

**Materiał porównawczy**  
**do ustawy z dnia 4 marca 2011 r.**

**o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw**

**(druk nr 1134)**

USTAWA z dnia 29 grudnia 1992 r. O RADIOFONII I TELEWIZJI (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226)

Art. 1.

1. Zadaniem radiofonii i telewizji jest:

- 1) dostarczanie informacji;
- 2) udostępnianie dóbr kultury i sztuki;
- 3) ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki;
- 3a) upowszechnianie edukacji obywatelskiej;
- 4) dostarczanie rozrywki;
- 5) popieranie krajowej twórczości audiowizualnej.

**<1a. Zadania radiofonii i telewizji, o których mowa w ust. 1, są realizowane przez dostarczanie usług medialnych w postaci programów radiowych i telewizyjnych oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie.>**

*[2. Odbiór programów krajowych i zagranicznych przeznaczonych przez nadawców do powszechnego odbioru jest wolny, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa.]*

**<2. Odbiór krajowych i zagranicznych programów oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie przeznaczonych przez dostawców usług medialnych do powszechnego odbioru jest wolny, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa.>**

*[Art. 1a.*

1. *Ustawę stosuje się do nadawców ustanowionych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.*
2. *Nadawcę uważa się za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli spełnia on co najmniej jeden z warunków:*

*1) ma swoją siedzibę w Rzeczypospolitej Polskiej oraz:*

- a) decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub*
- b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy działalności nadawcy działa na terytorium*

*Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, lub*

- c) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy działalności nadawcy działa zarówno na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jak i w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej;*
- 2) decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy działalności nadawcy działa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a nadawca ma swoją siedzibę w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej,*
- 3) rozpoczął rozpowszechnianie programu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub na podstawie prawa Rzeczypospolitej Polskiej i utrzymuje stabilne i efektywne związki gospodarcze z Rzeczqpospolitą Polską, chyba że:
  - a) zarówno siedziba nadawcy znajduje się w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, jak i decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej lub*
  - b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy działalności nadawcy działa w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, w którym nadawca ma swoją siedzibę lub decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane na terytorium innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej.**
- 3. Za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej uważa się także nadawcę, jeżeli istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy działalności nadawcy działa na jej terytorium oraz nadawca:
  - 1) ma swoją siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej albo*
  - 2) ma swoją siedzibę w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej, a decyzje o strukturze i zawartości programu są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.**
- 4. Za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej uważa się także nadawcę, który:
  - 1) dysponuje lub wykorzystuje częstotliwość na podstawie decyzji wydanej przez polski organ administracji publicznej albo*
  - 2) korzysta z satelity wykorzystującego rezerwację zasobów orbitalnych dokonaną przez polski organ administracji publicznej, jeżeli nie dysponuje lub nie wykorzystuje częstotliwości na podstawie decyzji wydanej przez właściwy organ władzy publicznej państwa członkowskiego Unii Europejskiej albo*
  - 3) korzysta ze stacji dosyłowej do satelity zlokalizowanej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli nie korzysta z satelity wykorzystującego rezerwację zasobów orbitalnych dokonaną przez właściwy organ władzy publicznej państwa członkowskiego Unii Europejskiej**

*- pomimo że nie odpowiada on warunkom określonym w ust. 1-3 i nie został uznany za nadawcę ustanowionego w państwie członkowskim Unii Europejskiej na podstawie przepisów prawa tego państwa odpowiadających warunkom określonym w ust. 1-3.]*

**<Art. 1a.**

- 1. Ustawę stosuje się do dostawców usług medialnych ustanowionych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.**
- 2. Dostawcę usługi medialnej uważa się za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli spełnia on co najmniej jeden z warunków:**
  - 1) ma swoją siedzibę w Rzeczypospolitej Polskiej oraz:**
    - a) decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub**
    - b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, lub**
    - c) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa zarówno na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jak i w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej;**
  - 2) decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a dostawca usługi medialnej ma swoją siedzibę w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej;**
  - 3) rozpoczął świadczenie usługi medialnej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub na podstawie prawa Rzeczypospolitej Polskiej i utrzymuje stabilne i efektywne związki gospodarcze z Rzecząpospolitą Polską, chyba że:**
    - a) zarówno siedziba dostawcy usługi medialnej znajduje się w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, jak i decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej lub**
    - b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, w którym dostawca usługi medialnej ma swoją siedzibę, lub decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej.**
- 3. Za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej uważa się także dostawcę usługi medialnej, jeżeli istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na jej terytorium oraz dostawca ten:**
  - 1) ma swoją siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej, albo**

2) ma swoją siedzibę w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

4. Ustawę stosuje się także do dostawcy usługi medialnej, który:

- 1) korzysta ze stacji dosyłowej do satelity zlokalizowanej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej albo
- 2) nie korzysta z tej stacji, ale korzysta z łącza satelitarnego należącego do Rzeczypospolitej Polskiej

– mimo że nie odpowiada on warunkom określonym w ust. 2 i 3 i nie został uznany za dostawcę usługi medialnej ustanowionego w państwie członkowskim Unii Europejskiej na podstawie przepisów prawa tego państwa odpowiadających warunkom określonym w ust. 2 i 3.>

#### Art. 2.

*[1. Prawo rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych przysługuje jednostkom publicznej radiofonii i telewizji oraz osobom, które uzyskały koncesję na taką działalność.]*

**<1. Prawo rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych przysługuje jednostkom publicznej radiofonii i telewizji oraz osobom fizycznym, osobom prawnym i osobowym spółkom handlowym, które uzyskały koncesję na taką działalność, albo – w przypadku programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych – wpis do rejestru takich programów.>**

2. Ustawy nie stosuje się do:

- 1) programu rozpowszechnianego lub rozprowadzanego wyłącznie w obrębie jednego budynku;
- 2) programu rozpowszechnianego lub rozprowadzanego w systemie, w którym urządzenia nadawcze i odbiorcze należą do tej samej osoby, prowadzącej działalność gospodarczą lub inną zarejestrowaną działalność publiczną, a treść programu ogranicza się do spraw związanych z tą działalnością i jest adresowana do pracowników lub innego określonego kręgu osób związanych z nadawcą;
- 3) programu rozprowadzanego w sieci kablowej, jeżeli liczba indywidualnych odbiorców nie przekracza 250/./<=>
- <4) programów radiowych rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych oraz audialnych usług na żądanie;**
- 5) korespondencji prowadzonej z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej;**
- 6) elektronicznych wersji dzienników i czasopism oraz prasy udostępnianej w systemie teleinformatycznym pod warunkiem że nie składają się w przeważającej części z audycji audiowizualnych;**
- 7) gier losowych i zakładów wzajemnych, chyba że są częścią audycji usługi medialnej.>**

[Art. 3.

*Do radiofonii i telewizji stosuje się przepisy prawa prasowego, o ile ustawa nie stanowi inaczej.]*

<Art. 3.

**Do rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych stosuje się przepisy prawa prasowego, o ile ustawa nie stanowi inaczej.>**

<Art. 3a.

**Dostawcy usług medialnych, mając na względzie realizację obowiązków określonych w ustawie, w szczególności w art. 14a, art. 16b ust. 3a, art. 18a, art. 20d i art. 20e, mogą tworzyć i przystępować do kodeksów dobrych praktyk w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206).>**

[Art. 4.

*W rozumieniu ustawy:*

- 1) nadawcą jest osoba, która tworzy lub zestawia programy i rozpowszechnia je lub przekazuje innym osobom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian;*
- 1a) nadawcą społecznym jest nadawca:*
  - a) którego program upowszechnia działalność wychowawczą i edukacyjną, działalność charytatywną, respektuje chrześcijański system wartości za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz zmierza do ugruntowania tożsamości narodowej,*
  - b) w którego programie nie są rozpowszechniane audycje ani inne przekazy, o których mowa w art. 18 ust. 5,*
  - c) który nie nadaje reklam lub telesprzedaży oraz sponsorowanych audycji lub innych sponsorowanych przekazów,*
  - d) który nie pobiera opłat z tytułu rozpowszechniania, rozprowadzania lub odbierania jego programu;*
- 1b) osobą zagraniczną jest osoba zagraniczna w rozumieniu art. 5 pkt 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 i Nr 239, poz. 1593);*
- 1c) zespołem twórczym jest zespół osób tworzących audycje, do którego zalicza się w szczególności: reżysera, autora scenariusza, scenografa, operatora, odtwórców głównych ról i kompozytora;*
- 2) rozpowszechnianiem jest:*
  - a) bezprzewodowa emisja programu do równoczesnego, powszechnego odbioru (system powszechnego odbioru),*
  - b) wprowadzanie programu do sieci kablowej (system zbiorowego odbioru);*
- 3) rozprowadzaniem jest przejmowanie w całości i bez zmian programu nadawcy krajowego lub zagranicznego, z wyjątkiem programu rozpowszechnianego w sieci kablowej, i równoczesne jego rozpowszechnianie;*

- 4) *programem jest uporządkowany zestaw audycji radiowych lub telewizyjnych, reklam i innych przekazów, regularnie rozpowszechniany, pochodzący od jednego nadawcy;*
- 4a) *programem wyspecjalizowanym jest program, w którym nie mniej niż 70% czasu nadawania programu w ciągu miesiąca, w godzinach 6-23, stanowią audycje i inne przekazy realizujące przyjętą specjalizację programu;*
- 5) *audycją jest część programu radiowego lub telewizyjnego, stanowiąca odrębną całość ze względu na treść, formę, przeznaczenie lub autorstwo;*
- 5a) *audycją wytworzoną pierwotnie w języku polskim jest audycja spełniająca wymogi audycji europejskiej w rozumieniu niniejszej ustawy i powstała na podstawie scenariusza wytworzonego pierwotnie w języku polskim, której pierwotna rejestracja dokonana została w języku polskim;*
- 6) *reklamą jest każdy przekaz, nie pochodzący od nadawcy, zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw lub idei albo osiągnięcia innego efektu pożądanego przez reklamodawcę, nadawany za opłatą lub inną formą wynagrodzenia;*
- 7) *sponsorowaniem jest bezpośrednio lub pośrednio finansowanie albo współfinansowanie tworzenia lub rozpowszechniania audycji lub innych przekazów, przez podmiot niebędący nadawcą lub producentem audycji, dla upowszechnienia, utrwalenia lub podniesienia renomy nazwy, firmy, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego sponsora lub jego działalność;*
- 8) *(uchylony);*
- 9) *przekazem tekstowym jest zbiór tekstów i nieruchomych obrazów, rozpowszechnianych za pomocą sygnału telewizyjnego równocześnie z programem;*
- 10) *telesprzedażą jest każdy przekaz zawierający bezpośrednią ofertę sprzedaży towarów lub odpłatnego świadczenia usług;*
- 11) *reklamą ukrytą jest przedstawianie w audycjach towarów, usług, nazwy, firmy, znaku towarowego lub działalności przedsiębiorcy będącego producentem towaru lub świadczącego usługi, jeżeli zamiarem nadawcy, w szczególności związanym z wynagrodzeniem lub uzyskaniem innej korzyści, jest osiągnięcie skutku reklamowego oraz jeżeli możliwe jest wprowadzenie publiczności w błąd co do charakteru przekazu;*
- 12) *producentem jest osoba fizyczna lub osoba prawna, lub jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33<sup>1</sup> § 1 Kodeksu cywilnego, która podejmuje inicjatywę, faktycznie organizuje i ponosi odpowiedzialność za kreatywny, organizacyjny i finansowy proces produkcji utworu audiowizualnego;*
- 13) *producentem niezależnym wobec danego nadawcy jest producent niepozostający w stosunku pracy z danym nadawcą, niebędący sam nadawcą i nieposiadający udziałów w organizacji nadawcy oraz w którym nadawca ani żaden podmiot od niego zależny bądź należący do tej samej grupy kapitałowej nie posiada żadnych udziałów, a w zarządach nie zasiadają żadne osoby pozostające w stosunku pracy z danym nadawcą lub będące nadawcami;*
- 14) *przedsiębiorcą jest przedsiębiorca w rozumieniu ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.]*

<Art. 4.

**W rozumieniu ustawy:**

- 1) usługą medialną jest usługa w postaci programu albo audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, za którą odpowiedzialność redakcyjną ponosi jej dostawca i której podstawowym zadaniem jest dostarczenie przez sieci telekomunikacyjne ogółowi odbiorców audycji, w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych; usługą medialną jest także przekaz handlowy;
- 2) audycją jest ciąg ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego (audycja audiowizualna) albo ciąg dźwięków (audycja radiowa), stanowiący, ze względu na treść, formę, przeznaczenie lub autorstwo, odrębną całość w stworzonym przez dostawcę usługi medialnej programie lub katalogu audycji udostępnianych publicznie w ramach audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, zwanym dalej „katalogiem”;
- 3) odpowiedzialnością redakcyjną jest sprawowanie faktycznej kontroli nad wyborem audycji i sposobem ich zestawienia w programie lub w katalogu; nie uchybia to zasadom odpowiedzialności prawnej za treść audycji lub świadczenie usługi;
- 4) dostawcą usługi medialnej jest osoba fizyczna, osoba prawna lub osobowa spółka handlowa ponosząca odpowiedzialność redakcyjną za wybór treści usługi medialnej i decydująca o sposobie zestawienia tej treści, będąca nadawcą albo dostawcą audiowizualnej usługi medialnej na żądanie;
- 5) nadawcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub osobowa spółka handlowa, która tworzy i zestawia program oraz rozpowszechnia go lub przekazuje innym osobom w celu rozpowszechniania;
- 6) programem jest usługa medialna stanowiąca uporządkowany zestaw audycji, przekazów handlowych lub innych przekazów, rozpowszechniany w całości, w sposób umożliwiający jednoczesny odbiór przez odbiorców w ustalonym przez nadawcę układzie;
- 7) audiowizualną usługą medialną na żądanie jest usługa medialna świadczona w ramach działalności gospodarczej umożliwiająca odbiór audycji audiowizualnych w wybranym przez odbiorcę momencie, na jego zamówienie, w oparciu o katalog ustalony przez dostawcę tej usługi;
- 8) rozpowszechnianiem jest emisja programu drogą bezprzewodową lub przewodową do odbioru przez odbiorców;
- 9) rozprowadzaniem jest przejmowanie rozpowszechnionego programu w całości i bez zmian oraz równoczesne, wtórne jego rozpowszechnianie;
- 10) udostępnianiem publicznym audiowizualnej usługi medialnej na żądanie jest jej świadczenie w sposób umożliwiający odbiorcy w wybranym przez niego momencie zapoznanie się z audycją z katalogu w ramach takiej usługi lub utrwalenie takiej audycji;
- 11) dostarczaniem usługi medialnej jest rozpowszechnianie albo udostępnianie publiczne audiowizualnej usługi medialnej na żądanie;
- 12) nadawcą społecznym jest nadawca:

- a) którego program upowszechnia działalność wychowawczą i edukacyjną, działalność charytatywną, respektuje chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki, oraz zmierza do ugruntowania tożsamości narodowej,
  - b) w którego programie nie są rozpowszechniane audycje ani inne przekazy, o których mowa w art. 18 ust. 5,
  - c) który nie nadaje przekazów handlowych,
  - d) który nie pobiera opłat z tytułu rozpowszechniania, rozprowadzania lub odbierania jego programu;
- 13) osobą zagraniczną jest osoba zagraniczna w rozumieniu art. 5 pkt 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 i Nr 239, poz. 1593);
- 14) zespołem twórczym jest zespół osób tworzących audycje, do którego zalicza się w szczególności: reżysera, autora scenariusza, scenografa, operatora, odtwórców głównych ról i kompozytora;
- 15) programem wyspecjalizowanym jest program, w którym nie mniej niż 70 % czasu nadawania programu w ciągu miesiąca, w godzinach 6–23, stanowią audycje i inne przekazy realizujące przyjętą specjalizację programu;
- 16) audycją wytworzoną pierwotnie w języku polskim jest audycja spełniająca wymogi audycji europejskiej w rozumieniu niniejszej ustawy i powstała na podstawie scenariusza wytworzonego pierwotnie w języku polskim, której pierwotna rejestracja została dokonana w języku polskim;
- 17) audycją dla dzieci jest audycja, która ze względu na czas nadania i treść jest skierowana głównie do dzieci;
- 18) przekazem handlowym jest każdy przekaz, w tym obrazy z dźwiękiem lub bez dźwięku albo tylko dźwięki, mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji towarów, usług lub renomy podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub zawodową, towarzyszący audycji lub włączony do niej, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, albo w celach autopromocji, w szczególności reklama, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu;
- 19) reklamą jest przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług; reklamą jest także autopromocja;
- 20) sponsorowaniem jest każdy wkład w finansowanie usługi medialnej lub audycji, przez podmiot, który nie dostarcza usług medialnych i nie produkuje audycji, w celu promocji jego nazwy, firmy, renomy, działalności, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego;
- 21) telesprzedażą jest przekaz handlowy zawierający bezpośrednią ofertę sprzedaży towarów lub odpłatnego świadczenia usług;
- 22) ukrytym przekazem handlowym jest przedstawianie w audycjach towarów, usług, nazwy, firmy, znaku towarowego lub działalności przedsiębiorcy będącego producentem towaru lub świadczącego usługi, jeżeli zamiarem dostawcy usługi medialnej, w szczególności związanym z wynagrodzeniem lub



- uzyskaniem innej korzyści, jest osiągnięcie skutku reklamowego oraz możliwe jest wprowadzenie publiczności w błąd co do charakteru przekazu;
- 23) lokowaniem produktu jest przekaz handlowy polegający na przedstawieniu lub nawiązywaniu do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, a także w postaci nieodpłatnego udostępnienia towaru lub usługi;
  - 24) lokowaniem tematu jest przekaz handlowy polegający na nawiązywaniu do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w scenariuszu lub liście dialogowej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie;
  - 25) autopromocją jest każdy przekaz pochodzący od dostawcy usługi medialnej mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji jego audycji, towarów lub usług;
  - 26) przekazem tekstowym jest zbiór tekstów i nieruchomych obrazów, rozpowszechnianych za pomocą sygnału telewizyjnego lub radiowego równocześnie z programem;
  - 27) producentem jest osoba fizyczna lub osoba prawna, lub jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33<sup>1</sup> § 1 Kodeksu cywilnego, która podejmuje inicjatywę, faktycznie organizuje i ponosi odpowiedzialność za kreatywny, organizacyjny i finansowy proces produkcji utworu audiowizualnego;
  - 28) producentem niezależnym wobec danego nadawcy jest producent niepozostający w stosunku pracy z danym nadawcą, niebędący sam nadawcą i nieposiadający udziałów w organizacji nadawcy oraz w którym nadawca ani żaden podmiot od niego zależny bądź należący do tej samej grupy kapitałowej nie posiada żadnych udziałów, a w zarządach nie zasiadają żadne osoby pozostające w stosunku pracy z danym nadawcą lub będące nadawcami;
  - 29) przedsiębiorcą jest przedsiębiorca w rozumieniu ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej;
  - 30) audiodeskrypcją jest werbalny, dźwiękowy opis obrazu i treści wizualnych zawartych w audycji audiowizualnej przeznaczony dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku, umieszczony w audycji lub rozpowszechniany równocześnie z audycją;
  - 31) systemem teleinformatycznym jest system teleinformatyczny w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204, z późn. zm.);
  - 32) siecią telekomunikacyjną jest sieć telekomunikacyjna w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800, z późn. zm.).>

#### Art. 6.

*[1. Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności nadawców i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji.]*

**<1. Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności dostawców usług medialnych i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji.>**

2. Do zadań Krajowej Rady należy w szczególności:

1) projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji;

*[2) określanie, w granicach upoważnień ustawowych, warunków prowadzenia działalności przez nadawców;*

3) *podejmowanie, w zakresie przewidzianym ustawą, rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów;]*

**<2) określanie, w granicach upoważnień ustawowych, warunków prowadzenia działalności przez dostawców usług medialnych;**

**3) podejmowanie, w zakresie przewidzianym ustawą, rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie programów, wpisu do rejestru programów, zwanego dalej „rejestrem”, oraz wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie, zwanego dalej „wykazem”, jak również prowadzenie tego rejestru i wykazu;>**

3a) uznawanie za nadawcę społecznego lub odbieranie tego przymiotu, na warunkach określonych ustawą;

*[4) sprawowanie w granicach określonych ustawą kontroli działalności nadawców;*

*5) organizowanie badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych;]*

**<4) sprawowanie w granicach określonych ustawą kontroli działalności dostawców usług medialnych;**

**5) organizowanie badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie;>**

6) ustalanie wysokości opłat za udzielenie koncesji oraz wpis do rejestru;

6a) ustalanie, na zasadach określonych w ustawie z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych (Dz. U. Nr 85, poz. 728 i Nr 157, poz. 1314 oraz z 2010 r. Nr 13, poz. 70 i Nr 152, poz. 1023), wysokości opłat abonamentowych;

7) opiniowanie projektów aktów ustawodawczych oraz umów międzynarodowych dotyczących radiofonii i telewizji;

7a) (utracił moc);

8) inicjowanie postępu naukowo-technicznego i kształcenia kadr w dziedzinie radiofonii i telewizji;

*[9) organizowanie i inicjowanie współpracy z zagranicą w dziedzinie radiofonii i telewizji;*

*10) współpraca z właściwymi organizacjami i instytucjami w zakresie ochrony praw autorskich, praw wykonawców, praw producentów oraz nadawców programów radiowych i telewizyjnych;]*

**<9) organizowanie i inicjowanie współpracy z zagranicą w dziedzinie radiofonii i telewizji, w tym współpracy z organami regulacyjnymi państw członkowskich Unii Europejskiej, właściwymi w sprawach usług medialnych;**

- 10) **współpraca z właściwymi organizacjami i instytucjami w zakresie ochrony praw autorskich, praw wykonawców, praw producentów oraz dostawców usług medialnych;**>
- 11) przeprowadzanie jawnych i otwartych konkursów na stanowiska członków rad nadzorczych w jednostkach publicznej radiofonii i telewizji[./]<;>
- <12) **propagowanie samoregulacji lub współregulacji w zakresie świadczenia usług medialnych objętych ustawą, w tym przedstawianie, na wniosek dostawcy usługi medialnej, opinii o kodeksie, o którym mowa w art. 3a;**
- 13) **upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej) oraz współpraca z innymi organami państwowymi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami w zakresie edukacji medialnej.**>

#### Art. 8.

1. Pracodawca zatrudniający członka Krajowej Rady udzieli mu, na jego wniosek, urlopu bezpłatnego na czas sprawowania funkcji. Okres urlopu wlicza się do stażu pracy, od którego zależą uprawnienia wynikające ze stosunku pracy.
  2. (uchylony).
  3. W okresie kadencji członków Krajowej Rady ulega zawieszeniu ich członkostwo:
    - 1) (utracił moc);
    - 2) we władzach stowarzyszeń, związków zawodowych, związków pracodawców, organizacji kościelnych lub związków wyznaniowych.
- [4. Nie można łączyć funkcji członka Krajowej Rady z posiadaniem udziałów albo akcji spółki bądź w inny sposób uczestniczyć w podmiocie będącym nadawcą lub producentem radiowym lub telewizyjnym oraz wszelką działalnością zarobkową, z wyjątkiem pracy dydaktyczno-naukowej w charakterze nauczyciela akademickiego lub pracy twórczej.]*
- <4. **Nie można łączyć funkcji członka Krajowej Rady z posiadaniem udziałów albo akcji spółki bądź w inny sposób uczestniczyć w podmiocie będącym dostawcą usługi medialnej lub producentem radiowym lub telewizyjnym oraz wszelką działalnością zarobkową, z wyjątkiem pracy dydaktyczno-naukowej w charakterze nauczyciela akademickiego lub pracy twórczej.**>

#### Art. 10.

1. Przewodniczący Krajowej Rady kieruje jej pracami, reprezentuje Krajową Radę oraz wykonuje zadania określone w ustawie.
- [2. Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od nadawcy przedstawienia materiałów, dokumentów i udzielenia wyjaśnień w zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania nadawcy z przepisami ustawy i warunkami koncesji.*
- 3. Przewodniczący Krajowej Rady może wezwać nadawcę do zaniechania działań w zakresie tworzenia i rozpowszechniania programów, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały Krajowej Rady lub warunki koncesji.*
- 4. Przewodniczący Krajowej Rady na podstawie uchwały tej Rady może wydać decyzję nakazującą zaniechanie przez nadawcę działań w zakresie, o którym mowa w ust. 3.]*

- <2. Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od dostawcy usługi medialnej przedstawienia materiałów, dokumentów i udzielenia wyjaśnień w zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania tego dostawcy z przepisami ustawy, warunkami koncesji lub wiążącymi go aktami samoregulacji.**
- 3. Przewodniczący Krajowej Rady może wezwać dostawcę usługi medialnej do zaniechania działań w zakresie dostarczania usług medialnych, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały Krajowej Rady lub warunki koncesji.**
- 4. Przewodniczący Krajowej Rady na podstawie uchwały Rady może wydać decyzję nakazującą zaniechanie przez dostawcę usługi medialnej działań w zakresie, o którym mowa w ust. 3.>**
5. Przepisy ust. 2-4 stosuje się odpowiednio do rozprowadzania programów radiowych i telewizyjnych.

Art. 14.

1. Nałożenie na nadawcę obowiązku lub zakazu rozpowszechniania określonej audycji lub przekazu może nastąpić wyłącznie na podstawie ustawy.
2. Audycje i przekazy nie pochodzące od nadawcy powinny być wyraźnie wyodrębnione w programie i oznaczone w sposób niebudzący wątpliwości, że nie pochodzą od nadawcy.

**<Art. 14a.**

1. Nadawca jest obowiązany do zapewnienia odbiorcom łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy, a w szczególności do informacji o:
  - 1) nazwie programu;
  - 2) nazwisku, nazwie lub firmie tego nadawcy;
  - 3) adresie jego siedziby;
  - 4) danych kontaktowych, w tym adresu korespondencyjnego, adresu poczty elektronicznej oraz witryny internetowej.
2. Nadawca jest obowiązany do wskazania Krajowej Rady jako organu właściwego w sprawach radiofonii i telewizji.
3. Krajowa Rada może określić, w drodze rozporządzenia, sposób zapewniania przez nadawców dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy oraz inne niż wskazane w ust. 1 informacje, uwzględniając potrzeby odbiorców, integralność przekazów, sposób rozpowszechniania programu i oddziaływanie na interesy odbiorców oraz dążąc do nieobciążania dostawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami w związku z zapewnianiem informacji.>

Art. 15.

1. Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

[2. Nadawcy programów radiowych i telewizyjnych przeznaczają co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim.]

**<2. Nadawcy programów radiowych, z wyłączeniem programów tworzonych w całości w języku mniejszości narodowej lub etnicznej, lub w języku regionalnym w rozumieniu art. 19 ustawy z dnia 6 stycznia 2005 r. o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym (Dz. U. Nr 17, poz. 141, Nr 62, poz. 550 oraz z 2009 r. Nr 31, poz. 206 i Nr 157, poz. 1241), przeznaczają co najmniej 33 % miesięcznego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60 % w godzinach 5-24.>**

**<2a. Przy ustalaniu czasu nadawania w godzinach 5-24, o którym mowa w ust. 2, czas nadawania utworu słowno-muzycznego w tych godzinach wykonywanego w języku polskim przez debiutanta jest liczony jako 200 % czasu nadawania utworu.**

**2b. Za utwór wykonywany przez debiutanta uważa się utwór słowno-muzyczny wykonywany w języku polskim, który w danym okresie rozliczeniowym został rozpowszechniony w programie radiowym, a od daty pierwszego rozpowszechnienia nie minęło 18 miesięcy, przy czym za debiutanta uważa się wyłącznie artystę lub zespół muzyczny, który w powyższym okresie 18 miesięcy po raz pierwszy opublikował album zawierający utwory słowno-muzyczne lub pojedyncze nagranie utworu słowno-muzycznego.>**

3. Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają ponad 50% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

[4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, niższy udział w programie radiowym lub telewizyjnym audycji, o których mowa w ust. 1 i 3, dla:

1) nadawców w pierwszym roku rozpowszechniania przez nich programu,

2) programów wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji, o których mowa w ust. 1 i 3,

3) programów rozpowszechnianych wyłącznie w sposób satelitarny lub kablowy dostępnych w całości za opłatą, z wyłączeniem opłat abonamentowych w rozumieniu ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych i podstawowych opłat pobieranych przez operatorów satelitarnych lub operatorów sieci kablowych

- uwzględniając konieczność zachowania proporcji audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich.]

**<4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, niższy udział w programie telewizyjnym audycji, o których mowa w ust. 1 i 3, oraz w programie radiowym utworów, o których mowa w ust. 2, dla:**

1) nadawców w pierwszym roku rozpowszechniania przez nich programu,

2) programów wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji, o których mowa w ust. 1 i 3, lub utworów, o których mowa w ust. 2,

3) programów, na których nadawanie przyznano koncesję określającą, że programy te są przeznaczone dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym,

4) programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych

**– uwzględniając konieczność zachowania proporcji audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz uwzględniając możliwość realizacji tych obowiązków w danych kategoriach programów.>**

Art. 15a.

1. Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów. W czasie przeznaczonym na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, audycje wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie powinny stanowić co najmniej 50%.
2. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, w odniesieniu do audycji, o których mowa w art. 15 ust. 1 i 3 oraz w ust. 1:
  - 1) sposób prowadzenia przez nadawcę ewidencji czasu nadawania,
  - 2) czas przechowywania ewidencji, nie krótszy niż 1 rok,
  - 3) zakres informacji zawartych w ewidencji, w tym dane o terminie rozpowszechniania audycji, rzeczywisty czas trwania audycji, tytuł i producenta audycji- uwzględniając możliwość prowadzenia ewidencji w formie elektronicznej, konieczność zapewnienia przejrzystości oraz jawności informacji znajdujących się w ewidencji oraz nieobciążania nadawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami w związku z prowadzeniem ewidencji.
- <3. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, niższy udział audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie dla programów telewizyjnych, dla których ze względu na wyspecjalizowany charakter programu brak jest wystarczającej liczby tych audycji, uwzględniając wpływ charakteru programów na możliwość realizacji przez nadawców tych obowiązków.>**

Art. 15b.

*[1. Audycją europejską jest audycja, która pochodzi z:*

- 1) państwa członkowskiego Unii Europejskiej lub*
- 2) państwa będącego stroną Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej, sporządzonej w Strasburgu dnia 5 maja 1989 r. (Dz. U. z 1995 r. Nr 32, poz. 160 oraz z 2004 r. Nr 28, poz. 250), niestosującego środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej, lub*
- 3) innego europejskiego państwa trzeciego niestosującego środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej, o ile spełnia ona wymagania określone w ust. 3.]*

**<1. Audycją europejską jest audycja:**

- 1) pochodząca z państwa członkowskiego Unii Europejskiej lub**
- 2) pochodząca z innego państwa będącego stroną Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej, sporządzonej w Strasburgu dnia 5 maja 1989 r. (Dz.**

U. z 1995 r. Nr 32, poz. 160 oraz z 2004 r. Nr 28, poz. 250), zwanej dalej „Europejską konwencją o telewizji ponadgranicznej”, niestosującego środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej, lub

- 3) wytworzona w koprodukcji w ramach umowy dotyczącej sektora audiowizualnego zawartej między Unią Europejską a innym państwem trzecim spełniająca wymagania określone w tej umowie, jeżeli państwo to nie stosuje środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej.>
2. Audycja pochodzi z państw, o których mowa w ust. 1 pkt 1 i 2, jeżeli większość członków zespołu twórczego stale zamieszkuje na terytorium jednego z tych państw oraz spełniony jest co najmniej jeden z warunków:
- 1) audycja jest wyprodukowana przez producenta mającego siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 i 2;
  - 2) produkcja audycji jest nadzorowana i kontrolowana przez osobę fizyczną mającą stałe miejsce zamieszkania w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 i 2, lub przez osobę prawną albo podmiot nieposiadający osobowości prawnej, których siedziba znajduje się w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 i 2;
  - 3) udział współproducentów, mających siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 i 2, w łącznych kosztach produkcji audycji jest większościowy i współprodukcja nie podlega kontroli współproducentów niemających siedziby lub stałego miejsca zamieszkania w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 1 i 2.
- [3. *Za audycję europejską uważa się również audycję, której większość członków zespołu twórczego stale zamieszkuje na terytorium państwa europejskiego oraz która została wyprodukowana samodzielnie lub w koprodukcji z producentem mającym siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania w jednym z państw członkowskich Unii Europejskiej przez producenta mającego siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania w państwie, o którym mowa w ust. 1 pkt 3, jeżeli państwo to zawarło ze Wspólnotą Europejską umowę w sprawach audiowizualnych.]*
4. Audycją europejską jest także audycja, która została wyprodukowana w ramach dwustronnych umów o koprodukcji zawartych między państwami członkowskimi Unii Europejskiej i państwami trzecimi, a udział współproducentów, mających siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania na terytorium państwa, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, w łącznych kosztach produkcji audycji jest większościowy oraz współprodukcja nie podlega kontroli współproducentów niemających siedziby lub stałego miejsca zamieszkania na terytorium państwa, o którym mowa w ust. 1 pkt 1.
- [5. *Audycją europejską, w stosunku odpowiadającym proporcji udziału współproducentów mających siedzibę lub stałe miejsce zamieszkania w państwie członkowskim Unii Europejskiej w łącznych kosztach produkcji, jest również audycja niespełniająca wymagań określonych w ust. 1-4, jeżeli większość członków zespołu twórczego stale zamieszkuje w państwie członkowskim Unii Europejskiej.]*

[Art. 16.

1. Reklamy powinny być wyraźnie wyodrębnione w programie i oznaczone w sposób niebudzący wątpliwości, że są reklamami i nie pochodzą od nadawcy. Dotyczy to odpowiednio telesprzedaży.
2. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15%, a reklamy nadawane łącznie z telesprzedażą, z zastrzeżeniem ust. 3, więcej niż 20% dziennego czasu nadawania programu i nie więcej niż 12 minut w ciągu godziny.
3. Bloki programowe poświęcone wyłącznie telesprzedaży nie mogą zajmować w programie więcej niż 3 godziny dziennego czasu nadawania programu, przy czym minimalny czas trwania takiego bloku wynosi 15 minut, a liczba tych bloków nie może przekraczać 8.
4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, sposób prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży, z uwzględnieniem zasad określonych w ustawie. W rozporządzeniu Krajowa Rada określi:
  - 1) sposób ustalania dziennego czasu nadawania programu, o którym mowa w ust. 2 i 3;
  - 2) warunki nadawania reklam i telesprzedaży w programach;
  - 3) wymagania dotyczące osób, których głos lub wizerunek jest wykorzystywany w reklamach, z uwzględnieniem zakresu ograniczeń w prowadzeniu przez nie innych audycji w programach radiowych i telewizyjnych;
  - 4) zakres udostępniania przez nadawcę czasu wykorzystywanego na reklamy i telesprzedaż, w tym maksymalny wymiar czasu w okresie rocznym dla jednego przedsiębiorcy lub ugrupowania gospodarczego;
  - 5) sposób prowadzenia i przechowywania przez nadawcę ewidencji czasu nadawanych reklam i telesprzedaży oraz zakres danych objętych tą ewidencją.

Art. 16a.

1. Reklamy i telesprzedaż są nadawane pomiędzy audycjami, z zastrzeżeniem ust. 2-7.
2. Audycję można przerwać w celu nadania reklamy lub telesprzedaży, o ile nie stanowi to uszczerbku dla wartości audycji i nie narusza uprawnień właścicieli praw autorskich.
3. W transmisjach zawodów sportowych zawierających przerwy wynikające z przepisów ich rozgrywania, transmisjach innych wydarzeń zawierających przerwy oraz w audycjach składających się z autonomicznych części, reklamy lub telesprzedaż mogą być nadawane wyłącznie w tych przerwach lub pomiędzy poszczególnymi częściami.
4. Filmy fabularne i filmy telewizyjne, z wyłączeniem serii, seriali i audycji dokumentalnych, trwające ponad 45 minut, mogą być przerywane, w celu nadania reklam lub telesprzedaży, wyłącznie jeden raz podczas każdego okresu pełnych 45 minut. Kolejne przerwy w celu nadania reklam lub telesprzedaży są dopuszczalne, jeżeli film trwa co najmniej 20 minut dłużej niż dwa lub więcej okresów pełnych 45 minut.
5. Audycje inne niż określone w ust. 3 mogą być przerywane w celu nadania reklam lub telesprzedaży, jeżeli okres pomiędzy kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi w programie telewizyjnym co najmniej 20 minut, a w programie radiowym co najmniej 10 minut.
6. Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży:
  - 1) serwisów informacyjnych i magazynów na temat aktualnych wydarzeń;
  - 2) audycji o treści religijnej;



- 3) *audycji publicystycznych i dokumentalnych o czasie krótszym niż 30 minut; jeżeli czas ich emisji wynosi co najmniej 30 minut, stosuje się przepisy ust. 2-5;*
- 4) *audycji przeznaczonych dla dzieci.*
7. *Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży audycji w programach publicznej radiofonii i telewizji, z wyjątkiem audycji, o których mowa w ust. 3.]*

**<Art. 16.**

- 1. Przekazy handlowe powinny być łatwo rozpoznawalne.**
- 2. Reklamy i telesprzedaż powinny być łatwo odróżnialne od materiału redakcyjnego. Reklamy i telesprzedaż odróżnia się w programie za pomocą środków wizualnych, dźwiękowych lub przestrzennych.**
- 3. Reklamy i telesprzedaż nie mogą zajmować więcej niż 12 minut w ciągu godziny zegarowej.**
- 4. Ograniczenia określonego w ust. 3 nie stosuje się do:**
  - 1) ogłoszeń nadawcy, zawierających jedynie informację o jego audycjach lub fragmenty tych audycji;**
  - 2) ogłoszeń nadawcy zawierających jedynie informację o dodatkowych produktach uzyskiwanych bezpośrednio z audycji;**
  - 3) wymaganych prawem oznaczeń przekazów handlowych, w tym wskazań sponsorów.**
- 5. Ogłoszenia, o których mowa w ust. 4 pkt 1 i 2, są emitowane pomiędzy audycjami i nie mogą zajmować więcej niż 2 minuty w ciągu godziny zegarowej.**
- 6. Bloki programowe poświęcone wyłącznie telesprzedaży powinny być wyraźnie oznaczone w sposób wizualny i dźwiękowy oraz nadawane w sposób nieprzerwany przez co najmniej 15 minut. Do bloków takich nie stosuje się ograniczenia określonego w ust. 3.**
- 7. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, sposób prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży, w tym:**
  - 1) warunki nadawania, w tym wyodrębniania, oznaczania i umieszczania, reklam i telesprzedaży w programach,**
  - 2) wymagania dotyczące osób, których głos lub wizerunek jest wykorzystywany w reklamach, z uwzględnieniem zakresu ograniczeń w prowadzeniu przez nie innych audycji w programach radiowych i telewizyjnych,**
  - 3) zakres udostępniania przez nadawcę czasu wykorzystywanego na reklamy i telesprzedaż, w tym maksymalny wymiar czasu w okresie rocznym dla jednego przedsiębiorcy lub ugrupowania gospodarczego,**
  - 4) sposób prowadzenia i przechowywania przez nadawcę ewidencji czasu nadawanych reklam i telesprzedaży oraz zakres danych objętych tą ewidencją,**
  - 5) szczegółowe wymagania dla ogłoszeń nadawców, o których mowa w ust. 4 pkt 1 i 2, oraz sposób ich oznaczania i umieszczania w programach**

– kierując się ochroną interesu odbiorców i samodzielności nadawców oraz uwzględniając rozwój technik reklamowych.

**Art. 16a.**

1. Umieszczanie reklam lub telesprzedaży podczas audycji nie może naruszać integralności audycji, przy uwzględnieniu naturalnych przerw w audycji, jej czasu trwania i charakteru, ani uprawnień podmiotów praw do audycji.
2. W transmisjach zawodów sportowych zawierających przerwy wynikające z przepisów ich rozgrywania oraz w transmisjach innych wydarzeń zawierających przerwy, reklamy lub telesprzedaż mogą być nadawane wyłącznie w tych przerwach.
3. Filmy wyprodukowane dla telewizji, z wyłączeniem serii, seriali i audycji dokumentalnych, oraz filmy kinematograficzne mogą zostać przerwane, w celu nadania reklam lub telesprzedaży, wyłącznie jeden raz podczas każdego okresu pełnych 45 minut przewidzianych w programie.
4. Audycje inne niż określone w ust. 2 mogą być przerywane w celu nadania reklam lub telesprzedaży, jeżeli okres między kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi w programie telewizyjnym co najmniej 20 minut, a w programie radiowym co najmniej 10 minut.
5. Za przerywanie audycji uznaje się każde umieszczenie reklamy lub telesprzedaży w trakcie audycji.
6. Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży:
  - 1) serwisów informacyjnych;
  - 2) audycji o treści religijnej;
  - 3) audycji publicystycznych i dokumentalnych o czasie krótszym niż 30 minut;
  - 4) audycji dla dzieci.
7. Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży audycji w programach publicznej radiofonii i telewizji, z wyjątkiem audycji, o których mowa w ust. 2.>

**Art. 16b.**

1. *[Zakazane jest nadawanie reklamy:]* **<Zakazane jest nadawanie przekazu handlowego:>**
  - 1) wyrobów tytoniowych, rekwizytów tytoniowych, produktów imitujących wyroby tytoniowe lub rekwizyty tytoniowe oraz symboli związanych z używaniem tytoniu, w zakresie regulowanym przez ustawę z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych (Dz. U. z 1996 r. Nr 10, poz. 55, z późn. zm.);
  - 2) napojów alkoholowych, w zakresie regulowanym przez ustawę z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2007 r. Nr 70, poz. 473, z późn. zm.);
  - 3) usług medycznych, w rozumieniu ustawy z dnia 30 sierpnia 1991 r. o zakładach opieki zdrowotnej (Dz. U. z 2007 r. Nr 14, poz. 89, z późn. zm.), świadczonych wyłącznie na podstawie skierowania lekarza;
  - 4) produktów leczniczych, w zakresie regulowanym przez ustawę z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271, z późn. zm.);

5) gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości, zakładów wzajemnych, gier na automatach, w zakresie regulowanym ustawą z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. Nr 201, poz. 1540 oraz z 2010 r. Nr 127, poz. 857)/.<.>

**<6) substancji psychotropowych lub środków odurzających oraz środków spożywczych lub innych produktów, w zakresie uregulowanym ustawą z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu narkomanii (Dz. U. Nr 179, poz. 1485, z późn. zm.).>**

2. *[Zakazane jest nadawanie reklam:]* **<Zakazane jest nadawanie przekazów handlowych:>**

- 1) nawołujących bezpośrednio małoletnich do nabywania produktów lub usług;
- 2) zachęcających małoletnich do wywierania presji na rodziców lub inne osoby w celu skłonienia ich do zakupu reklamowanych produktów lub usług;
- 3) wykorzystujących zaufanie małoletnich, jakie pokładają oni w rodzicach, nauczycielach i innych osobach;
- 4) w nieuzasadniony sposób ukazujących małoletnich w niebezpiecznych sytuacjach;
- 5) oddziałujących w sposób ukryty na podświadomość.

3. *[Reklama nie może:]* **<Przekaz handlowy nie może:>**

- 1) naruszać godności ludzkiej;
- [2) zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość:]*
- <2) zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć, narodowość, pochodzenie etniczne, wyznanie lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek czy orientację seksualną;>**
- 3) ranić przekonania religijnych lub politycznych;
- 4) zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich;
- 5) sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu, bezpieczeństwu lub ochronie środowiska.

**<3a. Audycjom dla dzieci nie powinny towarzyszyć przekazy handlowe dotyczące artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana.**

**3b. Krajowa Rada, po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw zdrowia, może określić, w drodze rozporządzenia:**

- 1) rodzaje artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana,
- 2) sposób umieszczania w programach przekazów handlowych dotyczących tych artykułów, tak aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci

**– dążąc do zachęcenia nadawców do przeciwdziałania promowaniu niezdrowego odżywiania wśród dzieci oraz uwzględniając charakter programów, ich wpływ na kształtowanie opinii publicznej i oddziaływanie na interesy odbiorców, bez nakładania nieuzasadnionych obowiązków na nadawców.>**

*[4. Przepisy ust. 1-3 stosuje się odpowiednio do telesprzedaży.]*

[Art. 16c.

*Zakazane jest nadawanie reklamy ukrytej.]*

<Art. 16c.

**Zakazane są:**

- 1) ukryte przekazy handlowe;**
- 2) lokowanie produktów, z zastrzeżeniem art. 17a;**
- 3) lokowanie tematów.>**

Art. 17.

*[1. Sponsorowane audycje lub inne przekazy są oznaczane przez wskazanie sponsora na ich początku lub na końcu. Wskazanie sponsora może zawierać tylko jego nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorcę lub jego działalność, widok jednego towaru lub usługi.]*

**<1. Odbiorcy powinni zostać wyraźnie poinformowani o sponsorowaniu. Sponsorowane audycje lub inne przekazy są oznaczane przez wskazanie sponsora na ich początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż. Wskazanie sponsora może zawierać tylko jego nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorcę lub jego działalność, odniesienie do jego towarów, usług lub ich znaku towarowego.>**

**<1a. Wskazanie sponsora i żaden element tego wskazania nie może bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów lub usług, zwłaszcza przez specjalne, promocyjne do nich odniesienie.>**

2. Wskazanie sponsora nie może zawierać nazwy, firmy, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego przedsiębiorcę lub jego działalność, widoku towaru albo usługi, których reklama jest zakazana w art. 16b ust. 1.

*[3. Sponsor nie może wpływać na treść audycji lub innego przekazu oraz ich miejsce w programie w sposób ograniczający samodzielność nadawcy. Sponsorowanie nie zwalnia nadawcy od odpowiedzialności za treść audycji.]*

**<3. Sponsor nie może wpływać na treść audycji lub innego przekazu oraz ich miejsce w programie w sposób ograniczający samodzielność i niezależność redakcyjną nadawcy. Sponsorowanie nie zwalnia nadawcy od odpowiedzialności za treść audycji.>**

4. Sponsorowane audycje lub inne przekazy nie mogą zachęcać do kupna lub innego udostępniania towarów lub usług sponsora lub osoby trzeciej.

5. Zabronione jest sponsorowanie audycji lub innych przekazów, z zastrzeżeniem ust. 6, przez:

- 1) partie polityczne;
- 2) związki zawodowe;
- 3) organizacje pracodawców;
- 4) osoby fizyczne lub osoby prawne, których zasadniczą działalność stanowi produkcja lub sprzedaż towarów lub świadczenie usług, o których mowa w art. 16b ust. 1.

6. Zabronione jest sponsorowanie transmisji sportowych przez podmioty wymienione w ust. 5 pkt 1-3 oraz przez przedsiębiorców, których główna działalność polega na produkcji,

sprzedaży lub innym udostępnianiu towarów lub usług, których reklama jest zakazana zgodnie z art. 16b ust. 1 pkt 1 i 2, z zastrzeżeniem art. 13<sup>1</sup> ust. 5 i 6 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

- 6a. Zabronione jest sponsorowanie audycji i innych przekazów przez podmioty prowadzące działalność w zakresie gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości, przyjmowania zakładów wzajemnych i gier na automatach.
7. Zabronione jest sponsorowanie:
  - 1) serwisów informacyjnych, z wyjątkiem sportowych i prognozy pogody;
  - 2) audycji publicystycznych o treści społeczno-politycznej;
  - 3) audycji poradniczych i konsumenckich;
  - 4) audycji wyborczych lub bezpośrednio związanych z kampanią wyborczą.
8. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, sposób sponsorowania audycji lub innych przekazów, z uwzględnieniem zasad określonych w ust. 1-7, w tym w szczególności czas emisji, wskazania sponsora oraz sposób rozpowszechniania informacji o sponsorze w zapowiedzi audycji albo po zakończeniu audycji lub innego przekazu, a także w czasie trwania audycji lub innego przekazu. W rozporządzeniu Krajowa Rada określi sposób prowadzenia i przechowywania przez nadawcę ewidencji sponsorowanych audycji lub innych przekazów oraz zakres informacji objętych tą ewidencją.

#### <Art. 17a.

##### 1. Lokowanie produktu jest dopuszczalne wyłącznie:

- 1) **w filmach kinematograficznych, filmach lub serialach wytworzonych na użytek audiowizualnych usług medialnych, a także w audycjach sportowych oraz audycjach rozrywkowych, lub**
- 2) **w postaci nieodpłatnego udostępniania towaru lub usługi do wykorzystania w audycji, w szczególności w charakterze rekwizytu lub nagrody**  
– z wyłączeniem audycji dla dzieci.
2. **Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, oznacza się w programach telewizyjnych za pomocą znaku graficznego, a w programach radiowych za pomocą sygnału dźwiękowego informujących o fakcie lokowania produktu, na początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż.**
3. **Na końcu audycji, o której mowa w ust. 2, która została wyprodukowana przy udziale nadawcy lub na jego zamówienie, umieszcza się neutralną informację o producencie lub sprzedawcy lokowanego towaru lub podmiocie świadczącym lokowaną usługę oraz o samym towarze lub usłudze.**
4. **Zastosowanie lokowania produktu nie może naruszać samodzielności i niezależności redakcyjnej nadawcy przez wpływ na treść lub miejsce audycji w programie oraz nie zwalnia nadawcy od odpowiedzialności za treść audycji.**
5. **Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, nie mogą:**
  - 1) **nadmiernie eksponować danego produktu;**
  - 2) **zachęcać bezpośrednio do nabycia lub najmu towarów lub usług, zwłaszcza przez promocyjne odniesienia do nich.**

6. Zakazane jest lokowanie produktu dotyczące towarów lub usług, o których mowa w art. 16b ust. 1.
7. Nadawca jest obowiązany do prowadzenia i przechowywania ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu.
8. W zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania nadawcy z przepisami ust. 1–7, Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od nadawcy przedstawienia dokumentacji w zakresie lokowania produktu. Przepis art. 10 ust. 2 stosuje się odpowiednio.
9. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia:
  - 1) szczególne warunki oznaczania przez nadawcę audycji, w których zastosowano lokowanie produktu, w tym wzór znaku graficznego oraz formę sygnału dźwiękowego, o których mowa w ust. 2,
  - 2) sposób prowadzenia oraz przechowywania przez nadawcę ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu, oraz zakres danych objętych tą ewidencją– uwzględniając interesy odbiorców i możliwość prowadzenia przez nadawcę ewidencji w postaci elektronicznej, bez obciążania nadawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami.>

#### Art. 18.

*[1. Audycje lub inne przekazy nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym, w szczególności nie mogą zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płć lub narodowość.]*

- <1. Audycje lub inne przekazy nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym, w szczególności nie mogą zawierać treści nawołujących do nienawiści lub dyskryminujących ze względu na rasę, niepełnosprawność, płć, wyznanie lub narodowość.>
2. Audycje lub inne przekazy powinny szanować przekonania religijne odbiorców, a zwłaszcza chrześcijański system wartości.
3. Audycje lub inne przekazy nie mogą sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu lub bezpieczeństwu oraz zachowaniom zagrażającym środowisku naturalnemu.
4. Zabronione jest rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, w szczególności zawierających treści pornograficzne lub w sposób nieuzasadniony eksponujących przemoc.
5. Audycje lub inne przekazy, zawierające sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich, inne niż te, o których mowa w ust. 4, mogą być rozpowszechniane wyłącznie w godzinach od 23 do 6.
- 5a. Nadawcy są zobowiązani do oznaczania audycji lub innych przekazów, o których mowa w ust. 5, odpowiednim symbolem graficznym przez cały czas ich emisji telewizyjnej lub zapowiedzią słowną, informującą o zagrożeniach wynikających z treści emisji radiowej.

- 5b. Nadawcy są zobowiązani do oznaczania audycji i innych przekazów, innych niż te, o których mowa w ust. 5, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych i przekazów tekstowych, odpowiednim symbolem graficznym przez cały czas ich emisji telewizyjnej, uwzględniając stopień szkodliwości danej audycji lub przekazu dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych.
6. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia:
- 1) cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania, rozpowszechniania i sposób zapowiadania audycji lub innych przekazów, o których mowa w ust. 5,
  - 2) podział małoletnich na kategorie wiekowe oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i rozpowszechniania audycji lub innych przekazów, o których mowa w ust. 5b, z uwzględnieniem godzin nadawania audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii wiekowej,
  - 3) wzory symboli graficznych i formuł zapowiedzi, o których mowa w ust. 5a i 5b, oraz sposób ich prezentacji
- uwzględniając stopień szkodliwości audycji dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych.
7. Nadawcy dbają o poprawność języka swoich programów i przeciwdziałają jego wulgaryzacji.

#### <Art. 18a.

1. **Nadawcy programów telewizyjnych są obowiązani do zapewniania dostępności programów dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu, przez wprowadzanie odpowiednich udogodnień: audiodeskrypcji, napisów dla niesłyszących oraz tłumaczeń na język migowy, tak aby co najmniej 10 % kwartalnego czasu nadawania programu, z wyłączeniem reklam i telesprzedaży, posiadało takie udogodnienia.**
2. **Krajowa Rada może określić, w drodze rozporządzenia, niższy niż określony w ust. 1 udział w programie telewizyjnym audycji z udogodnieniami odbioru dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu, uwzględniając różnorodną ofertę programową w różnym czasie antenowym, możliwości techniczne, potrzeby odbiorców, sposób rozpowszechniania i specjalizację programu, bez nakładania nieuzasadnionych obowiązków na nadawców.>**

#### Art. 20.

1. Nadawca utrwała audycje, reklamy lub inne przekazy na odpowiednich nośnikach i przechowuje je przez okres 28 dni od dnia rozpowszechniania audycji, reklamy lub innego przekazu. Po upływie tego okresu przechowuje się zapisy audycji, reklamy lub innego przekazu będącego przedmiotem postępowania przed organem państwowym do czasu zakończenia tego postępowania.
- <1a. Na wezwanie Przewodniczącego Krajowej Rady operator rozprowadzający program jest obowiązany utrwalić program określony w wezwaniu przez okres w nim wskazany, nie dłuższy niż 14 dni, i niezwłocznie przekazać jego zapis.>**

2. Osobie, która twierdzi, że treść audycji, reklamy lub innego przekazu narusza jej prawa, należy na jej pisemny wniosek i na koszt nadawcy udostępnić zapis audycji, reklamy lub innego przekazu albo wydać taki zapis na jej koszt, w terminie 7 dni od dnia złożenia wniosku.
3. W przypadku odmowy udostępnienia zapisu audycji, reklamy lub innego przekazu, osobie, o której mowa w ust. 2, służy roszczenie o udostępnienie zapisu na drodze sądowej; sądem właściwym w tych sprawach jest sąd okręgowy.
4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, sposoby utrwalania i przechowywania audycji, reklam i innych przekazów przez nadawców, z uwzględnieniem zakresu informacji o przechowywanych materiałach.

#### Art. 20a.

*[1. Na pisemny wniosek Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nadawca jest obowiązany:*

- 1) ujawnić dane umożliwiające identyfikację zleceniodawcy audycji lub reklamy;*
- 2) wydać nieodpłatnie zapis audycji lub reklamy, w terminie 7 dni od dnia złożenia wniosku.]*

**<1. Na pisemny wniosek Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nadawca jest obowiązany:**

- 1) ujawnić dane umożliwiające identyfikację zleceniodawcy audycji lub przekazu handlowego;**
- 2) wydać nieodpłatnie zapis audycji lub przekazu handlowego, w terminie 7 dni od dnia złożenia wniosku.>**

2. Przepis art. 20 ust. 3 stosuje się odpowiednio.

#### Art. 20b.

1. Nadawca programu telewizyjnego może nadać bezpośrednią transmisję z wydarzenia o zasadniczym znaczeniu społecznym, zwanego dalej "ważnym wydarzeniem", tylko:
  - 1) w programie ogólnokrajowym w rozumieniu ustawy lub koncesji, dostępnym w całości bez opłaty, z wyłączeniem opłat abonamentowych w rozumieniu ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych i podstawowych opłat pobieranych przez operatorów sieci kablowych, lub
  - 2) jeżeli to samo wydarzenie jest transmitowane przez nadawcę programu spełniającego wymogi określone w pkt 1, na podstawie umowy z nadawcą, który nabył prawa do transmisji danego wydarzenia, lub z innym uprawnionym, z zastrzeżeniem ust. 6.
2. Ze względu na duże zainteresowanie społeczne za ważne wydarzenia uważa się między innymi:
  - 1) letnie i zimowe Igrzyska Olimpijskie;
  - 2) półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce nożnej, a także wszelkie inne mecze w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym mecze eliminacyjne;



- 3) inne mecze z udziałem reprezentacji Polski w piłce nożnej w ramach oficjalnych rozgrywek oraz mecze z udziałem polskich klubów w ramach Ligi Mistrzów i Pucharu UEFA.
3. Krajowa Rada może, w drodze rozporządzenia, określić listę innych, niż wymienione w ust. 2, ważnych wydarzeń, uwzględniając stopień społecznego zainteresowania określonym wydarzeniem i znaczenie tego wydarzenia dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego.
4. Jeżeli przewiduje się organizację ważnego wydarzenia w częściach, to każdą taką część uważa się za ważne wydarzenie.
5. Przepis ust. 1 stosuje się do nadań z opóźnieniem, jeżeli opóźnienie nadania transmisji z ważnego wydarzenia nie przekracza 24 godzin i wynika z ważnych powodów, w szczególności:
  - 1) z czasu, w którym odbywa się dane wydarzenie, obejmującego okres między godziną 24 a godziną 6 czasu obowiązującego na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej;
  - 2) z pokrywania się w czasie ważnych wydarzeń lub ich części.
6. Przepisu ust. 1 nie stosuje się, jeżeli dany nadawca wykaże, że żaden nadawca programu spełniającego wymogi określone w ust. 1 pkt 1 nie wyraził gotowości zawarcia umowy umożliwiającej nadanie transmisji zgodnie z ust. 1 pkt 2.
7. Krajowa Rada w zakresie wynikającym z wiążących Rzeczpospolitą Polską umów międzynarodowych może, w drodze rozporządzenia, określić:
  - 1) listy wydarzeń uznanych przez inne państwa europejskie za ważne wydarzenia;
  - 2) zasady wykonywania wyłącznych praw do telewizyjnych transmisji wydarzeń, o których mowa w pkt 1, w sposób zapewniający, że wykonywanie tych praw przez nadawców podlegających ustawie nie pozbawi odbiorców w danym państwie możliwości odbioru tych wydarzeń na zasadach określonych przez dane państwo zgodnie z przepisami prawa międzynarodowego.

#### <Art. 20c.

1. **Nadawca programu telewizyjnego uprawniony do nadania na zasadzie wyłączności transmisji z wydarzenia budzącego istotne zainteresowanie społeczne, zwanego dalej „wydarzeniem”, jest obowiązany umożliwić innym nadawcom telewizyjnym realizację prawa do krótkiego sprawozdania.**
2. **Prawo do krótkiego sprawozdania przysługuje każdemu nadawcy ustanowionemu w:**
  - 1) **Rzeczypospolitej Polskiej;**
  - 2) **innym państwie członkowskim Unii Europejskiej lub państwie będącym stroną Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej, o ile żaden nadawca lub inny podmiot w państwie, w którym jest ustanowiony nadawca ubiegający się o dostęp, nie jest uprawniony do transmisji danego wydarzenia i nie może zapewnić dostępu do krótkiego sprawozdania z niego.**
3. **Realizację prawa do krótkiego sprawozdania umożliwia się przez udostępnienie nadawcy ubiegającemu się o dostęp wybranych przez niego krótkich fragmentów transmisji wydarzenia, łącznie nie dłuższych niż 90 sekund, z sygnału nadawcy, o którym mowa w ust. 1, za zapłatą kosztów udostępnienia.**

4. Nadawca realizujący prawo do krótkiego sprawozdania może:
- 1) nadać udostępnione mu zgodnie z ust. 3 fragmenty w okresie 24 godzin, w ogólnych audycjach informacyjnych lub umieszczonych przy nich informacyjnych serwisach sportowych, trzykrotnie w danym programie, w wymiarze krótkiej informacji o wydarzeniu, nie dłuższej niż 90 sekund,
  - 2) udostępniać w ramach audiowizualnej usługi medialnej na żądanie audycje, o których mowa w pkt 1, po ich nadaniu, w okresie nie dłuższym niż 7 dni, bez wprowadzania w nich zmian
- pod warunkiem wyraźnego podania źródła.
5. Nadawca, o którym mowa w ust. 1, jest zwolniony z obowiązku realizacji prawa do krótkiego sprawozdania w sposób określony w ust. 3, jeżeli nadawca ubiegający się o realizację tego prawa ma możliwość wstępu na miejsce wydarzenia i sporządzenia własnego sprawozdania. Przepis ust. 4 stosuje się odpowiednio.
6. Postanowienia umowne uniemożliwiające realizację prawa do krótkiego sprawozdania zgodnie z ust. 1–4 są nieważne.>

### <Rozdział 3a

#### Audiowizualne usługi medialne na żądanie

##### Art. 20d.

1. Zabronione jest udostępnianie publiczne audiowizualnej usługi medialnej na żądanie zawierającej audycje lub inne przekazy zagrażające fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, bez stosowania zabezpieczeń technicznych uniemożliwiających małoletnim ich odbieranie.
2. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są obowiązani do stosowania zabezpieczeń technicznych, o których mowa w ust. 1.
3. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie, uwzględniając stopień szkodliwości audycji lub innego przekazu dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych, są obowiązani do odpowiedniego kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów w taki sposób, aby odbiorca mógł z łatwością zapoznać się z oznaczeniem zarówno w chwili wyboru audycji, jak i w trakcie jej trwania.
4. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są obowiązani do informowania Krajowej Rady o stosowanych zabezpieczeniach.
5. Krajowa Rada, po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw łączności, określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe warunki ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, w tym:
  - 1) cechy lub rodzaje zabezpieczeń technicznych, o których mowa w ust. 1,
  - 2) sposób informowania Krajowej Rady o stosowanych zabezpieczeniach technicznych, w tym wzór oświadczenia o stosowanych zabezpieczeniach technicznych,
  - 3) cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji lub innych przekazów w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie ze względu na stopień szkodliwości dla małoletnich przy odpowiednim podziale małoletnich na kategorie wiekowe

– kierując się potrzebą zapewnienia skutecznej ochrony małoletnich przed szkodliwymi dla nich treściami, uwzględniając możliwości techniczne i stopień szkodliwości audycji lub innych przekazów dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych, oraz przy uwzględnieniu specyfiki tych usług.

**Art. 20e.**

1. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są obowiązani do promowania audycji europejskich, w wybrany przez siebie sposób, w ramach świadczonych przez nich audiowizualnych usług medialnych na żądanie, przez:
  - 1) przeznaczanie co najmniej 15 % zawartości katalogu na audycje europejskie, 10 % zawartości katalogu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim oraz odpowiednie wyeksponowanie tych audycji w katalogu lub
  - 2) przeznaczanie rocznie na produkcję lub zakup praw do audycji europejskich co najmniej równowartości 10 % kosztów poniesionych w poprzednim roku kalendarzowym na wytwarzanie lub pozyskanie audycji w celu ich umieszczenia w katalogu.
2. Podstawą do obliczania procentowego udziału, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, jest suma iloczynów czasu trwania i czasu udostępniania audycji zawartych w katalogu w danym kwartale kalendarzowym.
3. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są obowiązani do prowadzenia, przechowywania oraz przekazywania Krajowej Radzie ewidencji obejmującej informacje o sposobach promowania przez nich audycji europejskich.
4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe warunki promowania audycji, o których mowa w ust. 1, w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, w tym:
  - 1) sposoby eksponowania takich audycji w katalogu,
  - 2) sposób prowadzenia, przechowywania oraz przekazywania ewidencji, o której mowa w ust. 3, oraz zakres danych objętych tą ewidencją,
  - 3) wzór oświadczenia o wybranym przez dostawcę sposobie promowania, o którym mowa w ust. 1

– dążąc do sprzyjania różnorodności kulturowej oferty audycji w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, uwzględniając charakter katalogów audycji, możliwość prowadzenia ewidencji w postaci elektronicznej i konieczność zapewnienia przejrzystości oraz jawności informacji znajdujących się w ewidencji, bez obciążania dostawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami w związku z prowadzeniem ewidencji.

**Art. 20f.**

Do audiowizualnych usług medialnych na żądanie stosuje się odpowiednio przepisy art. 13, art. 14, art. 14a ust. 1 i 2, art. 16 ust. 1, art. 16b ust. 1–3a, art. 17 ust. 1–7, art. 17a ust. 1–8, art. 18 ust. 1, art. 20 ust. 1, 2 i 3 i art. 20a oraz przepisy wydane na podstawie art. 14a ust. 3, art. 16b ust. 3b, art. 17 ust. 8, art. 17a ust. 9 i art. 20 ust. 4.>

**Art. 21.**

1. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom,

zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

1a. Do zadań publicznej radiofonii i telewizji, wynikających z realizacji misji, o której mowa w ust. 1, należy w szczególności:

- 1) tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych, programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych;
- 2) tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję;
- 3) budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych;
- 4) rozpowszechnianie przekazów tekstowych;
- 5) prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych;
- 6) prowadzenie działalności produkcyjnej, usługowej i handlowej związanej z twórczością audiowizualną, w tym eksportu i importu;
- 7) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;
- 8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;
- 8a) uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym;
- 9) tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą[.]<=>
- <10) zapewnianie dostępności programów lub ich części i innych usług dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu;**
- 11) upowszechnianie edukacji medialnej.>**

2. *[Programy publicznej radiofonii i telewizji powinny:]* **<Programy i inne usługi publicznej radiofonii i telewizji powinny:>**

- 1) kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji;
- 2) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą;
- 3) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej;
- 4) umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;
- 5) służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

- 6) respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;
- 7) służyć umacnianiu rodziny;
- 7a) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych;
- 7b) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu;
- 8) służyć zwalczaniu patologii społecznych;
- 9) (uchylony) [.]<;>

**<10) służyć edukacji medialnej.>**

3. Jednostki publicznej radiofonii i telewizji opracowują corocznie w porozumieniu z Krajową Radą plany finansowo-programowe przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań, o których mowa w ust. 1 i 1a, wymagających finansowania ze środków publicznych, z uwzględnieniem części kosztów funkcjonowania i rozwoju tych jednostek.
4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, terminy przedkładania i zakres planów finansowo-programowych mając na względzie zapewnienie realizacji misji publicznej przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji, a także swobodę nadawców publicznych w kształtowaniu programów.

Art. 33.

1. Rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych, z wyjątkiem programów publicznej radiofonii i telewizji, wymaga uzyskania koncesji.
- <1a. Nie wymaga uzyskania koncesji rozpowszechnianie programów telewizyjnych wyłącznie w systemach teleinformatycznych, chyba że program taki ma być rozprowadzany naziemnie, satelitarnie lub w sieciach kablowych.>**
2. Organem właściwym w sprawach koncesji jest Przewodniczący Krajowej Rady.
  3. Przewodniczący Krajowej Rady podejmuje decyzję w sprawie koncesji na podstawie uchwały Krajowej Rady. Decyzja w tej sprawie jest ostateczna.

[Art. 37a.

*Nadawca jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości.]*

**<Art. 37a.**

**Dostawca usługi medialnej jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości.>**

Art. 39a.

1. Koncesja może być udzielona na rozpowszechnianie w sieciach kablowych lub w sposób rozsiewczy satelitarny programu poświęconego wyłącznie:
    - 1) telesprzedaży;
    - [2) promocji działalności własnej nadawcy.]
- <2) autopromocji.>**

2. Do programów, o których mowa w ust. 1, stosuje się odpowiednio przepisy ustawy, z wyłączeniem przepisów art. 15-15b.
3. Do programów, o których mowa w ust. 1 pkt 1, nie stosuje się:
  - [1) ograniczenia dopuszczalnego wymiaru czasowego reklam i telesprzedaży w ciągu godziny, określonego w art. 16 ust. 2;*
  - 2) przepisów art. 16 ust. 3 oraz art. 16a.]*
  - <1) ograniczenia dopuszczalnego wymiaru czasowego reklam i telesprzedaży w ciągu godziny, określonego w art. 16 ust. 3;**
  - 2) przepisów art. 16 ust. 6 oraz art. 16a.>**

## Rozdział 6

*[Rozprowadzanie programów w sieciach kablowych]*

**<Rozpowszechnianie niektórych programów telewizyjnych, rozprowadzanie programów oraz udostępnianie publiczne audiowizualnych usług medialnych na żądanie>**

### Art. 41.

- [1. Program rozprowadzany w sieci kablowej wymaga zgłoszenia do rejestru.*
- 2. Przepis ust. 1 nie dotyczy ogólnokrajowych programów publicznej radiofonii i telewizji oraz innych programów nadawców krajowych, dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru.]*
- <1. Zgłoszenia do rejestru wymaga:**
  - 1) program rozprowadzany;**
  - 2) program telewizyjny rozpowszechniany wyłącznie w systemie teleinformatycznym.**
- 2. Obowiązek określony w ust. 1 pkt 1 nie dotyczy rozprowadzania ogólnokrajowych programów publicznej radiofonii i telewizji oraz innych programów nadawców krajowych, dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru.>**
3. Organem prowadzącym rejestr jest Przewodniczący Krajowej Rady.
4. Do postępowania w sprawach wpisu do rejestru stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego, chyba że ustawa stanowi inaczej.
5. Rejestr jest jawny.

### <Art. 41a.

- 1. Audiowizualna usługa medialna na żądanie wymaga zgłoszenia do wykazu prowadzonego przez Przewodniczącego Krajowej Rady.**
- 2. Do postępowania w sprawach wpisu do wykazu stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego, chyba że ustawa stanowi inaczej.**
- 3. Wykaz jest jawny.>**

[Art. 44.

1. *Organ rejestracyjny dokonuje wpisu programu do rejestru na podstawie zgłoszenia.*
2. *Operator sieci kablowej dokonuje zgłoszenia programu do rejestru nie później niż 2 miesiące przed rozpoczęciem jego rozprowadzania.*
3. *Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1, powinno:*
  - 1) *wskazywać wnioskodawcę, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania;*
  - 2) *określać program przewidziany do rozprowadzania i jego nadawcę;*
  - 3) *określać obszar, na którym program ma być rozprowadzany;*
  - 4) *(uchylony);*
  - 5) *(uchylony).*
- 3a. *Operator sieci kablowej dołącza do zgłoszenia:*
  - 1) *kopię zezwolenia na używanie urządzeń nadawczych i sieci telekomunikacyjnych niezbędnych do rozprowadzania programu;*
  - 2) *dokumenty wskazujące, że rozprowadzanie programu nie będzie naruszało praw nadawcy programu;*
  - 3) *dokumenty wskazujące, że program jest rozpowszechniany do powszechnego odbioru, a w przypadku programu przekazywanego przez nadawcę operatorowi - umowę z nadawcą programu;*
  - 4) *oświadczenie o kolejności wprowadzania do sieci programów dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru, których rozprowadzanie nie podlega zgłoszeniu.*
- 3b. *Wpis do rejestru zawiera dane, o których mowa w ust. 3, z wyjątkiem adresu zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.*
4. *Rozprowadzanie programu można rozpocząć, jeżeli organ rejestracyjny nie odmówił rejestracji w terminie 2 miesięcy od daty złożenia wniosku.*
5. *Operator sieci kablowej jest obowiązany zgłaszać organowi rejestracyjnemu, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do rejestru, powstałe po dniu dokonania wpisu programu do rejestru. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie programu do rejestru.*
6. *(uchylony).]*

<Art. 44.

1. **Organ rejestracyjny dokonuje wpisu do rejestru programu, o którym mowa w art. 41 ust. 1 pkt 1, na podstawie zgłoszenia.**
2. **Operator rozprowadzający program dokonuje zgłoszenia programu do rejestru nie później niż na miesiąc przed rozpoczęciem jego rozprowadzania.**
3. **Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1:**
  - 1) **wskazuje wnioskodawcę, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania, adres korespondencyjny, w tym poczty elektronicznej, zapewniający skuteczny i szybki kontakt;**
  - 2) **wskazuje program przewidziany do rozprowadzania i jego nadawcę;**
  - 3) **określa obszar, na którym program ma być rozprowadzany.**

4. Operator rozprowadzający program dołącza do zgłoszenia:
  - 1) dokumenty wskazujące, że rozprowadzanie programu nie będzie naruszało praw nadawcy programu;
  - 2) dokumenty wskazujące, że program jest rozpowszechniany, a w przypadku programu przekazywanego przez nadawcę operatorowi – umowę z nadawcą programu.
5. Operator sieci kablowej dołącza do zgłoszenia także oświadczenie o kolejności wprowadzania do sieci kablowej programów dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru, których rozprowadzanie nie podlega zgłoszeniu.
6. Wpis do rejestru zawiera w szczególności dane, o których mowa w ust. 3, z wyjątkiem adresu miejsca zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.
7. Rozprowadzanie programu można rozpocząć, jeżeli organ rejestracyjny nie odmówił rejestracji w terminie miesiąca od dnia zgłoszenia, pod warunkiem uiszczenia przez operatora opłaty, o której mowa w art. 42 ust. 1.
8. Organ rejestracyjny może wezwać operatora rozprowadzającego program do uzupełnienia zgłoszenia w terminie 14 dni od dnia otrzymania wezwania. W sytuacji gdy organ rejestracyjny wezwał operatora do uzupełnienia zgłoszenia, termin, o którym mowa w ust. 7, biegnie od dnia wpływu uzupełnienia zgłoszenia.
9. Operator rozprowadzający program jest obowiązany zgłaszać organowi rejestracyjnemu, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do rejestru, powstałe po dniu dokonania wpisu. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie do rejestru.>

<Art. 44a.

1. Organ rejestracyjny dokonuje wpisu do rejestru programu, o którym mowa w art. 41 ust. 1 pkt 2, na podstawie zgłoszenia.
2. Nadawca programu telewizyjnego rozpowszechnianego wyłącznie w systemie teleinformatycznym dokonuje zgłoszenia programu do rejestru nie później niż na miesiąc przed rozpoczęciem jego rozpowszechniania.
3. Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1:
  - 1) wskazuje nadawcę, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania, adres korespondencyjny, w tym poczty elektronicznej, zapewniający skuteczny i szybki kontakt;
  - 2) zawiera podstawowe informacje o programie przewidzianym do rozpowszechniania;
  - 3) określa sposób rozpowszechniania programu.
4. Wpis do rejestru zawiera w szczególności dane, o których mowa w ust. 3, z wyjątkiem adresu miejsca zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.
5. Rozpowszechnianie programu można rozpocząć, jeżeli organ rejestracyjny nie odmówił rejestracji w terminie miesiąca od dnia zgłoszenia.
6. Organ rejestracyjny może wezwać nadawcę do uzupełnienia zgłoszenia w terminie 14 dni od dnia otrzymania wezwania. W sytuacji gdy organ rejestracyjny wezwał



nadawcę do uzupełnienia zgłoszenia, termin, o którym mowa w ust. 5, biegnie od dnia wpływu uzupełnienia zgłoszenia.

7. Nadawca jest obowiązany zgłaszać organowi rejestracyjnemu, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do rejestru, powstałe po dniu dokonania wpisu. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie do rejestru.>

[Art. 45.

1. Organ rejestracyjny odmówi wpisu do rejestru programu, jeżeli:

- 1) wnioskodawca nie ma uprawnień do używania urządzeń radiowych i sieci telekomunikacyjnych;
- 2) w rozpowszechnianym programie, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści naruszające przepisy art. 18.

2. Organ rejestracyjny zakaze operatorowi sieci kablowej rozprowadzania programów albo określonego programu, jeżeli:

- 1) w rozprowadzonym programie, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści podlegające do nienawiści ze względu na rasę, płeć, narodowość lub religię lub naruszające przepisy art. 18 ust. 4 i 5;
- 2) operator wprowadza zmiany do programu, rozpowszechnia go nie w całości lub nierównocześnie;
- 3) operator nie przestrzega ustawowej kolejności wprowadzania programów do sieci kablowej.

3. Odmowa wpisu programu do rejestru oraz wydanie zakazu rozprowadzania programu następuje w drodze decyzji administracyjnej, do której stosuje się odpowiednio przepis art. 33 ust. 3.

4. W przypadku wydania zakazu, o którym mowa w ust. 2, Przewodniczący Krajowej Rady z urzędu wykreśli wpis programów lub programu z rejestru.

5. Wpis do rejestru podlega wykreśleniu z urzędu w przypadku utraty przez operatora sieci kablowej uprawnień do używania urządzeń nadawczych i sieci telekomunikacyjnych wykorzystywanych do rozprowadzania programów.]

<Art. 45.

1. Organ rejestracyjny wykreśla z rejestru program, o którym mowa w art. 41 ust. 1 pkt 2, jeżeli w programie tym, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zostały zamieszczone treści poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1, 4 i 5.

2. Organ rejestracyjny odmawia wpisu do rejestru programu, o którym mowa w art. 41 ust. 1 pkt 1, jeżeli w programie tym, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zostały zamieszczone treści poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1, 4 i 5.

3. Organ rejestracyjny wykreśla z rejestru program rozprowadzany, jeżeli:

- 1) w programie tym, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zostały zamieszczone treści poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1, 4 i 5;

- 2) operator bez zezwolenia nadawcy wprowadza zmiany do programu, rozpowszechnia go nie w całości lub nierównocześnie;
  - 3) operator sieci kablowej nie przestrzega ustawowej kolejności wprowadzania programów, o której mowa w art. 43.
4. Odmowa wpisu lub jego wykreślenie, o których mowa w ust. 1–3, następuje w drodze decyzji administracyjnej, do której stosuje się odpowiednio przepis art. 33 ust. 3.>

<Art. 45a.

1. Dostawca audiowizualnej usługi medialnej na żądanie dokonuje zgłoszenia do wykazu nie później niż w chwili rozpoczęcia jej udostępniania.
2. Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1:
  - 1) wskazuje dostawcę usługi medialnej, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania, adres korespondencyjny, w tym poczty elektronicznej, zapewniający skuteczny i szybki kontakt;
  - 2) określa audiowizualną usługę medialną na żądanie i sposób jej dostarczenia odbiorcom;
  - 3) zawiera oświadczenie o stosowaniu zabezpieczeń technicznych, o których mowa w art. 20d ust. 2, i ich rodzaju;
  - 4) zawiera oświadczenie o wybranym sposobie promowania audycji europejskich zgodnie z art. 20e.
3. Wpis do wykazu zawiera w szczególności dane, o których mowa w ust. 2, z wyjątkiem adresu miejsca zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.
4. Dostawca usługi medialnej jest obowiązany zgłaszać Przewodniczącemu Krajowej Rady, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do wykazu, powstałe po dniu dokonania wpisu. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie do wykazu.
5. Przewodniczący Krajowej Rady wykreśli z wykazu audiowizualną usługę medialną na żądanie, jeżeli w usłudze tej, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zostały zamieszczone treści poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1 lub zostały naruszone przepisy art. 20d.
6. Wykreślenie z wykazu następuje w drodze decyzji administracyjnej, do której stosuje się odpowiednio przepis art. 33 ust. 3.>

[Art. 46.

*Krajowa Rada określa, w drodze rozporządzenia, szczegółowy sposób i tryb prowadzenia rejestru programów w sieciach kablowych, w tym:*

- 1) wzór rejestru,
- 2) wzór zgłoszenia o wpis do rejestru

*- uwzględniając możliwość prowadzenia rejestru i zgłaszania do niego wniosków w systemie teleinformatycznym, konieczność zapewnienia przejrzystości i kompletności zapisu informacji znajdujących się w rejestrze oraz sprawność postępowania rejestracyjnego, a także*

*nieobciążanie operatorów sieci kablowych utrudnieniami w zakresie wykonywanej działalności.]*

<Art. 46.

Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowy sposób i tryb prowadzenia rejestru programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych oraz wykazu udostępnianych publicznie audiowizualnych usług medialnych na żądanie, w tym:

- 1) wzór rejestru i wykazu,
- 2) wzór zgłoszenia o wpis do rejestru i wykazu

– uwzględniając możliwość prowadzenia rejestru i wykazu oraz zgłaszania do nich wniosków w systemie teleinformatycznym, konieczność zapewnienia przejrzystości i kompletności zapisu informacji znajdujących się w rejestrze i wykazie oraz sprawność postępowania rejestracyjnego i zgłoszeniowego, a także nieobciążanie dostawców usług medialnych utrudnieniami w zakresie wykonywanej działalności.>

<Art. 46a.

1. Jeżeli nadawca programu, o którym mowa w art. 45 ust. 3 pkt 1, jest ustanowiony w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, Krajowa Rada zawiadamia tego nadawcę i Komisję Europejską o stwierdzonych naruszeniach oraz o zamiarze wykreślenia rozprowadzanego programu z rejestru. Program jest wykreślany z rejestru, jeżeli w ciągu dwóch miesięcy od zawiadomienia, w wyniku konsultacji prowadzonych przez Krajową Radę z państwem, w którym jest ustanowiony nadawca, i z Komisją Europejską, nie nastąpi zaniechanie naruszeń.
2. Środki, o których mowa w ust. 1, muszą być obiektywnie niezbędne, stosowane w sposób niedyskryminacyjny i proporcjonalny do zamierzonych celów oraz gdy zostały spełnione następujące warunki:
  - 1) Krajowa Rada powiadomiła Komisję Europejską i państwo członkowskie, w którym nadawca ma swoją siedzibę, o zamiarze podjęcia takich środków i uzasadniła swoją ocenę oraz
  - 2) Komisja Europejska stwierdziła, że środki te są zgodne z prawem unijnym.

Art. 46b.

1. Jeżeli program nadawcy ustanowionego w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej jest kierowany w całości lub w przeważającej części na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Przewodniczący Krajowej Rady może wystąpić do państwa, w którym ustanowiony jest nadawca tego programu w celu zastosowania odpowiedniego rozwiązania, w tym zwłaszcza zapewniającego poszanowanie w tym programie zasad ochrony interesu publicznego określonych w ustawie oraz w przepisach odrębnych.
2. Jeżeli w ciągu dwóch miesięcy od wystąpienia, o którym mowa w ust. 1, nie dojdzie do zastosowania odpowiedniego rozwiązania, a nadawca danego programu jest ustanowiony w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej w celu obejścia przepisów obowiązujących w Rzeczypospolitej Polskiej, Przewodniczący Krajowej Rady może zawiadomić Komisję Europejską oraz państwo, w którym ustanowiony jest nadawca, o zamiarze odmowy wpisu do rejestru lub wykreślenia z rejestru programu, lub zastosowania innego przewidzianego prawem niezbędnego,

niedyskryminacyjnego i proporcjonalnego środka. Do zawiadomienia dołącza się uzasadnienie.

3. Oceniając, czy program, o którym mowa w ust. 1, jest w całości lub w przeważającej części kierowany na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Krajowa Rada może się odwołać do takich kryteriów, jak źródło dochodów z reklam telewizyjnych lub abonamentu, główny język danej usługi lub obecność audycji lub przekazów handlowych skierowanych bezpośrednio do widzów w państwie członkowskim, w którym są one odbierane.
4. Przewodniczący Krajowej Rady może wydać decyzję o odmowie wpisu do rejestru lub wykreśleniu z rejestru programu, o którym mowa w ust. 1 i 2, lub innym środkiem, wyłącznie jeżeli Komisja Europejska, w drodze decyzji, nie stwierdzi, w terminie trzech miesięcy od zawiadomienia, o którym mowa w ust. 2, że byłoby to sprzeczne z prawem Unii Europejskiej.
5. Przewodniczący Krajowej Rady dokonuje wystąpienia, o którym mowa w ust. 1, oraz zawiadomienia, o którym mowa w ust. 2, na podstawie uchwały Krajowej Rady.>

[Art. 47.

*Do rozprowadzania programów w sposób bezprzewodowy, który nie wymaga rezerwacji częstotliwości, stosuje się odpowiednio przepisy o udzielaniu koncesji na rozpowszechnianie programów.]*

Art. 53.

[1. Jeżeli nadawca narusza obowiązek wynikający z przepisów art. 15 ust. 1-3, art. 15a ust. 1, art. 16 ust. 1-3, art. 16a ust. 1-6, art. 16b, art. 16c, art. 17 ust. 1-7, art. 18 ust. 1-5b, art. 20 ust. 1, art. 20b ust. 1 i 6 lub z przepisów wydanych na podstawie art. 15 ust. 4, art. 15a ust. 2, art. 16 ust. 4, art. 17 ust. 8 i art. 18 ust. 6, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na nadawcę karę pieniężną w wysokości do 50% rocznej opłaty za używanie częstotliwości przeznaczonej do nadawania programu, a w przypadku gdy nadawca nie uiszcza opłaty za częstotliwość, karę pieniężną w wysokości do 10% przychodu nadawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym.]

<1. Jeżeli nadawca narusza obowiązek wynikający z przepisów art. 14a ust. 1 i 2, art. 15 ust. 1, 2 i 3, art. 15a ust. 1, art. 16 ust. 1-6, art. 16a, art. 16b ust. 1-3, art. 16c, art. 17 ust. 1-7, art. 17a ust. 1-7, art. 18 ust. 1-5b, art. 18a ust. 1, art. 20 ust. 1, art. 20b ust. 1 i 6, art. 20c ust. 1-5 lub z przepisów wydanych na podstawie art. 14a ust. 3, art. 15 ust. 4, art. 15a ust. 2 i 3, art. 16 ust. 7, art. 16b ust. 3b, art. 17 ust. 8, art. 17a ust. 9, art. 18 ust. 6 i art. 18a ust. 2, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na nadawcę karę pieniężną w wysokości do 50 % rocznej opłaty za używanie częstotliwości przeznaczonej do dostarczania usługi medialnej, a w przypadku gdy nadawca nie uiszcza opłaty za częstotliwość, karę pieniężną w wysokości do 10 % przychodu nadawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym.>

<1a. Jeżeli dostawca audiowizualnej usługi medialnej na żądanie narusza obowiązek wynikający z przepisów art. 14a ust. 1 i 2, art. 16 ust. 1, art. 16b 1-3, art. 17 ust. 1-7, art. 17a ust. 1-7, art. 18 ust. 1, art. 20 ust. 1, art. 20d ust. 1-4 i art. 20e ust. 1 i 3 lub z przepisów wydanych na podstawie art. 14a ust. 3, art. 16b ust. 3b, art. 17 ust. 8

**i art. 17a ust. 9, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na dostawcę karę pieniężną w wysokości do 5 % przychodu dostawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym.>**

2. Przewodniczący Krajowej Rady może nałożyć karę, o której mowa w ust. 1, także w decyzji wydanej na podstawie art. 10 ust. 4.
3. Kara pieniężna jest płatna z dochodu po opodatkowaniu lub z innej formy nadwyżki przychodów nad wydatkami, zmniejszonej o podatki.
4. Kary pieniężnej nie można nałożyć, jeżeli od naruszenia obowiązku, o którym mowa w ust. 1, upłynął jeden rok.

**<Art. 53a.**

1. Jeżeli dostawca usługi medialnej rozpowszechnia program telewizyjny w systemie teleinformatycznym lub udostępnia publicznie audiowizualną usługę medialną na żądanie bez wpisu do rejestru lub wykazu, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na dostawcę karę pieniężną w wysokości do 10 % przychodu dostawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym. Przepisy art. 53 ust. 3 i 4 stosuje się odpowiednio.
2. W pierwszym roku prowadzonej działalności kara, o której mowa w ust. 1, nie może przekraczać wysokości dziesięciokrotności przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw w kwartale poprzedzającym wydanie decyzji nakładającej karę, włącznie z wypłatami z zysku, ogłaszanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski”.>

**Art. 54.**

*[1. Jeżeli osoba kierująca działalnością nadawcy nie wykonuje decyzji wydanych na podstawie art. 10 ust. 4, Przewodniczący Krajowej Rady może wydać decyzję nakładającą na nią karę pieniężną, nieprzekraczającą jednak jej sześciomiesięcznego wynagrodzenia.*

*2. Tej samej karze może podlegać osoba kierująca działalnością nadawcy za nieudzielenie lub udzielenie nierzetelnych informacji na żądanie Przewodniczącego Krajowej Rady, przewidziane przepisem art. 10 ust. 2.]*

**<1. Jeżeli osoba kierująca działalnością dostawcy usługi medialnej nie wykonuje decyzji wydanych na podstawie art. 10 ust. 4, Przewodniczący Krajowej Rady może wydać decyzję nakładającą na nią karę pieniężną, nieprzekraczającą jednak jej sześciomiesięcznego wynagrodzenia.**

**2. Tej samej karze może podlegać osoba kierująca działalnością dostawcy usługi medialnej za nieudzielenie lub udzielenie nierzetelnych informacji na żądanie Przewodniczącego Krajowej Rady, przewidziane przepisem art. 10 ust. 2.>**

3. Decyzja nakładająca karę nie może być wydana, jeżeli od daty wydania decyzji, o której mowa w ust. 1, upłynęły dwa lata.

*[Art. 55.*

*Kary, o których mowa w art. 53 i 54, podlegają wpłacie do budżetu państwa.]*

---

<Art. 55.

**Kary, o których mowa w art. 53–54, podlegają wpłacie do budżetu państwa.>**

Art. 56.

*[1. Od decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady wydanych na podstawie art. 10 ust. 4 oraz art. 53 i 54 służy odwołanie do Sądu Wojewódzkiego w Warszawie - sądu gospodarczego.]*

**<1. Od decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady wydanych na podstawie art. 10 ust. 4 oraz art. 53–54 służy odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – sądu gospodarczego.>**

2. W postępowaniu w sprawach odwołań od decyzji, o których mowa w ust. 1, stosuje się odpowiednio przepisy Kodeksu postępowania cywilnego dotyczące spraw z zakresu przeciwdziałania praktykom monopolistycznym.
3. W razie złożenia odwołania od decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady do sądu, stronie nie przysługują środki prawne wzruszenia decyzji przewidziane w Kodeksie postępowania administracyjnego, w szczególności dotyczące wznowienia postępowania, uchylenia, zmiany oraz stwierdzenia nieważności decyzji.

USTAWA z dnia 26 stycznia 1984 r. – PRAWO PRASOWE (Dz. U. Nr 5, poz. 24, z późn. zm.)

*[Art. 24.*

*Przepisy dotyczące rejestracji działalności prasowej nie mają zastosowania do działalności antenowej Komitetu do Spraw Radia i Telewizji "Polskie Radio i Telewizja" oraz do działalności Polskiej Agencji Prasowej i Polskiej Kroniki Filmowej, których działalność regulują odrębne przepisy.]*

<Art. 24.

**Przepisy dotyczące rejestracji działalności prasowej nie mają zastosowania do działalności dostawców usług medialnych w rozumieniu ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226) oraz do działalności Polskiej Agencji Prasowej, których działalność regulują odrębne przepisy.>**

USTAWA z dnia 18 lipca 2002 r. O ŚWIADCZENIU USŁUG DROGĄ ELEKTRONICZNĄ (Dz. U. Nr 144, poz. 1204, z późn. zm.)

Art. 3.

Przepisów ustawy nie stosuje się do:

---

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

**<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm**

[1] *rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiowych lub programów telewizyjnych i związanych z nimi przekazów tekstowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2001 r. Nr 101, poz. 1114 oraz z 2002 r. Nr 25, poz. 253 i Nr 56, poz. 517),]*

**<1) rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiowych lub programów telewizyjnych i związanych z nimi przekazów tekstowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226), z wyłączeniem programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie,>**

2) używania poczty elektronicznej lub innego równorzędnego środka komunikacji elektronicznej między osobami fizycznymi, w celach osobistych niezwiązanych z prowadzoną przez te osoby, chociażby ubocznie, działalnością zarobkową lub wykonywanym przez nie zawodem,

3) świadczenia przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego usług telekomunikacyjnych, z wyłączeniem art. 12-15,

4) (uchylony),

5) (uchylony),

6) świadczenia usług drogą elektroniczną, jeżeli odbywa się ono w ramach struktury organizacyjnej usługodawcy, przy czym usługa świadczona drogą elektroniczną służy wyłącznie do kierowania pracą lub procesami gospodarczymi tego podmiotu.

USTAWA z dnia 2 lipca 2004 r. O SWOBODZIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ (Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 i Nr 239, poz. 1593)

#### Art. 46.

1. Uzyskania koncesji wymaga wykonywanie działalności gospodarczej w zakresie:

1) poszukiwania lub rozpoznawania złóż kopalin, wydobywania kopalin ze złóż, bezzbiornikowego magazynowania substancji oraz składowania odpadów w górotworze, w tym w podziemnych wyrobiskach górniczych;

2) wytwarzania i obrotu materiałami wybuchowymi, bronią i amunicją oraz wyrobami i technologią o przeznaczeniu wojskowym lub policyjnym;

3) wytwarzania, przetwarzania, magazynowania, przesyłania, dystrybucji i obrotu paliwami i energią;

4) ochrony osób i mienia;

[5] *rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych;]*

**<5) rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych, z wyłączeniem programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym, które nie są rozprowadzane naziemnie, satelitarnie lub w sieciach kablowych;>**

6) przewozów lotniczych;

- 7) prowadzenia kasyna gry.
2. Szczegółowy zakres i warunki wykonywania działalności gospodarczej podlegającej koncesjonowaniu określają przepisy odrębnych ustaw.
  3. Wprowadzenie innych koncesji w dziedzinach działalności gospodarczej mających szczególne znaczenie ze względu na bezpieczeństwo państwa lub obywateli albo inny ważny interes publiczny jest dopuszczalne tylko w przypadku, gdy działalność ta nie może być wykonywana jako wolna lub po uzyskaniu wpisu do rejestru działalności regulowanej albo zezwolenia oraz wymaga zmiany niniejszej ustawy.