

Warszawa, dnia 7 lutego 2011 r.

P-158/2011

Pan
Lech Czapla
Szef Kancelarii Sejmu
ul. Wiejska 4/6/8
00-902 Warszawa

Szanowny Panie Ministrze

W imieniu Krajowej Rady Biegłych Rewidentów bardzo serdecznie dziękuję za przesłanie rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw (pismo z dnia 21 stycznia 2011 r., znak: GMS-WP-173-21/11).

Jednocześnie pragnę poinformować, że Krajowa Izba Biegłych Rewidentów nie zgłasza uwag do ww. projektu ustawy.

Z poważaniem

P r e z e s
Krajowej Rady Biegłych Rewidentów

[Podpis]
Adam Kęsik

WYDZIAŁ PREZYDIALNY

L.dz.
Data wpływu *14.02.2011*

**Business Centre
Club**


Warszawa, dnia 15 lutego 2011 r.

**Pan Lech Czapla
Szef Kancelarii Sejmu**

Szanowny Panie Ministrze,

W odpowiedzi na pismo nr GMS-WP-173-21/11 z dnia 21 stycznia 2011 r. przesyłam opinię Business Centre Club do rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw.

Z wyrazami szacunku,



Anna Potocka

wiceprezes BCC

WYDZIAŁ PREZYDIALNY

L.dz.

Data wpływu **17.02.2011**

**Opinia BCC do rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji
oraz niektórych innych ustaw**

Projektowana ustawa (druk sejmowy nr 3812) ma na celu implementację dyrektywy 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 grudnia 2007 r. (tzw. dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), która powinna być implementowana do prawa krajowego przed dniem 19 grudnia 2009 r. Powyższa dyrektywa została zastąpiona wersja ujednoliconą – dyrektywą 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r., która jednak wyraźnie przesądza, że wiążący termin implementacji pozostał bez zmian. Powstaje w związku z tym pytanie o powody przekroczenia tego terminu przez Polskę, czego projektodawca niestety nie wyjaśnia w uzasadnieniu do projektu ustawy.

Opóźnienie w implementacji dyrektywy nie pozwoliło na podjęcie prac nad przygotowaniem nowego aktu prawnego, co wydaje się rozwiązaniem lepszym w sytuacji dużej ilości zmian, jakie wprowadza projektowana nowelizacja ustawy. Formalnie rzecz biorąc wdrożenie dyrektywy przez nowelizację obecnej ustawy jest oczywiście dopuszczalne, ale nie wpływa to na zwiększenie przejrzystości obowiązujących przepisów i stworzenie całościowej koncepcji nowego ładu mediów elektronicznych. To wyzwanie pozostaje aktualne i wymagać będzie kolejnych zmian ustawowych.

Projektowana nowelizacja ustawy rozszerza zakres regulacji na nielinearne audiowizualne usługi medialne oraz wszystkie linearne usługi medialne, z wyłączeniem programów radiowych rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych. Na szczególną uwagę zasługuje liberalizacja zasad umieszczania przekazów handlowych w programach telewizyjnych, regulacja tzw. prawa do krótkich sprawozdań, zasady ochrony małoletnich w zakresie dostępu do niepożądanych treści, zapewnienie dostępności usług medialnych dla osób niepełnosprawnych oraz rozwijanie edukacji medialnej. Podstawowym wyzwaniem wynikającym z implementacji dyrektywy wydaje się być rozszerzenie zakresu regulacji na usługi medialne na żądanie (nielinearne), także w Internecie, gdzie zaliczają się do nich serwisy z filmami w sieci. Zastrzeżeń nie budzi konieczność zastąpienia pojęcia „nadawcy”

przez „dostawcę usługi medialnej”. Podobnie jak rozszerzenie zakresu podmiotów, którym przysługuje prawo do rozpowszechniania programów radiowych lub telewizyjnych o osobowe spółki handlowe.

Planowane zmiany w przepisach precyzują m.in. jak w przekazach medialnych (telewizyjnych i radiowych) powinno się informować o zamieszczeniu w nich markowych produktów. Zakazane będzie natomiast nieoznaczone lokowanie produktów (product placement). Problem z tym związany, to mało precyzyjny zapis w projektowanej ustawie, zgodnie z którym lokowane produkty nie mogą być nadmiernie eksploatowane.

Implementacja dyrektywy wymaga wprowadzenia nowych kluczowych definicji, co znalazło właściwe odbicie w projektowanym art. 4 ustawy poprzez dodanie definicji nowych terminów lub zmianę już istniejących. Wśród dodatkowych kompetencji KRRiT za szczególnie istotną należy uznać edukację medialną. Na poparcie zasługuje doprecyzowanie regulacji (art. 15 ust. 2) mającej na celu wzmocnienie ochrony języka polskiego w programach radiowych na wzór praktyk stosowanych w przekazie telewizyjnym. Surowsze regulacje projektodawcy, niż wynikałoby to z unijnej dyrektywy, dotyczące przerywania audycji w celu nadania reklam lub telesprzedaży w pełni uzasadnia ogólny interes publiczny. Jednak praktycznym problemem może być skuteczne sprawdzenie, czy serwis internetowy, operator kablowy lub satelitarny nie serwuje więcej niż 12 minut reklam w ciągu jednej godziny zegarowej. W tym kontekście zasadne mogą również okazać się obawy, że umożliwienie nowych działań operatorom telewizyjnym pogłębi różnicę w wydatkach na reklamę w telewizji i w prasie.

Za ważną decyzję projektodawcy trzeba uznać uzupełnienie art. 18 ust. 1 o zakaz nawoływania w audycjach i innych przekazach do nienawiści i wymienienie w tym kontekście także wyznania oraz niepełnosprawności. O ile nie ulega wątpliwości, że w obszarze wspierania edukacji medialnej istotną rolę powinny odgrywać również media publiczne, o tyle dyskusyjny wydaje się pogląd projektodawcy, że nadawcy publiczni powinni zapewniać w większym stopniu niż nadawcy prywatni dostępność swoich programów, a także innych usług, dla osób niepełnosprawnych z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu.

Ustawa przewiduje, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ma prowadzić rejestr serwisów wideo. Brak zgłoszenia do rejestru, podobnie jak naruszenie innych przepisów dotyczących np. promocji określonej produkcji, będzie mógł skutkować karą dla firmy w wysokości 10 proc. obrotów. Tyle, że nowelizacja nie obejmuje serwisów zagranicznych. W efekcie te same treści będą jednocześnie podlegały i nie podlegały kontroli KRRiT, co trzeba widzieć jako przejaw nierównego traktowania krajowych i zagranicznych podmiotów ze szkodą dla tych pierwszych. Za wymierny tego dowód należy uznać nie tylko obowiązek rocznych sprawozdań z prowadzonej działalności, ale także konieczność archiwizowania programów w celu ewentualnego udostępnienia ich kopii na wniosek Rady, co będzie generować określone dodatkowe koszty.

Można zakładać, że wprowadzając podobne regulacje prawne co w innych krajach unijnych, ustawa zapewni polskim przedsiębiorcom możliwość działania w ramach zbliżonych przepisów obowiązujących przedsiębiorców z innych państwa członkowskich UE, co powinno wpłynąć pozytywnie na konkurencyjność rodzimego rynku mediów elektronicznych. Z drugiej jednak strony, ustawa nałoży na dostawców usług medialnych pewne nowe obowiązki wymagające zwiększonych nakładów organizacyjno-finansowych. Chodzi m.in. o wymagania związane z przekazywaniem odbiorcom programów danych dotyczących identyfikacji programu i nadawcy, promowaniem audycji polskich i europejskich czy też zapewnieniem dostępności usług dla osób niepełnosprawnych.

W efekcie realna może okazać się obawa, że pogodzenie nierzadko rozbieżnych interesów uczestników rynku mediów elektronicznych będzie bardzo trudnym zadaniem, o ile w ogóle możliwym do realizacji w trakcie rozpoczętego procesu legislacyjnego. Tym bardziej, że ustawodawca jest pod presją czasu, a to zwykle nie sprzyja podejmowaniu w pełni racjonalnych decyzji.

Business Centre Club

15 lutego 2011 r.