

PYTANIA KONSULTACYJNE DO DAUM - CZĘŚĆ PIERWSZA**AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE: PROGRAMY TELEWIZYJNE I USŁUGI VoD****I. INTEGRALNOŚĆ AUDYCJI I AUDIOWIZUALNYCH USŁUG MEDIALNYCH
(w kontekście definicji programu i definicji rozprowadzania programów w ustawie
o radiofonii i telewizji)**

1. Jakie powinny być granice dopuszczalnych zmian w programach i katalogach VoD, aby zachować integralność audiowizualnych usług medialnych? Czy zmiany mają być ograniczone do możliwości zróżnicowania spotów w blokach reklamowych ze względu na potrzebę personalizacji przekazu handlowego, czy mogą także dotyczyć innych treści np. audycji zawierających informacje lokalne ze względu na obszar nadawania? Czy zmiany mogą dotyczyć innej pory nadawania ze względu na strefę czasową? Jakże inne?

Urzędy publiczne - Rzecznik Praw Obywatelskich (RPO) dopuszcza nie tylko personalizację przekazu handlowego, ale i innych treści, pod warunkiem zachowania adekwatności i proporcjonalności zmian, przy zachowaniu priorytetu integralności przekazu np. poprzez zakaz zasłaniania audycji informacją handlową, a także zapewnienia legalności procesu zmiany, w tym uwzględnienia przepisów RODO.

Nadawcy

Agora SA wstrzymała się od odpowiedzi.

ITI Neovision SA uzależnia ewentualną zgodę na różnicowanie spotów reklamowych od szeregu warunków:

- zmiany powinny być wprowadzane przez samego nadawcę lub za jego zgodą;
- przepisy powinny być tak skonstruowane, aby nie dopuścić do wysuwania roszczeń przez operatorów w stosunku do nadawców dotyczących wyrażenia zgody przez nadawcę;
- powinien być zachowany pierwotny układ ramówki określony przez nadawcę;
- konieczne jest zliczanie wszystkich reklam emitowanych w rozszczepionym sygnale jednej reklam;
- respektowanie przez operatora dokonującego zmian wszelkich regulacji prawnych dot. ograniczeń produktowych i czasowych emisji reklam produktów wrażliwych.

Radio, Muzyka, Fakty Sp. z o.o. (RMF), Cyfrowy Polsat SA, Telewizja TVT sp. z o.o. (TVT), VIMN Poland sp. z o.o. i Telewizja Polska SA dopuszczają zmiany wykraczające poza personalizację reklam pod warunkiem zachowania ścisłej kontroli przez nadawcę i nienaruszania integralności przekazu.

Telewizja Polska SA - dopuszczalność zmiany pory nadawania pod bezwzględnym warunkiem identyczności nadań w różnych strefach czasowych z nadaniem, które nastąpiło jako pierwsze z nich.

VIMN POLAND Sp. z o.o. proponuje wskazanie procentowo dopuszczalnej różnicy, bez wskazywania konkretnych zakresów, w których różnice mogą się pojawiać, a decyzja o zróżnicowaniu powinna pozostawać w gestii dostawcy usług medialnych).

TVN SA odnosi się tylko do systemu DAI uważając, że nie powinien on podlegać ograniczeniom, limitom (np. HbbTV, Smart TV) o ile jest realizowany za zgodą nadawcy.

Dostawcy VoD i VSP - nie popierają wprowadzania granic dopuszczalnych zmian.

Jeden z dostawców VSP uważa, że rynek sam weryfikuje użytkowanie reklam.

Google Poland sp. z o.o.:

- stosowanie nakładek to ważna metoda zwiększania interaktywności i dostępności treści (dostarcza dodatkowych informacji, pozwala na wprowadzanie crowdsourcingowych lub generowanych automatycznie udogodnień dla niepełnosprawnych);
- nakładki służą też właścicielom praw autorskich do oznaczania i kontroli treści podlegających ochronie prawno-autorskiej;
- modyfikacja zawartości odnośnie niektórych technicznych parametrów może służyć korzystnym celom (optymalizacji przesyłu czy wyglądu -stopień kompresji).

Wirtualna Polska Media SA (WP):

- należy dopuścić możliwość modyfikacji treści reklamowych, zarówno pod względem liczby jak i czasu trwania poszczególnych spotów reklamowych, przy założeniu, że łącznie nie przekraczają one czasu trwania danego bloku reklamowego;
- możliwość personalizacji przekazu reklamowego powinna być dopuszczalna ze względu na lokalizację jak i na inne parametry, w tym wykorzystywane do targetowania w przestrzeni internetowej;
- modyfikacja treści redakcyjnych (audycji) powinna być również możliwa, jednak przede wszystkim w zakresie audycji o charakterze informacyjnym, w których lokalność ma szczególne znaczenie (np. lokalna prognoza pogody, wydarzenia o zasięgu lokalnym - gmina, powiat), nieistotne dla innych regionów (np. województwa).

UPC Polska i Polska Izba Komunikacji Elektronicznej (PIKE) - wyłączone spod obowiązku uzyskania zgody pierwotnych dostawców powinno być:

- umieszczenie zróżnicowanych reklam (w celu uwzględnienia personalizacji, potrzeb lokalnych);
- ostrzeżenia i informacje w ogólnym interesie publicznym i napisy;
- nawigacja (np. paski głośności, funkcje wyszukiwania, menu nawigacji lub listy kanałów);
- EPG (w tym przegląd/informacje o programie);
- zalecenia i skalowane podglądy programów;
- posty w mediach społecznościowych/poszczególne wiadomości;
- aplikacje smart home.

Uzasadnienie: funkcje te wnoszą znaczną wartość dodaną dla użytkowników końcowych poprzez personalizację lub poprawę ich doświadczenia oraz umożliwiają dostawcy usług VoD informowanie i prowadzenie klienta przez szeroki zakres treści. Jednocześnie podmioty te zastrzegają, że zmiany treści merytorycznej samego programu powinny być dozwolone wyłącznie za zgodą dostawców.

2. Kto w przypadku zmian powinien być odpowiedzialny za stwierdzone naruszenia?

W odpowiedziach nie ma rozbieżności i to bez względu na reprezentowaną grupę interesu: odpowiedzialność powinien ponosić podmiot decydujący o wprowadzeniu i kształcie zmian tj. ten, kto dokonuje zmiany i udostępnia zmodyfikowany przekaz. Jeśli zmiana jest realizowana przez nadawcę lub pod jego ścisłą kontrolą – to nadawca powinien ponosić odpowiedzialność za naruszenia, a jeśli zmian dokonuje podmiot trzeci, podmiot upoważniony przez nadawcę. Jeśli robi to niezgodnie z jego wolą – to powinien ponosić odpowiedzialność za naruszenia.

Telewizja Polska SA doprecyzowuje, że odpowiedzialność powinna być oparta na klarownej regulacji prowadzącej do identyfikacji podmiotu wprowadzającego zmiany stanowiące naruszenie, a ITI Neovision SA, że byłoby wskazane nałożenie na operatora, na mocy ustawy, zobowiązania do przestrzegania wszelkich regulacji prawnych dotyczących emisji przekazów handlowych, w tym ograniczeń produktowych i czasowych

emisji reklam produktów wrażliwych. Pozostawienie odpowiedzialności z tego tytułu, wyłącznie na poziomie relacji umownych między nadawcą i operatorem, może okazać się nieskuteczne.

ITI Neovision SA uważa za konieczne przynajmniej wzmocnienie pozycji nadawcy w relacji z operatorem poprzez wprowadzenie obowiązku uprzedniej akceptacji reklam przez nadawcę oraz regresu nadawcy w stosunku do operatora w przypadku naruszenia przepisów regulujących emisję przekazów handlowych.

3. Jak chronić odbiorców przed zmianami, które w niekorzystny sposób mogą wpływać na jakość i sposób odbioru treści?

Urzędy publiczne

RPO przypomina o:

- konieczności zachowania przepisów RODO;
- oddzieleniu przekazu handlowego od innych treści redakcyjnych;
- proponuje sprawdzenie wprowadzonych praktyk na grupach fokusowych;
- wprowadzeniu możliwość kontroli.

Nadawcy

ITI Neovision SA widzi możliwość dokonywania zmian:

- wyłącznie za zgodą nadawcy;
- w granicach układu programu ustalonego przez nadawcę;
- emisja przekazów handlowych w sposób pierwotnie przewidziany w programie przez nadawcę;
- pod warunkiem nałożenia na operatora zobowiązania ustawowego do przestrzegania wszelkich regulacji prawnych dotyczących emisji przekazów handlowych, w tym ograniczeń produktowych i czasowych emisji reklam produktów wrażliwych (bądź wprowadzenie innych regulacji gwarantujących przestrzeganie przez operatora obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa).

RMF - pewien zakres ochrony zostanie wyznaczony automatycznie poprzez określenie granic możliwej modyfikacji.

TVN SA:

- dostawca serwisów internetowych powinien być zobowiązany do zapewnienia nadawcy kontroli nad reklamami i dostarczania wiedzy o tym, kto ogląda daną reklamę;
- dostawca powinien móc zablokować emisję reklam niedozwolonych lub skierowanych do dzieci np. przy audycjach dla nich przeznaczonych (w ten sposób możliwa byłaby realizacja przepisów ochronnych dot. HFSS i reklamy alkoholu).

Telewizja Polska SA:

- odbiorcy powinni być świadomi, jakiego rodzaju zmiany stanowią naruszenie granic dopuszczalnych zmian - np. za sprawą szerokiej kampanii informacyjnej;
- podmiot naruszający zasady wprowadzania zmian powinien być świadom grożącej za takie działanie administracyjnej kary pieniężnej.

TVT - poprzez zamieszczenie planszy informującej o „rozszczepieniu” na ekranie.

VoD

CDA SA:

- prawo sprzeciwu, notyfikacji, coś w rodzaju procedury notice and take down.

UPC Polska i PIKE:

- użytkownicy końcowi powinni mieć możliwość autoryzowania i inicjowania niektórych funkcji,

szczególnie tam, gdzie wzbogacają ich doświadczenia jako odbiorcy + optowanie za samoregulacją w celu identyfikacji i oceny bezprawnych zmian treści.

IZBY, Firma badawcza

Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska (IAB), Rada Reklamy, Polskie Badania Internetu sp. z o.o.(PBI):

- wypełnianie prostej ankiety przez odbiorców w celu oceny czy dana treść była odpowiednia.

Uniwersytet - ewentualność wyboru przez użytkownika wersji niezmodyfikowanej.

4. Czy w kontekście możliwości wprowadzenia przez dostawców VoD i platformy udostępniania wideo (VSP) skrótów, zmian, przerw czy plansz, nakładanych na treści wideo, w celach handlowych za zgodą dostawców, którzy pierwotnie dostarczyli audiowizualne usługi medialne, należy dokonać zmian w definicji programu, a w przypadku nadawców i operatorów rozprowadzających programy także w definicji rozprowadzania programu?

Wszyscy, którzy odpowiedzieli twierdząco, poza jednym podmiotem (VSP) (brak uzasadnienia) oraz dwoma dostawcami VoD.

Zdaniem CDA SA nie ma co mnożyć definicji, tylko wprowadzić obowiązek informacyjny mówiący, że program jest zmodyfikowany za zgodą pierwotnych twórców i w stosunku do „oryginału” mogły być zastosowane skróty lub dokonane zmiany, wprowadzone przerwy lub dodane plansze nakładane na treści wideo, w celach handlowych, za zgodą dostawców.

UPC Polska twierdzi, że zależy to od rodzaju i powagi zmian: bardziej inwazyjne, np. skrócenie filmów, zmiany funkcji dostępności mogłyby być zgłaszane użytkownikom końcowym w opisie programu, a w przypadku innych zmian (takich jak zmiany w nawigacji, rekomendacje itp.) nie ma to sensu, gdyż wiele zmian będzie inicjowanych przez użytkownika końcowego, a dostawca usług VoD nie będzie wiedział, kiedy użytkownik skorzysta z tych funkcji.

Cyfrowy Polsat SA, IAB, Rada Reklamy i Kreatywna Polska postulują, żeby zamiast zmiany definicji programu i rozprowadzania wprowadzić przepis rozstrzygający ewentualne spory, co do charakteru transmisji zawierających tego typu zmiany dokonywane przez nadawcę na gruncie wszystkich ustaw: wprowadzić normę systemową, a nie zmiany jedynie w u.r.t. co, ich zdaniem, może mieć negatywne skutki dla wykładni systemowej i prowadzić do komplikacji interpretacyjnych.

Nadawcy i izby zwracają uwagę, że definicja rozprowadzania powinna szanować odpowiedzialność redakcyjną dostawcy usługi. PIKE uważa, że definicja rozprowadzania powinna jednoznacznie zezwalać na wprowadzanie skrótów, zmian, przerw czy plansz nakładanych na treści wideo w celach handlowych, w tym DAI.

ITI Neovision SA zwraca uwagę, że wprowadzenie zmian w definicji programu powinno obejmować również możliwość rozszczepiania sygnału programu, również w oparciu o już posiadane przez nadawców koncesje.

Telewizja Polska SA uważa, że odpowiednie przededefiniowanie programu nie będzie musiało prowadzić do zmiany definicji rozprowadzania; trzeba natomiast zadbać by wokół treści nadawcy publicznego nie pojawiały się treści reklamowe, które są sprzeczne z misją i wizerunkiem nadawcy publicznego.

II. STRUKTURA WŁAŚCICIELSKA

1. Czy należy zobowiązać nadawców programów i dostawców VoD do umieszczania informacji o strukturze właścicielskiej, w tym o rzeczywistych właścicielach dostawcy usługi?

Urzędy publiczne - obowiązek informowania o strukturze właścicielskiej dostawców usług medialnych jest uzasadniony.

Nadawcy

- informacja powinna się znajdować bezpośrednio na stronach nadawców i dostawców;
- należy ograniczyć się do informacji dotychczas przewidzianych w art. 5 ust. 1 DAUM;
- dodatkowe informacje można uzyskać poprzez powiązanie z istniejącymi rejestrami np. KRS – poprzez wskazanie numeru lub nowopowstałego Centralnego Rejestru Beneficjentów Rzeczywistych (CRBR).

VoD – ustalenie takiego obowiązku dla dostawców VoD jest nieuzasadnione.

CDA SA zwraca uwagę na to, że szczegółowe informacje o rzeczywistych właścicielach mogą naruszać tajemnice handlowe, umów, przedsiębiorstwa, umów NDA wymagane w łańcuchu dostaw treści oraz wpłynąć na zaufanie w relacjach między dostawcami a podmiotami udzielającymi licencji oraz ponoszącymi odpowiedzialność redakcyjną za treści.

UPC Polska nie dostrzega potrzeby takiego obowiązku zwracając uwagę na różnice pomiędzy dostawcami VoD a nadawcami w związku z odpowiedzialnością redakcyjną za treść.

VSP – informacja o rzeczywistym właścicielu powinna być dostępna w regulaminie serwisu. WP nie dostrzega takiej potrzeby ze strony odbiorców.

Operator telekomunikacyjny P4 sp. z o.o. (Play) - klientowi wystarcza informacja o tym, kto dostarcza im usługę.

IZBY – przeciwne rozszerzaniu obowiązków informacyjnych w zakresie struktury własnościowej, szczególnie w kontekście powstania CRBR (PIKE). Wyjątek stanowi Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA) zwracając uwagę na fakt, że informacja taka mogłaby pozytywnie wpłynąć na transparentność działania podmiotów i możliwość egzekwowania ewentualnych roszczeń oraz zgłaszania ewentualnych naruszeń.

Firmy badawcze (PBI) informacja powinna być dostępna w ograniczonym zakresie (jak dotychczas?).

Uniwersytety/Eksperti - informacja o rzeczywistych właścicielach powinna być dostępna w obu przypadkach (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego (UKSW)).

NGO - informacja taka mogłaby pozytywnie wpłynąć na transparentność działania podmiotów i możliwość egzekwowania ewentualnych roszczeń oraz zgłaszania ewentualnych naruszeń (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna – odpowiedziała twierdząco.

2. Jakiego rodzaju informacja byłaby wystarczająca dla zdefiniowania rzeczywistego właściciela?

Urzędy publiczne

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK):

- dane o rzeczywistych właścicielach powinny uwzględniać informację o przynależności do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Biuro Rzecznika Praw Dziecka (BRPD):

- dane zawarte w art. 5 DAUM w tym organ regulacyjny/ nadzoru, jeśli został ustanowiony.

Nadawcy

Telewizja Polska SA zwraca uwagę, że rzeczywistym właścicielem jest osoba fizyczna, definicja takiej osoby ma źródło w regulacjach prawno-podatkowych powinna być spójna z istniejącymi modelami.

VoD - można odwoływać się do CRBR (UPC).

VSP - można odwoływać się do KRS lub CRBR.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska w związku z negatywną odp. na pyt. 1.

IZBY - zgodnie z danymi zgłoszonymi do KRS lub CEIDG (IAB i Rada Reklamy), dane osoby sprawującej faktyczną kontrolę nad aum, powiązania osobowe, wskazanie grupy kapitałowej, NIP i KRS (KIPA), odwołanie do CRBR (PIKE).

Firma badawcza - zgodnie z danymi zgłoszonymi do KRS lub CEIDG (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - wskazanie udziałowców/akcjonariuszy, których aktywa przekraczają 3%.

NGO - dane osoby sprawującej faktyczną kontrolę nad aum, powiązania osobowe, wskazanie grupy kapitałowej (Kreatywna Polska).

3. W jaki sposób powinny być umieszczone informacje na temat własności (np. lokalizacja i widoczność na stronie usługi) aby zagwarantować łatwy, bezpośredni i stały dostęp dla odbiorców?

Urzędy publiczne - stopka strony internetowej, sekcja „o nas”, z różnych miejsc na stronie, nie więcej niż w określonej liczbie kliknięć (FilMOTEKA Narodowa - Instytut Audiowizualny -FINA,RPO), ogólne sformułowanie dotyczące zapewnienia widoczności (BRPD i UOKiK), zapewnienie dostępności dla niedowidzących (RPO).

Nadawcy –

- w zakładce zawierającej informacje o podmiocie (ITI Neovision SA);
- na homepage (RMF);
- ogólnie na stronie internetowej (TVN SA);
- uwidocznienie na równi z innymi podstronami (Telewizja Polska SA);
- wejście na stronę automatycznie otwiera informacje o właścicielu (TVT);
- oprócz informacji na stronie powinien powstać rejestr udostępnimy publicznie na stronie KRRiT (VIMN Poland sp. z o.o.).

VoD - w stopce lub nagłówku (CDA SA).

VSP - w regulaminie serwisu lub link w stopce (WP).

Operatorzy - w informacji o nas lub w miejscu zgłaszania reklamacji i usterek lub w miejscu do nawiązywania kontaktu (Play).

IZBY - link w stopce (IAB, Izba Wydawców Prasy (IWP), Rada Reklamy, KIPA).

Firmy badawcze - link w stopce (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - link na stronie „struktura właścicielska” (UKW).

NGO - link w stopce.

4. Czy, korzystając z faktu powstania Centralnego Rejestru Beneficjentów Rzeczywistych (CRBR), należałoby wykorzystać dostęp do informacji zawartych w tym rejestrze w celu realizacji przepisów art. 5 DAUM?

Urzędy publiczne – tak (BRDP, RPO, UOKiK).

Nadawcy - nie (ITI Neovision SA, RMF), tak (Telewizja Polska SA, TVT, Cyfrowy Polsat SA).

VoD - nie (CDA SA, UPC Polska).

VSP - tak (WP).

Operatorzy - brak odpowiedzi.

Izby - (KIPA) dane bezpośrednio na stronie- tak (IAB i RR) , odesłanie do CRBR, - tak, (PIKE) - nie

Firmy badawcze - nie (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - tak (UKW).

NGO - dane bezpośrednio na stronie – tak (Kreatywna Polska).

III. EDUKACJA MEDIALNA

1. Jak w związku z powyższym powinien wyglądać model edukacji medialnej w Polsce?

Wątkiem przewijającym się przekrojowo, bez względu na typ respondentów, jest potrzeba systemowej zmiany w tym obszarze. Rozbieżności zaczynają się przy próbie opisu, jak ten krok miałby wyglądać: po jednej stronie sytuuje się FINA i RPO (ale uwaga: brakuje stanowisk MEN, MC i MKiDN i w tym kontekście jest to „kluczowy” brak) i naukowcy z UKSW i Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (UKW) (zdaniem pierwszego z nich, EM działa mimo polityki, ale wyraźnie domaga się decyzji politycznych), a z drugiej wyczuwalnie bardziej wstrzeźliwa postawa rynku, jeśli chodzi o zakres i siłę postulowanych zmian. Swoją rolę w zakresie EM widzą oni jako pomocniczą i wspierającą organy państwa, wskazując ich jako odpowiedzialnych za stan EM w Polsce. Z odpowiedzi pierwszej grupy wynika potrzeba uznania EM za jeden z kluczowych mechanizmów rozwoju państwa, gospodarki i społeczeństwa, uczynienie z niej jednej z osi budujących i porządkujących spójność programową. Podkreślają potrzebę finansowania przez państwo działań z zakresu EM, wskazują na niewystarczający nacisk kładziony na kształtowanie kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych, szczególnie w obszarze krytycznego rozumienia otoczenia medialnego i zasad rządzących światem nowych mediów oraz czynników kulturowych, ekonomicznych i technologicznych wpływających na korzystanie z mediów. Wyrażają pilną potrzebę rozwijania umiejętności krytycznego myślenia, odróżniania prawdy od fake newsów, rozumienia, selekcji i tworzenia informacji.

Z większości wypowiedzi, bez względu na afiliację, przebija się (nawet, jeśli nie jest to wyrażone wprost) potrzeba uczynienia EM jednym z priorytetów edukacji we współczesnej Polsce, jako umiejętności niezbędnej do radzenia sobie z wyzwaniami współczesności: z jednej strony edukacji dzieci i młodzieży w ramach podstaw programowych MEN, z drugiej - edukacji dorosłych poprzez kampanie społeczne i informacyjne, narzędzia idea-placement (informowanie o poszczególnych aspektach mediów cyfrowych w produkcjach audiowizualnych przez twórców treści - pomysł Telewizja Polska SA) i audycje edukacyjne.

BRPD, FINA i RPO i ITI Neovision SA proponują model oparty na współpracy i współdziałaniu właściwych organów i dostawców, np. oparcie się na wypracowanym już modelu szkoleń i działań kierowanych na nauczycieli, które można szybko włączyć do codziennej praktyki szkolnej (tzw. model MEMIC – propozycja zawarta w stanowisku FINA), TVN SA, WP – zrewidowanie podstawy programowej, w takich przedmiotach jak WOS i/lub technologie informacyjne; Telewizja Polska SA, osoba fizyczna i uczelnie (ekspert UKSW i UKW) - utworzenie oddzielnego przedmiotu szkolnego, VIMN Poland sp. z o.o. – oparcie się na MEN i KRRiT we współpracy z dostawcami usług medialnych. Google Poland sp. z o.o. uważa, że KRRiT powinna zapewniać

długofalową perspektywę, wsparcie eksperckie, koordynację i współdziałanie z sektorem prywatnym. Izby samorządu gospodarczego widzą EM głównie przez pryzmat potrzeby działań mających na celu poszanowanie praw autorskich i praw pokrewnych oraz korzystania z legalnych źródeł (odróżnianie podmiotów łamiących prawo, pirackich serwisów i konsekwencji za korzystanie z nielegalnych źródeł wideo).

2. Jaką rolę powinny w nim odgrywać organy państwa, w tym:

- a) Ministerstwo Edukacji Narodowej,
- b) Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego,
- c) Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego,
- d) Ministerstwo Cyfryzacji,
- e) KRRiT,
- f) inne organy i instytucje, np. instytuty badawcze, naukowe, szkoły wyższe?

Urzędy publiczne - rolę KRRiT badanie stanu EM wśród różnych grup społecznych, wydawanie publikacji, promowanie audycji służących EM, organizacja konferencji, patronaty, prowadzenie serwisu internetowego (FINA i RPO), wspieranie innych inicjatyw (RPO), systemowa weryfikacja działań dostawców VoD oraz VSP oraz mierzenie skuteczności tych działań - liczba odbiorców, efektywność, etc., działania na rzecz stworzenia ciała koordynującego w zakresie edukacji medialnej w Polsce, wprowadzenie funduszu dla podmiotów VoD i VSP, z którego środki byłyby przeznaczane na edukację medialną.

Proponowane przez FINA/RPO role szczegółowe to m.in.: dla MEN: uczynienie z kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych jednego z priorytetów edukacyjnych, zgodnie z założeniem o ich rosnącej roli w rozwoju młodych ludzi oraz odpowiedzialnym funkcjonowaniu w społeczeństwie i państwie; uznanie edukacji medialnej za ważny instrument w wyrównywaniu różnic w kapitale edukacyjnym, kulturowym i społecznym uczniów; opracowanie wytycznych dla autorów podręczników szkolnych, w których pojawi się warunek dotyczący formułowania ćwiczeń, zadań i poleceń kształcących różnorodne kompetencje medialne, informacyjne i cyfrowe; wspieranie projektów edukacyjnych o charakterze lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim, ukierunkowanych na rozwijanie kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych wśród nauczycieli i uczniów; dokonanie przeglądu podstaw programowych, usunięcie nadmiaru treści przeznaczonych do opanowania pamięciowego i położenie większego nacisku na zagadnienia z zakresu edukacji medialnej; kształcenie nauczycieli i pozostałych pracowników oświaty oraz zachęcanie ich do korzystania z wiedzy i umiejętności uczniów; promowanie istniejących i tworzenie nowych, otwartych i bezpłatnych zasobów edukacyjnych; wdrożenie rekomendacji zawartych w raporcie „Szkoła Dla Innowatora. Kształtowanie Kompetencji Proinnowacyjnych”, opracowanym na zlecenie Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii; dla MKiDN m.in. prowadzenie otwartych konkursów grantowych i ich systemowa ewaluacja pod kątem osiągania postawionych celów, wspieranie projektów edukacyjnych i kulturalnych, w tym wz. praw autorskich i praw pokrewnych, korzystania z legalnych źródeł, wsparcie edukacyjne mniejszych ośrodków, w których dostęp do dóbr kultury i instytucji kulturalnych jest utrudniony, uporządkowanie kwestii prawno-autorskich cyfrowych zbiorów dóbr kultury i ich upowszechnianie w internecie, współpraca z MEN oraz MC przy tworzeniu programów o charakterze długofalowym, wsparcie merytoryczne i finansowe projektów edukacyjnych prowadzonych w szkołach i placówkach edukacyjnych przez instytucje kulturalne; dla MC: m.in. wspieranie projektów wykorzystujących technologie cyfrowe w szkołach, wspieranie badań dot. poziomu kompetencji różnych grup docelowych, tworzenie platform e-learningowych do samokształcenia, zwłaszcza osób starszych; finansowanie spotów z kampaniami społecznymi, utworzenie platform/repozytoriów materiałów edukacyjnych na wolnych licencjach, edukacja nt. rozróżniania pirackich treści i uczenie, jak postępować w takiej sytuacji, gdzie zgłosić naruszenie, dla MNiSW i szkół wyższych: rozwój kompetencji medialnych przyszłych nauczycieli oraz przygotowanie ich do pracy z uczniami poprzez wprowadzenie przedmiotu „edukacja medialna” w programach studiów, rozwój i doskonalenie umiejętności aktywnych zawodowo nauczycieli poprzez np. studia podyplomowe lub kursy zakończone uzyskaniem certyfikatu, inicjowanie projektów naukowych (w tym międzynarodowych) dotyczących edukacji medialnej; biblioteki

publiczne: tworzenie projektów odpowiadających na potrzeby grup docelowych, np. osób starszych lub bezrobotnych, dbanie o wysoką jakość udostępnianych materiałów, współpraca z MEN, m.in. w zakresie dostosowania programów edukacyjnych do podstawy programowej przy organizacji lekcji w bibliotece, ułatwianie pracy wolontariuszy, którzy chcieliby dzielić się wiedzą i umiejętnościami na terenie biblioteki i w ramach jej działalności, promowanie współpracy i kształcenia pozaformalnego w ramach społeczności lokalnych.

Wniosek ogólny można sprowadzić do jednobrzmiącej wypowiedzi: wszyscy uczestnicy rynku powinni działać zgodnie ze swoimi kompetencjami w celu podniesienia świadomości medialnej Polaków, w tym współpracować ze sobą, udzielać wsparcia merytorycznego, organizacyjnego i finansowego NGO-som, których cele statutowe obejmują działania związane z EM (Rada Reklamy, IAB i PBI).

Co do roli KRRiT, ekspert z UKSW wskazuje ją jako instytucję, która powinna wziąć odpowiedzialność za EM w Polsce (widzi ją jako lidera edukacyjno-medialnej zmiany) we współpracy z MEN i innymi organami państwa. Na pytanie nie odpowiedzieli: Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF), Ministerstwo Finansów, UOKiK, Agora SA, Cyfrowy Polsat SA, RMF, UPC Polska, Play, Polska Federacja Producentów Żywności (PFPŻ), Związek Przedsiębiorców i Pracodawców (ZPP) i osoba fizyczna.

3. Czy KRRiT powinna mieć możliwość powoływania podmiotów, przystępowania do badań i projektów względnie finansowania działań z zakresu edukacji medialnej?

Przedstawiciele wszystkich grup odpowiedzieli twierdząco (18), 10 uchyliło się od odpowiedzi, z czego 8 to podmioty rynkowe, trzy odpowiedzi wymijające (CDA SA, osoba fizyczna i WP, wg. której KRRiT powinna w pierwszym rządzie pełnić funkcje regulacyjne), a jedna odpowiedź Ministerstwa Finansów była negatywna (argumentacja: wydaje się, iż KRRiT jako organ usytuowany w art. 139 ust. 2 ustawy o finansach publicznych, zważywszy na przejrzystość finansów publicznych, nie powinna tworzyć nowych podmiotów).

4. Jaką rolę w modelu edukacji medialnej powinni odgrywać:

- a) nadawcy programów telewizyjnych,
- b) dostawcy VoD,
- c) dostawcy VSP?

Urzędy publiczne - nacisk na promowanie i finansowe wspieranie programów i treści realizujących wartości i postulaty MEMIC (w szczególności: budowanie krytycznego myślenia, wspieranie relacji opartych na zaufaniu i współpracy, informowanie o ryzykach związanych z fake news, dezinformacji i manipulacji, jakiej mogą podlegać treści prezentowane w serwisach). FINA uznaje także za potrzebne wymuszenie na portalach VSP niedopuszczania do użytkowników treści o charakterze szkodliwym, argumentując, że informowanie odbiorcy o zagrożeniach przy pomocy planszy lub poprzez oznaczenie wieku odbiorcy są najmniej skutecznymi metodami.

Nadawcy - TVN SA - emitowanie krótkich spotów poświęconych EM finansowanych ze środków publicznych, Telewizja Polska SA prowadzenie kampanii informacyjnych i idea-placement.

VoD - wskazanie na nadawców tv, głównie telewizję publiczną (CDA SA).

Uniwersytety/Eksperti - wskazali głównie na odpowiedzialność nadawców tv (UKSW i PISF).

KIPA i Kreatywna Polska - udostępnianie czasu antenowego, rozpowszechnianie spotów edukacyjnych, promowanie kampanii społ., umieszczanie na swoich stronach internetowych konkretnych treści obrazujących pożądane postawy i działania. Pozostali uczestnicy konsultacji wskazywali, że powinna to być rola konsultacyjna i wspierająca różne działania.

5. Jak powinna wyglądać współpraca dostawców usług medialnych i dostawców VSP z organem regulacyjnym w tym zakresie?

Nadawcy - wymiana doświadczeń (Telewizja Polska SA) i wspólne konferencje (Telewizja Polska SA, Canal +), dostawcy usług medialnych mogą wspierać organizowane przez regulatora kampanie na rzecz EM poprzez emisje ogłoszeń społecznych (ITI Neovision SA).

Firma badawcza - wskazuje na współpracę poprzez organizację współregulacyjną (PBI).

Uniwersytet/Eksperti - państwo powinno „opiekować się” audytoriami przekazów audiowizualnych na wszystkich ekranach (nazywa to augmented tv), a „augmented KRRiT” powinna pełnić kluczową rolę w tym zakresie (UKSW), organ regulacyjny powinien konsultować się z dostawcami w celu rozpoznania ich stanowiska w danej sprawie i brać pod uwagę także interesy nadawców (UKW).

IZBY i NGO - model współpracy będzie zależał od przyjętego modelu EM i zadań, które są powierzone konkretnym instytucjom i organizacjom (Kreatywna Polska i KIPA).

Duża rozbieżność w odpowiedziach, w tym większość ogólnych stwierdzeń o partnerstwie i współpracy.

IV. SAMOREGULACJA, WSPÓŁREGULACJA I KODEKSY POSTĘPOWANIA

1. Czy system współregulacji może mieć zastosowanie w realizacji implementowanych przepisów DAUM, a jeśli tak, to w jakich segmentach rynku medialnego (nadawcy, VoD, VSP)?

Urzędy publiczne - samoregulacja jest niewystarczająca bo nie obejmuje wszystkich przedstawicieli rynku (BRPD, RPO, FINA), samoregulacja może obejmować np. sposób opisywania filmów w VoD, oznakowanie wiekowe filmów, ograniczenie umieszczania reklam pewnych produktów i usług przez filmami ze względu na kategorię wiekową (PISF).

Nadawcy - tylko samoregulacja (Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Telewizja Polska SA, VIMN Poland sp. z o.o.), tak (TVT, ITI Neovision SA, RMF), powinna dotyczyć wszystkich podmiotów objętych DAUM i w tych obszarach gdzie przepisy określają minimalne standardy – (wszyscy).

VoD - tak (UPC), tylko samoregulacja (CDA SA).

VSP - tak (WP), nie (Google Poland sp. z o.o.).

Operatorzy - brak odpowiedzi.

IZBY - tak (IAB, PIKE, Polska Federacja Producentów Żywności (PFPŻ), Rada Reklamy), nie – (ZPP), tylko regulacja - (KIPA).

Firma badawcza - tak (PBI).

Uniwersytety/Eksperti – tak (UKW), tylko regulacja (AKCES).

NGO - tak we wszystkich obszarach DAUM (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - tak.

2. Czy model współregulacji powinien opierać się na porozumieniu pomiędzy regulatorem (KRRiT) a podmiotem reprezentującym przedsiębiorców (opcja A), czy też powinien zakładać powołanie wspólnego podmiotu przez regulatora i przedsiębiorców (opcja B)?

Urzędy publiczne - porozumienie (FINA, PISF, RPD, RPO, BRPD), przeciwny współregulacji Minister Finansów.

Nadawcy- wspólny podmiot (Telewizja Polska SA), możliwe oba rozwiązania (TVN SA), porozumienie (Cyfrowy Polsat SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.), raczej porozumienie jako łatwiejsze w realizacji (Radio Muzyka Fakty Sp. z o.o.), przeciwny współregulacji ITI Neovision SA.

VoD - porozumienie (CDA SA), porozumienie zawierane przez istniejące organizacje i stowarzyszenia (UPC).

VSP - oba rozwiązania możliwe, preferowane porozumienie (WP), jeden podmiot przeciwny współregulacji.

IZBY - oba rozwiązania (PIKE KIPA), porozumienie (IAB, RR, PBI, PFPŻ), wspólny podmiot (ZPP).

Uniwersytety/Eksperti - porozumienie (UKW), wspólny podmiot (AKCES).

NGO - porozumienie (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - wspólny podmiot.

3. W przypadku wyboru opcji A, jaką formę prawną powinien mieć podmiot reprezentujący przedsiębiorców?

Urzędy publiczne - stowarzyszenie na zasadach OZZ – (FINA, BRPD), izba gospodarcza (PISF, BRPD), zrzeszenie przedsiębiorców, o którym mowa w ustawie o izbach gospodarczych (RPO).

Nadawcy - stowarzyszenie (TVN SA), Instytut (TVT).

VoD - izba gospodarcza (CDA SA).

VSP - izba gospodarcza lub organizacja pracodawców (WP).

IZBY - organizacja przedsiębiorców (KIPA, Rada Reklamy, PFPŻ), izba gospodarcza (PIKE), zrzeszenie stowarzyszeń (Rada Reklamy, PFPŻ).

Uniwersytety/Eksperti - stowarzyszenie (UKW).

NGO - organizacja przedsiębiorców (Kreatywna Polska).

4. W przypadku wyboru opcji B, jaka ma być forma prawna takiego podmiotu? W jaki sposób i przez kogo powinien być powoływany?

Urzędy publiczne, VoD, NGO, Uniwersytety/Eksperti, Izby, Operatorzy - brak odpowiedzi.

Nadawcy - stowarzyszenie (! Brak konsekwencji w odpowiedziach) (TVN SA, Telewizja Polska SA).

VSP - konieczna nowa forma prawna określona w ustawie o radiofonii i telewizji (WP).

Osoba fizyczna - RADA - nowy podmiot powoływany przez KRRiT, Radę Mediów Narodowych, nadawców telewizyjnych, dostawców VoD i VSP w liczbie co najmniej 25 osób (głównie do celów kwalifikacji treści w związku z ochroną małoletnich).

5. Czy organizacja współregulacyjna powinna sprawować kontrolę wyłącznie nad przestrzeganiem przyjętego przez siebie kodeksu postępowania czy również nad przestrzeganiem przepisów ustawowych?

Urzędy publiczne - jedno i drugie (BRPB, RPO).

Nadawcy - tylko kodeksy (Telewizja Polska SA, TVN SA, Cyfrowy Polsat SA, VIMN Poland sp. z o.o.), także inne działania (RMF), jedno i drugie (TVT).

VoD - jedno i drugie (CDA SA), tylko kodeksy (UPC).

VSP - raczej kodeksy (WP).

Operatorzy - jedno i drugie pod warunkiem objęcia kontrolą współregulacyjną wszystkich podmiotów na rynku (Play).

IZBY - tylko kodeksy (IAB, KIPA, RR, PFPŻ), jedno i drugie (ZPP, PIKE).

Uniwersytety/Ekspertzy - przede wszystkim kodeksy (UKW, AKCES).

NGO - tylko kodeksy (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - jedno i drugie.

6. Jakie funkcje regulacyjne powinny być współdzielone przez KRRiT z organizacją współregulacyjną:

- a) funkcja normotwórcza (tworzenie kodeksów postępowania),
- b) funkcja kontrolna (kontrolowanie przestrzegania norm),
- c) funkcja wymuszająca (stosowanie sankcji),
- d) funkcja opiniodawcza (ekspertka) w ocenie działalności podmiotów objętych dyrektywą?

Urzędy publiczne – funkcja

- normotwórcza (BRPD, RPO);
- kontrolna (BRPD, RPO);
- wymuszająca (RPO);
- opiniodawcza (BRPD, RPO).

Nadawcy – funkcja

- normotwórcza (Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVN SA, TVT);
- kontrolna (RMF, Cyfrowy Polsat SA, TVT);
- wymuszająca (RMF, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA);
- opiniodawcza (Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA, TVT).

VoD

- wszystkie (CDA SA);
- normotwórcza i kontrolna (UPC Polska).

VSP – funkcja normotwórcza i opiniodawcza (WP).

Operatorzy - kontrolna i wymuszająca (Play).

IZBY – funkcja

- normotwórcza (IAB, RR, PFPŻ, KIPA, PIKE, ZPP);
- kontrolna (PIKE);

- wymuszająca (PIKE);
- opiniodawcza (IAB, RR, PFPŻ, KIPA, PIKE).

Firmy badawcze - normotwórcza, kontrolna, opiniodawcza (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - normotwórcza, kontrolna, wymuszająca, opiniodawcza (UKW).

NGO - normotwórcza i opiniodawcza (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - kontrolna i wymuszająca.

7. Jakie obszary powinny podlegać współregulacji :

- a) tzw. niezdrowa żywność,
- b) suplementy diety,
- c) środki podejmowane przez VSP, które wymieniono w art. 28 b ust. 3 znowelizowanej DAUM - (szerzej na ten temat w części II dotyczącej wyłącznie VSP),
- d) udogodnienia dla osób niepełnosprawnych w VoD,
- e) jakościowe aspekty przekazów handlowych,
- f) jakie inne?

Urzędy publiczne:

- tzw. niezdrowa żywność (BRPD, RPO, PISF);
- suplementy diety (BRPD, RPO, PISF);
- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (BRPD, RPO, PISF);
- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (BRPD, RPO, PISF);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych (RPO, RPO, PISF);
- jakie, inne np. dodatkowe, poza ustawowymi obowiązki dotyczące przeciwdziałania mowie nienawiści (RPO).

Nadawcy

- tzw. niezdrowa żywność (RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o. (Cyfrowy Polsat SA - wystarczy obowiązująca samoregulacja));
- suplementy diety (RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o. (Cyfrowy Polsat SA - wystarczy obowiązująca samoregulacja));
- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA);
- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA, TVT);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych (Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVN SA, Telewizja Polska SA);
- jakie, inne np. ochrona małoletnich – oznakowanie treści w zakresie wieku (TVN SA), reklama ukryta – (Telewizja Polska SA).

VoD

- tzw. niezdrowa żywność (CDA SA, UPC Polska);
- suplementy diety (CDA SA, UPC Polska);
- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (CDA SA, UPC Polska);

- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (CDA SA, UPC Polska);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych (CDA SA, UPC Polska);
- inne jakie, - brak odpowiedzi.

VSP - tzw. niezdrowa żywność, suplementy diety, środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe, udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD, jakościowe aspekty przekazów handlowych, inne jakie, kwestie związane z zapewnieniem obowiązków sprawozdawczych (WP).

Operator - brak odpowiedzi.

IZBY

- tzw. niezdrowa żywność (IAB, KIPA, Rada Reklamy, PFPŻ, ZPP);
- suplementy diety (IAB, KIPA, Rada Reklamy, PFPŻ);
- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (IAB, KIPA, Rada Reklamy, PFPŻ);
- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (IAB, KIPA, Rada Reklamy, PFPŻ);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych (IAB, KIPA, Rada Reklama, PFPŻ);
- inne jakie, - jednolite standardy raportowania (IAB, Rada Reklamy, PFPŻ), relacje między operatorami a nadawcami (PIKE).

Firma badawcza - środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe, udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD, jakościowe aspekty przekazów handlowych, ochrona ogółu użytkowników przed niebezpiecznymi treściami w tym małoletnich przed treściami które mogłyby zaszkodzić ich rozwojowi, ustalenie standardów raportowania (PBI).

Uniwersytety/Eksperti

- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (UKW)
- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (AKCES);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych;
- inne jakie, ochrona przed treściami zawierającymi przemoc (UKW).

NGO

- tzw. niezdrowa żywność (Kreatywna Polska) wystarczy samoregulacja;
- suplementy diety (Kreatywna Polska) - wystarczy samoregulacja;
- środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe (UKW, Kreatywna Polska);
- udogodnienia dla niepełnosprawnych w VoD (Kreatywna Polska);
- jakościowe aspekty przekazów handlowych (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - tzw. niezdrowa żywność i środki podejmowane przez VSP w związku z umieszczaniem video zawierającym przekazy handlowe.

8. Jak zapewnić, by współregulacja objęła wszystkie podmioty działające w danym obszarze?

Urzędy publiczne - prawnie dopuszczalne jest wprowadzenie obligatoryjnego członkostwa w organizacji samorządowej zrzeszającej przedsiębiorców (RPO).

Nadawcy – włączenie w system współregulacji brokerów reklamowych (Cyfrowy Polsat SA), wybór jako współregulatora podmiotu reprezentatywnego (RMF), zaangażowanie ze strony głównych uczestników rynku, otwartość na nowych członków, koordynacja działań, rzetelna informacja (Telewizja Polska SA, TVT, RMF).

VoD - nałożenie obowiązku przystąpienia do współregulacji (UPC Polska).

VSP – brak odpowiedzi.

Operatorzy - wyważone postanowienia kodeksy postępowania (Play).

IZBY - reprezentatywność podmiotu współregulacyjnego włączenie brokerów reklamowych (IAB, PFPŻ, Rada Reklamy).

Firma badawcza - reprezentatywność podmiotu, odpowiednie działania KRRiT by podmiotu, które nie przystąpiły do współregulacji działały zgodnie z wypracowanymi w kodeksach zasadami (PBI).

Uniwersytety/ Eksperci - brak odpowiedzi.

NGO- reprezentatywność organu współregulacyjnego, włączenie w system brokerów reklamowych (Kreatywna Polska).

9. Na czym powinna polegać rola organu regulacyjnego w modelu współregulacyjnym?

a) zatwierdzaniu kodeksów postępowania,

b) udziale w systemie kontroli (np. wybór tematów, metod, czasu),

c) udziale w finansowaniu i organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/kosztach niematerialnych)?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy

- zatwierdzanie kodeksów postępowania (Cyfrowy Polsat SA, RMF, Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.);
- udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu (RMF, Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.);
- udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych) (Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.).

VoD

UPC Polska - zatwierdzanie kodeksów postępowania i udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu.

CDA SA - udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

VSP

WP- zatwierdzanie kodeksów postępowania, udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu, udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

Operatorzy

Play

- zatwierdzanie kodeksów postępowania;
- udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu;
- udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

IZBY

- zatwierdzanie kodeksów postępowania (IAB, KIPA, PIKE, PFPŻ, Rada Reklamy);
- udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu (KIPA, PIKE, PFPŻ, Rada Reklamy, ZPP);
- udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych) (IAB, KIPA, PIKE, PFPŻ, Rada Reklamy).

Ponadto ZPP proponuje – zapewnienie wsparcia organizacyjnego i prawnego, rekomendowanie kierowników kontroli zgodnie z międzynarodowymi standardami i z uwzględnieniem odpowiednich ram czasowych,

usprawnienie kontaktu z innymi ciałami regulacyjnymi w kontekście kodeksów postępowania takimi jak odpowiednie ministerstwa czy Parlament, promowanie kodeksów wobec innych podmiotów administracji.

Firmy badawcze i NGO

PBI, Kreatywna Polska

- zatwierdzanie kodeksów postępowania, udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu, udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

Uniwersytety/Eksperti

- zatwierdzanie kodeksów postępowania (UKW);
- udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu;
- udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

Osoba fizyczna

- zatwierdzanie kodeksów postępowania;
- udział w systemie kontroli np. wybór tematów, metod, czasu;
- udział w finansowaniu organizacji takiego systemu (udział w kosztach materialnych/niematerialnych).

10. Jakie warunki powinna spełniać organizacja współregulacyjna:

- a) prawne,
- b) organizacyjne,
- c) techniczne,
- d) jakie inne?

Urzędy publiczne:

- prawne (BRPD);
- organizacyjne (BRPD);
- techniczne
- jakie, inne

Nadawcy

- prawne (TVT);
- organizacyjne (TVT, VIMN Poland sp. z o.o.);
- techniczne;
- Jakie, inne – liczba przedstawicieli w organizacji współregulacyjnej powinna być proporcjonalna do pozycji rynkowej danego podmiotu (Cyfrowy Polsat SA), stała, zorganizowana grupa przedstawicieli rynku (VIMN Poland sp. z o.o.).

VoD

CDA SA

- prawne, organizacyjne, techniczne.

VSP

WP

- organizacyjne, techniczne, zaufanie wśród przedsiębiorców, rozpoznawalność w środowisku.

IZBY

- prawne- (PFPŻ, Rada Reklamy);
- organizacyjne (KIPA, Rada Reklamy);
- techniczne (PFPŻ, Rada Reklamy);
- jakie, inne – liczba przedstawicieli w organizacji współregulacyjnej powinna być proporcjonalna do pozycji rynkowej danego podmiotu (IAB, Rada Reklamy), niezależność finansowa względem regulatora oraz branży (IAB, RR, PFPŻ, KIPA), możliwość konsultacji eksperckich (KIPA), prawo głosu operatorów równe prawu głosu nadawców (PIKE), możliwość rozstrzygnięcia sporów w zespołach ad hoc (PIKE).

NGO – organizacyjne, liczba przedstawicieli w organizacji współregulacyjnej powinna być proporcjonalna do pozycji rynkowej danego podmiotu niezależność finansowa względem regulatora oraz branży, możliwość konsultacji eksperckich (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna

- prawne;
- organizacyjne;
- techniczne – tak;
- jakie, inne – kontrolne – tak.

11. Jak zapewnić niezależność rozstrzygnięć organizacji współregulacyjnej (np. poprzez ustalenie liczby przedstawicieli każdej ze stron)?

Urzędy publiczne, VoD, Operatorzy, Uniwersytety/ Eksperti - brak odpowiedzi.

Nadawcy

- szeroka reprezentacja rynku (VIMN Poland sp. z o.o., Cyfrowy Polsat SA na wzór KER);
- równowaga reprezentacji wszystkich stron (TVN SA, TVT);
- możliwość arbitrażu (TVT).

VSP

WP

- równowaga reprezentacji wszystkich stron, określone wymagania kompetencyjne, wymóg uzyskania określonych rekomendacji przedstawicieli, system kadencyjny ograniczony prawem odwołania.

IZBY

- szeroka reprezentacja rynku na wzór KER (IAB, PFPŻ, Rada Reklamy);
- ustalenie liczby głosu każdego uczestnika (IAB, Rada Reklamy);
- system rotacyjny w przewodniczeniu (IAB, Rada Reklamy);
- równowaga reprezentacji wszystkich stron (KIPA, PFPŻ);
- zapewnienie parytetu kobiet i mężczyzn (KIPA);
- prawo głosu operatorów równe prawu głosu nadawców (PIKE);
- regulaminy (PFPŻ).

Firma badawcza

PBI

- ustalenie liczby głosu każdego uczestnika, przyjmowanie decyzji przez aklamację, system rotacyjny w przewodniczeniu.

NGO

Kreatywna Polska

- równowaga reprezentacji wszystkich stron, szeroka reprezentacja rynku, zapewnienie parytetu kobiet i mężczyzn.

Osoba fizyczna - podejmowanie rozstrzygnięć w drodze aklamacji.

12. Jakie sankcje powinna stosować organizacja współregulacyjna?

Urzędy publiczne, VoD osoby fizyczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy

- sankcje tylko w gestii regulatora w formie: wezwania do złożenia wyjaśnień, wezwanie do zaniechania naruszeń, wstrzymanie emisji, w przypadku notorycznego naruszania zasad kara finansowa (Cyfrowy Polsat SA);
- skorelowany z systemem kar w ustawie o radiofonii i telewizji, organizacja współregulacyjna mogłaby występować jako „pierwsza instancja” lub organ upominający (RMF);
- wykluczenie z organizacji jako najbardziej dotkliwa sankcja (Telewizja Polska SA)
- działania dyscyplinujące (TVT).

VSP

WP

- działania dyscyplinujące, publikacja orzeczenia w sprawie naruszenia, cofnięcie certyfikatu przestrzegania Kodeksu Dobrych Praktyk.

Operatorzy - wezwanie do zaniechania naruszeń (Play).

IZBY

- sankcje tylko w gestii regulatora w formie: wezwania do złożenia wyjaśnień, wezwanie do zaniechania naruszeń, wstrzymanie emisji, w przypadku notorycznego naruszania zasad kara finansowa (IAB, PFPŻ, Rada Rekalmy);
- w przypadku naruszenia praw autorskich lub praw pokrewnych możliwość czasowego lub trwałego zablokowania nielegalnie rozpowszechnianych treści, sankcje finansowe (KIPA) (Uwaga nie dotyczy implementacji DAUM);
- nałożenie przez Przewodniczącą KRRiT kary w wysokości 10% przychodów (PIKE);
- proporcjonalne sankcje, oparte na jasnych wytycznych (ZPP).

Firma badawcza - sankcje tylko w gestii regulatora (PBI).

Uniwersytety/Ekspertki - wykluczenie z organizacji, inne sankcje w drodze sądowej (UKW).

NGO - sankcje tylko w gestii regulatora w formie: wezwania do złożenia wyjaśnień, wezwanie do zaniechania naruszeń, wstrzymanie emisji, w przypadku notorycznego naruszania zasad kara finansowa, możliwość czasowego lub trwałego zablokowania rozpowszechnianych treści (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

13. Czy kodeksy postępowania powinny stanowić uzupełnienie przepisów ustawowych oraz normować obszary, których przepisy ustawy nie regulują?

Urzędy publiczne

RPO

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie przepisów ustawowych oraz normować obszary, których przepisy ustawy nie regulują.

Nadawcy

Agora SA, Cyfrowy Polsat SA, RMF, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie, doprecyzowanie przepisów ustawowych.

VoD, VSP, Operatorzy

CDA SA, UPC Polska, WP, Play

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie, doprecyzowanie przepisów ustawowych.

IZBY

IAB, IWP, PFPŻ, Rada Rekalmy

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie, doprecyzowanie przepisów ustawowych.

ZPP

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie przepisów ustawowych oraz normować obszary, których przepisy ustawy nie regulują.

Firma badawcza, Uniwersytety/eksperti, NGO

PBI, UKW, Kreatywna Polska

- kodeksy powinny stanowić uzupełnienie przepisów ustawowych oraz normować obszary których przepisy ustawy nie regulują.

Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

14. Jak zapewnić udział organizacji konsumenckich w przyjmowaniu kodeksów postępowania?

Urzędy publiczne - regulator reprezentuje interes konsumentów, współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi (RPO).

Nadawcy - współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi (Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA, VIMN Poland sp z o.o.), współregulator może konsultować swoje stanowisko z Rzecznikiem Praw Konsumentów (RMF), należy zapewnić obowiązek konsultacji z organizacjami konsumenckimi w ustawie (TVT).

VoD - prowadzenie badań konsumentów przy udziale organizacji konsumenckich, stworzenie wspólnej, trójstronnej (regulator, współregulator i organizacje) platformy konsultacyjnej (CDA SA), współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi (UPC Polska).

VSP - współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi, dołączenie przedstawicieli organizacji konsumenckich do współregulatora np. w radach konsultacyjnych (WP).

Operatorzy - brak odpowiedzi.

IZBY - współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi (IAB, KIPA, PFPŻ, Rada Rekalmy), zapewnienie odpowiedniej reprezentacji organizacji konsumenckich w organie współregulacyjnym (KIPA).

Firma badawcza - zapewnienie odpowiedniej reprezentacji organizacji konsumenckich w organie współregulacyjnym (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - regulator powinien konsultować kodeksy dobrych praktyk z organizacjami konsumentów (UKW).

NGO - udział w pracach nad projektami Kodeksów Dobrych Praktyk, współregulator może konsultować swoje stanowisko z organizacjami konsumenckimi, zapewnienie odpowiedniej reprezentacji organizacji konsumenckich w organie współregulacyjnym (Kreatywna Polska).
Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

V. PRZEKAZY HANDLOWE W PROGRAMACH

1. Czy niektóre typy programów wyspecjalizowanych, np. programy dla dzieci, powinny być objęte surowszymi regulacjami, w szczególności poprzez określenie limitu nadawania przekazów handlowych także w innych przedziałach czasowych (prime time właściwy dla tych programów)?

Urzędy publiczne - w zasadzie ci, którzy odpowiedzieli (RPO, BRPD), są za wprowadzeniem surowszych regulacji np. w programach dla dzieci w szczególności poprzez określenie limitów nadawania przekazów handlowych w innych przedziałach czasowych.

Nadawcy - większość nadawców spośród odpowiadających jest przeciwna zmianom (ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA) w tym zakresie; za surowszymi regulacjami opowiedziała się TVT. Za pozostaniem w obecnej formie (VIMN Poland sp. z o.o.) Nadawca publiczny Telewizja Polska SA nie wypowiedział się.

VoD - przeciwko surowszym regulacjom (CDA SA, UPC).

VSP - jeden podmiot jest za wprowadzeniem surowszych regulacji. Za ograniczeniami w rodzajach reklam ze szczególnym uwzględnieniem ograniczeń w programach dla dzieci, przeciwko ingerencji w czas reklamowy (WP).

IZBY- przeciwko ostrzejszej regulacji w tym zakresie (IAB, IWP, PIKE, PFPŻ, Rada Reklamy, ZPP), za zaostrzeniem - KIPA.

Firma badawcza - stworzenie zasad ułatwiających zarządzanie przestrzenią reklamową (PBI).

Uniwersytety/Ekspert - UKW opowiedział się za surowszą regulacją.

NGO - przeciwko surowszym regulacjom (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - brak stanowiska.

VI. LOKOWANIE PRODUKTU W AUDYCJACH

1. Czy lokowanie produktu w VoD powinno być objęte współregulacją?

Urzędy publiczne - tak (RPO, BRPD), regulacja, współregulacja (FINA, PISF).

Nadawcy –

- przepisy w tym zakresie są wystarczające (Cyfrowy Polsat SA, ITI Neovision SA);
- nie ma potrzeby objęcia lokowania produktu współregulacją (TVN SA, TVT);
- za współregulacją (VIMN Poland sp. z o.o., RMF, Agora SA);
- wyłączenie VoD z tej regulacji, powinno to również dotyczyć VSP (Telewizja Polska SA).

VoD - tak, możliwa współregulacja (CDA SA, UPC Polska).

VSP - tak, możliwa współregulacja (Google Poland sp. z o.o., WP), przeciwko regulacji jeden podmiot.

IZBY - zdania podzielone –

- obowiązujące przepisy są wystarczające (IAB, PFPŻ, Rada Reklamy, ZPP);
- za regulacją (KIPA);
- przeniesienie obecnych standardów (PIKE);
- objęcie współregulacją (IWP).

Firma badawcza - tak, należy szczegółowo rozważyć taką możliwość (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - tak (UKW).

NGO - obowiązujące przepisy są wystarczające (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne –tak.

2. Czy sposób oznakowania lokowania produktu w VoD powinien być oparty na dotychczasowych rozwiązaniach przyjętych w Ustawie o radiofonii i telewizji oraz w Rozporządzeniu KRRiT w sprawie szczegółowych warunków lokowania produktów?

Urzędy publiczne - tak. Rozwiązania dla VoD powinny być analogiczne (FINA, RPO).

Nadawcy - tak (Telewizja Polska SA, Agora SA, ITI Neovision SA, VIMN Poland sp. z o.o., TVT, RMF, Cyfrowy Polsat SA). TVN SA uważa, że nie ma potrzeby oznaczania lokowania produktu w VoD.

VoD - tak, z uwzględnieniem specyfiki VoD i VSP (CDA SA).

VSP -tak, w drodze współregulacji rozwiązania dotyczące rozwoju technologii przy tworzeniu i emisji video (WP, Google Poland sp. z o.o.).

IZBY - tak.

(IAB, IWP, KIPA, PIKE)

- rozwiązania dla VoD w sprawie szczegółowych warunków lokowania produktów powinny być oparte na dotychczasowych rozwiązaniach w ustawie o radiofonii i telewizji.

Rada Reklamy

- bez nakładania dodatkowych obowiązków na dostawców VoD.

Firma badawcza - tak, z uwzględnieniem aspektów technicznych i ekonomicznych (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - tak (UKW).

NGO – tak (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne – tak.

VII. WKŁAD W FINANSOWANIE PRODUKCJI EUROPEJSKIEJ (NADAWCY)

1. Czy nadawcy polscy i nadawcy kierujący swoją ofertą do polskiego widza, a mający siedzibę w innym państwie członkowskim, powinni być zobowiązani do wkładu finansowego w produkcję europejską?

Urzędy publiczne - tzw. nadawcy zdelocalizowani powinni być zobowiązani do wkładu finansowego na produkcję europejską (PISF, RPO).

Nadawcy polscy odnieśli się do tej propozycji pozytywnie, wskazując że przyczyniłoby się to do usunięcia dotychczasowego zaburzenia uczciwej konkurencji na rynku medialnym, które wynikało z obciążenia obowiązkami wyłącznie nadawców mających siedzibę w Polsce, a nie nadawców działających de facto na polskim rynku. W ich ocenie obowiązki wobec obu grup nadawców winni być wykonywane w ten sam sposób w ramach działalności PISF.

Takie samo stanowisko wyraziły w zasadzie wszystkie izby gospodarcze (KIPA, PIKE, IAB, Rada Reklamy) oraz NGO (Kreatywna Polska).

Przeciwni byli niektórzy dostawcy VoD (CDA SA, UPC Polska) i platformy VSP (min.WP).

2. Jeśli tak, to czy obowiązek ten mógłby być realizowany poprzez:

a) wnoszenie wkładu na fundusz, o którym mowa w Ustawie o kinematografii?

W przypadku przyjęcia tego rozwiązania, jakie zmiany należy wprowadzić w Ustawie o kinematografii lub ustawie o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej, aby oprócz produkcji polskiej, uwzględnić także produkcję europejską?

b) wnoszenie wkładu na inny, specjalny fundusz?

Podmioty, które pozytywnie oceniły wprowadzenie obowiązku ponoszenia wkładów finansowych na produkcję europejską przez tzw. nadawców zdelokalizowanych, w zasadzie zgodnie wskazały, że środki te powinny wpływać i być rozdysponowywane przez PISF na zasadach analogicznych, jak jest to w przypadku opłat uiszczanych przez nadawców krajowych na podstawie ustawy o kinematografii.

Jedna z izb gospodarczych wskazała, że jako alternatywne rozwiązanie mogłoby być zaproponowane wnoszenie wkładu finansowego na własną produkcję nadawców lub koprodukcje z ich udziałem – wówczas nadawca winien być zwolniony z obowiązku ponoszenia opłat na fundusz zarządzany przez PISF (IAB).

Dodatkowo jedna z izb (PIKE) wskazała, że obowiązek uiszczania opłat na PISF powinny zostać zniesiony wobec operatorów kablowych.

3. Na jakich zasadach powinien być zorganizowany ten fundusz?

Wszyscy uczestnicy konsultacji wskazali, że do środków pochodzących z wkładów finansowych uiszczanych przez tzw. nadawców zdelokalizowanych i zarządzanych przez PISF powinny znaleźć zastosowanie dotychczasowe lub zmodyfikowane, w koniecznym, wąskim zakresie, zasady działania PISF.

4. Jakiemu organowi należałoby powierzyć zarządzanie tym funduszem?

Prawie wszyscy uczestnicy konsultacji wskazali, że do środków pochodzących z wkładów finansowych uiszczanych przez tzw. nadawców zdelokalizowanych powinny być zarządzane przez PISF. Jeden z dostawców VSP wskazał, że należałoby powołać nowy organ administrujący tymi środkami (WP), z kolei jeden z reprezentantów uczelni wyższej wskazał, że mógłby to być organ powołany wspólnie przez MKiDN, MC i KRRiT (UKW).

5. Czy krąg podmiotów, które mogłyby ubiegać się o dofinansowanie z tego funduszu powinien zostać rozszerzony o producentów europejskich spoza Polski?

Niektóre podmioty uczestniczące w konsultacjach (Cyfrowy Polsat SA, IAB) uznały, że dopuszczone do korzystania z środków funduszu powinny być wszystkie podmioty ponoszące wkłady finansowe, w tym także nadawcy zagraniczni, dodatkowo podkreślając, że już dziś podmioty UE zgodnie z zasadą równego traktowania mają dostęp do środków administrowanych przez PISF (PBI).

Inne podmioty uznały, że środki powinny być dostępne wyłącznie dla polskich producentów, w tym nadawców telewizyjnych (TVN SA, PIKE) lub na produkcje, które zawierają istotny element polski, np. związany z udziałem polskiej ekipy, polskich artystów wykonawców lub polskich lokacji filmowych (IWP). Na tym samym stanowisku stoi także sam PISF.

6. Czy zamiast składki na specjalny fundusz, obowiązek finansowania produkcji europejskiej mógłby być realizowany poprzez wkład finansowy we własną produkcję nadawców lub koprodukcję z innymi nadawcami, w tym europejskimi (wkład bezpośredni)? W jaki sposób wkład ten powinien być rozliczany i przez kogo?

Nadawcy (ITI Neovision SA, TVN SA, Telewizja Polska SA), Firma badawcza (PBI), niektóre izby gospodarcze i

jeden z dostawców VSP poparły taki pomysł.

Jednocześnie wskazywano, że kontrola wykonania obowiązków w tym zakresie mogłaby odbywać się na podstawie sprawozdawczości finansowej nadawców (WP) i mogłaby być wykonywana przez PISF w oparciu o raporty składane mu przez nadawcę (ITI Neovision SA) lub przez KRRiT (Telewizja Polska SA).

W ocenie jednej izby gospodarczej (PIKE) takie rozwiązanie byłoby możliwe wyłącznie razem z likwidacją PISF.

7. Czy wysokość obowiązkowego wkładu finansowego na produkcję europejską dla nadawców polskich i transgranicznych powinna być taka sama? Jeśli nie, to jak należałoby ją zróżnicować?

Podmioty, które pozytywnie oceniły wprowadzenie obowiązku ponoszenia wkładów finansowych na produkcję europejską przez tzw. nadawców zdelokalizowanych, w zasadzie zgodnie wskazały, że wysokość wkładu powinna być tak sama.

Dwa podmioty (Cyfrowy Polsat SA, Rada Reklamy) wskazały, że wkład finansowy dostawców zdelokalizowanych winien być obliczany w relacji do przychodów uzyskanych przez niego na polskim rynku.

8. Czy KRRiT powinna uczestniczyć w systemie finansowania produkcji europejskiej przez nadawców? Jeśli tak, to jaka powinna być jej rola?

Zdecydowana większość uczestników konsultacji uważa, że system powinien być zarządzany przez PISF, a rola KRRiT, o ile miałaby istnieć, powinna ewentualnie ograniczać się do nadzoru (RPO), dofinansowywania funduszu zarządzanego przez PISF środkami z kar nakładanych na nadawców (IWP) lub udziału w ocenie, czy audycje produkowane, np. przez nadawców lokalnych powinny kwalifikować się do dofinansowania przez PISF (PIKE).

VIII. WKŁAD W FINANSOWANIE PRODUKCJI EUROPEJSKIEJ (VoD)

1. Czy dostawcy VoD powinni zostać zobowiązani do wkładu finansowego w produkcję europejską? Jeśli tak, na jakich zasadach? (por. pytania z pkt. VII)

Urzędy publiczne - dostawcy VoD powinni być zobowiązani do wkładu finansowego na produkcję europejską (PISF, RPO).

Nadawcy –

Agora SA, ITI Neovision SA uważają wprowadzenie takiego obowiązku za niepotrzebne, wskazując, że wystarczające jest obciążenie dostawców VoD obowiązkiem promowania audycji europejskich przez zapewnienie odpowiedniego ich udziału w katalogach i ekspozycję audycji.

ITI Neovision SA, wskazał przy tym, że zasadne mogłoby być obciążenie obowiązkiem wnoszenia wkładu finansowego globalnych dostawców VoD przy jednoczesnym jego wykorzystaniu na finansowanie lokalnej produkcji filmowej.

Telewizja Polska SA i VIMN Poland sp. z o.o. akceptują wprowadzenie takiego obowiązku, wskazując że taki wkład finansowy powinien powiększać środki w dyspozycji PISF.

Ostatnia grupa nadawców akceptuje jego wprowadzenie, o ile dostawcy VoD zostaną dopuszczeni do korzystania z tych środków w ramach programów finansowanych przez PISF (TVN SA) lub gdy opłatami w ramach grupy kapitałowej zostaną obciążony tylko ten podmiot, który pierwszy rozpowszechnił dany utwór audiowizualny (Cyfrowy Polsat SA).

Stanowisko Cyfrowego Polsatu SA u popierają niektóre izby gospodarcze (IAB, Rada Reklamy czy Kreatywna Polska).

Dostawcy VoD sprzeciwiają się wprowadzeniu tego rodzaju obowiązku. Podobne stanowisko wyrazili niektórzy

dostawcy VSP (Google Poland sp. z o.o.), operatorzy telekomunikacyjni (Play) oraz niektóre izby gospodarcze (Izba Wydawców Prasy). Inny dostawca VSP uzależnia akceptację takiego rozwiązania od zapewnienia dostawcom VoD możliwości korzystania, na potrzeby własnych produkcji, ze środków pochodzących z wkładów finansowych (WP).

Wprowadzenie obowiązku wkładu finansowego na produkcję europejską jednoznacznie popierają izby gospodarcze zrzeszające producentów filmowych (KIPA) oraz operatorów i nadawców kablowych (PIKE). Ta pierwsza z sugestią, że wysokość wkładu finansowego danego dostawcy VoD powinna być proporcjonalna do wysokości przychodu uzyskiwanego z eksploatacji audycji na polskim rynku. Ta druga z komentarzem, że nie ma żadnych podstaw, by uprzywilejowywać dostawców VoD, w tym zagranicznych, względem już zobowiązanych do uiszczania wkładów finansowych innych dostawców audiowizualnych usług medialnych.

2. Czy dostawcy VoD kierujący swoją usługą do polskiego użytkownika, a mający siedzibę w innym państwie członkowskim, powinni podlegać tym samym obowiązkom co polscy dostawcy VoD?

Wszyscy uczestnicy konsultacji wskazali, że obowiązki polskich i zagranicznych dostawców VoD powinny być tożsame, by nie zakłócać konkurencji na rynku medialnym. Jeden z nadawców zwrócił uwagę, że zagraniczni dostawcy VoD powinni być pozbawieni dostępu do zgromadzonych środków (TVN SA).

IX. UDOGODNIENIA DLA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH W AUDIOWIZUALNYCH USŁUGACH MEDIALNYCH

1. Czy należy wprowadzić obowiązek procentowego udziału w katalogu audycji z udogodnieniami dla dostawców VoD? Jeśli tak, to w jaki sposób zapewnić, aby wymagania dostępności były spełniane stopniowo i w sposób ciągły, a w szczególności:
 - a) jaki powinien być próg wyjściowy?
 - b) czy obowiązek powinien być wprowadzony od pierwszego roku obowiązywania?
 - c) czy próg powinien być podwyższany corocznie, czy w dłuższych okresach?
 - d) jaką wartość powinien osiągnąć docelowo?

Urzędy publiczne publiczna, Uniwersytety/Eksperti wypowiedzi się na rzecz osób niepełnosprawnych, PIKE oraz Telewizja Polska SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o., ITI Neovision SA i jedna osoba fizyczna są za % udziałem w katalogu audycji z udogodnieniami, analogicznie do zasad obowiązujących w usługach linearnych (w tym odnośnie do progu wyjściowego i dłuższych niż rok przedziałów podwyższania tego progu (uwaga: dwa kluczowe związki, tj. Polski Związek Niewidomych i Polski Związek Głuchych nie wzięli udziału w konsultacjach).

VoD i VSP Google Poland sp. z o.o. i CDA SA uchylili się od odpowiedzi, jeden podmiot jest przeciwny progom procentowym argumentując, że może to być niemożliwe do zrealizowania (brak na rynku wystarczającej liczby materiałów z udogodnieniami, kłopotliwość negocjowania przy zakupie licencji). WP jest za (postuluje niski próg wyjściowy rzędu 10%, podwyższanie go w cyklach co najmniej dwuletnich, ustalenie docelowej wartości w dialogu z dostawcami), a UPC nie ma nic przeciwko udogodnieniom, ale apeluje dla operatorów o elastyczność rozwiązań i o współregulację.

Wszystkie izby (poza PIKE), Agora SA, Cyfrowy Polsat SA i TVN SA i PBI sprzeciwiają się progom procentowym, postulują implementację ogólnych przepisów z DAUM i wypracowanie we współpracy z regulatorem dobrych praktyk, ew. współregulacji.

TVN SA uznaje, że udział procentowy w przypadku VoD jest nieadekwatny ze względu na zróżnicowaną „głębokość” katalogów i kosztocłonność tworzenia/integracji technicznej określonych udogodnień. Racjonalnym rozwiązaniem byłoby zastosowanie kryterium ilościowego (liczba odcinków nie mniejsza niż...).

2. Czy dostawcy VoD powinni być zobowiązani do umieszczania w katalogach audycji z udogodnieniami zawsze gdy audycja taka została wyprodukowana wraz z udogodnieniami?

Wszyscy respondenci odpowiedzieli twierdząco. Większość zwraca uwagę, by zapewnienie wersji z udogodnieniami nie odbywało się kosztem zapewnienia wersji bez udogodnień. Powinna być to zatem opcja do wyboru przez użytkownika, a nie narzucony obowiązek (określony % audycji powinien mieć udogodnienia i użytkownik powinien mieć możliwość wyboru między wersją lektorską, z napisami i z audiodeskrypcją).

WP zwraca uwagę, że proces budowania i wdrażania tych funkcjonalności powinien być rozłożony w czasie, powinien uwzględniać możliwości techniczne i finansowe.

3. Czy dostawcy VoD powinni być zobowiązani do umieszczania w katalogu informacji o tym, które audycje zostały opatrzone udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych?

Wszyscy respondenci odpowiedzieli twierdząco, z tym że dostawcy VoD postulują nie jako obowiązek, tylko opcję i/lub wypracowanie konkretnych rozwiązań w drodze współregulacji (za realizacją we współregulacji bądź współpracy regulatora z rynkiem opowiadają się też izby). Eksperti uniwersyteccy wypowiedziający się na rzecz środowisk osób niepełnosprawnych zwracają uwagę na dostępność stron internetowych, na których będą umieszczane informacje o dostępnych audycjach i na zapewnienie dostępu przez wyszukiwarkę.

4. Od 2018 roku KRRiT prowadzi stronę internetową „Udogodnienia TV”, na której dostępne są informacje o audycjach z udogodnieniami w programach nadawców. Czy strona ta powinna być uzupełniona o takie same informacje o audycjach zawierających udogodnienia w katalogach VoD?

Na pytanie odpowiedzi udzieliła 2/3 respondentów z czego zdecydowana większość optuje za poszerzeniem zakładki „Udogodnienia tv” na stronie internetowej KRRiT, ale z wieloma uwagami/zastrzeżeniami: to nie powinny być audycje, tylko katalogi, bądź lista dostawców/katalogów wraz z URL przekierowującym zainteresowanych bezpośrednio do tych katalogów, wielu respondentów z różnych grup zwraca uwagę na ograniczenia techniczne, a PBI sugeruje, że gdyby nie udało się wprowadzić rozwiązania całościowego, to lepszy byłby ranking platform w tym zakresie.

Jeden głos negatywny (zwłaszcza w kontekście braku udziału w konsultacjach obu krajowych związków: niewidomych i niesłyszących) - grupy ekspertów uniwersyteckich na rzecz środowisk osób niepełnosprawnych (Grupa AKCES): jeśli KRRiT chce, to może taką usługę prowadzić dodatkowo, gdyż jest to rozwiązanie nieintuicyjne dla odbiorców, program nie jest pełen i nie zawsze jest aktualny.

X. REKLAMA W VoD ARTYKUŁÓW ŻYWNOŚCIOWYCH LUB NAPOJÓW, KTÓRE ZAWIERAJĄ SKŁADNIKI ODŻYWCZE I SUBSTANCJE O DZIAŁANIU ODŻYWCZYM LUB FIZJOLOGICZNYM, ZWŁASZCZA TŁUSZCZE, KWASY TŁUSZCZOWE TRANS, SÓL LUB SÓD ORAZ CUKRY, NIEZALECANE W NADMIERNYCH ILOŚCIACH W CODZIENNEJ DIECI

1. Czy obecne przepisy Ustawy o radiofonii i telewizji w tym zakresie należy rozszerzyć na VoD oraz zachować fakultatywną delegację do wydania rozporządzenia dla KRRiT, której wykorzystanie jest uzależnione od skuteczności samoregulacji?

Urzędy publiczne – tak (BRPD).

Nadawcy

- tak (Agora SA, ITI Neovision SA, TVT, VIMN Poland sp. z o.o.);
- nie ma potrzeby rozszerzania regulacji na VoD (TVN SA, Telewizja Polska SA);
- samoregulacja (Cyfrowy Polsat SA).

VoD

- nie (CDA SA);
- samo-i współregulacja (UPC).

VSP - tak.

IZBY - tak, dla obecnego rozwiązania. Regulacje dot. VoD powinny być możliwie najbardziej tożsame z tymi dotyczącymi programów linearnych.

Firma badawcza, Uniwersytety/Eksperti - tak, należy rozszerzyć przepisy ustawy na VoD.

NGO - obecna samoregulacja z uwzględnieniem technicznej specyfiki usług VoD.

Osoby fizyczne - tak, ale z wyłączeniem filmów animowanych bądź familijnych.

2. Czy obszar ten mógłby być objęty współregulacją?

Urzędy publiczne - tak (BRPD, RPO).

Nadawcy, VoD, VSP, Firma badawcza- tak dla współregulacji.

IZBY - tak dla samo i współregulacyjnych rozwiązań.

Uniwersytety/Eksperti - nie, wystarcza stan obecny.

NGO - obecna samoregulacja z uwzględnieniem technicznej specyfiki usług VoD.

Osoby fizyczne - tak.

XI. REGULACJA

1. Czy zasadne jest dokonanie zmiany podejścia regulacyjnego w kierunku czterostopniowego systemu:

- a) koncesja dla nadawców naziemnych¹,
- b) uproszczona koncesja dla nadawców satelitarnych, kablowych oraz nadawców rozpowszechniających program w systemach teleinformatycznych²,
- c) rejestr dla dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie (VoD) oraz dla operatorów rozprowadzających program³,

¹ Koncesja - akt administracyjny wydawany przez organ koncesyjny na zasadzie uznania, który upoważnia koncesjonariusza do prowadzenia ściśle określonej działalności gospodarczej, wyłącznie, gdy działalność ta nie może być wykonywana jako wolna (ograniczony zasób częstotliwości, potrzeba ochrony widma radiowego), która w swoim przedmiocie obejmuje sektory szczególnie ważne dla interesu państwa. Organ koncesyjny może odmówić udzielenia koncesji podmiotowi nawet jeśli spełnione zostały wszystkie elementy formalne. Koncesja wydawana jest na czas określony.

² Koncesja, której postanowienia nie zawierają części technicznej dotyczącej sposobu rozpowszechniania programu oraz szczegółowych warunków programowych, przyznawana w uproszczonym trybie z ograniczonym zakresem informacji do przedstawienia we wniosku o jej udzielenie. W tym kontekście można rozważyć również wprowadzenie formy zezwolenia. Zezwolenie to uprawnienie administracyjne do wykonywania oznaczonej działalności w sposób zgodny z prawem. Określa ono sposób i warunki wykonywania danej działalności gospodarczej. Organ zezwalający nie może odmówić wydania zezwolenia jeśli przedsiębiorca spełnia wymogi określone przepisami prawa. Zezwolenie wydawane jest na czas nieokreślony.

³ Przedsiębiorca może wykonywać działalność, jeśli spełnia warunki określone właściwymi przepisami i po uzyskaniu wpisu do właściwego rejestru działalności regulowanej. Organ prowadzący rejestr działalności regulowanej dokonuje wpisu na wniosek przedsiębiorcy, po złożeniu przez przedsiębiorcę do organu

- d) działalność prowadzona na zasadach ogólnych (w sposób nieregulamentowany) dla platform udostępniania wideo, z zastrzeżeniem obowiązku informacyjnego w postaci zgłoszenia do wykazu VSP prowadzonego w formie elektronicznej przez organ regulacyjny i dostępnego publicznie, w celu identyfikacji podmiotów podlegających DAUM.

Zaproponowany kierunek zmian został co do zasady pozytywnie oceniony przez wszystkich uczestników konsultacji, w szczególności propozycja uproszczenia procedury udzielania koncesji dla nadawców satelitarnych oraz kablowych.

Jednocześnie zwrócono uwagę, że kłopotliwym instrumentem może być rejestr VoD, o ile będzie on służył regulamentowaniu tej formy świadczenia usług medialnych (tj. uzależniał możliwość jej wprowadzenia od wpisu do rejestru) lub polegał na konieczności rejestrowania poszczególnych odrębnie udostępnianych audycji. Takie stanowisko wyrazili niektórzy nadawcy (Agora SA, Cyfrowy Polsat SA), dostawcy VSP, niektóre izby gospodarcze (IWP, IAB, Rada Reklamy), organizacje pozarządowe (Kreatywna Polska).

W przypadku VoD i platform udostępniania treści video w zasadzie dość zgodnie poparto propozycję ustanowienie wykazów tego typu dostawców, które miałyby spełniać przede wszystkim funkcje informacyjne. Uczestnicy konsultacji podkreślali przy tym, że wykazy te powinny obejmować wszystkich dostawców danej usługi działających na terytorium naszego kraju.

W ramach uwag szczegółowych jeden z nadawców radiowych wskazał, że propozycja uproszczenia procedury udzielania koncesji dla nadawców rozpowszechniających program w systemach teleinformatycznych nie powinna doprowadzić do objęcia tą regulacją korzystających z tych form rozpowszechniania nadawców programów radiowych, których działalność nie jest obecnie regulowana (RMF). Z kolei komentarze sprzeciwiające się wprowadzeniu rejestru VoD, w których obowiązki dostawcy miałyby polegać na rejestrowaniu poszczególnych audycji, można interpretować jako sugestię precyzyjnego uregulowania w przepisach prawa statusu zasad rozpowszechnienia tzw. programów okolicznościowych. (Cyfrowy Polsat SA, IAB, Kreatywna Polska).

prowadzącego rejestr działalności regulowanej oświadczenia o spełnieniu warunków wymaganych prawem do wykonywania tej działalności. Ważność wpisu do rejestru nie jest ograniczona czasowo.