



Nowe regulacje dla Odbiorców

W najbliższym czasie audycje telewizyjne zostaną oznaczone nowymi wzorami symboli graficznych. Widzowie i radiosłuchacze zostaną także poinformowani o lokowaniu produktu w audycjach. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała nowe rozporządzenie, dostosowujące polskie prawo do wymogów Unii Europejskiej.

Lokowanie produktu

Lokowanie produktu (ang. product placement) polega na umieszczeniu towarów czy usług w audycji w celach marketingowych, np. jako kubek z logo konkretnej kawy, pitej przez głównego bohatera czy zachwalany w rozmowie samochód. Unijna dyrektywa 2010/13/UE zobowiązuje nadawców do oznakowania i ewidencji takich audycji.

Rozporządzenie KRRiT z 30 czerwca 2011 roku wprowadza ten obowiązek do polskiego prawa. Zgodnie z jego brzmieniem, *nadawca programu telewizyjnego obowiązany jest do oznaczania audycji, w których zastosowano lokowanie produktu znakiem graficznym, według wzoru określonego w załączniku do rozporządzenia*. Znak graficzny musi zostać umieszczony zarówno na początku audycji, po wznowieniu audycji po przerwie reklamowej jak i na końcu. Wyświetlony musi być nie krócej, niż przez cztery sekundy, zajmując powierzchnię minimum 5 proc. ekranu. Znak ma być też wyświetlany przez cały czas trwania napisów końcowych.

W przypadku audycji radiowych, w których zastosowano lokowanie produktu, nadawca zobowiązany jest wyemitować (tak, jak w przypadku audycji telewizyjnych – na początku, po wznowieniu oraz na końcu audycji radiowej) sygnał dźwiękowy. Jest to czytany przez lektora komunikat: „audycja zawiera lokowanie produktu” oraz „audycja zawierała lokowanie produktu”.

Rozporządzenie wejdzie w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.

Wzory symboli graficznych dla nadawców telewizyjnych:

AUDYCJA ZAWIERA LOKOWANIE PRODUKTU

AUDYCJA ZAWIERAŁA LOKOWANIE PRODUKTU

Nowe oznaczenia ochrony małoletnich

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po sześciu latach funkcjonowania rozporządzenia (*rozporządzenie KRRiT z dnia 23 czerwca 2005 r., Dz. U. Nr 130, poz. 1089*) w sprawie kwalifikowania audycji mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich, przeprowadziła debatę na temat skuteczności obowiązującego systemu ochrony. Uczestniczyli w niej badacze zajmujący się wpływem mediów na rozwój dzieci, nadawcy i przedstawiciele urzędu Rzecznika Praw Dziecka oraz organizacji pozarządowych działających na rzecz dzieci.

Zarówno wyniki badań naukowych, oczekiwania urzędów i organizacji zajmujących się problemami rozwoju małoletnich jak też doświadczenia i regulacje przyjęte w innych krajach europejskich (Francja, Węgry, Belgia, Holandia) jednoznacznie potwierdzają konieczność utrzymania oznakowania audycji na ekranach telewizyjnych. Niezbędne okazały się jednak niewielkie modyfikacje aktualnie stosowanych znaków, polegające na zwiększeniu ich czytelności i widoczności.

12 lipca 2011 roku KRRiT dokonała nowelizacji rozporządzenia. Zamieniono czerwone kółko na czerwony kwadrat z białym kluczykiem w środku, jako oznakowanie audycji przeznaczonych dla osób powyżej 18 roku życia. Zielone kółko – oznaczenia audycji dla wszystkich widzów, także tych najmłodszych – zamieniono na zielony kwadrat z uśmiechniętą buźką w środku. Pozostałe znaki zostały również przeprojektowane, by harmonizowały się z wprowadzonym wcześniej oznaczeniem lokowania produktu. Nowe wzory symboli graficznych zaprojektowało studio Platige Image.

Rozporządzenie wejdzie w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia.

Wzory symboli graficznych dla nadawców telewizyjnych:



Dozwolone od lat 18



Bez ograniczeń wiekowych



Dla małoletnich od lat 7



Dla małoletnich od lat 12



Dla małoletnich od lat 16