

INFORMACJA PRASOWA

Media państwowe trzecim najbardziej dotowanym sektorem gospodarki !

Według najbardziej aktualnych danych w 2002 roku państwo polskie udzieliło przedsiębiorstwom pomocy o wartości 10 277 mln PLN. W tym samym roku media państwowe otrzymały 917 mln PLN tytułem podatku abonamentowego. Oznacza to, że są one trzecim najbardziej dotowanym sektorem gospodarki:

Pomoc publiczna według sektorów gospodarki (w miliardach złotych)	
	2002
Kolejnictwo*	2,00
Górnictwo węgla kamiennego*	1,71
Media państwowe**	0,91
Budownictwo okrętowe*	0,25

* UOKiK – Raport o pomocy publicznej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2002 roku

** KRRiTV – strona internetowa KRRiTV

Dotacja przyznana mediom państwowym powodem dumpingu na rynku reklamy!

Triumf demokracji w roku 1989 umożliwił powstanie mediów prywatnych. Dzięki ich istnieniu wzrosła różnorodność i jakość oferty prasowej, telewizyjnej i radiowej. Jest to szczególnie widoczne w ostatnim czasie - to właśnie dzięki mediom prywatnym, a nie państwowym światło dzienne ujrzały wszystkie największe afery polityczno-gospodarcze, jak np. afera Rywina, afera Starachowicka czy sprawa PKN Orlen.

Niestety, tak duże wsparcie kapitałowe, połączone z brakiem przejrzystości finansowej mediów państwowych, a przede wszystkim brakiem definicji i egzekwowania misji publicznej, stanowią zagrożenie dla rozwoju rynku mediów i kultury polskiej. Dotacja, przyznana państwowym firmom pozwala im uprawiać dumping cenowy na rynku reklamy. Z tego rynku żyją prywatne telewizje, radio, magazyny i gazety. To one są, na co dzień mecenasami kultury. Czym mniej zarobią na rynku reklamy, tym mniej przeznaczą na rozwój, na zamówienia ambitniejszej produkcji o charakterze kulturalno-artystycznym, tym mniejsze będą miały możliwości śledzenia i informowania opinii publicznej o poczynaniach władz i biznesu.

Przykładem może być niezależna prasa lokalna, która już w zasadzie przestała istnieć, bo nie była w stanie się utrzymać. Część przeszła w ręce kapitału zagranicznego, pozostali musieli sięgnąć po pieniądze lokalnych władz i biznesmenów, a wraz z nimi skończyła się ich niezależność. Skali szkód dla rozwoju lokalnej demokracji możemy się tylko domyślać.

Dlatego chcemy zapytać:

- ❑ Czy dotacje, przekazywane na instytucje zamiast na realizację misji publicznej, to najlepszy sposób interwencji państwa na rynku mediów?
- ❑ Czy nie lepiej przeznaczyć pomoc publiczną na tworzenie audycji i programów misyjnych, a skończyć z przejadaniem jej przez instytucje?
- ❑ Może już czas zdefiniować, co stanowi misję publiczną oraz jak rozliczać instytucje państwowe z jej realizacji?

Unia Europejska wymaga zdefiniowania misji oraz ograniczenia pomocy publicznej tylko do poziomu wymaganego przez jej wypełnianie !

Traktat Europejski jest najważniejszym źródłem prawa wspólnotowego. Z zasady zakazuje on udzielania pomocy publicznej, która powoduje nieuzasadnione uprzywilejowanie kogoś z przedsiębiorców. Pojawienie się coraz większej liczby nadawców prywatnych rozpoczęło w UE dyskusję na temat pomocy publicznej dla państwowych mediów. W 1997 roku w Amsterdamie do Traktatu Wspólnoty Europejskiej dołączono wiele protokołów regulujących różne kwestie, w tym protokół o systemie publicznej radiofonii i telewizji. Państwa członkowskie potwierdziły w nim istotną rolę nadawców, wypełniających misję publiczną, która jest blisko związana z demokratycznymi, społecznymi i kulturalnymi potrzebami każdego społeczeństwa¹. Ponadto protokół ten stanowi, że każde państwo może zdefiniować i zorganizować nadawców publicznych wedle własnego uznania poprzez nadanie im zadań, które uznane są za zgodne z interesem publicznym². Potwierdza on, że Traktat Wspólnoty Europejskiej nie zakazuje możliwości finansowania nadawców publicznych ze środków publicznych, jednak pod warunkiem, że finansowanie to jest przekazane wyłącznie na wykonanie zadań misyjnych i że nie wpływa na sytuację rynkową i konkurencję na obszarze Wspólnoty w stopniu sprzecznym ze wspólnym interesem³.

Aby rozwiązać niepewności wynikające z tak lakonicznego rozstrzygnięcia konfliktu pomiędzy zasadą wolnej konkurencji, a prawem państw członkowskich do finansowania nadawców misyjnych, Komisja Europejska pod koniec 2001 wydała komunikat w sprawie stosowania zasad pomocy publicznej wobec mediów wypełniających misję publiczną (Public Service Broadcasters). Co prawda komunikaty nie są źródłem prawa Wspólnotowego, jednak sygnalizują one, jak Komisja Europejska interpretuje jego przepisy.

Komisja potwierdziła, że z zasady wybór sposobu finansowania mediów wypełniających misję publiczną zależy tylko i wyłącznie od państwa członkowskiego, jednakże wezwała te państwa do precyzyjnego zdefiniowania, co stanowi działalność

¹ ang. *confirms the importance attached by the Member States to the role of public broadcasting, which is closely linked to the democratic, social and cultural needs of each society*

² ang. *each Member State may define and organise public broadcasting as it sees fit by attributing to it the tasks which are deemed appropriate in the interests of the public*

³ ang. *the Treaty does not predetermine the powers of the Member States to fund public broadcasting insofar as such funding is granted to ensure only the performance of the public service tasks and insofar as such funding does not affect trading conditions and competition in the Community to an extent which would be contrary to the common interest*

Informacja do dyskusji n/t mediów państwowych Nr. 1

misyjną⁴. Zagroziła również, że będzie interweniować w przypadkach zachwiania konkurencji poprzez pomoc publiczną, która nie może być uzasadniona potrzebą wykonania misji⁵.

„W komunikacie Komisja Europejska wymienia przykładowe sytuacje, gdzie może dojść do naruszenia reguł konkurencji, i tak np. usługi czy działalność programowa nadawcy publicznego, wyceniana poniżej kosztów, które musiałyby (wydać na takie usługi) racjonalnie działający nadawca komercyjny, nie będą uznane za nieodłącznie związane z misją publiczną i stanowiło naruszenie reguł konkurencji.”⁶

Należy zdefiniować misję i egzekwować jej wykonanie: Pieniądze publiczne tak, ale na konkretne zadania !

Tak długo, jak misja publiczna nie jest precyzyjnie określona, obywatele nie mogą skutecznie rozliczać polityków i mediów państwowych z jej realizacji. Metoda definicji musi uwzględniać fakt, że jej określenie - poprzez decyzję o dystrybucji pieniędzy zebranych od obywateli – jest decyzją polityczną. Jednak rolę polityków należy ograniczyć tylko do zdefiniowania jej zakresu, w tym określenia obszarów tematycznych oraz procentowego podziału między nie funduszy publicznych. Decyzja ta musi być podejmowana regularnie i w sposób publicznie widoczny, tak, aby preferencje grupy będącej aktualnie u władzy nie były narzucone raz na zawsze.

Dlaczego o przyszłości mediów publicznych dyskutują na ich antenie wyłącznie związane z nimi osoby?

13 września „Panorama” poinformowała o nowej koncepcji naprawy mediów państwowych. Podczas programu do głosu dopuszczono: Danutę Waniek (KRRiTV), Ryszarda Paćławskiego i Jana Dworaka (TVP), oraz Andrzeja Długosza (PR). Wszyscy byli przeciw propozycji.

Nikt jednak nie zatroszczył się o to, by użyć głosu w debacie drugiej stronie, co w przypadku mediów publicznych jest nie tylko dobrym obyczajem, ale i ustawowym obowiązkiem. Jeżeli takie jest rozumienie swej misji przez media państwowe, to tym bardziej należy w nich przeprowadzić radykalne zmiany !

„Przejrzyste Media”

⁴ ang. *establish a precise definition of the public service remit*

⁵ ang. *the Commission will intervene in cases where a distortion of competition arising from the aid cannot be justified with the need to perform the public service*

⁶ Biuletyn Informacyjny KRRiTV, styczeń-luty 2004