KRRiT | KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI

Departament Polityki Europejskiej
i Współpracy z Zagranicą

Przegląd Międzynarodowy

Przegląd Międzynarodowy jest ukazującym się co miesiąc biuletynem wydawanym w formie elektronicznej przez Departament Polityki Europejskiej i Współpracy z Zagranicą. Poświęcony jest działalności instytucji Unii Europejskiej oraz Rady Europy w dziedzinie mediów, stanowiskom lub inicjatywom podejmowanym przez europejskie organizacje branżowe, istotnym wydarzeniom gospodarczym, badaniom naukowym, czy wreszcie najważniejszym reformom i inicjatywom podejmowanym przez poszczególne państwa w tym obszarze. Ma charakter przede wszystkim informacyjny. Archiwum Przeglądu Międzynarodowego dostępne jest pod adresem: http://www.krrit.gov.pl/bip/Publikacje/PrzegladMiedzynarodowy/tabid/117/Default.aspx

Unia Europejska UE

➢ Zgoda Komisji na przejęcie BSkyB przez News Corporation

Komisja Europejska uznała, że przejęcie całości brytyjskiego nadawcy BSkyB przez koncern medialny News Corporation nie będzie sprzeczne z przepisami antymonopolowymi i że transakcja ta nie zakłóci w znaczący sposób konkurencji na rynku europejskim.
Decyzja Komisji Europejskiej zbliża News Corporation do przeprowadzenia zaproponowanej już w czerwcu bieżącego roku transakcji przejęcia 60,9% udziałów w BSkyB. Koncern jest już właścicielem 39,1% udziałów tego operatora płatnej telewizji w Wielkiej Brytanii i Irlandii. Zdaniem analityków rynku mediów w Wielkiej Brytanii przewidywana wartość transakcji to ok. 8 mld funtów.
Zgodę na transakcję musi jeszcze wydać Ofcom - brytyjski regulator rynku mediów elektronicznych.
Informacja na ten temat ukazała się również w Przeglądzie Międzynarodowym z listopada 2010 roku.

Źródło: European Commission, Press Releases, Mergers: Commission clears News Corp's proposed acquisition of BSkyB under EU merger rules, IP/10/1767
http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1767&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=pl
http://www.broadbandtvnews.com/2010/12/21/commission-confirms-bskyb-approval/

Francja FR

➢ Decyzja CSA w sprawie audiowizualnych usług na żądanie

W grudniu 2010 r. CSA przyjęła decyzję w sprawie audiowizualnych usług na żądanie obejmującą następujące obszary:

- ochrona nieletnich,
- deontologiczne zasady programowe,
- dostępność w ramach audiowizualnych usług medialnych na żądanie audycji dla osób z niepełnosprawnością narządu wzroku i słuchu.

W kwestii ochrony nieletnich, audycje audiowizualnych usług medialnych na żądanie ma obowiązywać podział na 5 kategorii wiekowych, przy czym możliwe jest tu posiłkowanie się

klasyfikacją utworów kinematograficznych przeznaczonych do projekcji w kinie (tzw. „wiza" przyznawana przez Ministerstwo Kultury). Odpowiednie oznaczenia (piktogramy) mają towarzyszyć każdej wzmiance o danej audycji (zdjęcia, opis w katalogu, zwiastuny, reklama, itp.). Podczas emisji audycji, oznaczenie to ma pojawiać się na jeden z dwóch sposobów (do wyboru):

- przez co najmniej 5 sekund przed emisją: napis „niezalecane dla osób poniżej xx lat" oraz piktogram,
- piktogram obecny w prawym dolnym rogu ekranu przez cały czas trwania audycji.

Dostawcy usług na żądanie, którzy w swojej ofercie mają audycje należące do kategorii I (tzw. audycje dla wszystkich odbiorców; kategoria ta nie jest objęta oznaczeniem graficznym) wydzielają w swoim katalogu tzw. „obszar zaufania" dający całym rodzinom i młodym widzom dostęp w jednym miejscu do całej oferty należącej do tej kategorii. Obszar ten charakteryzuje się też tym, że nie ma w nim reklam, zwiastunów, czy fragmentów audycji objętych restrykcjami dla osób niepełnoletnich.

Dla audycji należących do kategorii IV (dla osób 16+) i V (dla osób 18+) przewidziano dodatkowe obostrzenia: kategoria IV może być dostępna dla odbiorców wyłącznie w godz. 22.30 – 5.00 - o ile nie należy do oferty płatnej, natomiast kategoria V może być upowszechniana wyłącznie w ramach oferty płatnej i wyłącznie w godz. 22.30 – 5.00 za wyjątkiem tych abonentów, których wiek został potwierdzony kopią dokumentu tożsamości. Strona tytułowa miejsca, w którym zgromadzono audycje dla osób 18+ (musi to być odrębne miejsce w katalogu) musi zawierać ostrzeżenie dla odbiorcy oraz piktogram (w tym przypadku, piktogram nie znakuje samych audycji, ani nie poprzedza ich emisji, tylko figuruje na stronie tytułowej wydzielonej dla nich części katalogu) i przypomnienie o szkodliwości tego typu audycji dla osób nieletnich, a także informację o sankcjach karnych za dopuszczenie nieletnich do odbioru tego typu audycji. Ponadto, kategorię V obowiązuje zastosowanie zabezpieczeń technicznych: w przypadku usług abonamentowych jest to osobisty, co najmniej 4 cyfrowy nie widoczny na ekranie kod lub – w przypadku zakupu audycji *à la carte* – jest to numer karty płatniczej albo kod transakcji elektronicznej. W przypadku kodów osobistych, 5 krotne błędne wpisanie, blokuje operację. Wszystkie typy zabezpieczeń technicznych mają podlegać aktywacji przy każdorazowym dostępie do danej audycji oraz być odporne na dezaktywację przez użytkowników. Zarówno dostawcy treści jak i dostawcy usług na żądanie zawierających audycje należące do kategorii V mają obowiązek informowania na różne sposoby o istnieniu i zasadach działania zabezpieczeń technicznych. Odbiorcy będą mieli możliwość otrzymywania faktur z wyszczególnieniem zamówionych audycji kategorii V.

Jeśli chodzi o zasady deontologiczne**,** audycje odbierane w ramach audiowizualnych usług na żądanie muszą przestrzegać następujących zasad:

- godność osoby ludzkiej (wykładnia CSA wskazuje tu m.in. że w grach i audycjach rozrywkowych, w których kamera towarzyszy uczestnikom prawie bez przerwy w dłuższym okresie, każdego dnia muszą oni mieć dostęp do odpowiednio długiego okresu bez rejestracji dźwięku i obrazu oraz do wydzielonego stałego miejsca, które pozostaje poza zasięgiem obserwacji publiczności. Zasady te pozostają w mocy nawet wtedy, gdy uczestnicy dobrowolnie z nich rezygnują. Jednocześnie, o ile względy bezpieczeństwa mogą wymagać stałej obserwacji uczestników przez firmę producencką, to odnośne nagrania nie mogą być udostępniane publicznie. Uczestnicy programu muszą być też jasno poinformowani o całości obowiązujących zasad w tym zakresie);
- zachowanie porządku publicznego (zakaz nakłaniania do praktyk lub zachowań niebezpiecznych, przestępczych lub anty-obywatelskich);
- walka z dyskryminacją (zakaz nakłaniania do nienawiści i przemocy wobec pojedynczych osób lub grup ze względu na ich pochodzenie, przynależność lub jej brak do grupy etnicznej, narodu, rasy, religii, lub z powodu płci, orientacji seksualnej czy niepełnosprawności. Przepisy w tym względzie zgodne są z przepisami w zakresie wolności prasy);

- rzetelność programowa (zasada dotyczy wszystkich audycji w ramach audiowizualnych usług medialnych na żądanie; należy weryfikować podstawy i źródła informacji, a w przypadku informacji niepewnych, tam gdzie jest to możliwe, podawać je w trybie przypuszczającym);
- poszanowanie praw człowieka (przestrzeganie prawa cywilnego i karnego w zakresie ochrony prywatności, domniemanej niewinności, prawa do wizerunku, godności i dobrego imienia oraz, w niektórych przypadkach, do zapewnienia anonimowości osób nieletnich).

W kwestii dostępu do audycji dla osób z niepełnosprawnością narządu wzroku lub słuchu, w swojej grudniowej Decyzji CSA ogranicza się do zalecenia, aby audycje w ramach audiowizualnych usług na żądanie były dostępne dla tego rodzaju osób.
Powyższa Decyzja CSA wchodzi w życie 1 stycznia 2011, za wyjątkiem kwestii związanych z ochroną nieletnich: część rozwiązań tego rodzaju wchodzi w życie 8 miesięcy później (np. zabezpieczenia techniczne), a część - rok później, tj. 1.01.2012 r. (klasyfikacja audycji, piktogramy, warunki udostępniania audycji z uwzględnieniem klasyfikacji na kategorie wiekowe).

Źródło: CSA, Decyzja CSA z 14 grudnia 20010 r. ws. ochrony nieletnich, deontologii i dostępności audycji w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie.
http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=132418

Słowacja SK

➢ Fuzja nadawców publicznych

Prezydent Słowacji Ivan Gašparović ponownie odmówił podpisania ustawy dotyczącej połączenia nadawców publicznych - Słowackiej Telewizji (STV) i Słowackiego Radia (SR). Ustawa ta została ponownie zatwierdzona przez parlament po wcześniejszym zawetowaniu jej przez Gašparović'a. Pomimo braku podpisu prezydenta, ustawa wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2011 roku.
Ustawa, której inicjatorem był słowacki rząd ma na celu rozwiązanie kłopotów finansowych STV oraz podniesienie jakości audycji obu nadawców. Zadaniem nowego szefa połączonych w ten sposób nadawców (RTS), który nie został jeszcze wyznaczony, będzie przeprowadzenie konsolidacji i zapewnienie warunków prowadzenia działalności firmy w 2012 roku.

Źródło: Media Network Weblog, Slovak president again refuses to sign law on merger of public TV and radio, 24.12.2010
http://blogs.rnw.nl/medianetwork/slovak-president-again-refuses-to-sign-law-on-merger-of-public-tv-and-radio

Węgry HU

➢ Kontrowersyjna ustawa medialna przyjęta przez węgierski parlament

20 grudnia 2010 roku węgierski parlament przyjął drugą część kontrowersyjnej reformy medialnej, która zdaniem m.in. Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie (OBWE) może ograniczyć wolność słowa na Węgrzech. OBWE zwracała rządowi węgierskiemu uwagę na zagrożenia dla wolności słowa, jakie niesie ze sobą reforma medialna w tej postaci.
Ustawa forsowana przez centroprawicowy rząd Viktora Orbana została przyjęta 256 głosami za, przy 87 głosach przeciw. Powołuje ona Radę ds. Mediów, której członków będzie wybierać parlament, a szefa powoływać na dziewięcioletnią kadencję sam premier. Rada będzie mogła wymierzać mediom kary za publikacje, które m.in. "nie są zrównoważone politycznie". Kary mogą wynosić do 200 mln forintów (700 tys. Euro) w przypadku mediów elektronicznych i 25 mln forintów (89 tys. Euro) w przypadku dzienników lub publikacji internetowych. Według ustawy dziennikarze będą zobowiązani ujawniać swoje źródła w

sprawach dotyczących bezpieczeństwa narodowego. Ponadto ustawa stanowi m.in., że komercyjne stacje będą mogły poświęcać przestępstwom najwyżej 20% czasu swoich programów informacyjnych. Ograniczenie to dotyczy wiadomości nadawanych w porach największej oglądalności, tzn. między godz. 7 i 8.30 oraz między 18 i 21. Dodatkowo w ustawie zapisano, że węgierska muzyka będzie musiała zajmować przynajmniej 35% czasu antenowego stacji radiowych.
Węgierska ustawa została też ostro skrytykowana przez organizacje węgierskie, zagraniczne media i międzynarodowe organizacje branżowe, m.in. Międzynarodowy Instytut Prasy (IPI) i Europejskie Stowarzyszenie Wydawców Gazet (ENPA).
Węgierski parlament pod koniec lipca przyjął pierwszą część krytykowanej reformy.
Informacja na ten temat ukazała się również w Przeglądzie Międzynarodowym z sierpnia 2010 roku.

Źródło: Media Network Weblog, Hungary passes law boosting govt control over media, 21.12.2010
http://blogs.rnw.nl/medianetwork/hungary-passes-law-boosting-govt-control-over-media
http://www.osce.org/fom/item/74687

Wielka Brytania GB

➢ Zmiany w Kodeksie Nadawczym dotyczące m.in. lokowania produktu

20 grudnia 2010 roku brytyjski regulator rynku mediów elektronicznych Ofcom opublikował stanowisko w sprawie zmian w Kodeksie Nadawczym dotyczących lokowania produktów oraz innych komercyjnych komunikatów (np. sponsoringu) w audycjach telewizyjnych, a także płatnych odniesień do marek i produktów w audycjach radiowych.
Nowelizacja Kodeksu nastąpiła po procesie konsultacji przeprowadzonych przez Ofcom w latach 2009-2010 w związku z nową dyrektywą o audiowizualnych usługach medialnych. Zapisy Kodeksu Nadawczego (sekcja 10) odnoszące się do przekazów radiowych wchodzą w życie ze skutkiem natychmiastowym, a regulacje odnoszące się do przekazów telewizyjnych (sekcja 9 Kodeksu) obwiązywać będą od 28 lutego 2011 roku.
Lokowanie produktów w przekazach telewizyjnych będzie dopuszczalne pod pewnymi warunkami w następujących przypadkach: filmy kinowe i telewizyjne, seriale telewizyjne, audycje sportowe i audycje rozrywkowe. Kodeks wprowadza m.in. zakaz: umieszczania produktów w audycjach informacyjnych (wiadomościach) i audycjach dla dzieci, a także lokowania produktów, których reklama jest zabroniona. Fakt umieszczania produktów w audycjach wymagać będzie od dostawców usług medialnych oznakowania poprzez widoczne logo zaproponowane przez OFCOM.
Oświadczenie OFCOM zawiera również dwie nowe propozycje, które poddane zostaną konsultacjom z rynkiem:

- próbne zrezygnowanie z restrykcji dotyczących długości przerw reklamowych w filmach pokazywanych przez kanały nadawców publicznych;
- zamiar wprowadzenie od stycznia 2012 roku wymogu przedstawiania przez koncesjonowanych nadawców oraz producentów corocznych danych na temat dochodów netto generowanych przez lokowanie produktów.

Źródło: Ofcom, News Realeses, Rules for product placement on TV and paid-for references to brands and products on radio, 20.12.2010
http://media.ofcom.org.uk/2010/12/20/rules-for-product-placement/
http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/bcrtv2010/statement/

Zebrali i opracowali:
Albert Woźniak
Halina Rostek
Ewa Murawska-Najmiec