



Polska Konfederacja  
Pracodawców Prywatnych  
Lewiatan  
ul. Zbyszka Cybulskiego 3  
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900  
fax (+48) 22 55 99 910  
lewiatan@pkpplewiatan.pl  
www.pkpplewiatan.pl

member of **BUSINESSEUROPE**

Warszawa, 29 czerwca 2012 r.

PKPP/382/118/KK/2012

Pan  
**Jan Dworak**  
Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

W związku z ogłoszonym, na stronie internetowej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zaproszeniem do konsultacji w sprawie wybranych kierunków prawa medialnego, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan przekazuje, w załączeniu, stanowisko w przedmiotowej sprawie.

Henryk Bochniarz  
Prezydent Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan

**Stanowisko Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan dotyczące konsultacji KRRiT w sprawie udostępniania programów telewizyjnych osobom z niesprawnością wzroku i/lub słuchu oraz osobom w zaawansowanym wieku oraz samo/współregulacji w sektorze mediów audiowizualnych**

**I.**

**Udostępnianie programów telewizyjnych osobom z niesprawnością wzroku i/lub słuchu oraz osobom w zaawansowanym wieku.**

Głównym założeniem tego dokumentu jest tworzenie wersji programów dla w/w w ramach stacji, które są kluczowe z perspektywy widzów (mają wysoką oglądalność) i w związku z tym generują przychody (które pozwolą na tworzenie programu dla niepełnosprawnych). Dzięki temu osoby niepełnosprawne będą miały dostęp do kanałów najpopularniejszych, a nie ograniczymy rozwoju kanałów o niższej oglądalności działających na podstawie polskich koncesji. Pamiętajmy, że kanały operujące na polskim rynku na koncesjach zagranicznych mają zasadniczą przewagę konkurencyjną - dowolność w autopromocji, niską wymagalność produkcji europejskiej (nawet tylko 10-20% produkcji europejskiej, bez produkcji lokalnej). W tym aspekcie polski regulator (KRRiT) bardzo ogranicza konkurencję w stosunku do podmiotów nadających na zagranicznych koncesjach: 33% programu lokalnego (dużo droższy od zagranicznego programingu), 50% europejskiego, ograniczenie autopromocji do 2 minut na godzinę i tylko pomiędzy programami. Kolejne zobowiązania wobec osób z niesprawnością wzroku i/lub słuchu oraz osób w zaawansowanym wieku powodują kolejne koszty, których stacje nadające na polskiej koncesji mogą nie wytrzymać biznesowo, i jeszcze bardziej pogłębi się niekonkurencyjność względem nadawców nadających na zagranicznych koncesjach.

Głównym założeniem do konsultacji jest oparcie się na udziale rynkowym stacji powyżej 1% w grupie Wszyscy 16-49 lat. Wskaźnik ten zawiera w sobie zarówno:

- Jakość programu, czyli jego popularność
- Zasięg techniczny
- Dystrybucję (naziemną, kablowo-satelitarną)
- Zdolność do generowania przychodów

Czyli wskaźnik ten bardzo dobrze łączy w sobie:

- udostępnienie wykluczonym dostępu do najpopularniejszych stacji
- oraz możliwości finansowe danej stacji (>1% stacja ma przychody mogące pozwolić na taki program)
- nie ogranicza rozwoju stacji mniejszych (niedociążanie ich kosztami)

Musimy pamiętać, że rynek polski jest bardzo konkurencyjny (ponad 180 stacji), a rynek reklamowy i siła nabywcza w Polsce bardzo niska.

Uważamy również, że stacje o specyficznym charakterze w naturalny sposób spełniają normy tworzenia programów dla osób niepełnosprawnych lub w istotny sposób trudno je spełnić. Są to następujące segmenty:

1. Informacyjny: warstwa audio jak i napisy spełniają normy, ponadto kanał na żywo,
2. Sportowy: warstwa komentatorska jak i wizyjna jest wystarczająca (relacje na żywo kluczowe),
3. Muzyczne: napisy pod teledyskami czy język migowy – należy się zastanowić nad sensem w realizacji takiego programu.

4. Dziecięce: większość bajek skierowanych do najmłodszych nie zawiera w ogóle dialogów, a ze względu na specyfikę odbiorców - większość dzieci nie posiada w ogóle jeszcze zdolności czytania czy rozumienia języka migowego - należy się zastanowić nad zasadnością wprowadzenia tego obowiązku.

Poddajemy również pod dyskusję regulacje dotyczące audiodeskrypcji. Telewizja to przede wszystkim obraz, który skorelowany jest z dźwiękiem – wtedy wyzwala emocje.

Regulacje co do informowania o programach dla osób wykluczonych powinny ograniczyć się do udostępniania przez stacje programu z oznaczeniami. Regulacje powinny zobowiązać wszystkie podmioty dystrybuujące informacje o programie telewizyjnych do ich znakowania (w tym m.in. AKPA, prasa telewizyjna, EPG).

#### **Odpowiedzi na pytania:**

1. *Do czasu dokonania niezbędnych zmian w zapisach ustawy KRRiT ma zamiar skorzystać z delegacji zawartej w przepisie istniejącym odnośnie możliwości ograniczenia niektórym nadawcom wielkości kwot ustawowych (poniżej 10%). Zgodnie z obowiązującym zapisem art. 18a ustawy rtv KRRiT może wydać rozporządzenie, na mocy którego nadawcy będą mogli ubiegać się o zmniejszenie kwoty ustawowej.*
- 1.1. *Jakie kryteria należy stosować przy kwalifikowaniu programów do ograniczenia kwoty ustawowej: charakter programu, zasięg techniczny (liczba odbiorców w zasięgu), oglądalność, wysokość obrotów podmiotu emitującego program ?*

#### **Oglądalność: 1% udziału w rynku w grupie Wszyscy 16-49**

- obejmuje to kluczowe stacje telewizyjne (w tym programy)
- obejmuje to stacje, które potencjalnie na to stać

#### **Charakter programu:**

- informacyjny - spełnia
- muzyczny - spełnia
- sportowy – spełnia
- dziecięcy - spełnia

- program sportowy

Naszym zdaniem kanały o profilu sportowym ze swej istoty wypełniają wymogi związane z dostosowaniem prezentowanej treści dla osób niesłyszących i niewidzących.

Kanały sportowe ze względu na sposób prezentacji treści realizują zadania związane z upowszechnianiem przekazów telewizyjnych dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu. Dzieje się tak dzięki obecnie istniejącej strukturze przekazu treściowego stosowanej w trakcie transmisji sportowych. Ciągłość transmisji jest bowiem wspierana graficzną prezentacją informacji w formie pisanej.

Ten sposób prezentacji wydarzenia sportowego daje szansę informowania każdego odbiorcy (również wykluczonego z pełnej percepcji mediów elektronicznych) o przebiegu transmitowanej rywalizacji sportowej.

Podkreślenia wymaga fakt, iż podczas transmisji wydarzeń sportowych nie ma technicznej możliwości przekazywania treści komentatorskich w inny sposób niż stosowany obecnie. Komentarz prezentowany jest na bieżąco, nie można przygotować go przed transmisją, a nie istnieje technologia przenoszenia głosu prezentowanego na żywo na poprawnie zapisany tekst. Ponadto należy zwrócić uwagę, iż wprowadzenie tłumacza

języka migowego zasłoniłoby istotną część prezentowanego obrazu, co z kolei prowadziłoby do pogorszenia percepcji transmitowanych wydarzeń sportowych przez odbiorców widzących.

Na marginesie należy wskazać, iż transmisje i retransmisje wydarzeń sportowych stanowią przeciętnie ponad 80% dziennego czasu nadawania kanału sportowego (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży).

Reasumując należy z całą stanowczością stwierdzić, iż w chwili obecnej konstrukcja przekazu stosowana przez kanały sportowe z zasady bierze pod uwagę wsparcie przekazywanych komuników głosem i tekstem pisanym. Oznacza to, że osoby niesłyszące mają niemal pełen dostęp do treści przekazu i stosowanie nowych rozwiązań w tej dziedzinie zasadniczo nie wzbogaci przekazu. Z kolei osoby niewidzące mogą korzystać z przekazu głosowego.

#### - program informacyjny

Naszym zdaniem kanały o charakterze informacyjnym ze swej istoty wypełniają wymogi związane z dostosowaniem prezentowanej treści dla osób niesłyszących i niewidzących.

Kanały informacyjne ze względu na sposób prezentacji treści realizują zadania związane z upowszechnianiem przekazów telewizyjnych dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu. Dzieje się tak dzięki obecnie istniejącej strukturze przekazu treściowego stosowanej w audycjach o charakterze informacyjnym, jak i poza nimi. Niezależnie bowiem od tradycyjnej ramówki, która operuje kategorią pełnowymiarowych audycji telewizyjnych, przez większą część dnia kanały informacyjne nadają serwisy newsowe przerywane fragmentami komentatorsko-publicystycznymi, zaś ciągłość informacyjna jest wspierana graficzną prezentacją informacji w formie pisanej (tzw. „pasek informacyjny”).

Wyżej wspomniany „pasek informacyjny” daje szansę bieżącego informowania odbiorcy (również wykluczonego z pełnej percepcji mediów elektronicznych ze względu na dysfunkcję narządu słuchu) o zdarzeniach z kraju i ze świata, a także - w sposób syntetyczny - integruje najpilniejszą materię informacyjną w skali dnia.

Co więcej, w górnej części grafiki opisowej przekazu, pojawia się tekst odnoszący się w 100% do prezentowanej w danej chwili treści. Pracownicy odpowiedzialni za przekaz tekstowy są instruowani o potrzebie pełnej zgodności przekazu tekstowego z przekazem mówionym. Ta skorelowana grafika informacyjna w skali dnia to około 3250 oryginalnych odsłon tekstu. W ciągu minuty jest to zwykle od 3 – 7 odsłon.

Warto również podkreślić, że kanały informacyjne dokonują wyróżnień informacji pilnej za pośrednictwem tzw. „żółtego paska – PILNE”, na którym wyświetla się specjalnym fontem typu „bold” szczególnie ważne informacje.

To zaznaczenie na żółto jest szczególnym komunikatem dla osób niesłyszących o aktualnych i ważnych treściach. Standardem stało się również informowanie tekstowe o bieżącej godzinie, dacie lub lokalizacji przekazu.

Reasumując należy z całą stanowczością stwierdzić, iż konstrukcja przekazu stosowana przez kanały informacyjne z zasady bierze pod uwagę wsparcie przekazywanych komunikatów głosem i tekstem pisanym. Tożsamość treści obu typów przekazu (graficznego i werbalnego) wedle przeprowadzonych przez nas analiz wynosi około 75%. Oznacza to, że osoby niesłyszące mają niemal pełen dostęp do treści przekazu i stosowanie nowych rozwiązań w tej dziedzinie zasadniczo nie wzbogaci przekazu. Z kolei osoby niewidzące mogą korzystać z przekazu głosowego.

#### - program dziecięcy

W naszej opinii zobowiązanie wynikające a art.18a ustawy o radiofonii telewizji powinno być w tym zakresie mocno ograniczone ze względu na specyfikę odbiorców (np. programy skierowane do najmłodszych do lat 6). W większości przypadków prezentowane w ramach tych programów telewizyjnych audycje nie zawierają dialogów, a trudno przedstawić kolorowany i nierzeczywisty świat bajki animowanej za pomocą audiodeskrypcji. Znaczna część tych dzieci nie potrafi jeszcze czytać, a zdecydowana większość nie rozpoznaje języka migowego. Zważywszy więc na powyższe trudności, wydaje nam się, że „kwota ustawowa” powinna ulec znacznemu obniżeniu.

- 1.2. *Czy w znowelizowanym przepisie ustawy powinna znaleźć się delegacja do rozporządzenia stwarzającego możliwość całkowitego zwolnienia od obowiązku emisji programów z udogodnieniami dla niepełnosprawnych w przypadku nadawców o niewielkim zasięgu technicznym naziemnym lub niewielkiej liczbie abonentów w sieci kablowej?*

**Tak, dla programów niebadanych pod względem oglądalności.**

2. *W znowelizowanym zapisie art. 18a KRRIT pragnie zawrzeć obowiązek sukcesywnego podwyższania kwot audycji dla niepełnosprawnych aż do 50% kwartalnego czasu nadawania (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży) w 2020 roku. Poddaje się pod konsultacje sposób dochodzenia do tej kwoty, a także ewentualne jej zróżnicowanie w zależności od charakteru nadawcy i platformy dystrybucji.*

**Uważamy, że obciążenie nadawców obowiązkiem objęcia audycji udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych w wymiarze 50% jest nie do przyjęcia dla nadawców. Sformułowanie tak wysokiego wymiaru nie wynika z dyrektyw unijnych ani z udokumentowanych potrzeb społecznych.**

**Wygórowany limit jest wyrazem pomijania konieczności zaangażowania finansowego nadawców w pokrycie kosztów udogodnień dla niepełnosprawnych, a to z pewnością odbije na możliwościach inwestowania w treści programowe.**

**Sugerujemy pozostawienie limitu na poziomie obowiązujących dziś 10% czasu nadawania. To oznacza niemal dwie i pół godziny programu dziennie w przypadku każdego z kanałów objętych tym obowiązkiem, a więc łącznie około dwudziestu godzin programów z udogodnieniami dla niepełnosprawnych każdego dnia w różnych kanałach telewizyjnych (przy założeniu objęcia tym obowiązkiem kanałów powyżej 1% udziału w rynku).**

- 2.1. *Czy powinien to być wzrost systematyczny 5% rocznie, czy też skokowy np. 10% co dwa lata?*

**Patrz odpowiedź do pkt. 2 powyżej.**

- 2.2. *Czy należy wprowadzić (jeśli tak, to w jakiej wysokości?) zróżnicowanie kwot w kategoriach: nadawca publiczny, nadawca koncesjonowany społeczny, nadawca koncesjonowany komercyjny?*

**Nadawca publiczny – 2-krotnie wyższe niż komercyjni i niezależnie od udziału rynkowego.**

**Nadawca koncesjonowany społeczny na poziomie nadawców komercyjnych.**

**Nadawca komercyjny tak jak regulują to przepisy.**

- 2.3. *Czy należy wprowadzić (jeśli tak, to jakie?) zróżnicowanie między programami ogólnokrajowymi, regionalnymi i lokalnymi?*

**Uwarunkowane jedynie udziałem w rynku.**

- 2.4. Czy należy wprowadzić (jeśli tak, to jakie?) zróżnicowanie między programami dystrybuowanymi na platformach: naziemnej, satelitarnej, kablowej?

**Uwarunkowane jedynie udziałem w rynku.**

3. Dotychczasowy zapis ustawy nie jest jednoznaczny w kwestii podziału obowiązkowych kwot z udogodnieniami dla osób z upośledzeniem słuchu i dla osób z upośledzeniem wzroku.

- 3.1. Czy kwoty na poszczególne typy udogodnień powinny być wpisane do ustawy, np. xx% dla osób z upośledzeniem słuchu i yy% dla osób z upośledzeniem wzroku?

Stoimy na stanowisku, że wprowadzenie dodatkowych uregulowań w tym zakresie będzie stanowiło zbyt dużą ingerencję w prowadzoną przez nadawcę działalność programową, w szczególności odnośnie nadawców prywatnych. Zgodnie ze wskazaniami ustawy o radiofonii i telewizji oraz nakazami i regulacjami przyjętymi w tym zakresie przez Unię Europejską, jak największy obszar zobowiązań powinien podlegać samoregulacji nadawców. Dlatego też, w odniesieniu do nadawców prywatnych, podział kwoty ustawowej na poszczególne segmenty udogodnień powinien leżeć w gestii nadawcy, tym bardziej, że wiąże się to z dużymi nakładami finansowym nadawcy.

Uważamy również, że stosowane przez nadawców udogodnienia w formie „tradycyjnych” napisów powinny być również zaliczone do kwoty ustawowej; w przeciwnym razie, ze względu na wysokie koszty, wprowadzenie udogodnień dla osób upośledzonych ze względu na dysfunkcję narządu wzroku lub słuchu zostaną wprowadzone, ale kosztem pozostałej grupy widzów, ponieważ nadawca będzie zmuszony, ograniczając koszty działalności, do rezygnacji z tych „tradycyjnych” napisów (np. CANAL+ Cyfrowy Sp. z o.o. wprowadził udogodnienia dla widzów w postaci możliwości wyboru ścieżki dźwiękowej – z lektorem lub z napisami).

- 3.2. Czy o proporcjach pomiędzy ww. dwoma typami udogodnień powinien decydować charakter programu?

**Nie, z wyłączeniem nadrzędnym bo spełniają: programy o charakterze sportowym, informacyjnym, muzycznym i dziecięcym.**

4. Jak wynika z dotychczasowej praktyki nie zawsze proponowane przez nadawców rodzaje udogodnień dla określonych gatunków programowych spełniają oczekiwania niepełnosprawnych.

- 4.1. W tabeli umieszczono podstawowe rodzaje audycji i typy udogodnień, które należy do siebie przyporządkować, stawiając w odpowiedniej kratce znak „X”.

RODZAJE AUDYCJI	TYPY UDOGODNIEN		
	Audio-Deskrypcja	Napisy dla niesłyszących	Język migowy
Filmy fabularne polskie, w tym seriale	<b>X</b> <b>ale trudne, audiodeskrypcja pomiędzy lektorem z dialogami; zależne od</b>	<b>X</b>	

	charakteru filmu (jego dynamiki, dialogów, obfitości scenograficznej itp.)		
Filmy fabularne zagraniczne, w tym seriale	X ale trudne, audiodeskrypcja pomiędzy lektorem z dialogami; zależne od charakteru filmu (jego dynamiki, dialogów, obfitości scenograficznej itp.)	X	
Filmy dokumentalne	X ale trudne, audiodeskrypcja pomiędzy lektorem z dialogami; zależne od charakteru filmu (jego dynamiki, dialogów, obfitości scenograficznej itp.)	X	
Informacja: serwisy informacyjne, informatory użytkowe (traffic, pogoda itp.)	Spełniają	X? problematyczne nakładanie napisów na program z tak rozbudowaną grafiką	Lub X
Publicystyka	Spełniają	X? tylko ewentualnie z odwrotwienia lub infografika jak w kanałach newsowych	Lub X
Publicystyka wyborcza (audycje własne nadawcy)	Spełniają	X? tylko ewentualnie z odtworzenia	Lub X

		<b>lub infografika jak w kanałach newsowych</b>	
Deбаты wyborcze (ustawowe)	<b>Spełniają</b>	<b>X?</b> tylko ewentualnie z odtworzenia lub infografika jak w kanałach newsowych	<b>Lub X</b>
Magazyny (m.in. informacyjno-publicystyczne, poradniczo-edukacyjne itp)	<b>X</b> jeśli nie na żywo, jeśli na żywo to jak wyżej	<b>X</b> jeśli nie na żywo, jeśli na żywo to jak wyżej	
Audycje edukacyjne i poradnicze	<b>X</b>	<b>X</b>	
Teatr TV	<b>X</b>	<b>X</b>	
Widowiska rozrywkowe słowno-muzyczne			
Transmisje sportowe			
Audycje adresowane do dzieci i młodzieży	<b>X – z ograniczeniami</b>		<b>X</b> (ograniczone możliwości ze względu na brak /ograniczenia rozumienia przez dzieci języka migowego)
Komunikaty ostrzegawcze i alarmowe	<b>X</b>	<b>X</b>	

4.2. *Jaka jest, z punktu widzenia osób niewidomych lub słabowidzących (w tym osób w zaawansowanym wieku), przydatność lektora czytającego dialogi do filmów?*

**Warstwa wizualna (obraz) w połączeniu z warstwą audio ma kluczowe znaczenie dla odbioru przekazu telewizyjnego (wtedy oddziałuje na emocje). Ponadto duże utrudnienia w tworzeniu audiodeskrypcji – ograniczenia związane z szybkością akcji, dynamiką dialogów, obfitości warstwy wizualnej itp.**

5. *Równie ważne jak samo dostarczanie treści z udogodnieniami dla niepełnosprawnych jest zapewnienie odpowiedniej informacji dotyczącej programów, pór emisji, charakterów audycji i rodzajów udogodnień w nich realizowanych. Pozwoli to odbiorcom, dla których te programy są przeznaczone, dokonać świadomego i satysfakcjonującego wyboru.*



5.1. *Które z wymienionych poniżej podstawowych form informowania o programach dla niepełnosprawnych powinny być stosowane:*

a. *Informacja prasowa i w telegazecie (jeśli nadawca taką prowadzi)?*

**Telegazeta, Znaczniki w prasie (które muszą umieszczać wydawcy) – dostarczenie tylko do dystrybutorów rozprowadzających program (kluczowa jest AKPA i jej zmuszenie) – brak odpowiedzialności nadawców telewizyjnych za pośredników i wydawców prasy.**

b. *Informacja na stronach www nadawców?*

**Jeśli nie posiada telegazety.**

c. *Specjalne oznakowanie w EPG?*

**Znacznik jak w prasie.**

d. *Specjalne oznakowanie (dla osób z niesprawnością słuchu) lub informacja - zapowiedź dźwiękowa (dla osób z niesprawnością wzroku) przed programem?*

**Nie na poziomie rozporządzenia, każdy nadawca który przygotowuje wersje dla niepełnosprawnych sam będzie umieszczał znaczniki w zwiastunach – czyli w gestii nadawcy, samoregulacja.**

5.2. *Czy sposób informowania o dostępności programów dla niepełnosprawnych powinien być uregulowany ustawą/rozporządzeniem?*

**Samoregulacja.**

**Podawanie programu do dystrybutorów programu TV (obowiązkowe znaczniki).**

**Reszta samoregulacja: Telegazeta (to jedyna rzecz nad którą panuje nadawca) lub własna strona WWW (też panuje nadawca) – jednak nadawca może nie mieć i jednego i drugiego uważamy, że nie powinno się zmuszać nadawcy do ich tworzenia. Zobowiązanie wszystkich podmiotów dystrybuujących informacje o programie telewizyjnym do obowiązkowego znakowania.**

## **II.**

**Samo/współregulacja w sektorze mediów audiowizualnych.**

Nadawcy radiowi i telewizyjni stoją na stanowisku, iż samoregulacja i współregulacja niektórych dziedzin działalności nadawczej ukształtowana i wypracowana z udziałem zainteresowanych podmiotów może okazać się bardziej efektywnym instrumentem regulacji, aniżeli tradycyjne formy. Jak wynika ze sprawozdania Komisji Europejskiej w sprawie stosowania Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych COM(2012) 203 dnia 4.5.2012 r. w niektórych krajach unijnych rozwiązania te zostały dobrowolnie przyjęte przez podmioty podlegające Dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych („Dyrektywa”).

Na gruncie polskiej ustawy o radiofonii i telewizji samo/współregulacja może stanowić „miękkie reguły prawa” jako alternatywa w stosunku do sztywnych przepisów ustawowych i rozporządzeń. Uważamy, że istnieje materia warsztatu, twórczości i rzemiosła nadawców radiowych i telewizyjnych, która łatwo nie poddaje się regulacji ustawowej. Jako przykład można wymienić przepisy ustawowe dotyczące autopromocji czy niektóre wymogi dotyczące obowiązkowego udziału polskich piosenek w programach radiowych, których rygoryzm nie znajduje uzasadnienia ani w potrzebach widza i słuchacza ani w obowiązkach nadawcy, a kwestie te stanowią klasyczny przykład dziedzin, która nie wymagają uregulowań ustawowych w ich obecnym kształcie.

Artykuł 3a. ustawy o radiofonii i telewizji wyznaczający zakres samoregulacji odwołuje się wprost do art. 14a), 16b ust.3a i art.18a) tej ustawy, zatem do dziedzin, takich jak:

1. zasady identyfikacji programu i nadawcy,
2. ograniczenia przekazów handlowych dotyczących artykułów spożywczych i napojów, oraz
3. audiodyskrypcji.

Biorąc pod uwagę zarówno redakcję przepisu art. 3a. ustawy o radiofonii i telewizji, jak i treść Dyrektywy, należy przyjąć, że wymienione powyżej pola regulacji nie wyczerpują zakresu samo/współregulacji i potraktować je można jako przykładowe. Ani Dyrektywa ani cytowany przepis ustawy o radiofonii i telewizji nie zawężają pola samo/współregulacji.

Dlatego wskazane pola regulacji w powołanym przepisie - obok autopromocji oraz wybranych elementów dotyczących obowiązkowego udziału polskich piosenek w programach radiowych - mogą stanowić pożądany zakres samoregulacji, która mogłaby zastąpić istniejące lub planowane zapisy na poziomie ustawy i rozporządzeń, choć nie wykluczają innych, w szczególności reklamy produktów wrażliwych i product placement .

Odłąbną kwestią jest zapewnienie skuteczności egzekwowania samoregulacji i współregulacji. Przepis art. 3a ustawy o radiofonii i telewizji przewiduje, że. zasady przyjęte w systemie samoregulacji i współregulacji miałyby wagę kodeksów dobrych praktyk. Do rozważenia jest jednak kwestia, czy zasadne jest zawarte w art. 3a. ustawy o radiofonii i telewizji odwołanie do definicji kodeksu dobrych praktyk w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Przepisy tej ostatniej ustawy nastawione są na ochronę konsumentów przed takimi działaniami ze strony przedsiębiorców, które mają bezpośredni związek z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta (art. 2 pkt 4 tej ustawy), co nie do końca odpowiada specyfice działalności nadawczej, gdyż nie zachodzi tu relacja handlowa pomiędzy nadawcą a konsumentem.

Art. 5 ust. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom przewiduje, iż nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, co rodzi odpowiedzialność cywilną obejmującą roszczenia odszkodowawcze, zadośćuczynienia i złożenia stosownych oświadczeń. Przepisy przewidują również odpowiedzialność karną.

W kwestii kontroli przestrzegania prawa wspomniana ustawa wyznacza instytucjonalne kompetencje organów ochrony konsumentów, Rzecznika Praw Obywatelskich.

Tak ukształtowane przepisy o odpowiedzialności zaprojektowane z myślą o powszechnych praktykach rynkowych nie uwzględniają jednak specyfiki działalności nadawczej. Dlatego wydaje się celowe stworzenie koncepcji samo/współregulacji przewidującej - w miejsce powyższej kontroli i systemu egzekwowania prawa - system kontroli sprawowanej w ramach ustawowych kompetencji Krajowej Rady. Wymaga to zmiany ustawy o radiofonii i telewizji.

Trzeba jednak podkreślić, że w polskiej tradycji nie istnieją znaczące przykłady rozwiązań mających charakter samoregulacji i brak praktycznych rozwiązań w tym zakresie nie stanowi ułatwienia. Uważamy, że wprowadzenie tego systemu wymaga zgody wszystkich lub co najmniej głównych zainteresowanych stron, których regulacje miałyby dotyczyć.

Zgodnie z Motywem 44 Dyrektywy samoregulacja stanowi rodzaj dobrowolnej inicjatywy podmiotów gospodarczych.

***Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan,***

***Warszawa 29 czerwca 2012 r.***

***PKPP/382/118/KK/2012***