

PKW nie zajmie się spotem za 7 milionów złotych

26 kwietnia 2014

Tadeusz Ross postanowił pozwać Telewizję Republika w trybie wyborczym za publikację jego wypowiedzi na portalu telewizji. Dwa dni temu Ross podkreślił na antenie Telewizji Republika, że rządowy spot z okazji 10-lecia obecności Polski w UE, jak każdy – mało mówi o faktach. „Pewnie jest spotem kampanijnym” – dodał. Polityk PO przyznał więc, że spot jest częścią kampanii wyborczej, zatem Platforma Obywatelska mogła złamać prawo, wykorzystując środki unijne do kampanii wyborczej (w spocie nie pojawia się żadna wzmianka sugerująca, że widz ma do czynienia z materiałem komitetu wyborczego). Teraz Ross twierdzi, że nie wypowiedział takich słów, choć według dziennikarzy Telewizji Republika nagranie przeczy jego wersji.

Zaskakujące stwierdzenie Stefana Jaworskiego, szefa PKW. Ogłosił publicznie, że Państwowa Komisja Wyborcza nie jest od badania, czy zostało złamane prawo wyborcze. To niby od czego jest ta instytucja!?

Podczas konferencji najpierw odbyła się zabawa z losowaniem numerów list wyborczych, ale wszyscy tak naprawdę czekali na opinię PKW o rządowo-platformianym spocie. Politycy PiS zwrócili się bowiem do PKW o zbadanie, czy powinien być finansowany ze środków wyborczych Platformy Obywatelskiej. I tego dotyczyło pierwsze pytanie zadane przez dziennikarzy. Stefan Jaworski, szef PKW, miał przygotowaną opinię, której treść odczytał. Zacytujemy w całości: „Państwowa Komisja Wyborcza nie jest uprawniona do wyrażania opinii ani zajmowania stanowiska w tych sprawach jednostkowych, których ocena wiąże się z ewentualnym takim naruszeniem prawa, do którego stwierdzenia upoważnione są inne organy państwa, w tym prokuratura i sądy. Ze względu na treść artykułów 496, 498 i

499 Kodeksu wyborczego reguła ta dotyczy również emisji i treści materiałów emitowanych w programach nadawców radiowych i telewizyjnych. Państwowa Komisja Wyborcza ponadto niezmiennie zajmuje takie stanowisko we wszystkich sprawach, w których występujący do niej wskazują na działania mogące, wedle ich oceny, stanowić naruszenie przepisów karnych Kodeksu wyborczego. Orzekanie w tych sprawach należy do wyłącznej właściwości organów ścigania i sądów.”

Dopytywany przez dziennikarzy, czy sytuacja jest inna od tej, gdy PKW zajęła stanowisko dotyczące niedawnego spotu Prawa i Sprawiedliwości emitowanego przed IV rocznicą katastrofy smoleńskiej, Jaworski zaskakująco stwierdził: „Przepraszam panią, ale pani tutaj wypowiada nieprawdziwe informacje. Dlatego, że w tej sprawie również się nie wypowiadaliśmy i nie zabraliśmy stanowiska”. Tymczasem media sprzyjające Platformie Obywatelskiej na początku kwietnia przez wiele dni cytowały stanowisko PKW, że w spocie rzekomo „są obecne niedozwolone elementy kampanii”.

Na YouTube pojawiła się anglojęzyczna parodia spotu „10 lat świetlnych”. Niestety – udało się go obejrzeć niewielu internautom, gdyż film został usunięty z serwisu na wniosek... Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju. Parodia kosztującego 7 mln zł rządowego spotu wyśmiewała jego przekaz, według którego Unia Europejska (w domyśle z Platformą) przekształciła biedną, postkomunistyczną Polskę w bogaty i nowoczesny kraj. Internauci, którzy mieli okazję obejrzeć parodię, udostępniali link innym użytkownikom internetu. Niestety – klip szybko został zablokowany na wniosek Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, na którego czele stoi wicepremier Elżbieta Bieńkowska (ta sama, która dostała „dreszczy”, oglądając rządowy spot). Jako pretekst do cenzury posłużyło... roszczenie dotyczące praw autorskich. Czy oznacza to, że z koszmarnie drogich (7 mln zł za jedną minutę filmu!) pomysłów rządu nie można już nawet żartować? A może minister Bieńkowska nie chciała psuć dobrego nastroju ludziom, którzy zarobili na produkcji propagandowego

spotu? Przypomnijmy, że Dyrektor Kreatywny Grupy DDB Marcin Mroszczak, której spółka zależna zrobiła spot „10 lat świet(l)nych”, jest społecznym doradcą prezydenta Bronisława Komorowskiego.

Autorzy: JW (1), gb (akapity 2-4), wg (5)

Źródło: Niezalezna.pl

Kompilacja 3 wiadomości na potrzeby „Wolnych Mediów”