

Rafał Górski: Obywatelski pakt na rzecz mediów publicznych?



Koalicja 46 organizacji, ruchów i stowarzyszeń obywatelskich, kulturalnych i społecznych ogłosiła 14 marca br. Obywatelski Pakt na rzecz Mediów Publicznych. Jego sygnatariusze uznają, że media publiczne wymagają naprawy, ale wypracowanej w publicznej debacie i procesie konsultacji społecznych.

Przypominają: „Reformy i uspołecznienia mediów publicznych domagamy się od czasu krakowskiego Kongresu Kultury w 2009 roku. Powrót do idei mediów służących obywatelom zakładał projekt ustawy opracowany i przedstawiony publicznie przez Obywatelski Komitet Mediów Publicznych w 2010 roku. Projekt ten utknął niestety w archiwach Sejmu”. Środowisko Instytutu Spraw Obywatelskich zdecydowało, że choć sama idea paktu bardzo nam się podoba, jednak w obecnym kształcie nie możemy się pod nim podpisać. Dlaczego?

Cele paktu w najbliższych latach mają małe szanse na realizację w praktyce. Odgrywają więc rolę sztandaru. Uważamy to za dobrą strategię długofalową. Jednocześnie nie widzimy powodu, dla którego mielibyśmy się ograniczać wyłącznie do reformy mediów publicznych. Skoro media komercyjne korzystają z reglamentowanych zasobów państwowych (częstotliwości), powinny mieć charakter publiczny, jak np. szkoły niepubliczne mają obowiązek realizować takie same programy jak szkoły publiczne (a tylko sposób finansowania jest inny). Nie widzimy możliwości, aby media publiczne po reformie zarysowanej w pakcie zachowały znaczącą pozycję. Np. jeżeli narzucimy mediom publicznym wartościowe programy dla dzieci, a równolegle w kanale komercyjnym będzie reality show, to decyzję o tym, co oglądać, podejmie ten, który ma większą władzę, czyli rodzic.

Tak więc jak Ministerstwo Edukacji Narodowej określa programy, które mają realizować wszystkie szkoły z pozostawieniem swobody wyboru podręczników, tak naszym zdaniem powinien powstać organ regulujący ramy programowe wszystkich nadawców, pozostawiając swobodę w zakresie wyboru konkretnych programów w ramach danego pasma. Zapisana w pakcie propozycja ograniczenia reklam w mediach publicznych docelowo do 25 proc. jest prawdopodobnie pomysłem na przesunięcie ogromnych środków finansowych do mediów komercyjnych bez żadnych dodatkowych zobowiązań z ich strony. Poprzemy takie rozwiązanie, jeżeli na media komercyjne zostaną nałożone zobowiązania do realizacji misji publicznej.

To tylko część tematów poruszanych w pakcie i stanowisku Instytutu Spraw Obywatelskich. Więcej można przeczytać na www.inspro.org.pl.

Rafał Górski - prezes Instytutu Spraw Obywatelskich (INSPRO), społecznie zakorzenionego think tanku, który jest niezależny od partii politycznych.