

Rafał Maszkowski

...

...

...

e-mail: rzm@radiomaryja.pl.eu.org

**Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i
Telewizji**

Biuro KRRiT - Departament Prezydialny

Wydział Skarg i Wniosków

Skwer Ks. Kardynała Stefana Wyszyńskiego Prymasa

Polski 9

01-015 WARSZAWA

SKARGA

Na podstawie art. 227 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2000 r. Nr 98 poz. 1071) **wnoszę skargę na działania Warszawskiej Prowincji Redemptorystów jako nadawcy społecznego programu „Radio Maryja”,** naruszające przepisy **art. 16 ust. 1, art. 16 b ust. 1 pkt 4 oraz ust. 2 pkt 1, art. 16 c oraz art. 18 ust. 1 ustawy** z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531-tj. ze zm.; dalej: u.r.t.), a także **warunki koncesji** nr 003/K/2008-R z 9 maja 2008 roku poprzez **nadawanie reklam, reklam ukrytych oraz sponsorowanych audycji, a także działania naruszające przepisy** ustawy z dnia 15 marca 1933 r. o zbiórkach publicznych, ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2004 r. Nr 53, poz. 533, z późn. zm..) oraz rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 21 listopada 2008 w sprawie reklamy produktów leczniczych (Dz.U. z 2008 r. Nr 210, poz. 1327).

Jednocześnie wnoszę o:

1. wydanie - na podstawie art. 10 ust. 4 - **decyzji nakazującej zaniechanie** przez nadawcę społecznego, Warszawską Prowincję Redemptorystów (nadawcę programu „Radio Maryja”), działań naruszających przepisy art. 16 ust. 1, art. 16c i art. 18 ust. 1 u.r.t. oraz warunki koncesji nr 003/K/2008-R z 9 maja 2008 roku;
2. nałożenie na nadawcę **kary pieniężnej** w trybie art. 53 ust.1 i 2 u.r.t.

ewentualnie:

3. na podstawie art. 38 ust.1 pkt. 2 i 3 u.r.t. **cofnięcie koncesji** nr 003/K/2008-R z 9 maja 2008 roku z uwagi na rażące naruszenie przez nadawcę społecznego, Warszawską Prowincję Redemptorystów, warunków określonych w ustawie i koncesji.

UZASADNIENIE

Warszawska Prowincja Redemptorystów, zgodnie z koncesją nr 003/K/2008-R z 9 maja 2008 roku posiada status nadawcy społecznego, uprawnionego do nadawania programu pod nazwą „Radio Maryja”.

W 2007 roku, w związku z wcześniejszymi skargami w sprawie emitowania na antenie „Radia Maryja” reklam, KRRiT przeprowadziła monitoring programu, który wykazał, że w programie wielokrotnie nadawano informacje o piśmie „Nasz Dziennik”, Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu (dalej: WSKSiM), piśmie „Anioł Stróż”, fundacjach „Nasza Przyszłość” i „Lux Veritatis”. Ponieważ przekazy te miały charakter reklamy ukrytej, Przewodniczący KRRiT pismem z dnia 30 kwietnia 2007 roku (L.dz. DR/282/2007) wezwał nadawcę do natychmiastowego dostosowania działalności do obowiązującej koncesji, a także do udzielenia wyjaśnień dotyczących wskazanych naruszeń. W grudniu 2008 roku, po ponownym monitoringu programu, Przewodniczący ponownie upomniał nadawcę. **Mimo to nadawca nie zaprzestał nadawania reklam oraz reklam ukrytych.**

W programie „Radia Maryja” regularnie ukazują się m.in. następujące przekazy:

- reklama „Naszego Dziennika”, nadawana regularnie wiele razy dziennie, na przykład po godz. 13, koło godz. 21:40 i koło północy. Nadawca wprowadza publiczność w błąd co do charakteru przekazu, informując, że jest to tzw. „przegląd prasy”, cytowane są jednak wyłącznie teksty z „Naszego Dziennika”. W ostatnich dniach reklama ta była nadana m.in. 21 lutego 2010 r. o godz. 21:34 i 23:51, 22 lutego 2010 r. o godz. 01:10, 02:12, 05:04, 06:08, 08:08, 11:06, 13:09 i 21:38, 23 lutego 2010 r. o godz. 00:03, 02:18, 06:10 (tuż przed modlitwą), 08:08, 09:28, 11:06, 13:06, 21:40 i 23:53, 24 lutego 2010 r. o godz. 02:19, 04:05, 06:09 (tuż przed modlitwą), 08:07, 10:07, 11:07, 13:07, 21:38 i 23:54, 25 lutego 2010 r. o godz. 02:12, 06:09, 08:05, 09:39, 11:07 i 13:09.
- reklama tygodnika „Niedziela”, nadawana regularnie co tydzień, w piątki o godz. 14:45, np. 5 lutego 2010 r. o godz. 14:45, 12 lutego 2010 r. o godz. 14:47, 19 lutego 2010 r. o godz. 14:45. W czasie przekazu nadanego 5 lutego 2010 r. można było usłyszeć: „Polecam „Niedzielę” z datą 7 lutego. Przypomnę, iż tygodnik dostępny jest w kioskach ruchu i parafiach w całej Polsce. A w wersji elektronicznej mogą państwo zamawiać „Niedzielę” na stronach internetowych www.niedziela.pl.”
- reklamy tygodnika „Źródło” nadawane są przez członka redakcji Janusza Kaweckiego, również regularnie co tydzień, w soboty ok. godz. 20:50 oraz powtarzane w niedziele. Reklama ta była emitowana np. 6 lutego 2010 r. o godz. 20:49, 13 lutego 2010 r. o godz. 20:50, 20 lutego 2010 r. o godz. 20:50.
- reklama miesięcznika „W Naszej Rodzinie” wydawanego przez fundację Nasza Przyszłość nadawana regularnie od lutego. W ostatnich dniach była nadana 20 lutego 2010 r. o godz. 13:08, 14:58 i 23:40, 21 lutego 2010 r. o godz. 17:57, 22 lutego 2010 r. o godz. 10:57, 23 lutego 2010 r. o godz. 02:14 i 14:27, 24 lutego o godz. 02:29 i 04:07.
- reklama miesięcznika skierowana do dzieci: „Czytajmy razem *‘Anioła Stróża’*”. Reklama ta nadana była m.in. 11 lutego 2010 r. o godz. 19:31, 15 lutego 2010 r. o godz. 01:11, 18 lutego 2010 r. o godz. 19:30.
- reklama książek wydanych przez fundację Nasza Przyszłość. Właściciel fundacji zachęca do jej kupienia mówiąc, że to „książka, którą serdecznie polecam. Reklama była nadana 23 lutego 2010 r. o godz. 11:13, 24 lutego 2010 r. o godz. 11:12, 25 lutego 2010 r. o godz. 11:13.
- reklama „Naszego Dziennika”, wierceń geotermalnych, oraz WSKSiM - przekaz nagrany przez o. T. Rydzika zaczynający się od słów „Kochani przyjaciele, współpracownicy oraz pomocnicy”

reklamuje „Nasz Dziennik” oraz wiercenia geotermalne prowadzone przez fundację Lux Veritatis przy współpracy z firmami Bonum i Geotermia Toruńska. Na zakończenie o. T. Rydzyk zachęca do korzystania z komercyjnej oferty studiów w prywatnej Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej należącej do jego fundacji Lux Veritatis, podaje adres WWW i telefony szkoły. Reklama ta nadana była m.in. 17 lutego 2010 r. o godz. 13:07, 18 lutego 2010 r. o godz. 19:26, 21 lutego 2010 r. o godz. 18:54 i 23:53, 22 lutego 2010 r. o godz. 02:45, 05:06 i 07:56.

- reklama płatnych usług WSKSiM zwanych „Akademickimi Spotkaniami z Mistrzami”. Zaczyna się od nagranych przez o. T. Rydzyka słów „Szanowni państwo, drodzy przyjaciele” i podaje telefon i adres strony WWW tej uczelni. Reklama ta nadana była m.in. 5 lutego 2010 r. o godz. 01:54, 7 lutego 2010 r. o godz. 01:02, 8 lutego 2010 r. o godz. 23:42 (tuż po modlitwie), 10 lutego 2010 r. o godz. 00:37 i 02:40, 11 lutego 2010 r. o godz. 19:19.
- reklama produktów fundacji „Lux Veritatis” - nagrań audycji na płytach. Reklama ta nadana była m.in. 7 lutego 2010 r. o godz. 19:08 i 19:30, 8 lutego 2010 r. o godz. 23:33 (tuż przed modlitwą) i 23:48, 10 lutego 2010 r. o godz. 00:37 i 02:40, 11 lutego 2010 r. o godz. 19:19, 16 lutego 2010 r. o godz. 18:13, 22 lutego 2010 r. o godz. 01:09 i 15:24, 23 lutego 2010 r. o godz. 01:59, 24 lutego 2010 r. o godz. 18:49, 20:57 i 21:40.
- reklama zatytułowana „Flesz WSKSiM” zawierająca hasła: „zdecyduj się studiować u najlepszych” i „ostatni dzwonek by zapisać się na studia podyplomowe” oraz wymieniająca rodzaje studiów w tej szkole i adresy kontaktowe. Reklama ta nadana była m.in. 3 lutego 2010 r. o godz. 02:49, 10 lutego 2010 r. o godz. 02:14, 23 lutego 2010 r. o 16:01.
- reklama Telewizji Trwam, WSKSiM i fundacji „Lux Veritatis”, zaczynająca się od nagranych słów papieża Jana Pawła II („Radiu Maryja życzę...”) i wypowiedzi o. Tadeusza Rydzyka („Zauważamy, jak wielu...”), w której występuje też o. Dariusz Drażek. Reklama ta przekonuje, że „potrzebna jest systematyczna pomoc finansowa ... prosimy was o pomoc”. Pomoc ta ma być skierowana nie tylko do „Radia Maryja”, ale również do Telewizji Trwam oraz WSKSiM, które są komercyjnymi przedsięwzięciami prywatnej fundacji „Lux Veritatis” należącej do Tadeusza Rydzyka i Jana Króla, związanych z nadawcą, Warszawską Prowincją Redemptorystów. Reklama ta była nadana m.in. 21 lutego 2010 r. o godz. 00:24 i 17:45, 22 lutego 2010 r. o godz. 00:09, 02:14 i 20:48, 23 lutego 2010 r. o godz. 00:16 i 14:19, 24 lutego 2010 r. o godz. 00:17 i 17:33, 25 lutego 2010 r. o godz. 03:59.
- reklama audycji o telefonii wRodzinie w Telewizji Trwam. Reklama nadana m.in. 10 lutego 2010 r. o godz. 13:08, 24 lutego 2010 r. o godz. 09:34 i 10:09.
- reklama zbiórki publicznej na konta fundacji „Lux Veritatis” rozpoczynająca się od słów „Drodzy państwo, oprócz...” i podająca numer konta „funduszu stypendialnego” z podkontami „Telewizja Trwam” i „geotermia”. Reklama ta nadana był m.in. 13 lutego 2010 r. o godz. 02:47, 14 lutego 2010 r. o godz. 02:41, 15 lutego 2010 r. o godz. 02:45.
- prawie dwugodzinna reklama komercyjnej uczelni WSKSiM nadana 17 lutego 2010 r. o godz. 21:43. Była tam mowa o tym, że „WSKSiM oferuje całą gamę kierunków podyplomowych”, że w przypadku jednego z kierunków to „ostatnia szansa żeby podjąć te studia”, „trwa nabór”, „zachęcamy do wyboru studiów podyplomowych”. Reklamowane były również kursy „Akademickie Spotkania z Mistrzami”.
- reklama WSKSiM zaczynająca się od słów „Ta informacja jest dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych”, zachęcająca do korzystania z płatnych studiów na WSKSiM i wymieniająca reklamujących się przy okazji patronów medialnych tej akcji marketingowej: Radio Maryja, Telewizję Trwam i „Nasz Dziennik”. Reklama ta nadana była m.in. 20 lutego 2010 r. o godz. 00:23, 13:11 i 14:15, 21 lutego 2010 r. o godz. 16:13 i 19:02, 22 lutego 2010 r. o godz. 11:08, 13:07, 17:46 i 21:40, 23 lutego 2010 r. o godz. 01:57, 11:12, 16:12 i 19:28, 24 lutego 2010 r. o godz. 02:15 i 09:34.

- reklamy WSKSiM z udziałem pracowników tej szkoły Doroty Zbierchowskiej, o. Dariusza Drażka i prof. Jana Szyszki, zachęcająca do płatnych studiów na tej uczelni. Reklamy ta nadana była m.in. 18 lutego 2010 r. o godz. 19:06, 20 lutego 2010 r. o godz. 13:56, 21 lutego 2010 r. o godz. 00:13 i 17:31, 22 lutego 2010 r. o godz. 04:38, 24 lutego 2010 r. o godz. 05:01 i 11:18.
- reklamy Telewizji Trwam. Słuchacze Radia Maryja są zachęceni do oglądania tej telewizji, podawane są informacje o audycjach, które mają być nadane przez tę telewizję. Reklamy takie były nadane m.in. 16 lutego 2010 r. o godz. 14:03 i 21:37, 17 lutego 2010 r. o godz. 21:36, 18 lutego 2010 r. o godz. 21:20 i 21:35, 19 lutego 2010 r. o godz. 21:36, 20 lutego 2010 r. o godz. 21:27 i 21:39, 22 lutego 2010 r. o godz. 21:37, 23 lutego 2010 r. o godz. 21:23 i 21:39, 24 lutego 2010 r. o godz. 21:17 i 21:37.
- reklama Telewizji Trwam będąca również reklamą zbiórki publicznej prowadzonej bez zgody Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji, nadana 17 lutego 2010 r. o godz. 21:38, 24 lutego 2010 r. o godz. 21:41.
- reklama sprzedaży specyfiku pod nazwą „kudzu root” i „kudzu root white” z informacjami gdzie można go kupić i za jaką cenę. W tej ukrytej reklamie były też elementy reklamy negatywnej: zniechęcanie do podobnych produktów konkurencji („są firmy, które się pod nas podszywają”, „[jest] dużo preparatów, głównie na bazie chińskiej, niektóre z nich są i z metalami ciężkimi”) i wskazywanie na firmę, która jest jedyną sprzedającą właściwą wersję: „to musi być preparat "kudzu root" ... trzeba kupić ten kanadyjski, pisze na tym(sic!) "Toronto, Kanada"”. Jadwiga Kalinowska reklamująca te produkty zachęcała również, żeby przeprowadzać kuracje bez wiedzy zainteresowanych, dosypując im ten preparat po kryjomu do jedzenia. Takie zalecenia, zwłaszcza nadawane pod hasłem „Porady pedagoga i psychologa” powinny budzić poważne wątpliwości moralne, a nawet prawne i są niezgodne z zasadami etyki lekarskiej. Ta półgodzinna reklama była nadana 23 lutego 2010 r. o 10:30, 24 lutego 2010 o godz. 03:30.
- 25 lutego 2010 r. o 13:17 dyrektorka finansowa fundacji Lux Veritatis Lidia Kochanowicz podawała, że konto fundacji jest ogłaszane w „Naszym Dzienniku”, Telewizji Trwam i Radiu Maryja. Właściciel fundacji o. Tadeusz Rydzik ogłaszał ceny usług WSKSiM.

Zgodnie z art. 4 pkt. 1a) lit. c) u.r.t. **nadawca społeczny nie może nadawać reklam lub telesprzedaży oraz sponsorowanych audycji lub innych sponsorowanych przekazów.** Ponadto, zgodnie z art. 16 ust. 1 u.r.t. „Reklamy powinny być wyraźnie wyodrębnione w programie i oznaczone w sposób niebudzący wątpliwości, że są reklamami i nie pochodzą od nadawcy”. Jednocześnie przepis art. 16c u.r.t. stanowi, że „zakazane jest nadawanie reklamy ukrytej”. **Nie ulega wątpliwości**, że wymienione powyżej przekazy są przykładami „przekazów, niepochodzących od nadawcy, zmierzających do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług”, a także „przedstawiania w audycji towarów, usług, nazwy, firmy, znaku towarowego lub działalności przedsiębiorcy będącego producentem towaru lub świadczącego usługi”, a zamiarem nadawcy, związanym z uzyskaniem korzyści, jest osiągnięcie skutku reklamowego, przy czym możliwe jest jednocześnie wprowadzenie publiczności w błąd co do charakteru przekazu. Tym samym **przekazy te mają jednoznacznie charakter reklam i reklam ukrytych.**

Ponadto przekazy emitowane na antenie „Radia Maryja” **propagują działania sprzeczne z prawem** – w czasie trwania audycji publiczność jest zachęcana do wzięcia udziału w publicznych zbiórkach ofiar, z przeznaczeniem zebranych środków na finansowanie działania telewizji „Trwam” i Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej, wierceń geotermalnych prowadzonych przez fundację „Lex Veritatis”, przy czym zbiórki te przeprowadzane są bez wymaganego przez art. 1 ustawy z 15 marca 1933 roku o zbiórkach publicznych (Dz.U. 1933.22.162) zezwolenia. Tym samym nadawca, Warszawska Prowincja Redemptorystów, narusza art. 18 ust. 1 u.r.t.

Wymienione wyżej przykłady reklam naruszają również przewidziane art. 16 b ust. 1 pkt 4 oraz ust. 2 pkt 1 u.r.t. **zakazy: reklamy produktów leczniczych** w zakresie regulowanym przez ustawę z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2004 r. Nr 53, poz. 533, z późn. zm..) oraz **nadawania reklam nawołujących bezpośrednio małoletnich do nabywania produktów lub usług.**

Nie ulega wątpliwości, że **przekazy dotyczące produktów leczniczych powinny podlegać szczególnej kontroli** z uwagi na negatywne skutki, jakie może wywołać w tym wypadku nierzetelna, nieobiektywna informacja – lub wręcz brak informacji - o właściwościach danej substancji, wywoływanych przez nią skutkach ubocznych, interakcjach z innymi lekami. W wyszczególnionym powyżej przekazie dotyczącym specyfiku „kudzu root” nie został wskazany również podmiot odpowiedzialny, co stanowi naruszenie § 6 ust. 1 rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 21 listopada 2008 w sprawie reklamy produktów leczniczych (Dz.U. z 2008 r. Nr 210, poz. 1327). Przekaz nie zawierał również ostrzeżenia, o którym mowa w § 7 powołanego rozporządzenia.

Na szczególną uwagę zasługują również reklamy zachęcające dzieci do nabywania miesięcznika „Anioł Stróż”. Mając na względzie **ochronę małoletnich**, ustawodawca zakazał wszelkich reklam nawołujących ich bezpośrednio do nabywania produktów lub usług (zob. uzasadnienie rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji - druk sejmowy nr 2213). Przywołana powyżej treść przekazu nie pozostawia wątpliwości co do jego charakteru i adresatów, stanowiąc tym samym naruszenie wymienionego w art. 16 b ust. 2 pkt 1 u.r.t. zakazu.

Z uwagi na **wcześniejsze bezskuteczne upomnienia** nadawcy przez Przewodniczącego KRRiT w trybie art. 10 ust. 3 u.r.t. uzasadnione jest wydanie na podstawie art. 10 ust. 4 u.r.t. **decyzji nakazującej zaniechanie** przez nadawcę społecznego opisanych powyżej działań naruszających przepisy ustawy oraz warunki koncesji, a także nałożenie na nadawcę **kary pieniężnej** w trybie art. 53 ust.1 i 2 u.r.t. Należy również podkreślić, że z uwagi na **rażące naruszenie warunków określonych w ustawie i koncesji**, jakie niewątpliwie zachodzi w tym przypadku, a także okoliczność, że **nadawca, pomimo wezwania Przewodniczącego KRRiT**, nie zaprzestał emitowania reklam, tj. **nie usunął stanu faktycznego niezgodnego z warunkami określonymi w koncesji i ustawie**, zachodzą **przesłanki cofnięcia koncesji**, określone w art. 38 ust. 1 pkt 2 i 3 u.r.t.

Proszę o rozpatrzenie niniejszego wniosku w trybie wynikającym z obowiązujących przepisów postępowania administracyjnego, w przeciwnym wypadku zastrzegam, iż zostanie skierowana skarga na bezczynność organu.

/ - /

Zgodnie z otrzymaną prośbą, by skargi w sprawie reklam kierować bezpośrednio do Departamentu Reklamy, przekazuję tam od razu kopię pisma.