



OBYWATELSKI PAKT NA RZECZ MEDIÓW PUBLICZNYCH

Media publiczne są naszym dobrem wspólnym i mają obowiązek służyć wszystkim obywatelom bez względu na ich poziom wykształcenia, status społeczny i miejsce zamieszkania. Programy mediów publicznych powinny być bezstronne i uwzględniać wielość poglądów na kwestie społeczne, polityczne, estetyczne i religijne. Zadaniem mediów publicznych jest dbałość o wysoką jakość oraz rzetelność informacji i treści.

1. MISJA MEDIÓW PUBLICZNYCH

Media publiczne wypełniając swoje powinności mają przede wszystkim na względzie interes obywateli. Wyznacznikiem realizacji misji jest najwyższa jakość, bezstronność, transparentność i celowość wydatkowania środków publicznych oraz skuteczność realizacji celów i zadań mediów publicznych. Jako takie pozostają jednym z najważniejszych instrumentów umożliwiających dostęp do kultury, edukacji i informacji.

A. Licencje programowe

Realizacja misji publicznej powinna zostać doprecyzowana poprzez zapisanie w ustawie konkretnych wymagań programowych, określonych procentem wydatków całego budżetu na poszczególne działy. Licencja programowa powinna określać minimalne nakłady na treści dla dzieci i młodzieży, edukację obywatelską i kulturową oraz rodzimą twórczość, w tym teatr telewizyjny i radiowy, muzykę, filmy fabularne i seriale, filmy dokumentalne.

2. SPOSÓB ORGANIZACJI MEDIÓW PUBLICZNYCH

A. Kontrola społeczna

Forma prawna, sposób wyłaniania władz i kontrola właścicielska powinny być dostosowane do powinności mediów publicznych, umożliwiać kontrolę realizacji celów oraz kontrolę społeczną. Kontrola realizacji misji publicznej powinna wynikać z zasady najwyższej jakości i rzetelności.

B. Organy kierownicze

Niezmiernie ważny dla wiarygodności mediów publicznych sposób powoływania władz powinien zostać poddany otwartej publicznej dyskusji. Należy stworzyć przejrzysty system rekomendacji organizacji społecznych i środowisk twórczych dla osób pełniących funkcje nadzorcze w mediach publicznych. Przyczyni się on do ochrony mediów publicznych przed ich upartyjnianiem i stworzy gwarancję stałego podnoszenia jakości i profesjonalizmu.

C. Nowoczesne zarządzanie

Sposób organizacji mediów publicznych powinien służyć synergii programowej, współpracy organizacyjnej pomiędzy spółkami Polskiego Radia S.A., Telewizji Polskiej S.A. i radiofonii regionalnych oraz wykorzystywać potencjał konwergencji cyfrowej mediów.



OBYWATELSKI PAKT NA RZECZ MEDIÓW PUBLICZNYCH

3. POWSZECHNY DOSTĘP DO ZASOBÓW

Niezbędne jest powołanie portalu mediów publicznych jako trzeciego, równoważnego dla radia i telewizji, medium z własnym budżetem i polityką programową. Portal mediów publicznych powinien być najważniejszym narzędziem udostępniania zasobów kultury polskiej, upowszechniania zasobów archiwalnych Polskiego Radia, Telewizji Polskiej i innych instytucji kultury w Polsce, służąc jako platforma promocji i dystrybucji zasobów. Portal powinien mieć prawo produkcji własnych treści zgodnych z charakterem wyznaczonych zadań.

4. STABILNE FINANSOWANIE I REKLAMA

A. Powszechna opłata audiowizualna

Należy znieść anachroniczny obowiązek rejestrowania odbiorników i zastąpić nieskuteczny w dotychczasowej formie abonament powszechną opłatą audiowizualną, która będzie równocześnie obywatelskim gwarantem wypełniania misji mediów publicznych. Danina ta powinna być solidarnie płacona przez obywateli za możliwość dostępu do mediów publicznych, bez względu na rodzaj i liczbę urządzeń dostosowanych do odbioru telewizji, radia i internetu. W ramach tej opłaty odbiorca będzie miał zapewniony bezpłatny dostęp do archiwów mediów publicznych oraz programów i utworów powstałych z dotacji z funduszu misji publicznej.

B. Ograniczenie reklamy

Poziom reklamy w mediach publicznych musi być znacząco zredukowany – docelowo do poziomu 25% budżetu mediów publicznych. Kontrola tego procesu musi zostać powierzona organowi nadzorującemu media publiczne tak, by stopniowe wychodzenie mediów publicznych z rynku komercyjnego było związane z wpływami osiąganymi z daniny publicznej. Należy wprowadzić całkowity zakaz lokowania produktów w programach adresowanych do dzieci.

C. Reklama społeczna i obywatelska

Ustawa w sposób jasny i precyzyjny powinna gwarantować bezpłatną emisję reklamy społecznej i kulturowej tak, by media publiczne mogły się stać instytucjonalnym narzędziem wspierania inicjatyw obywatelskich i narzędziem promocji kultury polskiej.

5. FUNDUSZ MISJI PUBLICZNEJ

Należy utworzyć fundusz misji publicznej, którego celem będzie współfinansowanie tworzenia i upowszechniania wysokiej jakości treści realizujących zadania określone w misji publicznej przez niepubliczne media audiowizualne i cyfrowe. Fundusz wspierać będzie również produkcje mediów obywatelskich, społecznych, lokalnych, regionalnych oraz tych, które chcą realizować zadania publiczne. Emisji treści i programów dofinansowanych przez Fundusz w trybie otwartych konkursów nie będzie można przerywać reklamami. Zgodnie z ograniczeniami zapisanymi w ustawie o mediach publicznych treści te będą nieodpłatnie udostępniane w portalu mediów publicznych.



OBYWATELSKI PAKT NA RZECZ MEDIÓW PUBLICZNYCH

ZOBOWIĄZANIE

My, niżej podpisani przedstawiciele partii i ugrupowań politycznych: Inicjatywa Polska, Nowoczesna, Partia Zieloni, Platforma Obywatelska, Polskie Stronnictwo Ludowe wyrażamy poparcie dla Obywatelskiego Paktu na rzecz Mediów Publicznych, sformułowanego przez przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego: organizacje pozarządowe i ruchy społeczne. Popierając Pakt zobowiązujemy się do solidarnych, ponadpartyjnych działań na rzecz stworzenia w Polsce gwarancji prawnych dla rzetelnych, bezstronnych, obiektywnych mediów publicznych, wolnych od partyjnych, politycznych i komercyjnych zależności; mediów realizujących misję publiczną w duchu otwartości, odpowiedzialności oraz poszanowania różnorodności światopoglądowej i kulturowej.

Uznając media publiczne za dobro wspólne wszystkich Polek i Polaków oraz niezbędny element demokratycznego ładu, zobowiązujemy się wypracować ich kształt i model finansowania i funkcjonowania w szerokich konsultacjach społecznych, umożliwiającących aktywny udział wszystkim zainteresowanym obywatelom, tak twórcom, jak i odbiorcom. Konsultacje publiczne projektu ustawy medialnej uważamy za niezbędny warunek przygotowania nowej konstytucji mediów publicznych odpowiadającej społecznym oczekiwaniom i dającej gwarancje realizacji misji publicznej przez media utrzymywane z daniny publicznej.

Za podstawę debaty i konsultacji publicznych nowej ustawy medialnej przyjmujemy założenia Obywatelskiego Paktu na rzecz Mediów Publicznych, stanowiącego załącznik do niniejszego Zobowiązania.

My, niżej podpisani przedstawiciele partii i ugrupowań politycznych, przyjmujemy założenia Obywatelskiego Paktu na rzecz Mediów Publicznych jako polityczne i wyborcze zobowiązanie dla nas i reprezentowanych przez nas ugrupowań politycznych.

W szczególności zobowiązujemy się do:

- 1) Uczestnictwa w debatach i konsultacjach zmierzających do wypracowania w oparciu o założenia Obywatelskiego Paktu na rzecz Mediów Publicznych projektu ustawy o mediach publicznych i uznanie ich rezultatów za wiążące.
- 2) Złożenia wypracowanej w trybie konsultacji ustawy medialnej jako międzypartyjnego projektu poselskiego w terminie czterech tygodni od jej zaakceptowania przez sygnatariuszy Paktu i niniejszego zobowiązania.
- 3) W przypadku odrzucenia przez większość sejmową złożonego projektu ustawy – solidarnego uczestnictwa w zbieraniu pod nim podpisów tak, by mógł zostać złożony do łaski marszałkowskiej jako projekt obywatelski.



OBYWATELSKI PAKT NA RZECZ MEDIÓW PUBLICZNYCH

4) W przypadku odrzucenia obywatelskiego projektu w obecnej kadencji Sejmu – wpisanie projektu ustawy medialnej w kształcie uzgodnionym w trakcie konsultacji publicznych do programów partii i ugrupowań politycznych w kolejnych wyborach, a następnie ponownego złożenia projektu ustawy do łaski marszałkowskiej w nowej kadencji Sejmu.

INICJATORZY PAKTU:

Agnieszka Holland
Obywatele Kultury

Katarzyna Szafranowska
Obywatele Nauki

Weronika Czyżewska-Wagłowska
Ogólnopolska Federacja Organizacji Pozarządowych

SYGNATARIUSZE ZOBOWIĄZANIA:

Barbara Nowacka
Inicjatywa Polska

Ryszard Petru
Nowoczesna

Marek Kossakowski
Partia Zieloni

Grzegorz Schetyna
Platforma Obywatelska

Władysław Kosiniak-Kamysz
Polskie Stronnictwo Ludowe