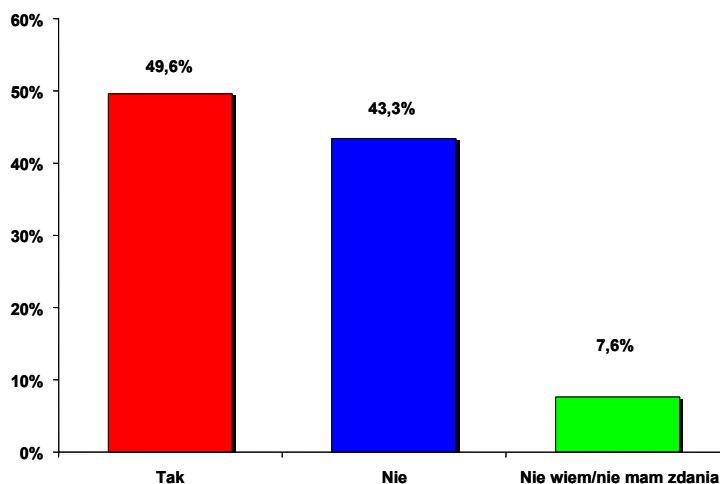


Mniej niż połowa Polaków chce płacić abonament

W drugiej połowie października firma CASE przeprowadziła badania na 1867 osobowej reprezentatywnej próbie Polaków. Celem badania było m.in. poznanie poglądu Polaków na tzw. abonamentu. Z badania wynika, że mniej niż połowa Polaków chce w przyszłości płacić abonament:

Pytanie: Czy w przyszłości chce Pan(i) płacić abonament?

Odpowiedź:



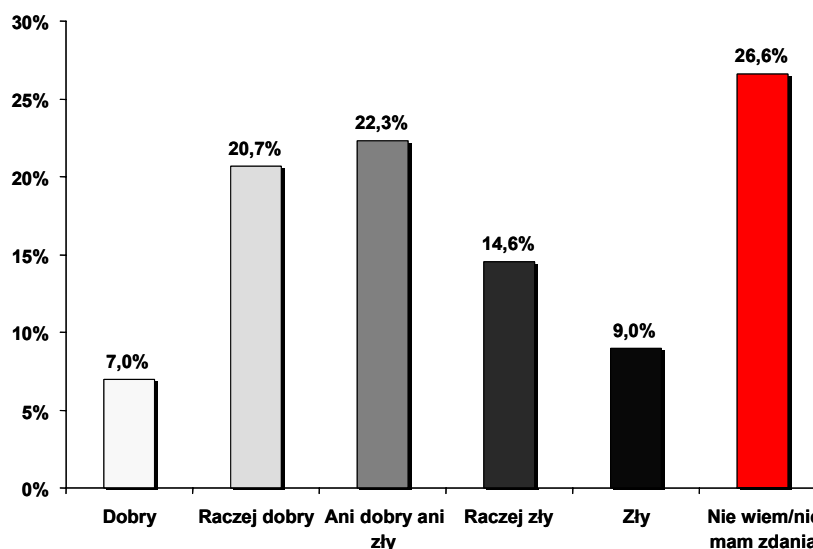
Polacy nie wiedzą, co się dzieje z abonamentem

Z badania również wynika, że Polacy nie wiedzą, jak jest wykorzystywany abonament.

Pytanie: Proszę powiedzieć, czy Pani/Pana zdaniem Telewizja Polska (TVP) wykorzystuje pieniądze z abonamentu w sposób:

Dobry, Raczej dobry, Ani dobry, ani zły, Raczej zły, Zły, Nie wiem

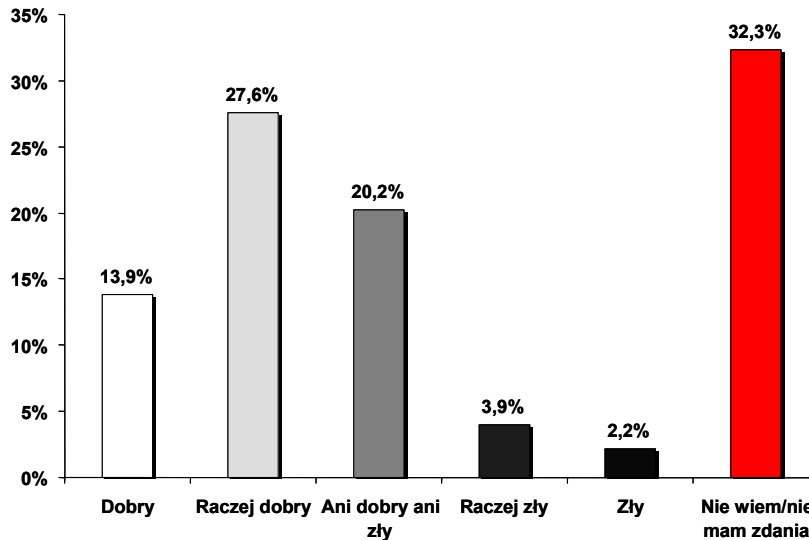
Odpowiedź:



Pytanie: A czy Pani/Pana zdaniem Polskie Radio wykorzystuje pieniądze z abonamentu w sposób:

- Dobry, Raczej dobry, Ani dobry, ani zły, Raczej zły, Zły, Nie wiem

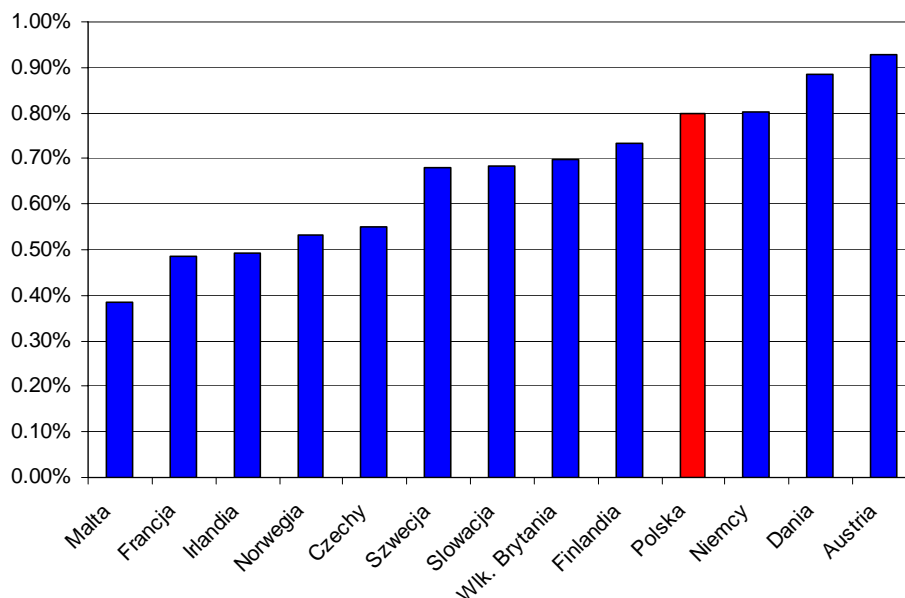
Odpowiedź:



Polski abonament jednym z najwyższych abonamentów w Europie

Gdy uwzględni się poziom dochodów w Polsce to okaże się, że wbrew twierdzeniom KRRiTV poziom abonamentu w Polsce jest jednym z najwyższych w Europie:

Abonament jako % PKB na głowę



Źródło: KRRiTV (abonament w Euro), GUS (PKB na głowę)

Nie istnieje europejski model finansowania mediów państwowych

W Unii Europejskiej decyzja o finansowaniu mediów państwowych, oraz określenie sposobu tego finansowania leży w gestii państw narodowych. Dlatego w poszczególnych państwach UE funkcjonuje wiele sposobów finansowania mediów państwowych:

Sposób finansowania	Stacja (Kraj) stosowania
Abonament	BBC (Wlk. Brytania), DR (Dania), SVT (Szwecja)
Abonament i reklama	ZDF (Niemcy), ARD (Niemcy), RTE (Irlandia), NOS oraz Broadcasting Assoc. (Holandia), ORF (Austria)
Abonament, reklama, oraz finansowanie z budżetu	FR2 i FR3 (Francja), RAI (Włochy), ERT (Grecja), TV2 (Dania)
Abonament, finansowanie z budżetu i sektora prywatnego	YLE (Finlandia)
Reklama	Channel 4 (Wlk. Brytania)
Reklama/sponsoring oraz finansowanie z budżetu	TVE (Hiszpania), RTP (Portugalia), BRTN (Belgia), RTBF (Belgia)

Źródło: Parlament Europejski

Powoływanie się w debacie publicznej o mediach na europejski model finansowania mediów państwowych jest nadużyciem, ponieważ model takie nie istnieje.

Abonament jest szkodliwy

Na realizację misji należy i można przeznaczyć więcej środków. Ale najpierw trzeba zlikwidować abonament, oraz umożliwić kontrolę pieniędzy publicznych przeznaczonych na misję. Abonament należy zlikwidować, ponieważ jest szkodliwym sposobem realizowania szczytnego celu.

Abonament jest szkodliwy dla kultury. Dotacja przyznana państwowym firmom pozwala im uprawiać dumping na rynku reklamy. Z tego rynku żyją telewizje, radio, magazyny i gazety. To one są, na co dzień mecenasami kultury. Czym mniej zarobią na rynku reklamy, tym mniej przeznaczą na zamówienie prac artystów. Zjawisko to zwłaszcza mocno dotyka twórców młodych i niezależnych, którzy nie posiadają wyrobionych doświadczeń i pozycji w mediach państwowych.

Abonament jest również szkodliwy dla różnorodności mediów. Dumping mediów państwowych jest szczególnie dotkliwych dla mediów małych i niszowych takich jak lokalne radiostacje i gazety. Niezależna prasa lokalna, już w zasadzie przestała istnieć, bo w obliczu dumpingu mediów państwowych nie była w stanie utrzymać się z reklamy. Część niezależnej prasy lokalnej przeszła w ręce kapitału zagranicznego, pozostali musieli sięgnąć po pieniądze lokalnych władz i biznesmenów, a wraz z sięgnięciem po to pieniądze skończyła się ich niezależność. Wraz z upadkiem niezależnej prasy lokalnej zmniejszyła się możliwość informowania opinii publicznej o poczynaniach władz i biznesu. A tym samym pogorszyła się jakość lokalnej demokracji.

Co zamiast abonamentu?

Po pierwsze rozliczyć wykorzystanie pieniędzy publicznych. Chcemy wiedzieć, na co i jak wydawane są pieniądze publiczne. Los każdej złotówki zebranej pod przymusem państwa musi być znany i opisany. Zgoda na zbieranie pieniędzy od obywateli, może być dana tylko wtedy, gdy władza rozliczy się ze sposobu wydania dotychczas otrzymanych pieniędzy.

Dlatego dziś ponawiamy pytania, które zostają bez odpowiedzi od ponad miesiąca:

1. Dlaczego na stronach internetowych TVP nie ma szczegółowych sprawozdań finansowych TVP za ostatnie trzy lata? Czy prezes TVP boi się udostępnić szczegółowe sprawozdania finansowe swojej firmy? Dlaczego?
2. Kiedy prezes TVP przekaże opinii publicznej konkretne i szczegółowe rozliczenie z wykorzystania abonamentu? Dlaczego nie zrobił tego do tej pory?
3. Kiedy prezes TVP przekaże opinii publicznej listę programów zrobionych za pieniądze z abonamentu? Jeżeli media państwowe dostają dotacje w postaci abonamentu to powinny nam powiedzieć, na co pożytkowana jest dotacja, czyż nie tak?
4. Kiedy prezes TVP przekaże opinii publicznej pełną listę organizacji i wydarzeń sponsorowanych, przez TVP w roku 2003 oraz w trzech pierwszych kwartałach 2004?

Na przyszłość domagamy się, aby władze mediów państwowych:

1. Wykazały, że pieniądze publiczne zostały wydane zarówno zgodnie z przeznaczeniem¹ jak i efektywnie².
2. Regularnie przedstawiały obywatelom szczegółowe sprawozdania wraz z analizami pozwalającymi ocenić celowość i efektywność wydatkowania pieniędzy przez media państwowe.
3. Zaprzestały utajniania informacji służących do oceny ich poczynań. A w szczególności, aby:
 - a. odtajniły raporty zewnętrznych ekspertów na ten temat, oraz
 - b. upubliczniły informacje o toczących się, oraz unieważnionych postępowaniach przetargowych,
 - c. udostępniały dziennikarzom informacje potrzebne do oceny poczynań mediów państwowych (za karygodną uznajemy wprowadzoną ostatnio praktykę odmowy udostępnienia informacji o siatce płac TVP).

Po drugie zdefiniować misję publiczną. Pieniądze zbierane pod przymusem państwa muszą być wydawane na cel ważny i potrzebny, a decyzja o wydaniu pieniędzy musi być podejmowana w sposób zrozumiały i przejrzysty.

Dziś relacja pomiędzy abonamentem a realizacją „misji publicznej” jest niejasna. Brak precyzyjnego określenia misji publicznej oznacza, że obywatele nie mogą skutecznie rozliczać polityków i mediów państwowych z jej realizacji.

¹ Czy pieniądze wydano tylko na cele ważne i potrzebne?

² Czy na osiągnięcie szlachetnego celu nie wydano za dużo pieniędzy?

Po trzecie nie szkodzić prywatnym mediom. Cele publiczne powinny być realizowane tak, aby rozwijać media prywatne, a nie szkodzić im. Abonament tworzy przewagę konkurencyjną mediów państwowych. Media te otrzymują większe środki na produkcje programowe oraz zyskują możliwość uprawniania dumpingu na rynku reklamy. Każdy sposób realizacji celów publicznych na rynku mediów musi przynajmniej nie szkodzić, a jeśli to możliwe, pomagać mediom prywatnym.

Po czwarte solidne finansowania na realizację pożytecznych zadań. W miejsce przeznaczonego „na instytucję” abonamentu należy stworzyć solidne podstawy finansowania ważnych działań oświatowych i kulturowych. Finansowanie to musi być w odróżnieniu od obecnych rozwiązań zgodne z unijnymi regułami pomocy publicznej.

Te cztery kryteria spełnia proponowana przez nas Fundacja Misji Publicznej, którą opiszemy w jednej z najbliższych notatek.

„Przejrzyste Media”