



W związku z licznymi wątpliwościami dotyczącymi emisji spotów związanych z wyborami parlamentarnymi, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyjaśnia, że wszelkiego rodzaju przekazy dotyczące udziału w wyborach, nie zawierające elementów popierających któregokolwiek kandydata, konkretną partię polityczną lub komitet wyborczy nie stanowią przekazu handlowego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji. Dotyczy to szczególnie tzw. spotów profrekwencyjnych, edukacyjnych czy społecznych zachęcających np. do udziału w wyborach, czy skorzystania ze strony internetowej służącej weryfikacji obietnic wyborczych. Ogłoszenia takie nie są zaliczane do limitu czasu reklamowego i nie wymagają oznaczeń właściwych przekazom handlowym.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwraca się z apelem do Nadawców, aby w ramach swoich zadań misyjnych i koncesyjnych informowali telewidzów i radiosłuchaczy zarówno o zasadach wyborczych jak też zachęcali odbiorców do korzystania z prawa wyborczego, które jest jednym z najważniejszych praw obywatelskich.