

Opłata audiowizualna zastąpi abonament

12 września 2013

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego już wkrótce ma rozpocząć prace nad projektem ustawy medialnej, zgodnie z którą opłata audiowizualna zastąpi abonament. Jak podkreśla prezes TVP Juliusz Braun, proponowana powszechna opłata audiowizualna będzie skuteczniejszym rozwiązaniem. „Wpływy są nieco wyższe, ale wciąż obracamy się w sferze stanów bardzo niskich” – mówi szef Telewizji Polskiej.

Zdaniem Juliusza Brauna najlepszym rozwiązaniem dla mediów publicznych byłoby szybkie uchwalenie nowej ustawy medialnej, która zakłada wprowadzenie tzw. opłaty audiowizualnej. Nad takimi rozwiązaniami pracuje resort kultury.

„Uważam, że to jest rozwiązanie najnowocześniejsze, najlepsze, sprawdzone, akceptowane przez Komisję Europejską. Same plusy” – mówi Juliusz Braun Agencji Informacyjnej Newseria.

Zmienić miałyby się sposób naliczania opłat. Nie będą one uzależnione od posiadania odbiornika telewizyjnego.

„Odrywamy opłatę od posiadania jakiegokolwiek sprzętu, bo dzisiaj, kiedy program możemy oglądać na wielu różnych urządzeniach, mówienie o tym, czy ktoś ma telewizor, to już jest po prostu anachronizm” – podkreśla Juliusz Braun. „W Polsce wprowadzenie powszechnej opłaty wymaga zbudowania bazy danych gospodarstw domowych, a baza danych gospodarstw domowych to są – mówiąc krótko – liczniki elektryczne. W każdym mieszkaniu jest licznik, wobec tego dokładnie wiadomo, ile tych mieszkań jest i kto ma obowiązek płacić.”

System opłat audiowizualnych obowiązuje od początku tego roku w Niemczech.

„Inna opcja to jest to, co zrobili Finowie, czyli podatek od każdego obywatela” – mówi Braun. „Mnie się jednak wydaje, że opłata audiowizualna od gospodarstwa domowego jest bardziej sprawiedliwa.”

Opłata audiowizualna pozwoliłaby mediom publicznym złapać oddech finansowy.

„Wszyscy na nas krzyczą, że jest za dużo reklam i jednocześnie, że trzeba zarabiać pieniądze, więc nie możemy przyciągać reklamodawców za wszelką cenę. Wydaje mi się, że robimy to, co trzeba, żeby nie przeładować programu product placement, a ilość czasu poświęconego na reklamy jest najwyższa, jaką ustawa przewiduje” – mówi Braun.

Prezes TVP przypomina, że w tym zakresie Telewizja Publiczna musi poruszać się w ściśle określonych warunkach, jakie narzuca na nią obowiązująca dziś ustawa o radiofonii i telewizji. Chodzi przede wszystkim o to, że audycje nadawane przez publicznego nadawcę nie mogą być przerywane reklamami.

„Możemy starać się pozyskiwać nieco droższe reklamy, nieco atrakcyjniejsze, ale generalnie tutaj wielkiego pola manewru już nie ma” – mówi Juliusz Braun.

Abonament radiowo–telewizyjny w założeniu miał stanowić ważny element przychodów mediów publicznych. Tymczasem co piąte gospodarstwo domowe jest zwolnione z jego opłat. Ponad połowa tych, którzy powinni, nie płacą.

„W tej chwili w Polsce abonament płaci 10 proc. gospodarstw domowych” – mówi Braun.

Prezes TVP liczy, że do końca tego roku kasa firmy zostanie zasilona kilkuset milionami złotych z abonamentu.

Źródło: [Newseria](#)