



STANOWISKO
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z dnia 27 kwietnia 2011 roku

w sprawie obecności nadawców w Internecie
(zwłaszcza w serwisach społecznościowych)
i sposobie informowania o tym w programach radiofonii i telewizji

Obecność nadawców w Internecie, w tym na portalach społecznościowych, stanowi dziś oczywisty element kontaktów ze słuchaczami i widzami. Jest to również forma promowania programu i działań związanych z zadaniami realizowanymi przez nadawcę.

Nadawcy publiczni powinni jednak zachować kontrolę redakcyjną nad treściami upowszechnianymi w Internecie, przede wszystkim przez umieszczanie ich na własnych portalach (w tym w serwisach społecznościowych). Nie powinni odsyłać odbiorcy do umieszczonych w Internecie treści niezbędnych do zrozumienia audycji. Prezentowanie na antenie faktu obecności nadawcy na innych portalach i w serwisach społecznościowych powinno mieć charakter informacji pozbawionej cech reklamy czy też promocji samych portali bądź serwisów.

KRRiT będzie oceniać poszczególne problemy rodzące się w procesie konwergencji mediów. Będzie reagować w sytuacjach, gdy w przekazach dotyczących portali czy stron internetowych wystąpi ukryty przekaz handlowy.