National Parliaments* [<http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>] (dostęp: 4.11.2015)].

⁷ A. KUBLIK: *W Sejmie i Senacie najwięcej kobiet od lat. Kwota działa, ale stanowczo za wolno*. „Gazeta Wyborcza” 2.11.2015 r.

które powinny uwierzyć, że nadają się do polityki i nie jest to sfera zarezerwowana wyłącznie dla mężczyzn⁸. Jednocześnie na uwagę zasługują wnioski badaczy podkreślających, iż nieliczne kobiety, które weszły do polityki, nadal nie stanowią jej pełnoprawnej części, gdyż są przedmiotem, a nie podmiotem polityki. Kobiety zdecydowanie rzadziej zabierają głos w imieniu ugrupowań, a kiedy zostają powołane na prominentne stanowisko, niemal automatycznie pada pytanie o to, jak pogodzą obowiązki służbowe i tzw. domowe⁹.

Obserwatorium Równości Płci Instytutu Spraw Publicznych dzięki wsparciu Fundacji im. Heinricha Bölla przy okazji ostatnich wyborów parlamentarnych w Polsce podało, iż odsetek kobiet kandydujących w wyborach do Sejmu pozostał na poziomie sprzed czterech lat. Liczba kobiet, które pojawiały się na listach wyborczych, był o 7% wyższy, niż wymaga Kodeks Wyborczy (42%). Autorzy dostrzegają poprawę pozycji kobiet w kontekście tzw. miejsc biorących, ponieważ w 2001 roku co czwarte miejsce zajmowała kobieta, a w ostatnich wyborach parlamentarnych odsetek ten wyniósł 31%. Jednocześnie analitycy podkreślają, iż sytuacja w wyborach do izby wyższej nie poprawiła się, ponieważ dokładnie jak przed czterema laty, tak i w 2015 roku odsetek kandydujących kobiet wyniósł 14%. Ponadto w 57 okręgach wśród kandydujących zabrakło przedstawicielek płci żeńskiej¹⁰.

Analityczki przywołanej instytucji porównały programy partii startujących w polskich wyborach parlamentarnych w 2015 roku pod względem treści skierowanych bezpośrednio do kobiet albo zwykle kojarzonych w polskiej polityce z kobietami. Na tej podstawie podzielono ugrupowania polityczne na: a) partie zajmujące się sprawami kobiet w zakresie rodzicielstwa i zdrowia reprodukcyjnego (PiS, PO, KORWiN); b) partie wychodzące poza dwie wcześniej wymienione kwestie (Zjednoczona Lewica, PSL, Razem i Nowoczesna), wspominające w swoich programach o planach zwiększenia równości na rynku pracy, w sferze publicznej oraz o przeciwdziałaniu przemocy wobec kobiet. Szczegółowe rezultaty analizy porównawczej przedstawia tabela 2.

Liczba kandydujących w wyborach parlamentarnych w 2015 roku do izby niższej, to łącznie 7858 osób, z czego około 42% stanowiły kobiety. W wyborach do izby wyższej zgłoszono 423 kandydatów, z tego niecałe 14% kandydujących to kobiety. Średni wiek osób ubiegających się o mandat posła to 42 lata, w przypadku zaś kandydata na senatora wartość ta była o 11 lat wyższa i wynosiła 53 lata. Szczegółowe dane liczbowe przedstawiono w tabeli 3.

⁸ R. SIEMIŃSKA: *Płeć a przekonanie o efektywności działań politycznych*. W: *Płeć władza wybory*. Red. R. SIEMIŃSKA. Warszawa 2005.

⁹ M. KICIŃSKA: *Barierą jest płeć. 20 lat kobiet w polityce*. W: A. CZERWIŃSKA, J. PIOTROWSKA: *Raport: 20 lat—20 zmian...*, s. 119.

¹⁰ Raport Obserwatorium Równości Płci *Kobiety w wyborach 2015* [<http://rownoscplci.pl/pdf.php?id=87> (dostęp: 31.10.2015)].

Tabela 2

Sprawy kobiet w programach wyborczych partii startujących
w wyborach parlamentarnych 2015

Zakres spraw dotyczących kobiet pojawiających się w programach wyborczych	Propozycje partii politycznych dotyczące konkretnych zakresów spraw kojarzonych z kobietami
Rynek pracy	Zjednoczona Lewica — „równa płaca za równą pracę”, wsparcie kobiet samotnie wychowujących dzieci, przeciwdziałanie dyskryminacji, <i>gender mainstreaming</i> ; likwidacja luki płacowej w programie Nowoczesnej; Razem proponowała jawność wynagrodzeń oraz 35-godzinny tydzień pracy, co ma poprawić sytuację rodziców na rynku pracy; PSL — zrównanie uprawnień emerytalnych kobiet i mężczyzn do 40-letniego stażu pracy;
Aktywność kobiet w innych obszarach sfery publicznej dostrzegana przez partie	ZL — polityka <i>gender mainstreaming</i> dotycząca wszystkich rodzajów polityk publicznych; PSL sytuacja kobiet w służbach mundurowych i propozycja specjalnych grantów na ich aktywizację w tym obszarze; Razem — legalizacja związków partnerskich i wsparcie dla kobiet pragnących wejść w taki układ;
Przemoc wobec kobiet	przemoc wobec kobiet to problem niedostrzegany przez partie; tylko ZL wysunęła postulat skutecznego ścigania sprawców przemocy oraz kompleksowych szkoleń dla przedstawicieli wymiaru sprawiedliwości w zakresie przeciwdziałania przemocy i walka ze stereotypami; KORWiN — zapowiedź uchylecia w całości ustawy o przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie i wypowiedzenie przez Polskę „konwencji antyprzemocowej”; Partia KORWiN postulowała ściąganie alimentów, a ich nieopłacanie winno być karane na ogólnych zasadach dotyczących niepłacenia długów, zniesienie kary więzienia za niewykonywanie obowiązku alimentacyjnego, który powinien zostać ograniczony do ukończenia 18. roku życia; Razem — nacisk na ścigalność alimentów oraz zniesienie kryterium dochodowego w zakresie ubiegania się o świadczenia z funduszu alimentacyjnego;
Problem rodzicielstwa i opieki nad dziećmi	różne preferowane modele polityki rodzinnej: PO, ZL, Razem i PSL — nacisk na rozwinięcie systemu opieki instytucjonalnej (żłobki, przedszkola i inne formy opieki); PSL — żłobek i przedszkole za 1 zł, a dostępnych ma być 50 tys. miejsc w żłobkach i 70 tys. miejsc w przedszkolach; Razem — propozycja uzupełnienia systemu o opiekę popołudniową i weekendową w wybranych placówkach; w programie PiS akcent położono na umocnienie pozycji matki wobec pracodawcy — wydłużenie bez względu na formę zatrudnienia urlopów na opiekę nad dziećmi (urlopy dla kobiet, brak takich kwestii w przypadku ojców); Razem — urlopy rodzicielskie trwające 480 dni dzielone równo między partnerów oraz zniesienie ulgi podatkowej na dzieci, a wprowadzenie w jej miejsce powszechnego zasiłku wychowawczego;

cd. tabela 2

Polityka zdrowotna	kompleksowo z perspektywy płci potraktowana przez PiS, ZL i Razem; PiS skoncentrowało się na poprawie opieki nad matką i dzieckiem — zagwarantowanie pełnego finansowania opieki medycznej dla kobiet w ciąży i podczas porodu; ZL — postulat refundacji leczenia niepłodności metodą <i>in vitro</i> , wprowadzenie rzetelnej i dostosowanej do wieku młodzieży edukacji seksualnej, przywrócenie prawa do przerywania ciąży i refundacja antykoncepcji; Razem — pełna refundacja antykoncepcji i <i>in vitro</i> oraz liberalizacja ustawy antyaborcyjnej; inaczej rozłożono akcenty, bo PiS skoncentrowany na kobiecie w ciąży i matce pisze o „zdrowiu prokreacyjnym”, a partie lewicowe o „zdrowiu reprodukcyjnym” obejmującym nie tylko ciążę i poród.
--------------------	--

Źródło: Opracowanie własne na podstawie A. CHELSTOWSKA, M. DRUCIAREK, A. NIZIŃSKA: *Program partii a sprawa kobiet. Analiza* — Obserwatorium Równości Płci [<http://rownoseplci.pl/pdf.php?id=90> (dostęp: 31.10.2015)].

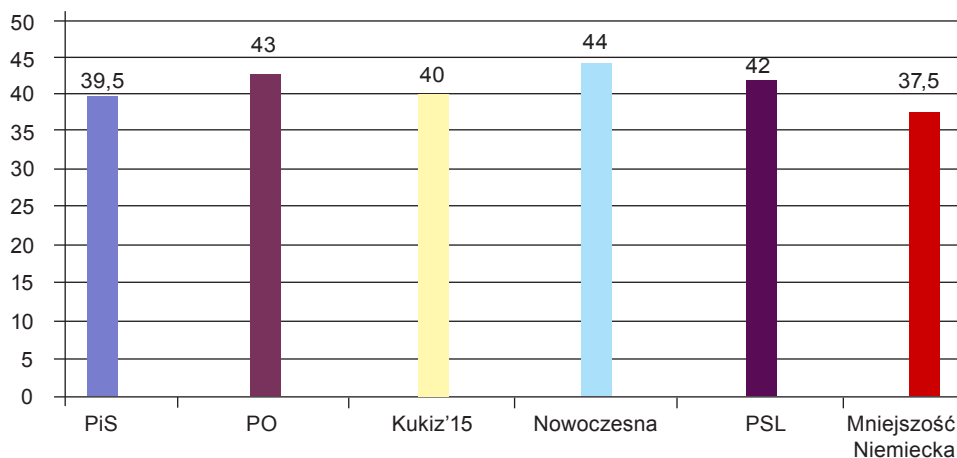
Tabela 3

Kandydaci w wyborach parlamentarnych 2015

Statystyka kandydatów	SEJM	SENAT
Liczba kandydatów	7858	423
Liczba kandydujących kobiet	3328	58
Liczba kandydujących mężczyzn	4530	365
Średni wiek kandydatów	42	53
Średni wiek kandydujących kobiet	42	54
Średni wiek kandydujących mężczyzn	43	53

Źródło: Dane udostępnione przez Państwową Komisję Wyborczą.

Największą liczbę bezwzględną kobiet kandydujących do izby niższej parlamentu w 2015 roku można odnaleźć na listach wyborczych PO (393), następnie PSL (384), Nowoczesnej (373) i PiS (363). Natomiast, jeżeli weźmie się pod uwagę udział procentowy kobiet w grupie kandydujących z ramienia poszczególnych ugrupowań (wykres 1), wówczas uzyska się inne wyniki, które rzetelniej obrazują politykę partii w zakresie równości płci, przynajmniej w obszarze budowania list wyborczych. Najwyższy odsetek kobiet uzyskano na listach Nowoczesnej Ryszarda Petru, gdyż 44% kandydatów stanowiły w przypadku tej partii kobiety. Na drugim miejscu uplasowała się Platforma Obywatelska z wynikiem 43%, a na trzecim — PSL z rezultatem 42%. Najmniej kobiet kandydujących z ramienia poszczególnych partii politycznych pojawiło się na listach PiS w okręgu 40 (Koszalin) — 33,3%, ale jednocześnie w tym samym okręgu odsetek kobiet usytuowanych na listach Nowoczesnej wyniósł 61,5%. Szczegółowe dane zaprezentowano w tabeli 4 oraz na wykresie 1.



Wykres 1. Odsetek kobiet kandydujących do Sejmu VIII kadencji z list wybranych ugrupowań

Źródło: Analiza własna na podstawie zebranych materiałów. Wartości oznaczają odsetek kobiet kandydujących do Sejmu VIII kadencji na listach wybranych partii politycznych.

Tabela 4

Kandydaci do Sejmu reprezentujący wybrane ugrupowania — analiza pod kątem płci

Analizowana zmienna	Podmioty biorące udział w podziale mandatów do Sejmu VIII kadencji					
	PiS	PO	Kukiz'15	Nowoczesna	PSL	Mniejszość Niemiecka
Liczba kandydatów do Sejmu	919	916	838	841	916	24
Liczba kobiet kandydujących do Sejmu	363	393	334	373	384	9
Okręg, w którym odsetek kandydujących kobiet względem ogółu kandydatów był najmniejszy	Okręg 40 (Koszalin) 33,3%	Okręg 22 (Krosno) 36,4%	Okręgi 5 (Toruń), 36 (Koszalin), 39 (Poznań) 35%	Okręgi 25 (Gdańsk) i 31 (Katowice) Po 35%	Okręg 35 (Olsztyn) 35%	Komitet zarejestrowany w jednym okręgu wyborczym nr 21 (Opole) a kobiety stanowiły 37,5% kandydatów
Okręg, w którym odsetek kandydujących kobiet względem ogółu kandydatów był największy	Okręgi 17 (Radom) i 41 (Szczecin) po 50%	Okręg 20 (Warszawa) 58,3%	Okręg 37 (Konin) 52,9%	Okręg 40 (Koszalin) 61,5%	Okręg 28 (Częstochowa) 57,1%	

Źródło: Analiza własna na podstawie dostępnych materiałów. Liczby podano w wartościach bezwzględnych.

Z list Platformy Obywatelskiej startowało do Senatu 84 kandydatów (8 kobiet), z PiS — 98 kandydatów (13 kobiet), Kukiz'15 — liczba kandydatów do Senatu 9 (1 kobieta), PSL — 58 kandydatów (10 kobiet), Nowoczesna — 16 kandydatów (4 kobiety). Z wymienionych partii najwyższy odsetek kobiet kandydujących do izby wyższej parlamentu uzyskano w przypadku Nowoczesnej 25%¹¹. Do Senatu dostało się 12 kobiet, z czego 7 startowało z list PiS, 4 z list PO i 1 kandydowała jak osoba niezależna¹². Co trzecia kandydująca dostała na liście miejsce biorące, czyli z dużą szansą na mandat — podała „Gazeta Wyborcza”¹³.

Łącznie kobiety uzyskały 125 mandatów do Sejmu. Posłanki VIII kadencji Sejmu reprezentują pięć podmiotów: PiS, PO, Kukiz'15, Nowoczesna i PSL. Biorąc pod uwagę wartości bezwzględne, najwięcej kobiet do Sejmu weszło z list PiS (54), gdyż jest to też najliczniejszy klub. Na przeciwnym biegunie usytuowane jest PSL, które do Sejmu wprowadziło 3 kobiety. Najlepiej jednak udział kobiet w rozkładzie mandatów dla poszczególnych ugrupowań ukazują proporcje. Wówczas najlepszy rezultat będzie miała Nowoczesna Ryszarda Petru, gdyż wprowadzi liczbą posłanek z tej partii to tylko 12 osób, ale to aż 43% klubu. Drugą partią, która wśród nowo wybranych posłów ma najwięcej kobiet jest Platforma Obywatelska, z wynikiem 36% składu klubu (50 kobiet). Szczegółowe dane przedstawiono w tabeli 5 i na wykresie 2. Tylko dwie wymienione partie mają w swoich klubach ponad 35% kwotę kobiet, dzięki wprowadzaniu mechanizmów zwiększających szanse pań¹⁴. Najczęściej kobiety umieszczane są na tzw. miejscach niebiorących czyli takich, które nie dały mandatu w poprzednich wyborach — te odległe miejsca na liście zostały określone przez Jarosława Kaczyńskiego damskimi — przypomina cytowana dziennikarka „Gazety Wyborczej”. W klubie PiS kobiety uzyskały 23% miejsc (24% miejsc biorących dla kobiet), w PSL 19% (20% miejsc biorących dla kobiet), w Kukiz'15 zaś 14% mandatów należy do kobiet.

W okręgu opolskim kobiety nie dostały żadnego mandatu, w grupie posłów ze Szczecina zaś panowie stanowią 92%, w Płocku 90%, w Poznaniu i Lublinie po 80%. Najwyższy wynik uzyskany przez kobiety odnotowano w Sosnowcu, gdzie posłanki zdobyły 56% mandatów, w Legnicy zaś i Wał-

¹¹ PO — 9,5% kobiet walczących o mandat senatora, PiS — 13,3%, Kukiz'15 — 11,1%, PSL — 17%, Nowoczesna — 25%.

¹² Do Senatu dostało się 61 kandydatów PiS, 34 — PO, 1 z PSL i 4 kandydatów niezależnych.

¹³ A. KUBLIK: *Tysiąc biorących miejsc na listach wyborczych dla kobiet*. „Gazeta Wyborcza” 24.09.2015 r.

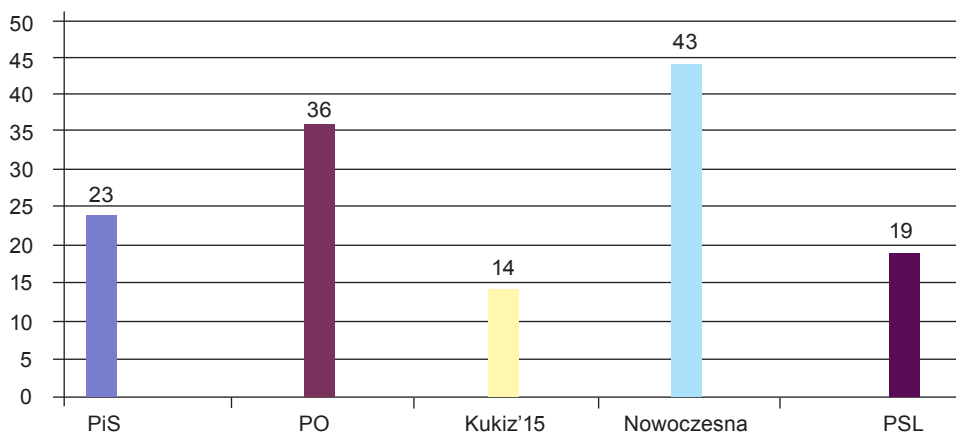
¹⁴ Nowoczesna przyjęła zasadę, że na każdej liście musi być co najmniej 1 kobieta w pierwszej trójce (udało się w przypadku 37 list na 41). Platforma chciała mieć „1 kobietę w pierwszej trójce, 2 w pierwszej piątce” (udało się w 38 okręgach).

Tabela 5

Wyniki wyborów do Sejmu w 2015 roku z uwzględnieniem płci

Analizowana zmienna	Podmioty biorące udział w podziale mandatów do Sejmu VIII kadencji					
	PiS	PO	Kukiz'15	Nowoczesna	PSL	Mniejszość Niemiecka
Liczba okręgów, w których kandydaci danego ugrupowania uzyskali mandat	41	41	40	24	15	1
Liczba okręgów wyborczych, w których kobiety nie uzyskały mandatu	9	6	34	12	13	1
Liczba okręgów wyborczych, w których kobiety uzyskały mandat	32	35	6	12	3	0
Liczba mandatów uzyskanych przez partię	235	138	42	28	16	1
Liczba kobiet, które uzyskały mandat	54	50	6	12	3	0

Źródło: Analiza własna na podstawie danych Państwowej Komisji Wyborczej. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.



Wykres 2. Odsetek mandatów przypadających po wyborach parlamentarnych kobietom reprezentującym poszczególne ugrupowania w Sejmie VIII kadencji

Źródło: Analiza własna na podstawie zebranych materiałów. Wartości oznaczają odsetek mandatów zdobytych w poszczególnych ugrupowaniach przez kobiety.

brzychu po 50%. Ostatecznie wyniki wyborów pokazały, iż liczba kobiet w 41 okręgach nie przekroczyła 30%. Odsetek kobiet w Senacie pozostał podobnie jak cztery lata temu na poziomie 13%. W wyborach do izby wyższej nie ma regulacji poprawiających szanse kobiet, ponieważ są jednomandatowe okręgi wyborcze, co umożliwiło partii KORWiN wystawienie w wyborach wyłącznie mężczyzn. Ponadto analizy Instytutu Spraw Publicznych wykazały, iż w 57 okręgach na 100 o mandat senatora nie walczyły kobiety, a tylko

w Rzeszowie w walce o prawo zasiadania w Senacie starły się wyłącznie panie. Mężczyźni w gronie kandydujących do Senatu stanowili aż 86%¹⁵.

Zaprezentowane w tej części artykułu dane pokazały skalę zaangażowania kobiet w wybory parlamentarne w 2015 roku oraz liczbę przedstawicielek płci żeńskiej, zasiadających w Sejmie VIII kadencji. Na co jeszcze warto zwrócić uwagę? Otóż rezultaty głosownia wykazały, iż obywatele „zauważyli” młode pokolenie polityków, gdyż wielu wytrawnych polityków funkcjonujących od wielu lat na polskiej scenie politycznej nie uzyskało mandatu, do Parlamentu zaś weszli nowi, młodzi posłowie i posłanki. Ponadto w parlamentarnych ławach zawitały nowe podmioty — Kukiz’15 i Nowoczesna. Ryszard Petru, najmłodszy lider ugrupowań zasiadających w Sejmie, postawił na kobiety, których odsetek na listach jego partii wyniósł aż 44%. „Udział kobiet w kampanii wyborczej na pozycjach przywódczych, zajmowanie stanowiska premiera, czy pełne kobiet spoty wyborcze to na pewno zmiana — zmiana w obszarze reprezentacji”¹⁶.

Pippa Norris określiła kobiety odgrywające rolę przywódców politycznych na świecie mianem „barwnych plam na fotografiach z pierwszych stron gazet”. Prowadząc rozważania na temat czynników sprzyjających powstawaniu barier utrudniających, a w wielu wypadkach uniemożliwiających karierę kobiet na wysokich szczeblach polityki, odwołała się do oddziaływania mediów. Choć podkreśliła potrzebę prowadzenia dalszych badań i pogłębionych analiz w tym obszarze, to jednocześnie zasygnalizowała, że sposób ukazywania kobiet w mediach nie pozostaje bez wpływu na ich udział w życiu politycznym. Mass media umacniają stereotypy ról i płci, a to wpływa na kształtowanie się aspiracji kobiet i mężczyzn, a także na postawy istotnych podmiotów sceny politycznej, czyli sponsorów kampanii wyborczych, aktywistów partyjnych i elektoratu¹⁷.

Stanisław Michalczyk poruszając zagadnienie amerykanizacji kampanii, w pierwszej kolejności odwołał się do personalizacji, oznaczającej eksponowanie kluczowych kandydatów, kreowanie ich pozytywnego wizerunku oraz niejako dopasowywanie kandydata do logiki medialnej¹⁸. Sztaby prowadzące kampanie wyborcze chętnie korzystają z wzorców pochodzących zza oceanu, gdzie *de facto* narodziła się nowoczesna kampania wyborcza. Oczywiście budowanie pożądanego obrazu kandydata, czy w tym wypadku lidera partii,

¹⁵ A. KUBLIK: *W Sejmie i Senacie najwięcej kobiet od lat...*

¹⁶ A. CHELSTOWSKA, M. DRUCIAREK, A. NIZIŃSKA: *Program partii a sprawa kobiet*. Analiza Obserwatorium Równości Płci [<http://rownoscplci.pl/pdf.php?id=90> (dostęp: 31.10.2015)].

¹⁷ P. NORRIS: *Kobiety przywódcy na świecie: barwne plamy na fotografiach z pierwszych stron gazet*. W: *Aktorzy życia publicznego. Pleć jako czynnik różnicujący*. Red. R. SIEMIŃSKA. Warszawa 2003, s. 131—132.

¹⁸ S. MICHALCZYK: *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Toruń 2010, s. 258. Zob. IDEM: *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*. Katowice 2005.

to nie tylko skomplikowane, pracochłonne i trudne zadanie, ale w dobie silnej personalizacji polityki — działanie mogące zdecydować o wyniku wyborów.

Na podstawie ustaleń teoretycznych Bogusławy Dobek-Ostrowskiej można stwierdzić, iż Ewa Kopacz, Beata Szydło i Barbara Nowacka reprezentujące w ostatnich wyborach parlamentarnych różne ugrupowania polityczne, w zasadzie wpisują się w typ tzw. kandydata produktu, ponieważ ich wizerunki zostały w dużej mierze wykreowane na potrzeby kampanii wyborczej. Polityk lider to kategoria, która w mojej opinii w największym stopniu odpowiada postaci Ewy Kopacz, która startowała w wyborach z pozycji premiera, przewodniczącej PO, jako osoba powszechnie znana, od dłuższego czasu funkcjonująca na najwyższych szczeblach władzy państwowej — uprzednio jako minister zdrowia i marszałek Sejmu¹⁹.

Redakcja „Rzeczpospolitej” przywołała treść krótkiej charakterystyki Ewy Kopacz, Beaty Szydło i Barbary Nowackiej, opublikowanej na łamach niemieckiej gazety „Die Welt“, opatrzonej hasłem „kobiety walczą o władzę w Polsce”:

1. Ewa Kopacz: „[...] uchodzi za pracowitą i energiczną. Symbolizuje kontynuację dotychczasowej polityki: liberalnej, otwartej na świat, ale i nowe obietnice dotyczące świadczeń socjalnych”. Jednak na kilka miesięcy przed wyborami dopadła ją afera, w której ona sama „nie ma żadnej winy”. Przypomniano szczegóły afery podsłuchowej, która podczas debaty telewizyjnej wyprowadziła z równowagi panią premier do tego stopnia, że „zapomniała wspomnieć o samooczyszczeniu partii”.
2. Beata Szydło: „[...] bardziej twardo stąpa po ziemi i jest mniej elokwentna niż Kopacz” — napisano w niemieckim tytule. Wymieniono etapy kariery wiceprzewodniczącej PiS, odwołując się między innymi do kampanii prezydenckiej Andrzeja Dudy. Autor artykułu zamieszczonego w „Die Welt” wskazał, iż Beata Szydło reprezentuje politykę „wyższej samooceny m.in. wobec wielkich partnerów w UE i zagranicznych inwestorów, lepszych zabezpieczeń socjalnych oraz wsparcia dla rodzin”.
3. Barbara Nowacka: to zdaniem niemieckiego dziennikarza kandydatka kompromisu „między starą, postkomunistyczną lewicą a antyklerykalnym ruchem Palikota”. Podkreślono, iż „prezentuje się przyjemnie i rzeczowo”, a jej światopogląd określono jako „liberalny z naciskiem na klasyczne socjalne tematy lewicy”.

W niemieckim dzienniku przywołano opinię Hanny Bednarek, która stoi na stanowisku, iż pojawienie się kobiet na czele partii walczących o mandaty

¹⁹ B. DOBEK-OSTROWSKA: *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*. Warszawa 2012, s. 178—179; Zob. E. BOGDANOWSKA-JAKUBOWSKA: *Strategie tworzenia wizerunku własnego w dyskursie publicznym*. W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Red. M. KITA, M. ŚLAWSKA. T. 1. Katowice 2012, s. 295—296.

w parlamencie to skutek złej jakościowo polityki uprawianej przez mężczyzn oraz faktu, iż wyborcy mają takiej polityki dość. Ponadto kobiety wnoszą do polityki takie cechy, jak poczucie wspólnoty, sympatię i opiekuńczość, co w efekcie łagodzi polityczne obyczaje. Jednocześnie ekspertka podkreśliła, iż za tymi „kobięcymi twarzami” kryją się zmaskulinizowane gremia, które noszą się z zamiarem sprawowania władzy²⁰. Rozwinięciem przywołanej charakterystyki są dane zgromadzone w tabeli 6.

Tabela 6

Sylwetki kobiet reprezentujących w wyborach parlamentarnych PO, PiS i ZL

Cecha	EWA KOPACZ	BEATA SZYDŁO	BARBARA NOWACKA
Data urodzenia	3 grudnia 1956 r., 59 lat	15 kwietnia 1963 r., 52 lata	10 maja 1975 r., 40 lat
1	2	3	4
Wykształcenie	Akademia Medyczna w Lublinie; Wydział Lekarski; uzyskała specjalizację drugiego stopnia w zakresie medycyny rodzinnej i pierwszego stopnia w zakresie pediatrii oraz medycyny sądowej	Katedra Etnografii Uniwersytetu Jagiellońskiego; studia podyplomowe menedżer kultury, a później również zarządzanie samorządem terytorialnym w Unii Europejskiej	magister inż. informatyki; zarządzanie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i studia MBA we Francuskim Instytucie Zarządzania
Praca zawodowa	lekarz pediatra	pracownik jednostek kultury	kanclerz w szkole zarządzania; współzałożycielka i członek zarządu Fundacji im. Izabeli Jarugi-Nowackiej
Stan cywilny	do 2008 r. mężatka od 2013 r. roku wdowa; jej mąż był prokuratorem	od 1987 r. jest żoną Edwarda	żyje w nieformalnym związku
Rodzina	ma jedną dorosłą córkę Katarzynę, która jest lekarzem, oraz wnuka Juliana	ma dwóch synów: Tymoteusza (uczy się w seminarium duchownym) i Błażeja (studiuje medycynę)	ma dwoje dzieci Kubę (lat 8) i Zosię (lat 5)
Doświadczenie samorządowe	1998—2001 radna sejmiku mazowieckiego	od 1998 r. burmistrz Brzeszcz; od 2002 r. radna sejmiku małopolskiego	-----

²⁰ *Die Welt: kobiety walczą o władzę w Polsce* [<http://www4.rp.pl/Swiat/310239876-Die-Welt-kobiety-walczą-o-władzę-w-Polsce.html>] (dostęp: 8.11.2015).

cd. tabela 6

1	2	3	4
Przynależność partyjna	do Platformy Obywatelskiej przysłała w 2001 r. z Unii Wolności; od 2010 r. wiceprzewodnicząca PO; 8.11.2014 r. na mocy statusu partii została przewodniczącą PO po odejściu D. Tuska	w 2005 r. wstąpiła do PiS; od 2010 r. jest wiceprezesem PiS; od 2014 r. skarbnik PiS; 20.06. 2015 r. desygnowana przez J. Kaczyńskiego jako ewentualna kandydatka PiS na premiera	związana z Unią Pracy; w 2005 r. była współzałożycielką Młodych Socjalistów; w 2014 r. dołączyła do Twojego Ruchu; od 2015 r. współprzewodnicząca Twojego Ruchu
Doświadczenie parlamentarne i rządowe	od 2001 r. w Sejmie od 2007 r. minister zdrowia od 2010 r. marszałek Sejmu; 15.09.2014 r. desygnowana na premiera	od 2005 r. w Sejmie od 2011 r. zastępca przewodniczącego Komisji Finansów Publicznych	brak doświadczenia parlamentarnego (w 2014 r. nieudany start w Eurowyborach z list Europy Plus)
Rola w parlamentarnej kampanii wyborczej w 2015 r.	w parlamentarnej kampanii wyborczej kandydatka PiS na premiera	w parlamentarnej kampanii wyborczej kandydatka PO na premiera	w parlamentarnej kampanii wyborczej stanęła na czele Zjednoczonej Lewicy
Hasło wyborcze	„Praca nie obietnice”; „Kocham Polskę”; „Tak, chodzi o Waszą przyszłość”	„Praca nie obietnice” „Damy radę”	„Szkoły budować, księży opodatkować”; „My nie musimy być blisko ludzi, my jesteśmy ludźmi”
Liczba uzyskanych głosów w wyborach 25.10.2015 r.	230 894	96 127	75 813
Internet	strona internetowa premiera https://www.premier.gov.pl/ na Twitterze aktywna na koncju premiera, ale na prywatnym koncju Ewa Kopacz aktywności brak; posiada profil na FB	strona internetowa http://wybierzpis.org.pl/beata-szydlo stworzona na potrzeby kampanii wyborczej przez PiS; od 2009 r. ma konto na Twitterze, jest na nim aktywna; na FB profil Beata Szydło polityk i Beata Szydło premier	strona internetowa http://barbaranowacka.eu/ na Twitterze od 2011 r. i jest na nim aktywna; ma konto na FB, na stronie internetowej prowadzi blog

Źródło: Analiza własna na podstawie informacji dostępnych w sieci internetowej.

Cechy demograficzno-społeczne pozwoliły stwierdzić, iż najstarsza w tej grupie jest Ewa Kopacz, najmłodsza zaś jest kandydatka Zjednoczonej Lewicy. Wszystkie opisywane kobiety mają wyższe wykształcenie, choć ukończyły zróżnicowane kierunki: Ewa Kopacz — medycyna, Beata Szydło

— etnografia, Barbara Nowacka — informatyka. Ewa Kopacz i Beata Szydło mają dorosłe dzieci. Beata Szydło od wielu lat żyje w związku małżeńskim, były mąż Ewy Kopacz zmarł, a Barbara Nowacka wraz z partnerem wychowuje dwójkę dzieci. Kandydatki PO i PiS stopniowo nabywały polityczne doświadczenie, stawiając pierwsze kroki w samorządach terytorialnych jako radne sejmiku, a Beata Szydło pełniła także funkcje burmistrza Brzeszcz. Barbara Nowacka jest od lat zaangażowana w działalność fundacji imienia jej nieżyjącej matki oraz wspiera środowiska kobiece. W 2001 roku Ewa Kopacz wstąpiła do Platformy Obywatelskiej, do której zaproszenie otrzymała także Beata Szydło, jednak ostatecznie w 2005 roku zdecydowała się zasilić szeregi Prawa i Sprawiedliwości. Rok 2010 to dla obydwu pań moment objęcia funkcji wiceprzewodniczącej swojego ugrupowania. Po powołaniu Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej Ewa Kopacz została przewodniczącą partii oraz prezesem Rady Ministrów. Beata Szydło kierowała kampanią prezydencką Andrzeja Dudy, a wyborczy sukces, który zaskoczył nawet członków PiS, nie tylko umocnił jej pozycję w partii, lecz sprawił, że w naturalny sposób stała się kandydatką na premiera. Barbara Nowacka, choć od zawsze związana z lewicą, nie miała mocnej pozycji na scenie politycznej. Z powodu słabych wyników sondażowych ugrupowania lewicowe zdecydowały się na koalicyjny start w wyborach. Twarzą lewicy w wyborach parlamentarnych została właśnie Barbara Nowacka i pomimo iż samą inicjatywę oceniano pozytywnie, to Olgierd Annusewicz zwrócił uwagę na fakt, że „ten lider pojawił się zdecydowanie za późno. Wskazanie Barbary Nowackiej jako kandydatki na premiera było bardzo dobrym pomysłem i gdyby wcześniej przedstawili jej kandydaturę, osiągnęliby dużo lepszy wynik”²¹.

Najdłuższy staż parlamentarny, ale również największe polityczne doświadczenie ma Ewa Kopacz, która przed objęciem funkcji premiera była już ministrem zdrowia i marszałkiem Sejmu. Beata Szydło od 2005 roku sprawuje mandat poselski, a Barbara Nowacka poza nieudanym startem w ostatnich Eurowyborach nie miała w zasadzie większego kontaktu z polityką na szczeblu krajowym.

Sztab Beaty Szydło prowadził aktywne działania nakierowane na promocję kandydatki z wykorzystaniem nowych mediów. W wirtualnej przestrzeni już w trakcie kampanii kandydatka PiS była określana mianem premier, na przykład na stronie internetowej wybierzpis.org.pl. Obecność liderki PO w sieci internetowej w dużej mierze była związana z pełnioną funkcją prezes Rady Ministrów. Na kampanię wyborczą online nie położono w sztabie

²¹ *Politolog, specjalista ds. marketingu politycznej UW — Olgierd Annusewicz — w rozmowie z dziennikarzem „Rzeczpospolitej” Michałem Płocińskim* [<http://www4.rp.pl/Wiadomosci/310269878-Partie-potrzebujawyrazistego-lidera.html>] (dostęp: 7.11.2015).

Platformy dużego nacisku. Barbara Nowacka pozostawała aktywna w sieci internetowej, jednak w niewielkim zakresie posiłkowano się wirtualną przestrzenią do promowania kandydatki Zjednoczonej Lewicy. Wykorzystywanie dobrodziejstw Internetu w kampanii wyborczej staje coraz istotniejsze, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę dotychczasowe doświadczenia amerykańskie w tym obszarze.

Kobiety liderki w wyborach parlamentarnych 2015 Perspektywa medioznawcza

Jak już wspomniano we wstępie, określenie ostatniej kampanii wyborczej do parlamentu 2015 mianem „sfeminizowanej” wynika między innymi z faktu, iż na czele trzech ważnych ugrupowań stanęły kobiety. Zaprezentowane w tej części rozważań wyniki analiz doniesień medialnych umożliwią odpowiedź na pytanie: Jakie wizerunki kobiet reprezentujących w kampanii parlamentarnej PO (Ewa Kopacz), PiS (Beata Szydło) i Zjednoczoną Lewicę (Barbara Nowacka) wykreowano w mediach?

Z raportu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów *Scena Polityczna* z października 2015 roku wynikało, iż medialność Ewy Kopacz utrzymywała się na stałym poziomie — miejsce pierwsze przed Jarosławem Kaczyńskim. Jednocześnie najwięcej negatywnych treści pojawiło się w stosunku do liderki PO i aż 12% publikacji w dziennikach ogólnopolskich miało niekorzystny wpływ na jej wizerunek²². Mimo to Ewa Kopacz cieszyła się bardzo dużym zaufaniem społecznym, które uwierzytelniała największa liczba głosów oddanych na jej kandydaturę w wyborach parlamentarnych 2015.

Materiały opublikowane w „Gazecie Wyborczej” (GW) i w „Rzeczpospolitej” (Rz) (por. tab. 7) w okresie od 17 lipca do 25 października 2015 roku, w których przywołano osoby Ewy Kopacz, Beaty Szydło oraz Barbary Nowackiej — to surowiec poddany analizie. Wskazane daty stanowią formalne ramy graniczne, wyznaczające okres kampanii wyborczej przed wyborami parlamentarnymi (Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 17 lipca 2015 r. w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, zarządzonych na dzień 25 października 2015 r. oraz dzień przeprowadzenia powszechnego głosowania tj. 25 października 2015 r.). Badania objęły wyłącznie wydania

²² Raport PRESS-SERVICE Monitoring Mediów *Scena Polityczna* [<http://psmm.pl/pl/raporty-specjalne>] [dostęp: 8.11.2015].

główne dzienników, z wykluczeniem dodatków. Jednostkę pomiarową stanowił wydzielony pod względem graficznym oraz tematycznym fragment tekstu, pochodzący z analizowanych egzemplarzy „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. Weryfikowany zbiór składał się ze 168 egzemplarzy, po 84 dla każdego z dwóch dzienników. W ten sposób wyodrębniono 816 jednostek poddanych badaniu (381 GW, 435 Rz).

Tabela 7

Widoczność medialna Ewy Kopacz, Beaty Szydło, Barbary Nowackiej
w wybranych dziennikach

Badane media	Imię i nazwisko kandydatki		
	Ewa Kopacz	Beata Szydło	Barbara Nowacka
„Gazeta Wyborcza”	247	113	21
„Rzeczpospolita”	278	128	29
Łącznie	525	241	50

Źródło: Analiza własna na podstawie zebranych materiałów. W tabeli przedstawiono liczbę tekstów, w których wystąpiły powołania na wskazane osoby.

Zainteresowanie dziennikarzy osobą Ewy Kopacz poświadczają dane zgromadzone w tabeli 7 pokazujące, iż z grupy „trzech analizowanych lidererek” to ona była najczęściej obecna w materiałach wybranych dzienników. Szczególna widoczność Ewy Kopacz wynikała z tego, iż pełniła funkcję premiera, a więc nie tylko prowadziła kampanię wyborczą, ale realizowała swoje codzienne obowiązki prezesa Rady Ministrów. Systematycznie o liderkach partyjnych pisywali dziennikarze „Rzeczpospolitej” — zwłaszcza Paweł Majewski (71), Andrzej Stankiewicz (55), Marcin Pieńkowski (38), Michał Szułdryński (21), Jacek Nizinkiewicz (26) i Eliza Olczyk (14). Materiały Renaty Grochał (52), Agaty Kondzińskiej (45), Pawła Wrońskiego (30), Agnieszki Kublik (15), Tomasza Bieleckiego (12), Wojciecha Czuchnowskiego (11), Moniki Olejnik (11) i Witolda Gadomskiego (11) — piszących dla „Gazety Wyborczej” to publikacje drugiego z badanych dzienników, które najczęściej odwoływały się do postaci Ewy Kopacz, Beaty Szydło i Barbary Nowackiej. Na temat lidererek partyjnych pisywano głównie w kontekście krajowym, odnosząc się do bieżących wydarzeń, zwłaszcza w perspektywie toczącej się kampanii wyborczej. Artykuły zwykle zamieszczano w sekcji „Kraj” (GW rubryka „Wydarzenia”), ale w „Rzeczpospolitej” kilka rozbudowanych materiałów opublikowano w sekcji „Opinie”, na przykład Piotr Semka *Porażka na własne życzenie* (22.10.2015) lub Anna Patrycja Czepiel *Śmieciowa debata nad rynkiem pracy* (3.08.2015). Większość jednostek objętych badaniem wpisywało się w grupę gatunków informacyjnych, choć pojawiły się także komentarze czy felietony.

Podstawowy wniosek, który można wysunąć na podstawie danych zgromadzonych w tabeli 8, to stwierdzenie, iż najczęściej w tytułach artykułów odnalezionych w badanych dziennikach przywoływano osobę Ewy Kopacz, co wynikało w dużej mierze z relacjonowania przez redakcje bieżących działań rządu. W stosunku do Ewy Kopacz, Beaty Szydło i Barbary Nowackiej w tytułach artykułów publikowanych na łamach „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” używano następujących sformułowań: a) odwołania do pełnionych funkcji, czyli w przypadku Ewy Kopacz było to określenie „premier” (np. Michał Szuldrzyński: *Premier minimalizuje straty* Rz 22.07.2015), względem Beaty Szydło zaś stosowano zwrot „poseł” (np. Bartłomiej Kuraś: *Bardzo tajemnicza pani poseł Beata Szydło* GW 11.09.2015); b) używano samego imienia kandydatek (np. Paweł Wroński: *Pojedynek Beaty i Ewy* GW 22.07.2015); c) redakcje posługiwały się samymi nazwiskami liderek partyjnych (np. Agnieszka Kublik, Sebastian Klauziński: *Nowacka liderka wszystkich liderów* GW 7.10.2015, Paweł Wroński: *Kopacz listy pisze* GW 11.08.2015, Bartłomiej Kuraś: *Szydło rządziła na festynach* GW 18.08.2015); d) podawano pełne imię i nazwisko (np. Tomasz P. Terlikowski: *Absurdy Ewy Kopacz* Rz 18.07.2015, Renata Grochal: *Pusty gest Beaty Szydło* GW 3.10.2015); e) posługiwano się innymi określeniami: „kandydatki” (np. Paweł Majewski: *Jak zaplecza kandydatek walczyły w kuluarach* Rz 20.10.2015), „panie” (np. Andrzej Stankiewicz: *Niewykorzystane starcie pań* Rz 20.10.2015) lub „liderki” (np. Agnieszka Kublik, Sebastian Klauziński: *Nowacka liderka wszystkich liderów* GW 7.10.2015); f) aluzyjne, nowe zwroty, frazeologizmy (np. Michał Ogórek: *DeBeata wyborcza* GW 17.10.2015). Najczęściej w tytułach publikacji stosowano formę oficjalną, używając pełnego imienia i nazwiska kandydatki lub samego nazwiska, jednej z trzech liderek reprezentujących ważne podmioty polskiej sceny politycznej.

Tabela 8

Odwołania do Ewy Kopacz, Beaty Szydło i Barbary Nowackiej
w tytułach artykułów opublikowanych na łamach badanych dzienników

Badane media	Ewa Kopacz	Beata Szydło	Barbara Nowacka
„Gazeta Wyborcza”	20	13	2
„Rzeczpospolita”	17	2	1
Łącznie	37	18	3

Źródło: Analiza własna.

Kolejnym obszarem analiz uczyniono warstwę wizualną — zdjęcia zamieszczone w okresie badawczym na łamach wybranych dzienników, na których można było odnaleźć Ewę Kopacz, Beatę Szydło i Barbarę Nowacką. W badanym okresie liderki partyjne pojawiły się na 77 zdjęciach (28 GW 49 Rz) (por. tab. 9).

Tabela 9

Liderki partyjne na zdjęciach w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”

Badane media	Imię i nazwisko kandydatki		
	Ewa Kopacz	Beata Szydło	Barbara Nowacka
„Gazeta Wyborcza”	23	8	5
„Rzeczpospolita”	35	21	8
Łącznie	58	29	13

Źródło: Analiza własna. Fotografie, na których jednocześnie występowały Ewa Kopacz, Beata Szydło i Barbara Nowacka, zostały przypisane do każdej z osób. W związku z tym wskazana w tabeli liczba fotografii po podsumowaniu wynosi 100 i jest wyższa niż liczba zdjęć, na których uwidoczniono liderki partyjne (77).

Zasadniczo fotografie można podzielić na trzy grupy: a) zdjęcia, na których uwidoczniono tylko liderki partyjne, b) zdjęcia, na których obok wskazanych kobiet pojawiają się inni ludzie, c) zdjęcia przedstawiające razem Ewę Kopacz, Beatę Szydło czy Barbarę Nowacką. Najliczniejszą kategorię tworzą fotografie ukazujące wyłącznie liderki partyjne (30). Niewiele mniejszy zestaw obejmuje zdjęcia kandydatek w towarzystwie innych osób (28). Na 16 zdjęciach uwidoczniono zarówno Ewę Kopacz, jak i Beatę Szydło, ale można również wskazać zdjęcia (3) przedstawiające postaci trzech liderek partyjnych. Ewa Kopacz była fotografowana podczas oficjalnych wystąpień w roli prezes Rady Ministrów, na przykład podczas posiedzeń Sejmu, konferencji prasowych, uroczystości państwowych oraz wydarzeń związanych z toczącą się kampanią wyborczą (spotkania z wyborcami). W przypadku Beaty Szydło można wskazać wiele zdjęć o charakterze portretowym, a także fotografie przedstawiające kandydatkę PiS w ławach sejmowych, w związku z realizowaną funkcją poselską, jak i podczas spotkań wyborczych. Fotografie portretowe to dominujący sposób ukazywania liderki Zjednoczonej Lewicy. Redakcje dzienników zamieszczały zdjęcia portretowe na pierwszych stronach, zapowiadając materiał dotyczący kampanii wyborczej. Wskazane elementy wizualne towarzyszyły prezentacji postulatów wyborczych kandydatek oraz służyły oznaczeniu na mapie wyborczej obszaru, z którego dana osoba kandydowała. Starcie PO — PiS czy też Kopacz — Szydło — to najczęstszy kontekst kampanii parlamentarnej 2015 roku, znajdujący swoje odzwierciedlenie także na zdjęciach, gdyż na wielu fotografiach (16) liderki dwóch najważniejszych ugrupowań politycznych uwidaczniano razem, na przykład w związku z udziałem w debacie.

Postać Jarosława Kaczyńskiego znalazła się na 9 zdjęciach w „Rzeczpospolitej” i na 11 w „Gazecie Wyborczej”. Jeszcze bardziej wyeksponowano osobę Andrzeja Dudy, którego można było odnaleźć na 25 fotografiach w „Gazecie Wyborczej” i na 21 w „Rzeczpospolitej”. Inne osoby pojawiające się w analizowanych materiałach to: Paweł Kukiz, Ryszard Petru, Donald Tusk, Bronisław Komorowski. Ewa Kopacz wystąpiła w roli lidera PO, pia-



„Gazeta Wyborcza”, 20.10.2015 r.



„Rzeczpospolita”, 2.10.2015 r.



„Rzeczpospolita”, 15.10. 2015 r.



„Rzeczpospolita”, 13.10.2015 r.

Ryc. 1. Przykłady zdjęć z postaciami Ewy Kopacz, Beaty Szydło i Barbary Nowackiej opublikowane w badanym okresie na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej”

stującego urząd Premiera RP — taką kreację w okresie kampanii było widać również na zdjęciach. Natomiast patrząc na kandydatkę PiS przez pryzmat publikacji odnalezionych na łamach badanych dzienników, można stwierdzić, iż Beata Szydło to „nowa twarz PiS”, choć na fotografiach widać, że najbardziej eksponowaną postacią partii, w wyniku wygranych wyborów prezydenckich był Andrzej Duda. Ponadto wyraźnie uwidaczniano nieślabnącą pozycję „przywódcy” oraz moderatora strategii wyborczej Prawa i Sprawiedliwości — Jarosława Kaczyńskiego. Agnieszka Kublik i Iwona Szpala określiły Ewę Kopacz i Beatę Szydło mianem: *Kobiety niewyzwolone* (GW 26—27.09.2015), a pytanie postawione w lidzie przywołanego artykułu, jest jak odpowiedź na pytanie o rolę dwóch głównych rywelek odgrywaną w macierzystych partiach oraz o ich funkcję sprawowaną w trakcie kampanii: „Ewa Kopacz walczy o być albo nie być. Swoje i Platformy. Dla Beaty Szydło batalia o fotel premiera to tylko kolejne partyjne zadanie?” Zatem z perspektywy autorek cytowanego tekstu, Ewa Kopacz to partyjna liderka, Beata Szydło zaś to „partyjny żołnierz”, wykonujący rozkaz, co nie zmienia faktu, że w przypadku obydwu kobiet nie można mówić o pełnej niezależności od męskich gremiów decyzyjnych.

W przypadku premier Ewy Kopacz informacje publikowane w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” w okresie od 17 lipca do 25 października 2015 roku dotyczyły zadań realizowanych w związku z bieżącą polityką rządu (np. Leszek Kostrzewski, Piotr Miączyński: *Kopacz odmraża pieniądze dla urzędników* GW 4.09.2015; Barbara Oksińska: *Rząd przegrywa z węglem* Rz 24.09.2015) oraz prowadzoną kampanią wyborczą. Redaktorzy odnosili się do pomysłu wyjazdowych posiedzeń rządu RP w trakcie kampanii (np. Maciej Majewski: *Wizerunkowy problem z wyjazdami* Rz 30.07.2015). Przytaczano liczne wypowiedzi liderki PO, w których podsumowywała rządy swojej partii (np. Renata Grochal: *Premier się stara, a Platforma śpi* GW 30.09.2015), przedstawiała propozycje zmian (np. Krystyna Babiak, Michał Koczan: *Umowy śmieciowe: dobra diagnoza, zła recepta* Rz 22.10.2015), ale również straszyla opozycją (np. Renata Grochal, Jarosław Kurski: *Kopacz: Nie chcę żyć w państwie wyznaniowym* GW 29.07.2015). Ewa Kopacz pojawiała się bardzo często w artykułach poruszających sprawę uchodźców (np. Tomasz Bielecki: *Składka na uchodźców* GW 24.09.2015; Anna Słojewska: *Powstrzymać uchodźców* Rz 24.09.2015). W trakcie kampanii wróciła sprawa afery podsłuchowej (np. Michał Szuldrzyński: *Bohaterów taśm rozliczą wyborcy* Rz 20.07.2015), która Ewie Kopacz mocno komplikowała budowanie pozytywnego wizerunku PO. Dziennikarze opisywali również napięte relacje na linii prezydent Andrzej Duda — rząd Ewy Kopacz (np. Janina Blikowska, Joanna Ćwiek: *Kto zawinił w aferze „dłoniowej”* Rz 2.10.2015; Paweł Wroński: *Prezydent nie uznaje premiera* GW 25.09.2015). Ekspertcy wypowiadali się na temat błędów popełnianych przez Platformę Obywatelską (np. Paweł

Majewski: *Ciągle te same błędy* Rz 22.10.2015), a także oceniali prowadzoną kampanię i wieścili przegraną partii Ewy Kopacz w wyborach parlamentarnych (np. Andrzej Stankiewicz: *Zmierzch Platformy władzy* Rz 21.10.2015).

Beata Szydło — podobnie jak liderka PO — w analizowanym okresie prezentowała program wyborczy swojej partii (np. Piotr Markiewicz: *Pisowskie obietniki* GW 2.09.2015; Paweł Majewski: *Wolny rynek nie służy pacjentowi* Rz 15.09.2015), atakowała konkurencyjne ugrupowanie (np. Paweł Majewski: *Zielona wyspa vs. wyższe płace* Rz 2.10.2015), wzywała do poparcia swojej partii, uczestniczyła w konwencjach (np. Tomasz Dybalski, Agata Kondzińska: *Pochwała niemieckich proszków na konwencji PiS* GW 23.10.2015) i spotkaniach (Paweł Majewski: *Krynica. Salon polityczny* Rz 10.09.2015). Beata Szydło podkreślała dobre relacje z prezydentem, które w jej opinii po wygranej PiS gwarantują realizację wyborczych obietnic (Jacek Nizinkiewicz: *Czym prezydentem będzie Andrzej Duda* Rz 22.07.2015). Pod koniec kampanii wyborczej doszło do „samoaktywizacji” prezesa Jarosława Kaczyńskiego, co również nie umknęło uwagi dziennikarzy (np. Agata Kondzińska: *Jazdy Kaczyńskiego* GW 30.09.2015).

Sondaże wyborcze to kolejny temat uwidoczniiony na łamach badanych dzienników w kontekście starcia PO i PiS (np. Paweł Majewski: *Lepszy wizerunek premier Kopacz* Rz 22.07.2015; Tomasz Krzyżak: *PiS wciąż zwiększa przewagę nad PO* Rz 10.09.2015). Dziennikarze poświęcili dużo uwagi procesowi tworzenia list wyborczych przez poszczególne ugrupowania (np. Paweł Wroński: *Kopacz listy pisze* GW 11.08.2015; Paweł Majewski: *Czar marszu po władzę* Rz 31.08.2015).

Najważniejszym medialnym wydarzeniem kampanii parlamentarnej 2015 były debaty liderów. Zanim jednak doszło do starcia, dzięki pośrednictwu mass mediów można było obserwować przepychanki dotyczące ustalenia, czy do debaty powinno dojść, kto z kim winien rozmawiać oraz jaki kształt powinno przybrać spotkanie (np. Paweł Majewski: *Pojedynek nie jest przesądzony* Rz 30.09.2015). Pierwsze starcie Ewy Kopacz i Beaty Szydło przed kamerami miało miejsce 19 października 2015 roku. Efekt rozmowy liderki w studiu telewizyjnym, a raczej jego brak, najlepiej podsumowują pierwsze strony najpopularniejszych polskich dzienników z 20 października 2015 roku, gdzie w „Gazecie Wyborczej” pojawił się tytuł *Remis bez wskazania*, w „Rzeczpospolitej” zaś — *Starcie bez przełomu*. Dziennikarze i eksperci komentujący przebieg debaty mówili o strachu, który opanował kandydatki skupione na defensywie, a nie na konkretach. Zablockowanie możliwości zadawania pytań sprawiło, iż spotkanie przerodziło się w prezentację postulatów wyborczych, przerywaną próbami zaatakowania oponentki, nie dając jednak większych możliwości zmiany wyniku wyborów.

Parlamentarna kampania wyborcza była starciem PO i PiS, Kopacz i Szydło, ale w wyścigu o dobry wynik głosowania wzięła udział jeszcze

jedna kobieta — Barbara Nowacka. W analizowanym okresie na łamach badanych dzienników można odnaleźć zaledwie 50 tekstów, w których pojawiła się liderka Zjednoczonej Lewicy. W „Gazecie Wyborczej” z 7 października 2015 roku opublikowano wywiad z Barbarą Nowacką zatytułowany *Nowacka liderka wszystkich liderów*, przeprowadzony przez Agnieszkę Kublik i Sebastiana Klauzińskiego. Teksty, w których pojawiła się postać lewicowej liderki, dotyczyły utworzenia Zjednoczonej Lewicy (np. Sebastian Klauziński: *Lewica prawie Zjednoczona* GW 31.07.2015; Marcin Pieńkowski: *Lewica idzie jednym frontem do wyborów* Rz 10.08.2015), układania list wyborczych (np. Paweł Majewski: *Dobre miejsce to nie wszystko* Rz 23.10.2015), toczącej się kampanii wyborczej (np. Sebastian Klauziński: *Sobota lewicy* GW 12.10.2015; Marcin Pieńkowski: *Odmlodzona lewica wraca* Rz 5.10.2015) oraz udziału w debacie (np. Wojciech Czuchnowski, Paweł Wroński: *Programy 8 partii w 8 minut* GW 21.10.2015). Szeroko komentowano wystąpienie reprezentanta Razem Adriana Zandberga (np. Paweł Wroński: *Efekt Zandberga* GW 22.10.2015; Janina Blikowska: *Adrian Zandberg „Historyk, działacz i wierzący socjalista”* Rz 22.10.2015). W artykule *Drugie pokolenie do Sejmu* autorstwa Janiny Blikowskiej i Joanny Ćwiek, opublikowanym na łamach „Rzeczpospolitej” 15 października 2015 roku, czytelnik mógł się zapoznać z tekstem na temat dzieci polityków (m.in. Barbara Nowacka, Małgorzata Wassermann, Tomasz Cimoszewicz, Marek Pęk i Przemysław Czarnecki), startujących w wyborach. Rafał Chwedoruk, politolog z Uniwersytetu Warszawskiego, stwierdził, iż „w polityce liczy się nazwisko. Przeciętny wyborca nie zwraca uwagi na imię — czy to ten czy inny Tusk albo Marcinkiewicz. Dlatego właśnie partie starają się, by na ich listach tacy ludzie się znaleźli. Bo to im da głosy”²³. W kontekście udziału lewicy w wyborach polskie mass media zwróciły uwagę na Zjednoczoną Lewicę, która startując jako koalicja, stanęła przed trudnym zadaniem przekroczenia przewidzianego ustawą progu 8% (np. Agnieszka Kublik: *ZLew ustawia się pod sondaż* GW 15.09.2015).

Przed wyborami parlamentarnymi z przeprowadzonego przez CBOS sondażu wynikało, iż największym zaufaniem Polaków cieszył się wówczas prezydent Andrzej Duda (56% ankietowanych), ale na drugim miejscu uplasowała się Ewa Kopacz, której ufało 45% badanych. Trzecie miejsce w tym rankingu zajęła Beata Szydło z wynikiem 39%. Prezes Jarosław Kaczyński cieszył się zaufaniem 31% ankietowanych, reprezentująca Zjednoczoną Lewicę Barbara Nowacka zaś uzyskała wynik na poziomie 25%²⁴. Platforma Obywatelska przegrała starcie z Prawem i Sprawiedliwością, pojedynk

²³ J. BLIKOWSKA, J. ĆWIEK: *Drugie pokolenie do Sejmu*. „Rzeczpospolita” 15.10.2015 r.

²⁴ A. CYBULSKA: *Zaufanie do polityków w ostatnich dniach kampanii wyborczej*. CBOS, komunikat nr 5263, 30.10.2015 r.

Kopacz i Szydło w ringu (Renata Grochal, Agata Kondzińska GW 15.10.2015) podczas debaty był różnie oceniany, ale to Ewa Kopacz uzyskała w wyborach parlamentarnych w skali kraju największą liczbę głosów. „Sukces Szydło jest sukcesem PiS, a to, że Platforma nie spadła poniżej 20 proc., jest olbrzymią zasługą głównie Ewy Kopacz. PO wszystkie siły skierowała na promowanie i podkreślanie roli pani premier i Kopacz udźwignęła ten ciężar. Byłbym dziś bardzo sceptyczny wobec ocen, że Platforma mogła w tych wyborach osiągnąć lepszy wynik...”²⁵. Przywołane słowa zdają się potwierdzać wyniki głosowania oraz liczne badania, w których to Jarosław Kaczyński był prezentowany jako najważniejsza osoba w PiS. Rola i autorytet Beaty Szydło „namaszczonej” na premiera z ramienia PiS — przez pryzmat prezesa partii — traciły swoje znaczenie i rangę. W ostatniej kampanii parlamentarnej medialne odbicie „twarzy lidera PiS” miało niejako potrójny wymiar i przybierało oblicze Jarosława Kaczyńskiego, Andrzeja Dudy i Beaty Szydło, choć starcie dwóch najważniejszych partii było formalnie kreowane jako potyczka Ewy Kopacz i Beaty Szydło.

Podsumowanie

„Jeszcze nigdy w Polsce o władzę nie walczyło tak wiele kobiet. Kobiety mają lepsze maniery, stąd w kampanii wyborczej nie było chwytów poniżej pasa”²⁶ — napisano w niemieckim „Die Welt”. Przywołane słowa stanowią podsumowanie prowadzonych w artykule rozważań. Zaprezentowano dane pokazujące udział kobiet w podziale mandatów do polskiego parlamentu od roku 1989, w celu potwierdzenia widocznej tendencji wzrostowej w tym zakresie. Szczegółowe analizy obrazujące zaangażowanie Polek w ostatnie wybory parlamentarne to ważny argument pozwalający stwierdzić, iż opisywane wydarzenia polityczne miały sfeminizowany charakter.

„Dzisiejsza polityka jest szalenie spersonalizowana i by osiągnąć w niej sukces, trzeba postawić na wyrazistą twarz, z którą ludzie będą partię kojarzyli”²⁷. Medialny portret Ewy Kopacz to obraz prawdziwego przywódcy, na którego barkach spoczywał cały ciężar kampanii wyborczej, prowadzonej przez Platformę Obywatelską, równoległe realizującego zadania związane

²⁵ *Politolog, specjalista ds. marketingu politycznej UW — Olgierd Annusewicz — w rozmowie z dziennikarzem „Rzeczpospolitej” Michałem Płocińskim* [<http://www4.rp.pl/Wiadomosci/310269878-Partie-potrzebujawyrazistego-lidera.html>] (dostęp: 7.11.2015)].

²⁶ *Die Welt: kobiety walczą o władzę w Polsce* [<http://www4.rp.pl/Swiat/310239876-Die-Welt-kobiety-walczawladzewpolsce.html>] (dostęp: 8.11.2015)].

²⁷ *Politolog, specjalista ds. marketingu politycznej UW — Olgierd Annusewicz...*

z pełnieniem funkcji premiera RP. Jednocześnie to właśnie liderka PO pokazała się z najbardziej osobistej i prywatnej perspektywy w czasie ostatniej kampanii wyborczej. Beata Szydło to „twarz” profesjonalnie poprowadzonej kampanii Prawa i Sprawiedliwości w stylu amerykańskim. Wizerunek liderki prawicy wykreowany w mediach był bardzo formalny, surowy, oparty zgodnie z sugestiami dziennikarzy na dwóch najważniejszych fundamentach, jakimi byli Jarosław Kaczyński i Andrzej Duda. Kuratela męskich przywódców, funkcjonujących na polskiej scenie politycznej, sprawowana nad „nie-wyzwolonymi” kobietami, to temat obecny w doniesieniach redakcji badanych tytułów — zwłaszcza w przypadku Beaty Szydło. Barbara Nowacka to osoba oceniana przez komentatorów życia politycznego pozytywnie, jednak nie zdołała odwrócić sytuacji na korzyść Zjednoczonej Lewicy i wprowadzić koalicji do parlamentu. Kampania wyborcza, która stała się przestrzenią dla starcia Kopacz — Szydło czy PO — PiS, zepchnęła na margines innych liderów i ich ugrupowania.

Kandydatki realizowały działania zaplanowane przez sztaby wyborcze, które za pośrednictwem mediów mogli obserwować potencjalni wyborcy. Zaryzykuję stwierdzenie, iż pojawienie się na „wyborczym ringu” Beaty Szydło i Barbary Nowackiej, to odpowiedź na kandydaturę Ewy Kopacz. Tutaj płeć mogła mieć olbrzymie znaczenie. Od początku było wiadomo, że PO do wyborów poprowadzi premier Kopacz. Okres elekcji to czas brutalnej walki o każdy głos. Wystawiając przeciwko kandydatce PO kobiety, sztaby wyborcze PiS i ZL uniknęły komentarzy i oskarżeń o brutalne napaści czy szowinizm. Opisywane kobiety „wymieniały uderzenia”, każda z nich koncentrowała się na innych aspektach prowadzonej kampanii, ale ataków osobistych unikały. Wiele tekstów nie odnosiło się do kandydatek bezpośrednio, a większość omawianych w dziennikach spraw dotyczyła toczącej się wówczas kampanii. Beata Szydło skupiła się na eksponowaniu „dobrej zmiany”, której była spersonalizowanym odpowiednikiem. Ewa Kopacz ostrzegała przed PiS, roztaczając zatrważające wizje Polski pod rządami partii Jarosława Kaczyńskiego. Barbara Nowacka stała się symbolem zjednoczenia polskiej lewicy, nadzieją, ratunkiem, lekarstwem, które miało uchronić ugrupowania lewicowe przez całkowitą destrukcją. Na wizerunki kandydatek wpłynęła sytuacja na scenie politycznej. Największe piętno na obrazie Ewy Kopacz odcisnął kryzys migracyjny i afera taśmowa, atutem zaś w rękach Beaty Szydło i jej sztabu wyborczego była wygrana Andrzeja Dudy. Medialny obraz liderki Zjednoczonej Lewicy był najbardziej neutralny. Barbara Nowacka nie była utożsamiana z polityką, gdyż uprzednio koncentrowała się na działalności społecznej.

Sukces Andrzeja Dudy w wyborach prezydenckich „dodał skrzydeł” zwolennikom partii Jarosława Kaczyńskiego. Uwierzyli w możliwość przejęcia władzy, uzyskali potwierdzenie słuszności przyjętej strategii, postawili na Beatę Szydło, ponieważ sprawdziła się w roli szefowej sztabu kandydata na

prezydenta z ramienia PiS. A na Platformę Obywatelską po przegranej Bronisława Komorowskiego padł strach i to on stał się podłożem błędów, pomyłek systematycznie wytykanych przez media, ekspertów i politycznych oponentów. Redakcje prognozowały klęskę PO w wyborach parlamentarnych, a wyniki głosowania ukazywano w mediach jak spełnienie kasandrycznej przepowiedni zwolenników Ewy Kopacz.

W ostatnich wyborach parlamentarnych postawiono na „kobiece oblicze”, także w kontekście wizualnym, dlatego na fotografiach publikowanych w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” można odnaleźć Ewę Kopacz, Beatę Szydło i Barbarę Nowacką. Wprawdzie sprawy płci żeńskiej nie leżały w centrum zainteresowań sztabów wyborczych, ale Ewa Kopacz próbowała zyskać poparcie środowisk kobiecych, ukazując swoją główną oponentkę, jako osobę nieczułą na problemy współczesnych kobiet.

Oficjalnie na czele nowego rządu stanęła trzecia kobieta w historii Rzeczypospolitej, lecz mimo to „kobiety zbyt często pojawiają się w polityce przy okazji opowiadania dowcipów czy w patriarchalnym klimacie »doceńniania« lub konieczności »chronienia przez mężczyzn swoich kobiet i dzieci« (przez polityków mężczyzn), a zbyt rzadko jako partnerki dialogu. W ten sposób kwestie dotyczące bezpośrednio spraw kobiet są infantylizowane i umniejszane — a w rezultacie marnowane są szanse na zdobycie większej liczby głosów”²⁸.

²⁸ K. PAWLIKOWSKA, D. MAISON: *Polki. Spełnione profesjonalistki, rodzinne panie domu czy obywatelki świata?* Warszawa 2014, s. 117.