



KRRiT przyjazna nadawcom

Podczas Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, 11 czerwca odbyło się zorganizowane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji spotkanie z nadawcami telewizyjnymi i producentami. Wzięli w nim udział także przedstawiciele Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Dyrektor Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz wszyscy członkowie KRRiT. Celem spotkania było przedyskutowanie zgłoszonych wcześniej w trybie formalnym uwag do nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji z 23 kwietnia br. Spotkanie miało charakter roboczy i wpisywało się w działania KRRiT realizowane w ramach konstruowania prawa przyjaznego nadawcom.

Dyskusja toczyła się wokół zapisów ustawy o radiofonii i telewizji, która uległa nowelizacji w wyniku implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych. Nowe przepisy znacznie zmieniają dotychczasowe zapisy dotyczące autopromocji i ogłoszeń nadawcy, a także lokowania produktu. KRRiT przypominała, że w świetle nowej ustawy autopromocja jest jedną z form reklamy i podlega wszystkim regułom nałożonym ustawą na tę formę przekazu handlowego, w tym m.in.: obowiązkowi odróżnienia od materiału redakcyjnego i godzinowemu ograniczeniu czasu nadawania reklamy i telesprzedaży.

Ogłoszenia nadawcy ograniczające się wyłącznie do podania informacji o audycjach lub zawierające fragmenty tych audycji są zwolnione z ograniczeń czasowych nadawania reklamy. Jednak takie informacje muszą być wolne od elementu promocji i zachęty dla widza, co wzbudza największe kontrowersje nadawców, podobnie jak zapis nakładający ograniczenie czasowe nadawania – nie więcej niż 2 minuty na godzinę i wymóg, aby takie ogłoszenia były nadawane wyłącznie pomiędzy audycjami. Nadawcy wskazywali, że odbędzie się to ze szkodą dla widza, który nie będzie wystarczająco dobrze poinformowany o ofercie programowej.

Krajowa Rada odpowiadała także na pytania producentów dotyczące lokowania produktu, czyli przekazu handlowego polegającego na nawiązaniu do towaru i usługi lub ich znaku towarowego w sposób stanowiący element samej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, a także w postaci nieodpłatnego udostępniania towaru lub usługi. Producenci wskazywali na trudności związane z przygotowywaniem dla nadawców

**KRRiT**KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

wykazów produktów lokowanych w programach, szczególnie zagranicznych, oraz kontroli tego obowiązku przez Krajową Radę. KRRiT przypomniała, że obowiązek przedstawiania wykazów dotyczy nie lokowanych produktów, ale audycji, w których takie lokowanie ma miejsce. Wątpliwości nadawców i producentów nie budzi natomiast konieczność oznaczania programu, w którym takie lokowanie jest dokonywane. Rozumiane jest to powszechnie jako dbałość o interesy widza. W Krajowej Radzie trwają obecnie prace nad rozporządzeniem w tej sprawie.

Doceniając rzeczowy wkład wszystkich uczestników spotkania w wypracowywanie korzystnych dla widzów i polskiego rynku medialnego rozwiązań prawnych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zadeklarowała kontynuowanie podobnych spotkań służących wypracowywaniu prawa przyjaznego nadawcom.

Katarzyna Twardowska

rzecznik prasowy