



**Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji**  
 Departament Polityki Europejskiej i  
 Współpracy z Zagranicą

## Przegląd Międzynarodowy

### Rada Europy

**RE**

Komitet Ministrów Rady Europy przyjął Rekomendację w sprawie promocji wolności słowa i informacji w nowym środowisku informacyjnym i komunikacyjnym. Rekomendacja ta zaleca państwom członkowskim Rady Europy stosowanie się do wielu wytycznych w tej kwestii we współpracy z sektorem prywatnym a także prośbę Komitetu Ministrów skierowaną do Rady Europy o przygotowanie zaleceń na temat roli i odpowiedzialności pośredników i dostawców internetowych w promowaniu wolności słowa. Państwa członkowskie, sektor prywatny i społeczeństwo obywatelskie mają zachęcać do podnoszenia świadomości społecznej i doskonalenia umiejętności związanych z korzystaniem z Internetu i ICT (technologia informacyjno-komunikacyjna). Rekomendacja podkreśla znaczenie przejrzystości i źródeł informacji.

Ponadto Rekomendacja zawiera wytyczne dotyczące blokowania dostępu i filtrowania zawartości oraz usuwania treści, wobec których występuje domniemanie nielegalności.

Źródło: Council of Europe, Human Rights, Media, Latest News, 02.10.2007

[http://www.coe.int/t/e/human\\_rights/media/Links/Events/RecIS\\_en.asp#TopOfPage](http://www.coe.int/t/e/human_rights/media/Links/Events/RecIS_en.asp#TopOfPage)

[https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec\(2007\)11&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2007)11&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75)

### Słowacja

**SK**

Słowacja przyjęła prawo łączące opłatę abonamentową z rachunkiem za elektryczność. Szacuje się, iż media publiczne (tj. radio i telewizja) otrzymają w ten sposób ok. jeden miliard koron słowackich (ok. 29,38 milionów EUR). Jednocześnie nowe prawo określa parytet, według którego wpływy te zostaną rozdzielone pomiędzy telewizję (70%) i radio publiczne (30%).

Źródło: Broadband TV News, Slovakia changes RLF system, 26.09.2007.

<http://www.broadbandtvnews.com/today/?p=2206>

➤ **Dwa miliony funtów kary dla GMTV**

Brytyjski zintegrowany regulator rynku OFCOM ukarał GMTV, firmę nadającą poranny program (6:00 - 9:25) dla komercyjnej sieci ITV. Zgodnie z decyzją OFCOM firma ma zapłacić karę w wysokości dwóch milionów funtów oraz trzykrotnie nadać informację na temat decyzji OFCOM. Zgodnie z treścią uzasadnienia przedstawionego przez regulatora, w okresie od sierpnia 2003 roku do maja 2005 roku, konkursy organizowane przez GMTV z wykorzystaniem usługi telekomunikacyjnej o charakterze *premium rate*, odbywały się z naruszeniem zasad równej konkurencji. Przeprowadzone śledztwo wykazało między innymi, iż w badanym okresie obsługujący konkursy operator telekomunikacyjny Opera wybierał zwycięzców, zanim konkurs został oficjalnie zakończony. Ponadto okazało się, iż większość finalistów konkursu wybierana była w określonym przedziale czasowym, co znacznie zmniejszało szanse osób dzwoniących później. Operator telekomunikacyjny Opera został także ukarany karą finansową w wysokości 250 tysięcy funtów.

Źródło: Media Network Weblog, British TV company fined £2m for phone-in scandal, 26.09.2007.

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/?p=8831>

[http://www.ofcom.org.uk/tv/obh/ocsc\\_adjud/gmtv.pdf](http://www.ofcom.org.uk/tv/obh/ocsc_adjud/gmtv.pdf)

➤ **Regulator rynku zapowiedział rozpoczęcie kolejnego przeglądu mediów publicznych**

Pierwszy przegląd mediów publicznych miał miejsce w latach 2003-2005 i został zakończony opublikowaniem w lutym 2005 roku raportu końcowego. Kolejny przegląd ma się zakończyć na początku 2009 roku. Zgodnie z *Communications Act* OFCOM jest zobowiązany do przeprowadzenia przeglądu mediów publicznych przynajmniej raz na pięć lat. Zadanie to ma na celu określenie stopnia wywiązywania się mediów publicznych z nałożonych obowiązków a także rekomendowanie konkretnych rozwiązań.

Przed drugim przeglądem postawiono cztery następujące szczegółowe zadania:

- Ocena efektywności mediów publicznych w realizacji postawionych celów, szczególnie w kontekście zmian związanych z dystrybucją i konsumpcją treści telewizyjnej.
- Ocena wcześniejszych działań dotyczących wypełniania misji publicznej
- Ocena czy i w jaki sposób rozwój nowych sposobów dostarczania treści konsumentom może stworzyć nowe możliwości osiągania celów postawionych przed mediami publicznymi oraz jakie wyzwania wiążą się z tą sytuacją
- Ocena przyszłych możliwości finansowania, dostarczania oraz regulacji mediów publicznych w kontekście wspomnianych wyzwań i możliwości oraz niepewności w odniesieniu do utrzymania istniejących modeli finansowania.

Źródło: OFCOM, Ofcom's Second Review of Public Service Television Broadcasting, 11.09.2007.

[http://www.ofcom.org.uk/tv/psb\\_review/psb\\_2review/](http://www.ofcom.org.uk/tv/psb_review/psb_2review/)

➤ **Regulator rynku zdecydował o dokonaniu przeglądu regulacji dotyczących reklamy**

W związku z planowanymi zmianami obowiązków ilościowych w zakresie reklamy telewizyjnej związanymi z tzw. dyrektywą „O Audiowizualnych Usługach Medialnych”, która powinna zostać przyjęta w 2007 roku, regulator rynku OFCOM zdecydował się dokonać przeglądu tych reguł. Proponowana liberalizacja ma w szczególności objąć zniesienie dziennego limitu reklam oraz zniesienie limitu dwudziestu minut pomiędzy kolejnymi przerwami reklamowymi. W zakresie nowych regulacji dotyczących sposobu przerywania

programu blokami reklamowymi planowane są publiczne konsultacje, które mają mieć miejsce w pierwszym kwartale 2008 roku tak aby nowe rozwiązania prawne mogły wejść w życie przed 1 stycznia 2009 roku. Odnosnie limitów ilościowych, OFCOM planuje analizę skutków nowych zliberalizowanych regulacji obejmującą wpływ na konsumentów, nadawców oraz branżę reklamy. Nowe regulacje miałyby zostać implementowane i zacząć obowiązywać od 1 stycznia 2010 roku. Wcześniej jednak OFCOM planuje zorganizować publiczne konsultacje oraz przedstawić swoje propozycje pod koniec 2008 roku.

Źródło: OFCOM, Review of Rules on the Amount and Distribution of Advertising, 25.09.2007  
<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/marketreviews/rada/>

**Zebrali i opracowali:**

Albert Woźniak  
Paweł Stepka