

Rafał Maszkowski

...

...

tel.: ...

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.**

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, Przewodnicząca KRRiT Elżbieta Kruk pismem z dnia 30 sierpnia 2007 roku (L.dz. DR/282/2007) wezwała 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 KRRiT Witold Kołodziejski ponownie upomniął nadawcę. 14 lipca 2009 r. (zob.: informacja o tym w piśmie z 31 lipca 2009 r., L.dz. DR/120/2009/7) przewodniczący zwrócił się do dyrektora Radia Maryja o zapobieżenie dalszym reklamom Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych. W październiku 2010 r. Przewodniczący KRRiT Jan Dworak wezwał Radio Maryja do zaniechania nadawania ukrytych reklam Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej oraz książek, które sprzedaje należąca do o. T. Rydzyka fundacja Nasza Przyszłość. **Mimo tych upomnień nadawca nie zaprzestał nadawania reklam oraz reklam ukrytych.**

Przekazy reklamujące WSKSiM są nadal bardzo częste w Radiu Maryja mimo pism przewodniczących KRRiT wzywających do ich zaniechania z sierpnia 2007 r. i z października 2010 r. Przykładowe przekazy mające cechy **reklamy ukrytej** z ostatnich dni:

- 11 maja o 18:54 o. Dariusz Drążek reklamował zajęcia odbywające się w tej szkole, a przy tym o. T. Rydzyk podkreślał, że szkoła jest „wysoko notowana”, że uczą w niej „bardzo dobrzy wykładowcy”.
- 11 maja o 18:59 były reklamowane „wykłady on-line” z podaniem WWW szkoły oraz WWW internetowego Radia SIM przy WSKSiM, które również zajmuje się reklamą tej szkoły.
- 12 maja o 21:44 została nadana prawie dwugodzinna audycja zachwalająca WSKSiM. Obecni w studio pracownicy szkoły zachęcali do pytania się o różne kierunki studiów i kursy dostępne w WSKSiM podając specjalny numer telefonu. Zachwalali, że kształcenie jest „ustawione pod potrzeby rynku”, że w WSKSiM są stosowane najnowsze metody nauczania i najnowsze technologie, że „WSKSiM z wyprzedzeniem dostosowuje się do wymogów rynku edukacyjnego” i informowali, że „ta uczelnia plasuje się jako czołowa uczelnia krajowa, nawet zagraniczna” oraz że „potwierdzają to też rankingi ... nasza uczelnia pozostaje pierwszą w regionie i czołową w Polsce”. Biorący udział w audycji informowali o ofercie uczelni i naborze do niej. Reklama ta miała również charakter negatywny. O. T. Rydzyk przedstawił inne uczelnie, zwłaszcza uniwersytety, jako „wypaczające osobowość” i ostrzegał, że na KUL-u studenci stają się ateistami.

- 16 maja od 18:37 do 18:49 na spotkaniu dla słuchaczy Radia Maryja w kościele w Woli Mystkowskiej, które było przez Radio transmitowane, o. T. Rydzyk reklamował WSKSiM, mówiąc m.in.: „Jest taka uczelnia, dziesiąty rok istnieje, jest bardzo dobrze notowana w tak zwanych rankingach, najlepsza w regionie, bardzo wysoko w Polsce już.” Starając się zniechęcić potencjalnych klientów do innych uczelni używał metod reklamy negatywnej: „Nasza uczelnia. Jeżeli myślicie, naprawdę myślicie - to mówimy do wszystkich w Polsce - jak myślicie dobrze o przyszłości swojej rodziny, narodu, przemieniać świat chcecie na lepsze, to do dobrych uczelni wysyłać. Popatrzeć jacy profesorzy - stary agent, czy nie. Z panem posłem byśmy porozmawiali [Krzysztofem Jurgielem - obecnym na spotkaniu] ile tej agentury jest wszędzie, prawda? ... I w uczelniach, i w pismach, i w mediach, i gdzie jeszcze...”.

Mimo wezwania do „natychmiastowego dostosowania działalności Radia do obowiązującej koncesji” w piśmie z sierpnia 2007 r., wymieniającym m.in. **reklamy „Naszego Dziennika”** nadal są one nadawane, włącznie z **zachętami do kupowania** tej gazety:

- 11 maja o 02:28 o. T. Rydzyk w swojej audycji mówił: „Ta ogólnopolska prasa codzienna, czysto polska, to już tylko „Nasz Dziennik”, proszę państwa, i czytając go, kupując go, wspieracie by on istniał dalej. W ten sposób on tylko się utrzymuje, przez to, że kupujecie go, czytacie, rozprowadzacie dalej.”, po czym wyemitował stałą reklamę „NDz” nadawaną przez Radio Maryja po ok. 9 razy dziennie.

Mimo wezwań z sierpnia 2007 r. i października 2010 r. Radio Maryja nadal **reklamuje ofertę fundacji Nasza Przyszłość** należącej do o. T. Rydzyka:

- 16 maja o 11:29 o. T. Rydzyk mówił, że „fundacja Nasza Przyszłość dała miesięcznik «W Naszej Rodzinie» do empików”, reklamował też księgarnie „NDz” w Warszawie i Krakowie, księgarnię Instytutu Edukacji Narodowej w Lublinie i księgarnię „Sursum corda” w Poznaniu. O 11:38 o. Janusz Dyrek dziękował „za to, co fundacja Nasza Przyszłość nam podsyła ze Szczecinka”, wymieniał książki, książkę z płytą, dodając „To wszystko znajdujemy właśnie jako ofertę, jako polecane przez fundację Naszą Przyszłość”.

Mimo wezwania ówczesnego Przewodniczącego KRRiT z lipca 2009 r. do zaprzestania **reklamowania SKOK-ów** dyrektor Radia Maryja nadal je reklamuje w zamian za dofinansowywanie jego fundacji. We wspomnianej już w części dotyczącej WSKSiM audycji z 11 maja o 18:54 o. T. Rydzyk dziękował pomagającym WSKSiM, z nazwy wymieniając „SKOK-i Stefczyka”.

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.**

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 naruszanie 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.

Rafał Maszkowski

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