



Krajowa Rada Radiofonii  
i Telewizji,  
Skwer Kard. S. Wyszyńskiego 9,  
01-015 Warszawa,

## „Konsultacje Strategia”

W odpowiedzi na zaproszenie KRRiT do udziału w konsultacjach przy opracowaniu Strategii Regulacyjnej na lata 2017-2022 Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, przedstawiamy stanowisko Stowarzyszenia Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne.

W ciągu ostatnich tygodni przeprowadziliśmy w gronie lokalnych nadawców telewizyjnych ożywioną dyskusję na temat obowiązującego prawa i jego skutków oraz propozycji i postulatów dotyczących zmian, umożliwiających poprawę sytuacji mediów lokalnych w Polsce. Wnioski z tej dyskusji nie są budujące. Wynika bowiem, że to środowisko nie tylko nie jest dostrzegane w przepisach jako odrębna gałąź rynku medialnego w Polsce, ale też podlega coraz dotkliwszej dyskryminacji poprzez tolerowanie nieuczciwej i nierównej konkurencji. Liczymy więc na to, że przedstawione przez nas stanowisko i zawarte w nim tezy przyczynią się do zmian prawnych, poprawiających warunki działania mediów lokalnych. Jednocześnie deklarujemy chęć udziału w pracach nad zmianą przepisów i w dyskusji na temat przyszłości telewizji lokalnych w Polsce.

Z poważaniem

Prezes Stowarzyszenia

Elbląg, 2017-03-16



Stanowisko konsultacyjne  
Stowarzyszenia PTLiR  
ws. dalszego rozwoju mediów lokalnych w Polsce

## **Sprawne, niezależne i obiektywne media lokalne to lepsza jakość życia w Polsce**

Niezależne media są jednym z podstawowych warunków działania demokracji. Media lokalne mają szczególnie ważne zadania, bo działają w miejscach i środowiskach, gdzie łamanie demokratycznych zasad spotyka się z przyzwoleniem lub przynajmniej z obojętnością wielu środowisk. Dochodzi tam do konfliktów z władzą lokalną i prób podporządkowania władzy mediów. A przecież korzyści z funkcjonowania niezależnego radia czy telewizji lokalnej są niezaprzeczalne. Najbardziej oczywiste, to:

- Lepsza kontrola wybieranej władzy, więc i lepsza jakość zarządzania naszymi gminami, miastami i powiatami, efektywniejsze wydawanie publicznych pieniędzy.
- Tysiące atrakcyjnych miejsc pracy w lokalnych mediach w miastach i miasteczkach, również dla startujących w tym zawodzie młodych ludzi.
- Możliwość prowadzenia praktycznych form edukacji medialnej i lepszy start dla młodych w tych miejscowościach poprzez bezpośredni kontakt z mediami lokalnymi,
- Bardziej sprawiedliwy dostęp do oferty kulturalnej na prowincji,
- Integracja i wsparcie dla lokalnych środowisk kultury, sportu i NGO,
- Ogólnie mówiąc, lepsza jakość życia w „Polsce B”.

W Polsce wydanych jest ok. 200 koncesji na nadawanie lokalnych telewizji w sieciach telekomunikacyjnych. Większość z tych koncesji jest aktywna. Wśród nadawców lokalnych są gminy - samorządy lokalne, spółdzielnie mieszkaniowe, operatorzy kablowi i ich spółki zależne. Pozostali to niezależni nadawcy, finansujący działalność telewizyjną z reklam i usług medialnych. Zasięg ich nadawania, to najczęściej jedna sieć kablowa w jednym mieście, czyli zaledwie kilka tysięcy potencjalnych widzów. Ale to oni tworzą prawdziwie niezależne media lokalne. To oni realizują w swoich miastach i gminach zadania przypisane mediom publicznym, angażują się społecznie, bezpłatnie prowadzą zajęcia z edukacji medialnej dla dzieci i młodzieży. Ponoszą przy tym pełne konsekwencje swej działalności, bo nie mogą, jak inni finansować telewizji z czynszów lokatorskich, opłat abonenckich lub podatków mieszkańców gminy. Winniśmy dostrzegać ten wysiłek i wspierać ich jak najlepszym prawem w tej cennej działalności.



## Dlaczego potrzebne są zmiany?

- 1) Przepisy są archaiczne i nie przystają do rzeczywistości. Podstawowe akty prawne regulujące działalność mediów powstały przed ćwierćwieczem, w zupełnie innej sytuacji gospodarczej, społecznej, politycznej i technologicznej.
- 2) W ustawie medialnej nie ma definicji nadawcy lokalnego, choć są paragrafy dostrzegające takich nadawców. Wydawane są też koncesje dla mediów lokalnych, ale obciążenia związane z działalnością są takie same, jak dla ogólnopolskich nadawców komercyjnych.
- 3) Sensem istnienia lokalnych telewizji jest działalność misyjna wobec lokalnej społeczności – głównie w tych i na tych obszarach, gdzie nie działają media publiczne. Jest to wręcz niemożliwe bez dostępu do środków publicznych.
- 4) Niewielkie budżety i szaleńcza konkurencja w internecie mają wpływ na coraz niższy poziom dziennikarstwa lokalnego. To oraz kiepskie zarobki (lub ich brak) powodują obniżenie statusu zawodowego dziennikarza.
- 5) Koncesjonowani nadawcy lokalni napotykają na nieuczciwą i nierówną konkurencję:
  - a. ze strony portali internetowych, z treściami wideo - nie ponoszą one porównywalnych obciążeń (opłaty, prawa autorskie, ustawowe obowiązki, ograniczenia w reklamie, nadawanie strumieniowe itp.). Nie są telewizjami, ale używają tej nazwy, by pozyskiwać zlecenia od samorządów.
  - b. ze strony samorządów prowadzących finansowane ze środków publicznych własne media - głównie internetowe, ale też telewizje naziemne i kablowe a także wydawnictwa o charakterze komercyjnym.
- 6) Telewizje lokalne poprzez brak danych o oglądalności wyłączone są z udziału w polskim rynku reklamowym. Lokalna reklama nie zapewnia przychodów na poziomie umożliwiającym rozwój.
- 7) Samorzady notorycznie nie korzystają ze zwolnień ustawy „Prawo zamówień publicznych” dotyczących koncesjonowanych nadawców. Organizują przetargi i konkursy ofert, w których często pomijają lub dyskryminują niezależnych nadawców.
- 8) Jest szereg innych przepisów (ustaw branżowych) ograniczających lub utrudniających działalność mediów lokalnych. Przykładem jest choćby ustawa hazardowa uniemożliwiająca organizację prostych konkursów na przykładowy bilet do kina lub przepisy zabraniające reklamy aptek, usług medycznych, prawniczych itp.



## Postulaty – co powinno się zmienić?

- 1) W ustawie medialnej winna pojawić się **definicja nadawcy lokalnego** wraz z określeniem jego misji i wynikających z jej realizacji uprawnień. Lokalni nadawcy wypełniający tę misję winni być całkowicie lub częściowo wyłączeni z przepisów ustawy.
- 2) Pojęcie „**telewizja**” winno być zarezerwowane dla programów rozpowszechnianych strumieniowo, a nie serwisów z plikami wideo „na życzenie”. Nadużywanie tej nazwy narusza zasady uczciwej konkurencji.
- 3) Operator telekomunikacyjny, który nie przekazuje odpisu z abonamentu do lokalnej telewizji, powinien mieć obowiązek włączania jej programu do wszystkich, w tym najtańszych pakietów programowych.
- 4) Dzisiejsza technika pozwala na przekazywanie przez operatorów telekomunikacyjnych informacji o rzeczywistej oglądalności poszczególnych kanałów. Konieczne jest uruchomienie wiarygodnych **serwisów informujących o widowni telewizji lokalnych**, by otworzyć je dla rynku reklam.
- 5) Potrzebny jest zakaz prowadzenia przez samorządy własnych mediów i ograniczenie tej działalności do informacji zawartych w BIP. Media samorządowe to nie tylko nierówna konkurencja na lokalnym rynku, ale też ułatwienia dla działań korupcyjnych.
- 6) Media lokalne winny mieć możliwość ubiegania się o wsparcie na realizację działalności misyjnej ze specjalnie dla tego celu tworzonych funduszy gminnych, wojewódzkich i ogólnopolskich - na wzór PISF
- 7) Konkursy instytucji rządowych i publicznych kierowane do mediów na promocję, rozwój itp. winny uwzględniać specyfikę mediów lokalnych i mieć wydzielone budżety dla tej kategorii mediów.
- 8) Potrzebne jest wsparcie prawne i zawodowe dla dziennikarzy lokalnych. System prawny i podatkowy powinien wzmocniać pozycję i prestiż zawodu. Wsparcia wymaga również odradzenie się stowarzyszeń dziennikarskich.

Wyrażamy nadzieję, że w przyjętej na najbliższe sześć lat strategii KRRiT uwzględnione zostaną potrzeby i postulaty nadawców lokalnych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji winna inicjować działania zapewniające równowagę w mediach (tzw. nowych i tradycyjnych), dbać o uczciwą i równą konkurencję na rynku medialnym, postulować ograniczanie działalności propagandowej samorządów, a przede wszystkim dostrzegać wartości jakie niosą społeczeństwu media lokalne i współtworzyć atmosferę okołobiznesową sprzyjającą ich rozwojowi.