

STANOWISKO
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z 4 listopada 2003 roku
w sprawie audiotele w audycjach informacyjnych emitowanych w programach TVP S.A.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na podstawie art.10 ust.3 ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji wzywa nadawcę - Spółkę Telewizja Polska S.A. - do zaniechania używania sondażu SMS-owych audiotele w audycjach informacyjnych.

Uzasadnienie

W październiku bieżącego roku w głównym wydaniu „Wiadomości” w I programie TVP S.A. o godz. 19.30 dwukrotnie poproszono widzów o odpowiedź na sformułowane w audycji pytanie poprzez wysyłanie SMS-ów z odpowiedzią „tak” lub „nie”. Pod koniec audycji podano wynik tego głosowania. W pierwszym przypadku ponadto nie poinformowano widzów o kosztach takiego połączenia. Praktyka ta ma charakter precedensu programowego w audycjach informacyjnych, nie tylko w telewizji publicznej. Dotąd stosowano ją jedynie w audycjach publicystycznych lub w całości bloku programowego (np. w programie TVN 24).

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uważa, że kontynuowanie tej praktyki w audycjach informacyjnych narusza art. 21 ust. 2 pkt 1-3 ustawy. Przepisy te nakładają na publiczne media powinność kierowania się w programach „odpowiedzialnością za słowo”, „rzetelnego ukazywania całej różnorodności wydarzeń i zjawisk” i „sprzyjania swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej”.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uważa, że kontynuowanie praktyki SMS-owego głosowania audiotele:

1. rodzi pokusę, by na czołowym miejscu umieszczać informację, prowokującą do pytań, na które można będzie oczekiwać żywej reakcji społecznej. W celu osiągnięcia większej próbki odpowiedzi i lepszego wyniku finansowego, lepiej przecież ściągać SMS-y przez 25 minut, a nie np. przez 10 minut. Taka praktyka grozi niewłaściwemu hierarchizowaniu kolejności podawanych informacji i swoistemu komercjalizowaniu kryteriów ważności podawanych informacji;
2. odawanie wyniku głosowania nie spełnia wymogów rzetelnej i obiektywnej informacji. Stwarza natomiast wrażenie, że poznajemy pogląd opinii społecznej w jakiejś ważnej kwestii. W rzeczywistości wynik jest tylko próbą aktywności posiadaczy telefonów komórkowych;
3. praktyką taką może być też zainteresowany nie tylko nadawca, ale w celach zarobkowych także operator telefonii komórkowej. Do struktury wewnętrznej audycji informacyjnej wciska się tym samym niejasny interes zarobkowy konkretnej firmy.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji popiera innowacyjność w sposobach komunikowania się nadawców ze społeczeństwem, zwłaszcza w ramach tzw. interaktywności, ale nie kosztem rzetelności i obiektywizmu, do przestrzegania których zobowiązany jest nadawca.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Danuta Waniek