



RZECZNIK PRAW OBYWATELSKICH

Warszawa,

Adam Bodnar

VII.564.68.2019.MAW

**Pan
Jacek Kurski
Prezes Zarządu
Telewizji Polskiej S.A.**

ul. Jana Pawła Woronicza 17
00-999 Warszawa

Na podstawie doniesień medialnych powziąłem informacje o odmówieniu Okręgowej Izbie Lekarskiej w Warszawie możliwości wykupienia standardowego czasu reklamowego na antenie Telewizji Polskiej S.A. Czas ten miał zostać przeznaczony na emisję spotu w ramach organizowanej przez Okręgową Izbę Lekarską kampanii „Polska to chory kraj”. Jak podają organizatorzy powyższa decyzja została uzasadniona tym, że „spot nie wpisuje się w charakter treści emitowanych w programach Telewizji Publicznej i jest niezgodny z linią programową TVP S.A., co w świetle Zasad Sprzedaży może być podstawą do odmowy emisji reklamy”.

Zgodnie z art. 36 ust. 4 ustawy z dnia 26 stycznia 1984r. *Prawo prasowe* (Dz. U. z 2018 r., poz. 1914): „wydawca i redaktor mają prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia i reklamy, jeżeli ich treść lub forma jest sprzeczna z linią programową bądź charakterem publikacji”. Jednakże na Telewizji Polska S.A., będącej społecznym środkiem przekazu, ciąży szczególny obowiązek realizacji misji publicznej oraz oferowaniu zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, w szczególności zaś wykonywanie zadań wymienionych

w art. 21 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. *o radiofonii i telewizji* (Dz.U. z 2019 r., poz. 361). Zgodnie z art. 21 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji jednym z zadań mediów publicznych jest „umożliwienie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej”. Zdaniem Rzecznika Praw Obywatelskich, kampania Okręgowej Izby Lekarskiej może stanowić wypełnienie określonych ustawowo zadań, które powinny spełniać programy i inne usługi jednostek publicznej radiofonii i telewizji w ramach jej misji publicznej. W szczególności spot wpisuje się w wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej, a ponadto sprzyja „swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli” (art. 21 ust. 2 pkt 3) i służy „kształtowaniu postaw prozdrowotnych” (Art. 21 ust. 2 pkt 3). Należy zwrócić uwagę, że spot nie zawierał treści znieważających, ani w żaden inny sposób nie naruszał porządku prawnego.

Linia programowa nie może być niezgodna z realizacją misji powierzonej mediom publicznym. Wewnętrzne regulacje nie mogą również negatywnie wpływać na wykonywanie ustawowo powierzonych TVP zadań. Dlatego zdaniem Rzecznika, linia programowa powinna zostać zdefiniowana w odpowiedniej regulacji wewnętrznej. W przeciwnym razie odmowa zamieszczenia reklamy stanowić może nieuzasadnioną odmowę wykonania usługi. Aktualne pojęcie linii programowej nie zostało zdefiniowane w statucie Telewizji Polskiej S.A., w Regulaminie Rady Programowej TVP S.A., ani w regulaminie organizacyjnym TVP S.A.

W związku z powyższym, odwołanie się w uzasadnieniu odmowy do niezgodności spotu z bliżej niezidentyfikowaną linią programową nosi cechy arbitralności i wymaga dalszego uszczegółowienia. Decyzję tę, podjętą w stosunku do istotnej akcji społecznej, należy bowiem uznać za ograniczenie wolności słowa i rozpowszechniania informacji przysługującej obywatelom na podstawie art. 54 Konstytucji RP. Działania podjęte przez TVP S.A. mogą także prowadzić do ograniczania praw do uzyskiwania rzetelnych informacji.

Mając na uwadze powyższe, działając na podstawie art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 15 lipca 1987 r. o *Rzeczniku Praw Obywatelskich* (Dz. U. z 2018 r., poz. 2179 ze zm.), uprzejmie proszę Pana Prezesa o przedstawienie wyjaśnień w niniejszej sprawie.