

Kraków, 14 czerwca 2012 r.

Marcin Lewandowski  
Kordeckiego 10/20  
31-071 Kraków

tel. 506 670 892  
marcin.lewandowski@svada.pl

Sz. P. Jan Dworak  
Przewodniczący  
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Szanowny Panie,

z przyjemnością udzielam odpowiedzi na pytania zawarte w *Zaproszeniu do konsultacji w sprawie wybranych kierunków zmian prawa medialnego* w części dotyczącej nadawców społecznych.

**Czy należy rozszerzyć katalog podmiotów mogących ubiegać się o status nadawcy społecznego, np. wskazując formy prowadzonej przez nich działalności gospodarczej?**

Katalog podmiotów mogących ubiegać się o status nadawcy społecznego nie powinien być definiowany jedynie poprzez treść programu, lecz również poprzez przyjętą formę i strukturę organizacyjną, która gwarantuje działanie nie dla zysku jako podstawowy cel funkcjonowania, niezależność od sektora publicznego i prywatnego, rozliczalność oraz transparentność. To istotne ze względu na fakt, że ten drugi czynnik w równym stopniu decyduje o społecznym charakterze nadawcy co charakter emitowanych treści. Wszelkie podmioty, które spełniają te kryteria powinny móc ubiegać się o status nadawcy społecznego.

Odgórnie zawężanie form prowadzonej działalności gospodarczej czy tworzenie innych dodatkowych administracyjnych regulacji ponad te, które co do zasady obowiązują wszystkie podmioty prowadzące działalność gospodarczą może wpływać na obniżenie konkurencyjności tejże działalności, w związku z czym jest odradzane.

Jednakże, sama kwestia prowadzenia działalności gospodarczej przez podmioty działające jako nadawcy społeczni zdecydowanie wymaga uregulowania, zwłaszcza jeśli rozważane jest udzielenie zgody na sprzedaż części pasma antenowego przez nadawców społecznych.

Praktyka w tym zakresie wskazuje na istniejącą obecnie zasadniczą rozbieżność między przyjętym w ustawodawstwie modelem organizacji finansów organizacji pozarządowych a sposobem rozróżnienia czasu antenowego na reklamowy a pozostały w przyznawanych

koncesjach. Dla przykładu, jeśli obecnie koncesjonariuszem jest organizacja pozarządowa której celem statutowym jest prowadzenie rozgłośni o charakterze społecznym, ale przyznana koncesja dopuszcza emisję reklam, rodzi to problemy choćby na poziomie rejestracji statutu takiej organizacji w Krajowym Rejestrze Sądowym. Jakkolwiek logiczne z punktu widzenia nadawcy jest, że w takim przypadku większość programu realizuje cele społeczne a jedynie mała, oznaczona jego część służy działalności gospodarczej, KRS niejednokrotnie odrzuca takie wnioski wskazując, że w przypadku organizacji pozarządowej działalność gospodarcza musi być wyraźnie odrębna od działalności statutowej. Jakkolwiek ma to sens np. w sytuacji gdy np. fundacja prowadząca galerię dla młodych artystów otwiera kawiarnię by móc finansować swoją podstawową działalność, zatem prowadzi dwie zupełnie różne działalności w przypadku nadawców taki wymóg ze względu na niepodzielny charakter koncesji jak i samego programu nie znajduje uzasadnienia i jest niemożliwy do zrealizowania. Konieczne zatem wydaje się stworzenie takich rozwiązań prawnych, by tego typu sytuacje były dopuszczalne i jednoznaczne.

Innymi słowy, jeśli dopuści się sprzedaż czasu antenowego przez nadawców społecznych, należy ujednoznaczyć zarazem czy przychody tego rodzaju mają być klasyfikowane jako odpłatna działalność statutowa czy działalność gospodarcza, tak by zachować spójność z ustawodawstwem dotyczącym organizacji pozarządowych oraz by nie istniały różnice w sposobie prowadzenia sprawozdawczości w tym zakresie przez poszczególnych nadawców. W przypadku zaś gdyby miały być klasyfikowane jako przychody z działalności gospodarczej, należy doprowadzić do sytuacji, w której przepisy dotyczące wymogu separacji działalności statutowej i gospodarczej przez organizacje pozarządowe nie będą kolidować z faktem, że przyznana koncesja jest niepodzielna i zarazem służy działalności statutowej jak i gospodarczej.

### **Jakie podmioty mogłyby ubiegać się o przyznanie statusu nadawcy społecznego?**

Status nadawcy społecznego powinny móc uzyskać podmioty, które spełnią naraz warunki na kilku płaszczyznach.

Z punktu widzenia statusu prawnego powinny to być:

- fundacje,
- stowarzyszenia,
- spółdzielnie,
- związki wyznaniowe,
- uczelnie wyższe (z pewnymi zastrzeżeniami – patrz dalej).

Z punktu widzenia przyjętego modelu organizacyjnego potwierdzonego stosownymi dokumentami regulującymi pracę organizacji (statutem itp.), powinny to być podmioty:

- o charakterze niezarobkowym, niezależne nie tylko od władz krajowych, ale także lokalnych, zaangażowanych przede wszystkim w działania prowadzone w interesie publicznym i w interesie społeczeństwa obywatelskiego, służących wyraźnie zdefiniowanemu celom, które zawsze uwzględniają korzyść dla społeczeństwa i przyczyniają się do dialogu międzykulturowego,
- odpowiedzialnych wobec społeczności, której chcą służyć, co oznacza, że muszą one informować daną społeczność o swoich działaniach i decyzjach, uzasadniać je i podlegać sankcjom w przypadku potencjalnych wykroczeń, aby usługi były nadal kontrolowane przy uwzględnieniu interesów danej społeczności oraz aby zapobiec powstawaniu sieci kontrolowanych odgórnie,
- których zawartość programową mogą tworzyć członkowie danej społeczności, z możliwością uczestniczenia we wszystkich aspektach działalności i zarządzania, przy czym osoby odpowiedzialne za redakcję treści muszą posiadać kwalifikacje zawodowe w tym zakresie.

Z punktu widzenia przyjętego modelu finansowania, powinny to być podmioty:

- które mają zdywersyfikowane źródła finansowania, np. w których przychody od jednego podmiotu lub jednej osoby w pewnym czasie (np. roku rachunkowego) nie przekraczają 50% przychodów,
- w których źródła finansowania i koszty są jawne i rozliczalne.

Zarazem warto wspomnieć, że jakkolwiek tzw. rozgłośnie akademickie są w swoim sposobie działania bardzo zbliżone do modelu działania nadawcy społecznego i z pewnością są potrzebne, gdyż pełnią ważne funkcje dydaktyczne, nie można pominąć faktu, że wykazują jednak pewne fundamentalne różnice:

- niejednokrotnie stanowią część sektora publicznego lub prywatnego, co z definicji nie pozwala traktować ich na równi z inicjatywami stricte obywatelskimi,
- w znacznej części przypadków są finansowo uzależnione od powołujących je uczelnie wyższych, czy to ze względu na przyjęty model organizacyjny, praktykę zarządzania czy też narzuconą im kulturę organizacyjną,
- są odpowiedzialne przede wszystkim wobec organów je powołujących i nadzorujących a nie społeczności, której służą,
- nie implementują mechanizmów gwarantujących społeczności o którą są oparte możliwości uczestniczenia we wszystkich aspektach działalności i zarządzania.

W związku z tym, rekomendowane rozwiązanie zakłada utworzenie osobnej subkategorii nadawcy społecznego zwanego „nadawcą akademickim”, który byłby zarezerwowany jedynie dla nadawców utworzonych lub prowadzonych przez uczelnie wyższe (bez względu na to,

czy byłyby to jednostki organizacyjne tych uczelni czy np. fundacje przez nie powołane), zwolnionego z powyższych kryteriów, którego cele działania musiałyby przede obejmować działalność dydaktyczną studentów. Rozwiązanie takie, jakkolwiek może sprawiać wrażenie dodatkowej komplikacji prawnej, pozwoliłoby zachować spójną, klarowną i jednoznaczną definicję nadawcy społecznego *sensu stricte*. To szczególnie istotne w kontekście niskiej lub zaburzonej świadomości wśród obywateli, czym właściwie są nadawcy społeczni.

### **Jakie ulgi mógłby uzyskać nadawca społeczny?**

Nadawca społeczny powinien zostać zwolniony z opłat za koncesję i częstotliwość.

Nie można zarazem nie poruszyć kwestii tantiem, jako ściśle powiązanej z funkcjonowaniem każdego medium i stanowiącej znaczną część kosztów każdego nadawcy.

Zdecydowanie uregulowania wymaga kwestia sposobu naliczania opłat za korzystanie z praw autorskich. Dla przykładu, we wzorach umów, które *de facto* są nadawcom narzucane stosowane są sformułowania typu „opłata za wykorzystanie praw autorskich wynosi ...% od *przychodów* uzyskanych z tytułu działalności związanej z wykorzystaniem czasu antenowego, lecz nie mniej niż ...zł”. W praktyce oznacza to, że organizacje prowadzące ograniczoną działalność gospodarczą płacą ryczałt a te, które aktywnie prowadzą sprzedaż odprowadzają znaczny procent przychodu do organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi w myśl słusznej zasady, że sprzedaż ta funkcjonuje między innymi dzięki muzyce i innym utworom emitowanym przez nadawcę.

Jednakże zasada ta nie znajduje uzasadnienia choćby w przypadku uzyskania grantu na produkcję audycji edukacyjnych (których częścią siłą rzeczy jest muzyka). Teoretycznie rzecz biorąc, uzyskana kwota powinna być zaklasyfikowana jako „przychód uzyskany z tytułu działalności związanej z wykorzystaniem czasu antenowego” i stanowić podstawę do podwyższenia opłaty. Niejednokrotnie niemożliwe staje się także wliczenie takiej opłaty do kosztorysu samego grantu, ze względu na trudność określenia ile będzie wynosić opłata za tantiemy w przyszłości, w miesiącach w których realizowany byłby grant (czyli audycje) – gdyż jest to zmienne. Często niemożliwe staje się uzasadnienie przed grantodawcą, dlaczego w ogóle zakwalifikowano do budżetu koszt, który jest powszechnie rozumiany jako stały koszt prowadzenia medium a nie przypisany do dofinansowywanego projektu i to w sytuacji gdy z punktu widzenia nadawcy zachodzi sytuacja zgoła odmienna, bo uzyskanie grantu podniesie koszt opłat licencyjnych.

Pomijając ewidentny absurd sytuacji w której działalność pożytku publicznego dofinansowywana ze środków publicznych może stać się podstawą do naliczenia dodatkowych opłat za prawa autorskie w myśl zasad oryginalnie przewidzianych dla nadawców komercyjnych, sytuacja taka obniża konkurencyjność nadawców społecznych w zakresie pozyskiwania środków w konkursach grantowych poprzez sztucznie stworzone trudności z kwalifikowaniem kosztów w budżetach projektów.

Należy także dodać, że obecnie stosowane klauzule powodują także wzrost opłaty w przypadku przychodów również z odpłatnej działalności statutowej organizacji pozarządowej, a nie tylko z prowadzonej przez nią działalności gospodarczej.

Ze względu na bardzo ograniczony wpływ organów administracji publicznej na funkcjonowanie organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi na takim poziomie szczegółowości jak klauzule w umowach, jedynym możliwym do zarekomendowania rozwiązaniem wydaje się stworzenie regulacji prawnej, która pozwala odgórnie uzależniać zmienną część kwoty opłat za prawa autorskie tylko od przychodów z działalności *handlowej*.

**Czy Państwa zdaniem zasadne jest dopuszczenie emisji przekazów reklamowych przez nadawców społecznych w ograniczonym zakresie, np. połowa czasu reklamowego?**

Tak, nadawcy społeczni powinni móc pozyskiwać część przychodów z rynku reklamowego, może to korzystnie wpłynąć na dywersyfikację ich źródeł przychodów, jednak powinno to być dopuszczone w ograniczonym zakresie (patrz powyżej – propozycja by maksymalnie 50% przychodów mogło pochodzić z jednego źródła).

**Przy założeniu, że nadawca społeczny będzie mógł nadawać przekazy handlowe w ograniczonym zakresie, czy powinien zostać zobowiązany do przeznaczania całości przychodów reklamowych na działalność antenową, charytatywną lub społeczną?**

100% tego rodzaju przychodów powinno być przekazywana na działalność związaną z prowadzeniem rozgłośni lub akumulacją kapitału rezerwowego organizacji.

**Uwagi**

Poniżej znajdują się opinie na tematy wykraczające poza powyższe pytania, jednak istotne dla rozwoju sektora nadawców społecznych:

- Obecnie nie ma podstawy prawnej do przekazania koncesji między np. dwiema fundacjami lub z jednej fundacji do organizacji powstałej w wyniku jej połączenia z drugą fundacją. Należałoby umożliwić tego typu operacje między wszelkimi podmiotami zaliczanymi do kategorii nadawców społecznych, za każdorazową zgodą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji by zapewnić należytą elastyczność organizacjom prowadzącym media społeczne.
- W polskich warunkach istotną przeszkodą w rozwoju mediów społecznych jest brak powszechnego zrozumienia dla takiego zjawiska, lub jego wypaczone rozumienie wywołane dominacją nadawców o charakterze religijnym. Tym samym, ponad urealnienie definicji nadawcy społecznego konieczne jest uruchomienie instrumentów, które doprowadziłyby do zwiększenia świadomości wśród obywateli, że trzeci sektor funkcjonuje również w mediach, oraz że może skutecznie realizować zadania publiczne. Takie zadanie mógłby wypełnić odpowiednio przeprowadzony program pilotażowy.
- Polityka udzielania wielu nadawcom pojedynczych koncesji o zasięgu sublokalnym

stosowana w wielu krajach doprowadza do stworzenia licznego ale słabego sektora, niejednokrotnie wymagającego ciągłego wsparcia ze strony środków publicznych. Uważam, że w skali makro zjawisko takie hamuje jego rozwój i uniemożliwia sytuację w której sektor ten osiąga stabilność i staje się moderatorem debaty publicznej równorzędnym wobec mediów publicznych i komercyjnych. Jakkolwiek różnorodność jest wpisana w ideę nadawcy społecznego, nie należy zapominać, że istnieje próg (rozumiany m.in. jako zasięg) po przekroczeniu którego koszty i trud prowadzenia rozgłośni nie spadają ale za to jej możliwości działania (bez względu na to, jak je rozumieć) znacznie tak. Tym samym, rekomenduję przyjęcie rozwiązań, które w założeniu doprowadzą do zbudowania umiarkowanie licznej grupy relatywnie silnych nadawców społecznych, przy czym niezbędne jest zagwarantowanie, by w żadnym z regionów rozgłoszenie jednego rodzaju (np. religijne czy akademickie) nie wyczerpały w najbliższych kilku latach wszystkich dostępnych częstotliwości.

Z poważaniem

Marcin Lewandowski<sup>1</sup>

---

1 Marcin Lewandowski – współzałożyciel *radiofonii* – krakowskiego radia akademickiego (prowadzonego przez Fundację Krakowskiego Radia Akademickiego Żak, nadającego na 100.5 FM w Krakowie) funkcjonującego od 2009 r., w latach 2009-2011 jego redaktor naczelny, w latach 2009-2012 członek Zarządu; konsultant radia internetowego mniejszości narodowej Łemków *lem.fm* (prowadzonego przez Stowarzyszenie Ruska Bursa); po utracie koncesji w Warszawie i Krakowie wspomagał restart Jazz Radia w internecie jako *radiojazz.fm* (prowadzonego przez Fundację EuroJazz); przed 2009 r. członek redakcji a później redaktor naczelny społecznego artystycznego radio internetowego *Radio ART* oraz członek redakcji społecznego portalu internetowego *Poltergeist*; współpracował z *Telewizją Polską w Szczecinie*.