

REGULAMIN

dotyczący przygotowywania oraz rozpowszechniania audycji prezentujących kampanie społeczne - przygotowanych i dostarczonych do „Radia Lublin” S.A. przez organizacje pożytku publicznego

§ 1

1. Regulamin dotyczy zasad przygotowywania oraz rozpowszechniania audycji prezentujących kampanie społeczne, dostarczonych „Radiu Lublin” S.A. przez organizacje pożytku publicznego na podstawie Rozporządzenia KRRiT z dnia 29 kwietnia 2011 r. w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego.

2. Użyte w Regulaminie określenia oznaczają:

1) Ustawa – ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. z 2020r., poz. 1057, ze zm.);

2) Rozporządzenie – rozporządzenia KRRiT z dnia 29 kwietnia 2011 r. w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego (Dz.U. z 2014r., poz. 283 ze zm.);

3) **organizacja pożytku publicznego** – organizacje pozarządowe oraz podmioty, o których mowa w art. 3 ust. 3 Ustawy, których status potwierdzony został wpisem do Krajowego Rejestru Sądowego

4) nieodpłatna działalność – działalność prowadzona przez organizacje pożytku publicznego, w sferze zadań publicznych, o których mowa w art. 4 Ustawy, za która nie pobierają one wynagrodzenia

5) **kampania społeczna** – przekaz skierowany do określonej grupy docelowej, którego celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec określonego problemu społecznego – inicjowany przez organizacje pożytku publicznego, prowadzony w ramach działalności nieodpłatnej w sferze zadań publicznych, o których mowa w art. 4 Ustawy; w przekazach dotyczących kampanii społecznej zakazane jest używanie marek oraz nazw podmiotów innych niż organizacje prowadzące działalność pożytku publicznego.

§ 2

1. Audycje prezentujące kampanie społeczne przygotowane i dostarczone do „Radia Lublin” S.A. przez organizacje pożytku publicznego na podstawie Rozporządzenia rozpowszechniane są na antenie „Radia Lublin” S.A., w godzinach od 6.00 do 23.00, nie mniej niż 270 minut w ciągu miesiąca kalendarzowego.

2. Przyjmuje się jednostkę tygodnia dla podziału czasu i emisji audycji. W ramach tygodnia emitowanych jest 126 audycji prezentujących kampanie społeczne.

3. Ilość audycji jest dzielona równo pomiędzy organizacje, które zgłosiły chęć ich rozpowszechniania.

4. Podział czasu rozpowszechniania audycji między organizacje pożytku publicznego prowadzące nieodpłatną działalność następuje z uwzględnieniem następujących kryteriów:

- 1) kolejności wpływu audycji prezentujących kampanie społeczne do „Radia Lublin” S.A., w trybie określonym w §5 Regulaminu;
- 2) tematyki audycji prezentujących kampanie społeczne, przy czym pierwszeństwo mają audycje dotyczące kampanii społecznych na rzecz:
 - a. promocji kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i tradycji,
 - b. podtrzymywania tradycji narodowej, pielęgnowania polskości oraz rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej,
 - c. pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób,
 - d. upowszechniania i ochrony wolności i praw człowieka oraz swobód obywatelskich, a także działań wspomagających,
 - e. osób niepełnosprawnych,
 - f. pomocy ofiarom katastrof, klęsk żywiołowych, konfliktów zbrojnych i wojen w kraju i za granicą,
 - g. ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego, z zastrzeżeniem, że „Radio Lublin” S.A. ma prawo preferować wcześniej nie emitowane kampanie i kampanie dotyczące województwa lubelskiego.

5. Rozpowszechnienie audycji następuje na wniosek organizacji pożytku publicznego, stanowiący zał. nr 1 do Regulaminu.

6. Audycja rozpowszechniona przez „Radio Lublin” S.A. może być ponownie rozpowszechniona wyłącznie w przypadku, gdy „Radio Lublin” S.A. dysponuje wolnym czasem nadawania w godzinach, o których mowa w § 2 ust.1 ze względu na brak wniosków o rozpowszechnienie innych audycji.

§ 3

1. Treść audycji dotyczącej kampanii społecznej musi być zgodna z zadaniami publicznej radiofonii określonymi w art. 21 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2020, poz.805, ze zm.) i powinna dotyczyć w szczególności:

- 1) popierania twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej,
- 2) upowszechniania wiedzy o języku polskim,
- 3) uwzględniania potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym,
- 4) działań służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego,

5) działań edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych zagranicą,

6) działań służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych.

2. Treść audycji, o której mowa w ust. 1 nie może:

1) propagować działań sprzecznych z prawem i z polską racją stanu,

2) propagować postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym, w szczególności treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość,

3) sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu lub bezpieczeństwu,

4) sprzyjać zachowaniom zagrażającym środowisku naturalnemu,

5) naruszać obowiązek szanowania przekonań religijnych odbiorców, a zwłaszcza chrześcijańskiego systemu wartości,

6) nawoływać do nienawiści lub przemocy na tle wyznaniowym, rasowym czy etnicznym,

7) dotyczyć tematyki politycznej, religijnej lub związanej z zachowaniami lub preferencjami seksualnymi,

8) promować bezpośrednio lub pośrednio podmiotów konkurencyjnych,

9) nakłaniać do przekazania środków pieniężnych na rzecz organizacji pożytku publicznego, za wyjątkiem kampanii organizowanych na rzecz ofiar klęsk żywiołowych.

„Radio Lublin” S.A. ma prawo odmówić rozpowszechnienia audycji, o której mowa w ust. 1 o ile nie spełnia ona wymogów określonych w § 4 ust. 2 Regulaminu.

§ 4

Przyjęcie przez „Radio Lublin” S.A. audycji dotyczącej kampanii społecznej do rozpowszechnienia następuje w dwóch etapach:

1) na podstawie analizy wniosku, o którym mowa w § 5 Regulaminu, po spełnieniu warunków, o których mowa w § 3 i 5 Regulaminu,

2) na podstawie analizy dostarczonego do „Radia Lublin” S.A. nagrania audycji, po spełnieniu wymogów, o których mowa w § 6 Regulaminu.

§ 5

1. Wnioski o rozpowszechnienie audycji dotyczących kampanii społecznych składa się w terminie 14 dni przed sugerowaną datą ich emisji na formularzu, o którym mowa w § 2 ust. 5 Regulaminu. Do wniosku załącza się szczegółowy scenariusz audycji oraz odpis z KRS organizacji.

2. Wnioski składane są w formie pisemnej - dopuszcza się możliwość przesyłania skanów dokumentów za pomocą poczty elektronicznej.

3. Wnioski podlegają rozpatrzeniu przez „Radio Lublin” S.A. z uwzględnieniem kryteriów, o których mowa w § 2. O terminie, godzinie i kolejności emisji audycji decyduje „Radio Lublin” S.A.
4. W przypadku, gdy dostarczony wniosek nie odpowiada warunkom, o którym mowa w § 3 lub § 5 ust. 1 Regulaminu „Radio Lublin” S.A. wzywa do usunięcia usterek i dostarczenia poprawionego wniosku w terminie 2 dni.
5. O przyjęciu lub odmowie przyjęcia danego wniosku oraz terminie emisji audycji organizacja pożytku publicznego zawiadamiana jest w formie elektronicznej. Odmowa rozpowszechnienia audycji wymaga uzasadnienia.

§ 6

1. Audycja dotycząca kampanii społecznej może być dostarczona do „Radia Lublin” S.A. na płycie CD lub za pośrednictwem poczty elektronicznej.
2. Długość audycji, o której mowa w ust. 1 nie może przekraczać 30 sekund.
3. Audycje, o których mowa w ust. 1 należy dostarczyć przesyłką poleconą, kurierem lub osobiście na adres: Radio Lublin S.A. , ul. Obrońców Pokoju 2, 20-030 Lublin, w dwóch egzemplarzach na płycie CD zabezpieczonej przed zapisem i oznaczonej w sposób trwały nazwą organizacji będącej autorem audycji lub w przypadku poczty elektronicznej na adres: iga.wojtowicz@radio-lublin.pl najpóźniej na 48 godzin przed jej emisją. Wraz z dźwiękami należy złożyć oświadczenie, którego wzór stanowi zał. nr 2 do Regulaminu.
4. W przypadku, gdy dostarczona audycja nie odpowiada warunkom, o którym mowa w § 3 lub § 6 ust. 1 - 3 „Radio Lublin” S.A. wezwie do usunięcia wskazanych usterek i dostarczenia poprawionego materiału, najpóźniej na 16 godzin przed ustalonym czasem emisji audycji.
5. W przypadku niedostarczenia audycji, w trybie i terminach określonych w ust. 3 i 4 czas przeznaczony na emisje audycji przepada.

§ 7

1. „Radio Lublin” S.A. zastrzega sobie prawo zmiany niniejszego Regulaminu, w każdym czasie bez podania przyczyny, po skonsultowaniu zmiany z przedstawicielami wskazanymi przez Radę Działalności Pożytku Publicznego, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Konsultacji, o której mowa w ust. 1 nie wymaga wydłużenie czasu nadawania audycji, o którym mowa w § 2 ust. 1 Regulaminu.
3. W przypadku zaistnienia sytuacji, o której mowa w ust. 1 „Radio Lublin” S.A. opublikuje informacje o zmianie Regulaminu z 7-dniowym wyprzedzeniem.
4. W sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem zastosowanie będą miały odpowiednie przepisy Rozporządzenia, ustawy o radiofonii i telewizji oraz inne powszechnie obowiązujące przepisy prawa.

WNIOSEK

O ROZPOWSZECHNIENIE AUDYCJI PREZENTUJĄCYCH KAMPANIE SPOŁECZNE

1. Nazwa, adres siedziby i nr KRS organizacji pożytku publicznego oraz adres poczty e-mail wnioskodawcy:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Kampania społeczna obejmuje zadania w zakresie (zaznaczyć właściwie):

- 1) pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób;
- 2) działalności na rzecz integracji i reintegracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym;
- 3) działalności charytatywnej;
- 4) podtrzymywania i upowszechniania tradycji narodowej, pielęgnowania polskości oraz rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej;
- 5) działalności na rzecz mniejszości narodowych i etnicznych oraz języka regionalnego;
- 6) ochrony i promocji zdrowia;
- 7) działalności na rzecz osób niepełnosprawnych;
- 8) promocji zatrudnienia i aktywizacji zawodowej osób pozostających bez pracy i zagrożonych zwolnieniem z pracy;
- 9) działalności na rzecz równych praw kobiet i mężczyzn;
- 10) działalności na rzecz osób w wieku emerytalnym;
- 11) działalności wspomagającej rozwój gospodarczy, w tym rozwój przedsiębiorczości;
- 12) działalności wspomagającej rozwój techniki, wynalazczości i innowacyjności oraz rozpowszechnianie i wdrażanie nowych rozwiązań technicznych w praktyce gospodarczej;
- 13) działalności wspomagającej rozwój wspólnot i społeczności lokalnych;
- 14) nauki, szkolnictwa wyższego, edukacji, oświaty i wychowania;
- 15) wypoczynku dzieci i młodzieży;
- 16) kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego;
- 17) wspierania i upowszechniania kultury fizycznej;
- 18) ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego;
- 19) turystyki i krajoznawstwa;
- 20) porządku i bezpieczeństwa publicznego;
- 21) obronności państwa i działalności Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej;
- 22) upowszechniania i ochrony wolności i praw człowieka oraz swobód obywatelskich, a także działań wspomagających rozwój demokracji;
- 23) ratownictwa i ochrony ludności;
- 24) pomocy ofiarom katastrof, klęsk żywiołowych, konfliktów zbrojnych i wojen w kraju i za granicą;
- 25) upowszechniania i ochrony praw konsumentów;

- 26) działalności na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy między społeczeństwami;
- 27) promocji i organizacji wolontariatu;
- 28) pomocy Polonii i Polakom za granicą;
- 29) działalności na rzecz kombatantów i osób represjonowanych;
- 30) promocji Rzeczypospolitej Polskiej za granicą;
- 31) działalności na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa, upowszechniania i ochrony praw dziecka;
- 32) przeciwdziałania uzależnieniom i patologiom społecznym;
- 33) działalności na rzecz organizacji pozarządowych oraz podmiotów wymienionych w art. 3 ust. 3, w zakresie określonym w pkt 1-32.*

3. Sugerowany termin emisji audycji od: do:
.....

4. Czas trwania audycji w sekundach:

5. Kampania społeczna jest prowadzona w ramach odpłatnej/nieodpłatnej** działalności organizacji pożytku publicznego

*zaznaczyć właściwie /** skreślić niewłaściwe

.....

*data i podpisy osób uprawnionych
do reprezentowania*

organizacji pożytku publicznego

Załączniki:

1. Scenariusz audycji
2. Odpis z KRS i ewentualne pełnomocnictwa

.....
(nazwa, adres siedziby i nr KRS
organizacji pożytku publicznego
zwana dalej „organizacją”)

O Ś W I A D C Z E N I E

Działając w imieniu organizacji oświadczam, że:

- 1) reprezentowana przeze mnie organizacja posiada status organizacji pożytku publicznego;
- 2) audycja dotyczy kampanii społecznej prowadzonej w ramach nieodpłatnej działalności organizacji;
- 3) wszelkie informacje i dane zawarte w audycji odpowiadają rzeczywistości;
- 4) organizacja zezwala „Radiu Lublin” S.A. na nieograniczone terytorialnie korzystanie z autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do utworów składających się na audycję na następujących polach eksploatacji:
 - a. wszelkie utrwalanie i zwielokrotnianie przy użyciu jakichkolwiek środków, wprowadzanie do pamięci komputera, wytwarzanie egzemplarzy, jakkolwiek techniką, w tym drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, mechanicznego, optycznego, elektronicznego lub innego, techniką analogową lub cyfrową, w dowolnym systemie lub formacie; na wszelkich nośnikach, w tym nośnikach audio lub video, nośnikach papierowych lub podobnych, światłoczułych, magnetycznych, optycznych, dyskach, kościach pamięci, nośnikach komputerowych i innych nośnikach zapisów i pamięci;
 - b. wszelkie nadawanie i reemitowanie, w tym za pomocą fonii przewodowej lub bezprzewodowej, przez stacje naziemne, za pośrednictwem satelity, w sieciach kablowych, telekomunikacyjnych lub multimedialnych lub innych systemach przekazu (w tym tzw. *simulcasting* lub *webcasting*), w sposób niekodowany lub kodowany, w obiegu otwartym lub zamkniętym, w jakiegokolwiek technice (w tym analogowej lub cyfrowej), systemie lub formacie, z lub bez możliwości zapisu, w tym także w serwisach tekstowych, multimedialnych, internetowych, telefonicznych lub telekomunikacyjnych bez wynagrodzenia;
- 5) wartość praw, o których mowa w pkt 4) nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości kwoty 30.000 euro;
- 6) organizacja posiada wszelkie prawa do znaków towarowych i utworów (prawa autorskie, pokrewne i producenckie) wykorzystanych w audycji oraz, że ponosić będzie całkowitą odpowiedzialność z tytułu ewentualnych roszczeń osób trzecich związanych z naruszeniem praw własności intelektualnej i przemysłowej lub dóbr osobistych powstałych na skutek emisji audycji przez „Radio Lublin” S.A.;
- 7) w przypadku, gdy osoba trzecia wystąpi przeciwko „Radiu Lublin” S.A. z roszczeniami wynikającymi z korzystania przez „Radio Lublin” S.A. z praw, udzielonych przez organizację zgodnie z niniejszym oświadczeniem, organizacja zobowiązana będzie wstąpić do procesu w miejsce „Radia Lublin” S.A. lub przystąpić do niego w charakterze interwenienta ubocznego po stronie „Radia Lublin” S.A. i pokryć koszty zastępstwa procesowego, koszty sądowe oraz zapłacić zasądzone

odszkodowanie lub koszty polubownego załatwienia sprawy, jak też pokryć poniesioną przez „Radio Lublin” S.A. szkodę;

- 8) emisja audycji nie spowoduje konieczności ponoszenia przez „Radio Lublin” S.A. jakichkolwiek opłat na rzecz osób trzecich lub zrzeczeń ich reprezentujących, innych niż wynikające z umów zawartych przez „Radio Lublin” S.A. z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami pokrewnymi i autorskimi.

.....
*data i podpisy osób uprawnionych
do reprezentowania
organizacji pożytku publicznego*