

Łódź, 9 marca 2016 r.

**STANOWISKO INSTYTUTU SPRAW OBYWATELSKICH (INSPRO)
WS. OBYWATELSKIEGO PAKTU MEDIALNEGO**

Środowisko Instytutu Spraw Obywatelskich (INSPRO) dostrzega konieczność reformy mediów i podziela opinię o ich złej kondycji, a także nieciekawych perspektywach, ale nie może się podpisać pod Paktem z następujących powodów:

1. Cele Paktu w najbliższych latach mają małe szanse na realizację w praktyce. Odgrywają więc rolę sztandaru i mają za zadanie dać świadectwo. Uważamy to za bardzo dobrą strategię długofalową. Jednocześnie nie widzimy powodu, dla którego mielibyśmy się ograniczać wyłącznie do reformy mediów publicznych. **Uważamy, że media komercyjne, skoro korzystają z reglamentowanych zasobów państwowych (częstotliwości) powinny mieć charakter publiczny** tak jak np. szkoły niepubliczne mają obowiązek realizować takie same programy jak szkoły publiczne (a tylko sposób finansowania jest inny). Nie widzimy możliwości, aby media publiczne po reformie zarysowanej w Pakcie zachowały znaczącą pozycję. Np. jeżeli narzucimy mediom publicznym wartościowe programy dla dzieci, a równolegle w kanale komercyjnym będzie emitowany reality show, to decyzję o tym co oglądać podejmie ten, który ma większą władzę, czyli rodzic (przypomina to rozwiązanie z czasów stanu wojennego, gdy wprowadzono kartki na słodycze, ale z uwagi na nieposiadanie dzieci można było je wymienić na wódkę i papierosy, co często miało miejsce także w rodzinach z dziećmi). Tak więc, tak jak Ministerstwo Edukacji Narodowej określa programy, które mają realizować wszystkie szkoły z pozostawieniem swobody wyboru podręczników, tak powinien powstać organ regulujący ramy programowe wszystkich nadawców pozostawiając swobodę w zakresie wyboru konkretnych programów w ramach danego pasma. **Przy takim rozwiązaniu możemy poprzeć całkowity zakaz reklamy w mediach publicznych.** Propozycja zawarta w Pakcie w naszej opinii przyczyni się do dalszej marginalizacji mediów publicznych w starciu z mediami komercyjnymi, albowiem dopóki korzystanie zwłaszcza z telewizji ma charakter rodzinny, zazwyczaj wybierane będą programy cieszące się zainteresowaniem większości, czyli nastawione na komercję.

2. Propozycja ograniczenia reklam w mediach publicznych docelowo do 25% jest prawdopodobnie bez intencji autorów pomysłem na przesunięcie ogromnych środków finansowych do mediów komercyjnych bez żadnych dodatkowych zobowiązań z ich strony. Nie możemy się pod tym podpisać. **Poprzemy takie rozwiązanie, jeżeli na media komercyjne zostaną, odpowiednio do przesunięcia środków finansowych, nałożone zobowiązania do realizacji misji publicznej, o czym mowa w punkcie 1 powyżej.** Medium komercyjne nie zainteresowane realizacją misji nie może korzystać z zasobów państwowych (częstotliwości). Może natomiast wykorzystywać satelitarne, kablowe i internetowe kanały dotarcia do gospodarstw domowych.

3. Przy obecnych zapisach Paktu, nie możemy się zgodzić na korzystanie z Funduszu Misji Publicznej przez media niepubliczne, o ile nie będą zobowiązane do realizacji misji publicznej (patrz punkt 1). Proponowane w Pakcie rozwiązanie jest podobne do obecnego, fatalnego rozwiązania w służbie zdrowia, gdzie prywatne placówki korzystają z funduszy publicznych NFZ koncentrując się na leczeniu najbardziej rentownych przypadków i wycofując się z bardziej skomplikowanych, a więc mniej rentownych świadczeń medycznych. **O ile nie ma zgody na punkt 1, to rekomendujemy nie mieszać mediów publicznych z komercyjnymi w żadnym obszarze, bo te drugie dysponując bardziej „agresywnymi” prawnikami i know-how zawsze znajdą sposób, by ten wyścig po zasoby publiczne wygrać w oparciu o najniższą jakość.**

4. Last but not least, nie wiedząc kto się pod Paktem podpisze, mamy duży dyskomfort odnalezienia się w towarzystwie osób i organizacji, które żyrowały dotychczasowy kształt ładu medialnego w Polsce. Szerzej rozwinął ten wątek p. Jacek Żakowski w dyskusji e-mailowej, więc na tej uwadze porzestaniemy.

W imieniu Instytutu Spraw Obywatelskich
INSPRO

Fundacja
Instytut Spraw Obywatelskich
Iłona Pietrzak
Wiceprezes Zarządu

Iłona Pietrzak

Fundacja
Instytut Spraw Obywatelskich
ul. Pomorska 40, 91-408 Łódź
tel./fax 42-630-17-49
NIP7251872505, Regon 473224144

2