



O roli mediów w relacjonowaniu kampanii wyborczych na konferencji zorganizowanej przez KRRiT i Kancelarię Prezydenta RP

27 czerwca br. pod hasłem „Media i wybory” odbyła się, zorganizowana wspólnie przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Kancelarię Prezydenta RP, konferencja z udziałem medioznawców, nadawców oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych.

- Zależy nam, aby dyskusja na temat tak ważnego elementu demokracji, jakim są wybory stawała się coraz bardziej profesjonalna. Dlatego zaprosiliśmy do niej zarówno nadawców, którzy relacjonują przebieg kampanii, socjologów, którzy pewne procesy społeczne widzą z szerszej perspektywy, jak i przedstawicieli organizacji pozarządowych, którzy reprezentują społeczeństwo obywatelskie – podkreślał rozpoczynając konferencję Jan Dworak, przewodniczący KRRiT.

W trakcie spotkania poruszono kilka ważnych kwestii związanych ze zjawiskami, zachodzącymi w polskim społeczeństwie w ciągu ostatnich kilkunastu lat. Podkreślano, że wiążą się one zarówno z bardzo dynamicznym rozwojem mediów, zmianami w życiu publicznym i politycznym, ale także rozwijającym się sektorem organizacji pozarządowych, które edukują i wspierają zaangażowanie obywateli np. poprzez działania „profrekwencyjne”.

- Media działając na o wiele bardziej konkurencyjnym rynku niż kilkanaście lat temu, rzadko skupiają się na merytorycznej dyskusji czy debacie. Warto zastanowić się, czy możliwe byłoby organizowanie debat wspólnie przez kilka stacji. Na pewno pomogłoby nam wypracowanie i wspólne przestrzeganie standardów – podkreślał Jarosław Gugala, z telewizji Polsat, który omawiał problemy dziennikarzy związane z relacjonowaniem kampanii wyborczych. Rafał Motriuk, wieloletni dziennikarz BBC przytaczał rozwiązania stosowane przez brytyjskiego nadawcę, które opierają się głównie na przestrzeganiu zasad etyki i wysokich standardach pracy. Profesor Maciej Mrozowski analizując przebieg ostatnich kilku kampanii w Polsce podkreślał, że główny ciężar ich relacjonowania spoczywa na telewizji, dla której przeciwwagą powinny być liczne spotkania kandydatów z wyborcami i ich bezpośredni kontakt z obywatelami, już niekoniecznie w obecności kamer. Jego zdaniem, w polskich kampaniach zdecydowanie brakuje takich elementów konfrontacji ze społeczeństwem. Sporo emocji wzbudziły wyniki badań przytoczone podczas konferencji przez doktora Mikołaja Cześnika wskazujące, że wysoka frekwencja wbrew powszechnej opinii, zwykle nie musi



mieć bezpośredniego wpływu na to, jaki będzie ostateczny wynik wyborów. Jego zdaniem, wysoka frekwencja jest o wiele ważniejsza w kontekście budowania społeczeństwa obywatelskiego.

W drugiej, warsztatowej części konferencji organizacje pozarządowe, w oparciu o dotychczasowe doświadczenia, zaproponowały różne metody pozyskiwania informacji o programach wyborczych kandydatów i samych kandydatach. Zaprezentowane zostały także spoty frekwencyjne i pomysły na rzetelne i ciekawe informowanie o wyborach. W ocenie organizacji ważne jest nie tylko ile czasu nadawcy poświęcili na wybory, ale jaką jakość miały prezentowane przez nich przekazy. Zbyt mało miejsca poświęca się samemu aktowi uczestniczenia obywatela w wyborach.

Przedstawiono także wyniki monitoringu audycji informacyjnych i publicystycznych przeprowadzonego przed wyborami samorządowymi w 2010 r przez KRRiT w lokalnych rozgłośniach radiowych Polskiego Radia oraz przez Fundację Batorego w oddziałach regionalnych Telewizji Polskiej. Przedstawiciel Państwowej Komisji Wyborczej omówił nowe przepisy prawa wyborczego do sejmu i senatu.

Konferencja „Media i wybory” jest kontynuacją działań KRRiT zapoczątkowanych przed ostatnią kampanią wyborczą w 2010 r., zmierzających do rzetelnego informowania zarówno o przebiegu kampanii wyborczej jak i samym udziale w wyborach, który jest ważnym elementem budowania demokratycznego społeczeństwa.

Katarzyna Twardowska
rzecznik prasowy