

Polityka audiowizualna Unia Europejska – Polska

**Wybrane zagadnienia
Stan prawny - grudzień 2002**

Marcin K. Szewczyk

Wydaje:
© Urząd Komitetu Integracji Europejskiej

Al. Ujazdowskie 9, 00-918
Adres internetowy: www.ukie.gov.pl

Opracowanie graficzne: HERITAGE
Opracowanie redakcyjne: Elżbieta Nowicka
Korekta: Maria A. Łabędzka

Druk: P.P.G.K. S.A.
Zakład Poligrafii - Drukarnia "KART"

ISBN 83-89218-70-4

SPIS TREŚCI

OD AUTORA	7
WPROWADZENIE	9
ROZDZIAŁ I. Europejski system audiowizualny - zagadnienia ogólne	13
1.1. System brytyjski	13
1.2. Liberalizacja	15
1.3. Problematyka telewizji publicznej	19
1.3.1. Sytuacja ogólna	21
1.3.2. Miejsce telewizji publicznej w opinii Unii Europejskiej	24
1.3.3. Podsumowanie	25
1.4. Problemy ery cyfrowej	29
1.4.1. Platformy cyfrowe	31
1.4.2. Format 16:9	32
1.4.3. HDTV	32
1.4.4. Modyfikacje technologiczne na poziomie programowym	33
1.4.5. Raport grupy Orejo	33
ROZDZIAŁ II. System audiowizualny Unii Europejskiej	37
2.1. Charakterystyka polityki audiowizualnej Unii Europejskiej	38
2.2. Podstawowe regulacje prawne	39
2.2.1. Wspólnotowa droga do pierwszej dyrektywy	39
2.2.2. Dyrektywa 89/552/EWG	41
2.2.3. Inne działania	42
2.2.4. Wybrane orzecznictwo	43
2.2.5. Ustanowienie dyrektywy 97/36/WE	45
2.2.6. Zmiany wprowadzone dyrektywą 97/36/WE	46
2.2.7. Wspólna ocena obydwu dyrektyw	48
2.2.8. Plany kolejnej nowelizacji dyrektywy	51
2.3. Wspieranie mediów europejskich	51
2.3.1. Międzynarodowy kontekst mediów europejskich	51
2.3.2. Fundusz Gwarancyjny	56
2.3.3. MEDIA	57
2.3.4. Program MEDIA II	58
2.3.5. Info 2000	60
2.3.6. Culture 2000	61
2.3.7. MEDIA Plus	62
2.4. Podsumowanie	64
ROZDZIAŁ III. Polski system audiowizualny - zagadnienia prawnomiędzynarodowe	66
3.1. Polska droga do Unii Europejskiej	66
3.1.1. Początki procesu integracji	66
3.1.2. Okres przednegocjacyjny	67
3.1.3. Negocjacje	71
3.2. Polska legislatura telewizyjna	73

3.2.1. Pierwsza demokratyczna ustawa	73
3.2.2. Polska legislatura wobec dyrektywy Rady 89/552/EW oraz dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE	75
3.2.3. Kolejne projekty nowelizacji ustawy	79
3.2.4. Proeuropejska nowelizacja ustawy z 2000 roku	83
3.2.5. Zmiany ustawy po 2000 roku	87
3.3. Podsumowanie	89
ROZDZIAŁ IV. Polski system telewizyjny	
- zagadnienia zewnątrz- i wewnątrzprogramowe	90
4.1. Poziom pozaprogramowy	90
4.1.1. Telewizje publiczne i niepubliczne	90
4.1.2. Nadawcy w Polsce	92
4.1.3. Perspektywy reklamowe w telewizji	98
4.1.4. Oglądalność polskich telewizji	102
4.2. Poziom programowy	105
4.2.1. Telewizja publiczna - TVP1, TVP2, TV Polonia	107
4.2.2. Wybrani nadawcy komercyjni	110
4.2.3. Inni nadawcy polskojęzycznymi	114
4.3. Stopień eurozgodności płaszczyzny programowej polskich telewizji	115
4.4. Podsumowanie	122
ZAKOŃCZENIE	124
Bibliografia	129
Aneks	137

Od autora

Książka ta stanowi wybór ustaleń z badań, które prowadziłem w latach 1997-2002. Ich głównym celem było zgromadzenie danych faktograficznych pozwalających na prezentację polityki audiowizualnej Unii Europejskiej w jak najszerszym kontekście. Równie istotne były odniesienia skutków funkcjonowania tej polityki do polskiej sytuacji, w szczególności na płaszczyźnie prawnej oraz programowej.

W niniejszej publikacji najistotniejsze jest ukazanie uwarunkowań polskiej praktyki instytucjonalnej telewizji procesem integracji europejskiej, która z założenia wywiera decydujący wpływ na podstawowe elementy systemu telewizyjnego, czyli na struktury programowe.

Zagadnieniem problemowym była analiza konsekwencji harmonizacji polskiego prawa (i systemu) telewizyjnego do standardów unijnych wraz z możliwie pełnym przedstawieniem wpływu czynników zewnętrznych na elementy programowe telewizji. To jak silny (bądź słaby) jest ten wpływ i jak szeroko (lub wąsko) oddziałuje na podstawowe struktury telewizyjne, także zostało zaprezentowane w tej książce.

Pierwsza część książki przedstawia kontekst funkcjonowania telewizji, stanowiący historyczne tło opisywanego zjawiska. Kolejnym krokiem było wskazanie na specyfikę europejskiego systemu telewizyjnego, wraz z opisem najistotniejszych przyczyn jego obecnego kształtu. W pracy taka funkcja została przyporządkowana deregulacji, systemowi telewizji publicznej oraz rozwojowi nowych technologii produkcji, przesyłania oraz odbierania obrazu i dźwięku. Być może można by wziąć pod uwagę zupełnie inne czynniki, jednak w większości źródeł one właśnie są wskazywane jako te, które wywarły największy wpływ na kształt europejski system telewizyjny. Bezpośrednie przeniesienie zasad funkcjonujących w Europie na polską sytuację będzie ściśle związane z procesem integracji europejskiej i wewnętrznymi uwarunkowaniami natury geopolitycznej.

Stąd w następnym rozdziale pojawia się opis polityki audiowizualnej. Poza opisem najważniejszych aktów prawnych, jakimi są dwie dyrektywy telewizyjne 89/552/EWG oraz 97/36/WE oraz wyroków Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości znalazła się tu także część poświęcona finansowemu systemowi wspierania mediów europejskich. Wymagało to jednak dodatkowej prezentacji

światowego kontekstu tego sektora, ukazującego potrzebę oraz celowość tych wspierających działań. W tej części oprócz prezentacji najważniejszych funduszy związanych z działalnością audiowizualną, takich jak seria programów MEDIA wraz z najnowszym MEDIA Plus, znalazła się interpretacja sytuacji Polski w stosunku do jej udziału w tych formach finansowania.

Kolejna część omawia polskie przemiany po 1989 roku, do jakich doszło pod wpływem owego szerszego europejskiego kontekstu, co najwyraźniej będzie widoczne w prezentacji zagadnień dotyczących ustawodawstwa i norm prawnych. Dlatego w kolejnym rozdziale oprócz szczegółowego przedstawienia negocjacji akcesyjnych w sektorze telewizyjnym znajdują się analizy ustawy o radiofonii i telewizji oraz jej nowelizacji w stosunku do zasad funkcjonujących w prawnym porządku prawnym Unii Europejskiej uporządkowanych na podstawie dyrektywy 89/552/EWG oraz 97/36/WE.

Rozdział dotyczący poziomu pozaprogramowego telewizji polskich będzie obejmował takie zagadnienia, jak: problematyka kształtowania się dualistycznego systemu telewizyjnego, obecna sytuacja gospodarcza na rynku reklamowym telewizji, oglądalność programów stacji komercyjnych i publicznych oraz wkraczanie nowych technologii w polską rzeczywistość audiowizualną. I wreszcie zostały przedstawione podstawowe składniki telewizji, uporządkowane i analizowane w stosunku do najistotniejszych zasad legislacyjnych ukształtowanych w prawie unijnym oraz wtórnie – polskim.

Konkluzja pracy sprowadza się do tego, iż instytucjonalnie uwarunkowana forma przekazu decyduje o jego zawartości.

Uzupełnieniem zasadniczego tekstu tej pracy jest zamieszczone na końcu tłumaczenie Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE, stanowiące użyteczny dodatek do lektury książki. Niestety, objętość wydawnictwa nie pozwoliła na włączenie doń polskiej ustawy o radiofonii i telewizji, do której zapisów autor również często się odwołuje.

Także ze względu na ograniczoną objętość publikacji nie było możliwe zgromadzenie i opisanie wszystkich czynników kształtujących politykę audiowizualną. Zasadniczy nacisk położony na sferę legislacyjną oraz poziom programowy telewizji stanowił skutek koniecznego wyboru. Opis wielu zagadnień musiał zostać znacznie ograniczony. Tak było w przypadku:

- opisu rozwoju telewizji europejskiej od jej powstania do utworzenia Wspólnot Europejskich;
 - funkcji, modelu i działania organów regulujących sektor audiowizualny;
 - prezentacji działań wspierających działanie europejskiego sektora audiowizualnego;
 - analizy rozwoju form i rynku cyfrowej dystrybucji sygnału telewizyjnego;
 - różnorodnych systemów ochrony nieletnich;
 - orzeczeń Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości;
 - problematyki nadawcy publicznego
- oraz
- grupy tematów związanych z aspektami programowymi.

W takiej sytuacji autor starał się uzupełnić skrótowy opis problemu o możliwie szerokie przypisy, pozwalające czytelnikowi na dotarcie do źródeł. Niektóre zagadnienia związane z polityką audiowizualną w ogóle zostały pominięte. Tak było w przypadku problematyki prawa autorskiego, pluralizmu i wolności mediów czy choćby zagadnień społeczeństwa informacyjnego. Mimo tych wszystkich zastrzeżeń książka ta pozwala na poznanie zasad polityki audiowizualnej Unii Europejskiej, w wielości jej zewnętrznych powiązań i odniesień do polskiej sytuacji w dziedzinie systemu telewizyjnego.

Marcin K. Szewczyk

Łódź, grudzień 2002 roku

Wprowadzenie

Metodologia tej pracy jest przede wszystkim metodologią opisowo-prezentacyjną. Związane jest to przede wszystkim z faktem, że szeroko rozumiana europeistyka, w której zakresie umiejscawia się ta praca, jest w większym stopniu pewną wiedzą niż nauką. Bezpośrednio z opisu uwarunkowań powstania i rozwoju europejskiego¹ i polskiego systemu telewizyjnego w obecnym kształcie oraz prezentacji przemian legislacyjny, będzie wynikał wpływ, jaki owe procesy, zachodzące głównie (jeśli nie jedynie) na płaszczyźnie instytucjonalnej, wywierają na kwestie programowe telewizji ogólnopolskich.

Przyjęte w tej pracy określenie zinstytucjonalizowanej organizacji nadawczej jest w głównej mierze oparte na założeniu, że instytucje medialne będą miały pełny zakres zewnętrznych uwarunkowań (technicznych, organizacyjnych, ekonomicznych, prawno-politycznych) kształtujących zasady ich funkcjonowania oraz cele widoczne przede wszystkim na płaszczyźnie programowej².

Nie można pominąć faktu, że instytucję tworzą nadawcy, publiczność i samo medium³. Ma to jednak znaczenie tylko o tyle, o ile dzięki temu sama instytucja nie jest martwym monolitem, ale konstrukcją wciąż się zmieniającą i wpływającą na zawarte w niej samej elementy. Właśnie dokładnie taki zakres będzie obejmowała strukturalnie zorganizowana i badana instytucja określana jako system telewizyjny. Praca ta ma przedstawić pewien model, a nie ukazać całkowity i skończony opis wszystkich składników systemu audiowizualnego.

Spośród wszelkich mediów najpopularniejszym i najbardziej uznanym przez społeczeństwa jest telewizja. Dzięki swemu zarówno wizualnemu, jak i dźwiękowemu charakterowi⁴ oraz najbardziej powszechnej spośród mediów dostępności, zapewnia najsprawniejsze funkcjonowanie infofagom⁵, jakimi stają się przedstawiciele naszej cywilizacji.

¹ Wszędzie tam, gdzie w sposób szczególny nie zostanie to zaznaczone lub jednoznacznie nie będzie wynikało z kontekstu, przez określenie *europejski* należy rozumieć *unijny*. Związane jest to przede wszystkim z zakresem opisu obejmującego szczegółowo problematykę telewizyjną od chwili pojawienia się problematyki polityki audiowizualnej w Unii Europejskiej.

² Takie określenie instytucji jest wskazane w: M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem*, Warszawa 199, s. 207, a także w: K. Jakubowicz, *Kto jest nadawcą programu Telewizji Polskiej?*, „Przekazy i Opinie”, 1989, nr 1, s. 15-16.

³ W: Andrew Tudor, *Image and Influence*, London 1974, s. 144, za: A. Helman, Instytucja, [w:] *Słownik pojęć filmowych*, red. A. Helman, tom V, Wrocław 1993, s. 122-123.

⁴ Por.: L. W. Zachera, *Telewizja jako społeczna forma przekazu informacji i wartości*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. W. Dudek, Katowice 1996, s. 11 oraz: G. Dorfler, *Człowiek zwielokrotniony*, Warszawa 1973, tłum. T. Jakiel, I. Wojnar, s. 126-131.

⁵ Tzw. pozeracze informacji – za: R. Borkowski, *Informacyjna bulimia i multimedialny smog*, „Transformacje” 1997, nr 1-4, s. 61.

Konsekwencje powstania i rozwoju telewizji dawno wyszły poza ramy czysto ekonomiczne, umiejscawiając się w o wiele szerszym kontekście, który początkowo objął codzienne życie ludzi a następnie rozszerzył się na wszelkie sfery działalności i funkcjonowania człowieka. Obecnie z problematyką telewizji związana jest niemal każda sfera życia człowieka. Polityka, prawo i ekonomia nie tylko zainteresowały się tym wynalazkiem, ale wzięły go w swoje posiadanie. Telewizja stała się tak ważnym przedmiotem ich zainteresowania, że nikt nie może już zaprzeczyć, że właśnie ona najbardziej zdominowała i zrewolucjonizowała XX wiek.

Elementy systemu medialnego są wzajemnie powiązane, wciąż się zmieniają i wpływają na ogólny wizerunek całego systemu. Nieodłącznymi graczami tego układu są zarówno bezpośredni dystrybutorzy telewizji, jak i jego odbiorcy oraz holdingi medialne. Wśród czynników decydujących o kształcie systemu telewizyjnego znajdują się także obowiązujące przepisy prawne, oraz historyczne uwarunkowanie kształtujące stosunek do telewizji.

Esencjonalnym opisem teorii McLuhana jest stwierdzenie: *przekaznik jest przekazem*. Cóż to może dla nas oznaczać? Z pewnością to, że współczesne media, z telewizją na czele, dokonały w nas, a właściwie w naszej – odbiorców – funkcji percepcyjnej, i co za tym idzie, odbiorczej⁶, ogromnej zmiany.

Dzięki współczesnym technologiom możemy uczestniczyć w wydarzeniach mających miejsce na drugim krańcu globu. Każde wydarzenie może być odebrane w chwili stawania się⁷. Co więcej, dzięki kierunkowi rozwoju nowych technologii w stronę interaktywności, w coraz większym stopniu możemy aktywnie uczestniczyć w tych odległych wydarzeniach⁸. W ten sposób poprzez aktywny i jednoczesny z wydarzeniem dostęp do niego stajemy w nowej, ale znanej sytuacji, w której dociera do naszego domu głos człowieka stojącego na agorze. Jest to swoisty przykład spiralnego rozwoju, specyficzny powrót do niewielkiej wioski,

⁶ Rozróżnienie między funkcją percepcji a funkcją odbioru jest oparte o podstawowy schemat Jakobsona rozbudowany o zjawisko konotacji i denotacji.

⁷ Opóźnienie, wynikające z ograniczeń technicznych i fizycznych, jakie w takiej sytuacji powstaje jest rzędu co najwyżej kilku sekund (w przypadku przekazu za pośrednictwem satelity może ono nawet dochodzić do kilkunastu), a w najlepszym wypadku ułamków sekundy. Należy przy tym pamiętać, że dotyczy to potencjalnej możliwości przesyłu. Z reguły bardzo często nawet przy emisji „na żywo” należy uwzględnić celowo wprowadzone kilkusekundowe opóźnienie.

⁸ Jest to oczywiście tylko pewien potencjał, gdyż co prawda mamy możliwość oglądania *Thai TV* i teoretycznego uczestnictwa w prowadzonych tam audycjach na żywo z telefonicznym udziałem widzów, jednak barierą pozostaje tutaj język. Problem zatem sprowadza się do niemożliwości przeprowadzenia wtórnego procesu denotacji przekazu przez odbiorcę. W sposób wyraźny ogranicza to funkcjonowanie globalnej wioski. Jest to także jeden z powodów, dla którego przekaz obrazów staje się o wiele istotniejszy niż przekaz słowny. Należy jednak pamiętać, że istnieją kultury, w których tradycyjne zasady konstrukcji obrazu i jego rozumienia są odmienne (np. w kulturze japońskiej) od tych, które powszechnie dominują na świecie i zostały przejęte z kultury europejskiej.

tym razem popchniętej za sprawą technologii na wyższy poziom i osiagającej wymiar globalny. Tym samym odchodzimy od przekazu pisanego do przekazu mówionego. Jednak za sprawą niedogodności wynikającej z dywersyfikacji językowej, jest to komunikacja przede wszystkim za pośrednictwem ruchomych obrazów. Pierwotne przejście od małej społeczności do społeczności globalnej było związane z pojawieniem się przeszkód komunikacyjnych: odległości (przestrzeni) i czasu potrzebnego na przekazanie informacji. Sytuacja opisywana jako „globalna wioska” zlikwidowała w kontekście przekazu zarówno przestrzeń, jak i czas. Intensywność tego procesu pozwala opisać zachodzące przemiany jako „relatywizację naszego sensu miejsca”⁹, co bezpośrednio implikuje trwałe zaburzenia na płaszczyźnie odbioru, tak indywidualnego, jak i społecznego, wydarzeń, jakie mają miejsce zarówno w realnie odległej przestrzeni, jak i w bezpośrednim sąsiedztwie odbiorcy.

Prawdopodobnie najsilniejszym, jak dotąd, skutkiem globalizacji jest ujednolicanie kultury, a w szczególności zachowań i wzorców wartościujących społeczności funkcjonujących w najdalszych zakątkach świata. Oczywiście upowszechnieniu podlega głównie ten standard kulturowy, którego przedstawiciele mają najlepsze możliwości dystrybucji przekazu umożliwiającego ten proces. Obecnie jest to standard amerykański. Jednak jest to także działanie zwrotne: i na płaszczyźnie przekazywanych informacji, i upowszechniania ich dochodzi nie tylko do zjawiska globalizacji, ale także i lokalizacji, choćby za sprawą powszechnej dystrybucji informacji pochodzących ze społeczności o charakterze lokalnym¹⁰. Pozytywnym wpływem na płaszczyźnie ekonomicznej jest wzmocnienie rozwoju obszarów włączanych w ten system. Jednak na tej płaszczyźnie następuje, w sposób o wiele bardziej intensywny niż w sferze samej kultury, wyraźne uzależnienie obszarów granicznych od silnego centrum.

W dzisiejszych czasach, przy tak dynamicznym rozwoju przekazu, tworzenia i przechowywania informacji, przy coraz to nowych technologiach usprawniających wszelkie procesy informacyjne, w sposób najbardziej dynamiczny rośnie zapotrzebowanie na obraz, obraz ruchomy, dostępny dla każdego. Formą, która najpełniej pozwala na wykorzystanie i wdrożenie nowych technologii

⁹ Cyt. za: J. Meyrowitz, za: E. Wilk, *Nadzór a internet*, [w:] *Piękno w sieci*, red. K. Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 275.

¹⁰ Por.: T. Miczka, *Multimedia - oczywistości i domysły*, [w:] powyżej, s. 49.

związanych z rozprzestrzenianiem informacji, jednocześnie formą pozwalającą praktycznie każdemu w Europie korzystać z tych dobrodziejstw jest telewizja.

W latach 90. właśnie ona stała się podstawowym, jeśli nie jedynym, obiektem polityki audiowizualnej Unii Europejskiej¹¹. Polityka audiowizualna należąca do o wiele szerszego działu, mianowicie polityki kulturalnej, w ciągu ostatnich dziesięciu lat rozwinęła się na tyle szeroko i poczyniła tak znaczny krok naprzód, że obecnie obejmuje więcej zagadnień niż wszystkie pozostałe elementy polityki kulturalnej łącznie¹².

Wiążą się z nią zagadnienia zarówno kulturowe, jak również olbrzymi rynek ekonomiczny¹³ – sektor audiowizualny jest najszybciej rozrastającym się sektorem w Europie, tworzącym przy tym pokaźną liczbę miejsc pracy¹⁴. Jednocześnie wszelkie działania związane z telewizją i polityką audiowizualną muszą być wsparte prawodawstwem regulującym ten niejednolity i bardzo trudny do opanowania i objęcia obszar¹⁵.

W ciągu ostatnich kilku lat, tak w Polsce, jak i w całej Europie, nieustannie rośnie zainteresowanie tematem mediów audiowizualnych, zwłaszcza telewizją. Podstawową przyczyną tego zjawiska jest dynamiczny rozwój technologii, czego najlepszym wyrazem jest chociażby to, iż nowe technologie, wchodząc na rynki światowe, w chwili ich upowszechnienia już stają się przestarzałe. Jeszcze, na przykład, w latach 70. i na początku lat 80. wideo oraz przekaz satelitarny były technicznymi nowinkami¹⁶. Obecnie są już standardem, ustępując miejsca takim

¹¹ Podejmując pewne zastrzeżenia w związku z tym określeniem i mając na uwadze transformację Wspólnot we Wspólnotę Europejską, przynależącą do Unii Europejskiej, w przypadkach gdy nie będzie to wprowadzało problemów ze zrozumieniem tekstu, będę używał tych nazw zamiennie. Podobnie w: L. Giliciński, *Wykonywanie praw własności intelektualnej w prawie Wspólnot Europejskich*, Warszawa 1997, przyp. 1, s. 17.

¹² Podobnie wygląda sytuacja z lokalizacją zagadnień telewizyjnych w polityce audiowizualnej Unii Europejskiej. Obejmuje ona największy obszar tej problematyki. Stąd w dalszej części tekstu będę zamiennie używał określeń *system audiowizualny* i *system telewizyjny*.

¹³ Całościowo liczone przychody roczne europejskiego przemysłu audiowizualnego liczone są na 40 mld ECU, dane za: E. Kindler-Jaworska, *Scenariusze wprowadzania telewizji cyfrowej*, „Biuletyn Informacyjny KRRiT” (dalej „BIKRRiT”, 1997, nr 8, s. 2.

¹⁴ Por.: *Glossary*, Luxembourg 2000, s. 9, zgodnie z prognozami do 2005 roku rynek audiowizualny wygeneruje około 300 tys. nowych miejsc pracy, za: *A Support Programme Adapted to the New Economy of the Audio-visual Sector*, „Media”, 2000, nr 19, s. 2, Komunikat Komisji COM(1999) 657 final z 14 grudnia 1999 roku, s. 6.

¹⁵ Por.: *Audiovisual Policy of the European Union*, red. T. Leclercq, Luxembourg 1997, s. 1.

¹⁶ Pojawienie się przekazu satelitarnego, jak każdy proces czy działanie poszerzające przestrzeń informacyjną, wywoływało obawę przed zniszczeniem wartości artystycznych i kulturowej jedności, za: wypowiedź Jacka Langa w: R. Collins, *Satellite Television in Western Europe*, Londyn 1990, s. 3. Prezentacji pełnego obaw stanowiska państw dawnego bloku wschodniego na przełomie lat 70. i 80. w stosunku do przekazu satelitarnego, niemalże w całości poświęcona jest praca: K. Wiewiórkowska, *Bezpośrednia telewizja satelitarna. Studium prawnomiędzynarodowe*, Warszawa-Lódź 1981. Ogólny ton tego opracowania w sposób niemalże doskonały prezentuje cytat: „Państwa socjalistyczne, uważają, że swobodny przepływ informacji jest nie do pogodzenia z zasadą suwerenności państwowej...”, tamże, s. 32.

kolejnym nowościom jak: telewizja wysokiej rozdzielczości – HDTV¹⁷ i platformy cyfrowe¹⁸ oraz telewizyjny format 16:9.

Drugim istotnym źródłem zainteresowania mediami jest reklama. Telewizja będąc „podwójnym produktem rynkowym”¹⁹ z jednej strony uczestniczy w przekazie informacji, i jest to jej główne zadanie, z drugiej zaś, pośredniczy w promowaniu produktów. W ostatnim czasie rynek reklamy na świecie ogromnie się rozwinął. Również w Polsce reklama, która zaistniała u nas stosunkowo niedawno, przeżywa, mimo chwilowych załamań, okres rozkwitu. Ale to nie wszystko. Wciąż pojawiają się nowe elementy, które nie tylko zmieniają strukturę wewnętrzną programów²⁰ emitowanych przez nadawców, ale zmuszają prawodawców do zmiany aktów normatywnych. Przykładem takiego zjawiska są telezakupy; czyli telewizyjna oferta sprzedaży, inaczej telesprzedaż. Jest to produkt rdzennie amerykański, który bardzo szybko przyjął się w Europie. Związany z nim olbrzymi przemysł, który równie szybko się rozwinął, stworzył nowe grupy interesów, żywo zainteresowane aktualnym stanem prawa audiowizualnego.

Przedstawione tu składniki systemu telewizyjnego nie są jedynymi, które wpływają na rozwój zainteresowania sferą audiowizualną, jednak z pewnością należą one do grupy tych czynników, które w największym stopniu owo zainteresowanie stymulują.

¹⁷ HDTV – *High Definition Television*, 1250 linii definiujących obraz na ekranie, 50 odświeżeń ekranu w ciągu sekundy.

¹⁸ Cyfrowa technika przekazu oznacza wykorzystanie do kodowania i dekodowania obrazu, wartości binarnych, tzw. zerojedynkowych, w miejsce dotychczasowego – analogowego.

¹⁹ Cyt. za: *Konkurencja a regulacja w dziedzinie środków masowego przekazu*, red. Jakubowicz K., T. Kowalski, S. Piątek, Warszawa 1995, s. 12, tam również znajduje się szerszy opis tego zagadnienia.

²⁰ W związku z niedogodnością wynikającą z ograniczeń języka polskiego dla całego programu emitowanego przez nadawcę przyjmuję określenie: kanał lub program, natomiast dla poszczególnych programów składających się na kanał przyjmuję, wzorem polskiego ustawodawstwa określenie „audycja”: „*Audycja - celowo zbudowany ciąg obrazów uzupełniony przez elementy dźwiękowe, mający na celu wywołanie u widza określonych wrażeń wizualnych i dźwiękowych.*”, definicja za: S. Mischak, *Radiofonia i telewizja w świecie 1920-1970*, Warszawa 1971, s. 305. Określenie „program” zostanie ograniczone do sytuacji, w których z kontekstu jasno wynika, czy jest to kanał, czy audycja. Również określenia „telewizja” będę używał w tradycyjnym znaczeniu, mogącym znaczyć samo zjawisko w ogóle oraz w znaczeniu określającym w ten sposób konkretny program. W przypadku jakichkolwiek niejasności czy też możliwości mylnego odczytania zakresu znaczeniowego tych określeń poczynię szczególne zastrzeżenia.

Rozdział 1

Europejski system audiowizualny – zagadnienia ogólne

Poniżej zostaną omówione elementy procesu, w wyniku którego powstał unijny system audiowizualny. Opracowywanie pełnego i aktualnego opisu stanu systemu audiowizualnego każdego z państw nie jest celem tej pracy. Tego typu opisy, szczególnie w przypadku opracowań dotyczących obecnej sytuacji w przestrzeni medialnej, mają wymiar ekonomiczny i są dostępne w formie raportów oraz opracowań przygotowywanych przez grono specjalistów z zakresu ekonomii, prawa i socjologii²¹. Dlatego też na początek przedstawię jedynie określone rozwiązania zastosowane w systemie brytyjskim.

Koleje tego systemu mają swój odpowiednik w przemianach, jakie w późniejszym czasie zachodziły na poziomie europejskim. Mają one stanowić bardzo istotne tło, szczególnie w kwestii funkcjonowania telewizji publicznych i komercyjnych, dla prezentacji historycznie zdeterminowanych systemów Wspólnot i Polski.

W kolejnej części omówię rozwój zjawiska deregulacji mającego zaowocować powszechnym powstaniem telewizji komercyjnych w Europie. Następnie ogólnie scharakteryzuję system telewizji publicznej w Europie i wskażę na wynikające z procesów liberalizacyjnych nowe rozwiązania technologiczne. Te ostatnie nie tylko wynikają z przemian jakie zaszły w Europie w latach 80., ale także w znacznym stopniu wskazują na tendencje rozwojowe telewizji w dobie komercjalizacji.

1.1. System brytyjski

Po wojnie nadawanie swojego programu telewizyjnego BBC rozpoczęło od transmisji wielkiej parady zwycięstwa, która odbyła się w Londynie w 1945 roku. Wraz z ponownym uruchomieniem sygnału pojawiło się pytanie o kwestię odpowiedzialności tej organizacji, a także zasadność jej funkcjonowania jako jedynej nadawcy w Wielkiej Brytanii.

²¹ Patrz np.: *Prasa, radio i telewizja w świecie*, red. B. Golka, Warszawa 1980 oraz S. Miszczak, wyd. cyt., R. Collins, *Satellite...*, wyd. cyt., s. 78-104, J. Raszkowski, *Telewizja Kablowa*, Warszawa 1982, s. 27-74 oraz *Eurostat Yearbook at a Glance. Facts through Figures*, Luxembourg 1998, s. 95-142.

Regulująca na poziomie ogólnopaństwowym instytucjonalno-programową sytuację w brytyjskich mediach *Royal Charter*, określała trzy podstawowe zadania przyporządkowane nadawcy. W tym przypadku odnosiło się to bezpośrednio do BBC. Zostały one wymienione w bardzo ważnej kolejności: informacja, edukacja, rozrywka²². Ten układ powinien się stać wyznacznikiem dla każdej publicznej stacji telewizyjnej. Jednocześnie karta ta wprowadzała zakaz emisji reklam w BBC, a także sankcjonowała przyznawanie BBC przez parlament brytyjski 10-letniego, odnawialnego mandatu na wykonywanie działalności nadzorczej i emisyjnej. Model ten wywodził się jeszcze z XIX w. Jego podstawą było oddzielenie kwestii kultury od problematyki ekonomicznej, mające gwarantować BBC wypełnianie dwóch podstawowych funkcji: informacji i edukacji²³, bez nadwierzającego tę zasadę konkurowania z nieistniejącą jeszcze w wówczas telewizją komercyjną. Dzięki tej właśnie podstawie z początku monopolistyczny, a następnie dualistyczny system brytyjski stał się modelowym rozwiązaniem dla wielu europejskich systemów telewizyjnych.

W 1951 roku, nie nadążając z powodu zniszczeń wojennych za dynamicznie rozwijającą się telewizją amerykańską, Wielka Brytania opublikowała *Beveridge Report*. Dotyczył on gruntownych zmian w ramach BBC, mających wesprzeć rozwój radiofonii i telewizji brytyjskiej. Kwestie powołania nadawców komercyjnych zostały tam poruszone, ale z zastrzeżeniem, że w trosce o poziom emitowanych programów nie jest to jeszcze możliwe. Jednak już w następnym roku, w związku z silnymi naciskami ze strony prywatnego kapitału, agencji reklamowych i producentów sprzętu elektronicznego oraz zmianą partii rządzącej, a także rosnącym liberalizmem gospodarczym połączonym z brytyjską niechęcią do monopolu²⁴, w opublikowanym przez rząd *The White Paper* zapowiedziano zmiany. W 1954 roku rząd przyjął *Television Act*²⁵ otwierający ograniczone możliwości do powstania stacji komercyjnych. Nadzorowaniem tego procesu i samych stacji miała się zająć ITA (*Independent Television Authority*) – Niezależna Rada ds Telewizji. Jej polityka była gwarantem proporcji między

²² Za: M. Esslin, *The Age of Television*, Stanford 1981, s. 99.

²³ A. Silj, *The New Television in Europe*, London 1993, s. 296, za: K. Doktorowicz, W. Dudek, *Brytyjski model komercjalizacji telewizji i początek transformacji telewizji w Polsce*, Katowice 1995, s. 15.

²⁴ Problematyka tworzenia monopolu, szczególnie w sferze własności mediów jest jednym z najsilniejszych ograniczeń funkcjonujących w gospodarce światowej. Wiele fuzji, ze względu na zastrzeżenia dotyczące właśnie możliwości powstania sytuacji monopolistycznej, nie ma szansy na powstanie. Z tego powodu odwołano choćby w lipcu 2000 roku fuzje firmy *Sprint z World Camp* oraz *Carlton Communications z World News & Media*.

²⁵ Ustawa Komunikacyjna, niektóre źródła - K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 16-17 oraz *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999, s. 560, podają inną nazwę tego dokumentu: *Broadcasting Act*.

wysoką oglądalnością a ograniczoną liczbą reklam ona również miała przyznawać licencje oraz zajmować się kwestiami technicznymi i finansowymi.

Zniesienie monopolu BBC miało (co pozornie może wydać się dziwne – ale odniosło przynajmniej częściowo oczekiwany skutek) zagwarantować nieobniżenie standardów (*sic!*), chronić przed nadużyciami (szczególnie w zakresie informacji), włączyć prywatnych inwestorów w życie społeczne, obniżyć zaangażowanie finansowe państwa. Ta arbitralna decyzja początkowo nie spotkała się ze zrozumieniem społeczeństwa. Dzięki tej demonopolizacji, w 1956 roku²⁶ mogła powstać ITV (*Independent Television*) – pierwsza europejska telewizja komercyjna. Jednak pozostając telewizją komercyjną, musiała wypełniać pewne elementarne zobowiązania należące do zakresu działań służby publicznej. Najistotniejsze zobowiązania dotyczyły sfery jakości całego programu oraz technicznych warunków przekazu²⁷.

Już w pierwszym okresie po uruchomieniu ITV docierała do 20% audytorium BBC. W ciągu zaledwie roku spośród widzów mających dostęp do programu BBC i ITV, prawie 75% odbiorców wybierało telewizję komercyjną²⁸. Samofinansowała się ona całkowicie z reklam. Stworzono specjalne przepisy obejmujące także kwestie sponsoringu. ITV była kontrolowana przez ITA pod względem dobrego smaku i nieobrażania uczuć odbiorców poprzez treści zawarte w emitowanych audycjach. Regionalny przekaz konstruowany przez ITV realizowany był za pośrednictwem *Independent Television – Chanel 3*. Z kolei BBC miało swoje przedstawicielstwa nadawcze w Szkocji, Irlandii Północnej i Walii. Na dłuższy czas sytuacja wśród ogólnobrytyjskich nadawców telewizyjnych została ustabilizowana.

W ciągu następnych lat wielokrotnie stawiano różnego rodzaju zarzuty, tak w stosunku do nadawcy komercyjnego, jak i samego organu kontrolnego – ITA²⁹. Zmodyfikowano nawet Ustawę komunikacyjną, umożliwiając większą kontrolę nad emisją programu ITV, w szczególności reklam.

Jednak najistotniejsze zmiany pojawiły się w 1973 roku w postaci nowej ustawy o nazwie *Sound And Broadcasting Act*, która przeorganizowała ITA w IBA (*Independent Broadcasting Authority*) i rozszerzała uprawnienia tej instytucji

²⁶ Inne źródła sugerują datę 1955, jako rok przyznania licencji i rozpoczęcia nadawania, za: S. Miszczak, wyd. cyt., s. 241.

²⁷ Por.: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/muhome/cshtml/media/peacock.html> (Cultsock: CCMS Infobase – mass media: public service broadcasting) oraz K. T. Toeplitz, *Szkice edynburskie czyli system telewizji*, Warszawa 1979, s. 27-28.

²⁸ Dane liczbowe za: K. Ward, wyd. cyt., s. 181, 185.

²⁹ Np. *Raport Komitetu Pilkingtona z 1961 roku*.

w taki sposób, że stała się ona odpowiednikiem BBC dla telewizji komercyjnej. Do zadań ITA należała głównie kontrola nad jakością emitowanych audycji, włącznie z reklamami.

Kolejnym istotnym dokumentem był ogłoszony w 1981 roku *Broadcasting Act*. Powoływał on do życia *Chanel 4*. Stało się to dopiero w kilkanaście lat po zapowiedzianym starcie kolejnego programu komercyjnego. Formułą miał być on bardziej zbliżony do utworzonego w 1964 roku drugiego programu BBC, który prezentuje materiał dużo ambitniejszy niż BBC-1, skierowany do węższego grona odbiorców³⁰. Dzięki powstaniu bardzo popularnego dziś drugiego programu telewizji komercyjnej, rozwinęła się w Wielkiej Brytanii produkcja niezależna, którą kanał ten emituje w bardzo dużym wymiarze czasu.

W ten sposób ukształtowała się obecna architektura audiowizualnego systemu³¹ w Wielkiej Brytanii. Pomimo wielu drobnych zmian, rozszerzania zasięgu nadawania przez poszczególne stacje, związanych z pojawieniem się nowych technologii przekazu, wielu dyskusji toczonych nad zasadami funkcjonowania i kontroli nadawców komercyjnych, a od lat 80. również nad zasadą funkcjonowania BBC, ten stabilny model do tej pory jest najdoskonalej opracowanym systemem telewizyjnym w Europie. Warto jeszcze zaznaczyć, że od lat 90. funkcjonuje w Wielkiej Brytanii *Chanel 5* o kombinowanym systemie dochodów³².

1.2. Liberalizacja

W latach 80. w Europie, istniały zasadniczo cztery demokratyczne warianty systemu telewizji:

- w 100% publiczny (tzw. abonamentowy) – Belgia, Dania, Norwegia, Szwecja;
- dochodu kombinowanego (czyli publiczny o zróżnicowanych źródłach dochodu
- głównie opłaty abonamentowe oraz reklamy) – Austria, Francja, Niemcy, Grecja, Irlandia, Holandia, Portugalia, Hiszpania, Szwajcaria;

³⁰ Nieodparcie nasuwa się tu skojarzenie z dawnym podziałem funkcjonującym w polskiej telewizji.

³¹ Szczegółowe dane i opis dziejów od czasu rządów Margaret Thatcher oraz aktualnej sytuacji systemu telewizyjnego Wielkiej Brytanii znajduje się w: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt.

³² Interesująca publikacja poruszająca problemy telewizji publicznej w oparciu o model BBC, wraz ze szczegółowym opisem jego zmian jest: R. Bartoszcze, L. Słupek, *Telewizja – dobro kultury czy element rynku*, Rzeszów 2001.

- dualistyczny – Wielka Brytania (prywatny inwestor od 1954), Finlandia (prywatny inwestor od 1959), Włochy (prywatny inwestor od 1976)³³;
- komercyjny – Luksemburg, Monako, Andora³⁴.

Bardzo istotny jest także piąty system, częściowo noszący znamiona publicznego, nazywany systemem państwowym³⁵. Przykładem takich telewizji były telewizje dawnych państw socjalistycznych i ZSRR, gdzie pomimo uiszczania opłat abonamentowych przez wszystkich posiadaczy odbiorników telewizyjnych oraz radiowych, pieniądze te i tak trafiały do wspólnej kasy państwa i dopiero stamtąd były odpowiednio rozdysponowywane, bardzo często na cele niezwiązane z ich pierwotnym przeznaczeniem. Również telewizja portugalska i hiszpańska w czasie dyktatury Caetano Salazara (do 1974 roku) i Bahamonde Franco (do 1975 roku) reprezentowały system państwowy³⁶. Pod względem programowym telewizja taka była bezpośrednim organem władzy państwowej.

Telewizję państwową opisują dwie definicje: „radykalna” oraz „liberalna”³⁷. W rozumieniu definicji „radykalnej” taka telewizja jest nadawcą całkowicie zależnym od władz państwa, zarówno pod względem finansowania, jak i w kwestiach programowych. Ponadto kwestie ideologiczne całkowicie przysłaniają pozostałe cele, być może poza obowiązkiem finansowania działalności telewizyjnej przez odbiorców.

Definicja „liberalna” przyznaje status telewizji państwowej tym systemom telewizyjnym, w których instytucja nadzorcza jest bezpośrednio zależna od rządu, przezeń mianowana (nie chodzi tu tylko o zatwierdzenie przez parlament), lub jest jego agendą. Taki system panował w Grecji, we Włoszech i we Francji³⁸. Wyraźnie zatem widać, że problem podziału telewizji państwowej według określenia liberalnego i radykalnego bezpośrednio związany jest ze stopniem upolitycznienia instytucji nadzorczej, a co za tym idzie, i samej telewizji. W Europie radykalnie rozumiana telewizja państwowa staje się reliktem

³³ Wielka Brytania – ITV, Finlandia – YLE 1, Włochy – RAI 1.

³⁴ Por.: P. J. Humphreys, *Mass Media and Media Policy in Western Europe*, Manchester 1996, s. 125 oraz J.-P. Brossard, *Bitwa o audiowizję*, „Film na Świecie”, 1990, nr 376, tłum. Grażyna Stryszowska, s. 5. Z kolei analogiczny opis form organizacji telewizji w świetle funkcjonowania telewizji kablowej opisany jest w: J. Raszkowski, wyd. cyt., s. 20-22.

³⁵ W uwarunkowanym trójdzielnie (środki personalno-polityczne, środki prawno-proceduralne, środki ekonomiczne) podziale mediów zaproponowanym w: M. Mrozowski, *Między...*, wyd. cyt., s. 208-210, ten typ telewizji (medium) przynależy do grupy przekaźników monopolistycznych. Dwie pozostałe grupy, to przekaźniki publiczne i komercyjne.

³⁶ Por.: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 53.

³⁷ Por.: tamże.

³⁸ Za: J. G. Blumler, *Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting*, London 1992, s. 12.

przeszłości, jednak, jak wskazują pewne wydarzenia³⁹ oraz obraz wielu systemów telewizyjnych, władza państwowa w dalszym ciągu pozostaje bardzo istotnym elementem funkcjonowania tego układu.

Nadawca publiczny jest zobowiązany do adresowania swych programów do wszystkich obywateli, dbając jednocześnie o dobro publiczne, pojmowane jako prawo do informacji, edukacji i rozrywki⁴⁰. BRU (*Broadcasting Research Unit*) definiuje kilka celów, jakie muszą być wypełniane przez nadawcę publicznego w ramach jego działalności, określanej jako służba publiczna:

- powszechność nadawanych programów w wymiarze geograficznym, zapewniającym dotarcie sygnału do wszystkich obywateli;
- zaspokajanie różnorodnych gustów i upodobań;
- uwzględnianie w zawartości i strukturze programowej potrzeb mniejszości;
- umacnianie i zaspokajanie narodowej i państwowej tożsamości;
- niezależność od ekonomicznych i politycznych interesów;
- finansowanie przez oglądających;
- prymat jakości nad oglądalnością;
- produkcyjna niezależność twórców⁴¹.

Jak widać, pewne sprzeczności między niektórymi z powyższych punktów stawiają przed odpowiedzialnym nadawcą publicznym ogrom zadań. Ale przy ciągle postępującym rozwoju ekonomicznym i politycznym w państwach Europy Zachodniej doszło do sytuacji, w której zaistniała potrzeba pojawienia się nadawcy, który nie będzie musiał spełniać wszystkich tych warunków⁴². Jednym słowem, będzie nadawcą prywatnym. Sytuacja taka powstała w państwach europejskich na początku lat 80. – po raz pierwszy od ukształtowania się audiowizualnego systemu monopolistycznego w latach 20. naszego wieku. W ten sposób rozpoczął się proces określany w polityce Unii Europejskiej jako „deregulacja”. Zmienił on całkowicie sytuację na rynku medialnym w Europie⁴³. Towarzyszyły mu także przemiany w innych dziedzinach gospodarki – wszystkie o charakterze denacjonalizacyjnym. Dzięki temu zjawisku przekaz telewizyjny, traktowany dotychczas jako dobro

³⁹ Jak choćby naruszenia prawa wolności prasy w Jugosławii na przełomie 1999 i 2000 roku oraz wydarzenia z Białorusi i z Czech.

⁴⁰ Za: A. Lange, J.-L. Renaud, *The Future of the European Audiovisual Industry*, Manchester 1988, s. 53.

⁴¹ Zasady dotyczące funkcjonowania telewizji publicznej w sposób bardziej szczegółowy opracowane są w części poświęconej opisowi aktualnej sytuacji telewizji publicznej w Europie.

⁴² Jakubowicz upatruje jedną z przyczyn powstania koncepcji demokratyzacji mediów, w kontestacyjnych ruchach lat 60. i 70., pragnących obalić *monopol społeczny*, za: K. Jakubowicz, *Deregulacja i komercjalizacja radia i telewizji*, wyd. cyt., s. 38-39.

⁴³ Por.: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 24-27.

kulturowe, co w dużej mierze było spuścizną brytyjskiego modelu telewizji, stał się elementem gier rynkowych. W telewizji zaczął z wolna dominować model amerykański, traktujący sferę audiowizualną przede wszystkim jako domenę gospodarki i rynku.

Na polu europejskiego prawodawstwa i orzeczeń Trybunału Europejskiego prywatni inwestorzy mieli już dobrze przygotowany grunt zaistnienia na polu mediów. Proces ten jednak, mimo że rozpoczął się na początku lat 80., do tej pory nie został jeszcze w wielu krajach ostatecznie zakończony. Na jego drodze stanęły, z jednej strony, wewnętrzne systemy telewizyjne państw członkowskich, z drugiej zaś względy ekonomiczne oraz nowe technologie. Pierwsza przeszkoda, dość zresztą niespodziewanie, okazała się najmniej poważną. W rezultacie dostosowywania prawodawstwa narodowego do wytycznych wspólnotowych bardzo opłaczalne stało się wydawanie koncesji i pozwoleń na telewizję prywatną, lub, jak się to czasem określa, „telewizję reklamową” (*advertisement television*), w przeciwieństwie do „telewizji abonamentowej”, czyli publicznej (*licence television*). We wczesnych latach 80. nie mogło być naturalnie jeszcze mowy o „telewizji płatnej” (*pay-tv*), rodziła się także dopiero idea nadawcy społecznego. Oczywiście, przed poszczególnymi rządami stało ogromne zadanie opracowania nowych zasad udziału komercyjnych nadawców w rynku, ale pewna część tej pracy została już wykonana, a przynajmniej nakreślono jej kierunek⁴⁴.

W kontekście takich zmian pojawiły się na forum europejskim cztery zasadnicze pytania:

1. Jakie szczegółowe regulacje powinny się odnosić do telewizji prywatnych, szczególnie w kwestii przyznawania koncesji?
2. Jak zbudować i utrzymać wyraźne rozróżnienie między telewizją prywatną i publiczną, zarówno w ich polityce, jak i działaniach programowych?
3. Jak skonstruować i usankcjonować wzajemne stosunki między telewizją publiczną i prywatną?
4. Jaka ma być rola telewizji publicznej wobec szybkiego rozwoju telewizji komercyjnych?

Na pierwsze trzy pytania każde państwo członkowskie, wspierane przez ustawodawstwo i oficjalne dokumenty Wspólnot, znalazło własne odpowiedzi.

⁴⁴ Najszybciej komercjalizacja została zrealizowana w Wielkiej Brytanii i we Francji.

Czwarte pytanie sygnalizuje problem bardzo istotny⁴⁵, który szczególnie w ostatnim czasie znalazł się wśród aktualnych problemów Unii Europejskiej i Polski. Obecnie wszystkie telewizje publiczne są pod bardzo ścisłą obserwacją. Podana wcześniej definicja telewizji publicznej wskazuje na kilka ważnych elementów, które nie zawsze i nie do końca są wypełniane przez telewizje niekomercyjne. Szczególnie istotna jest tu kwestia utrzymywania się w całości z opłat abonamentowych – większość telewizji publicznych część swych dochodów czerpie z reklam. Procent dochodu z reklam nadawców publicznych⁴⁶ na przełomie lat 1985 i 1986 roku przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Udział dochodu z reklam nadawców publicznych w latach 1985-1986

Państwo	Nadawca	Udział w proc.
Austria	ORF	36,7
Finlandia	YLE	23,0
Francja	A2	62,0
	FR3	18,0
Niemcy	ARD	12,4
	ZDF	37,0
Grecja	ERT1	21,2
	ERT2	80,8
Włochy	RAI	32,7
Irlandia	RTE	33,0
Holandia	NOS	35,1
Portugalia	RTP	43,9
Hiszpania	RTVE	97,6
Szwajcaria	SSR	26,2

Źródło: P.J. Humphreys, *Mass Media and Media Policy in Western Europe, Manchester 1996*, s. 127.

Względy ekonomiczne również stawały na drodze do powstania i rozwoju telewizji komercyjnych; bezpośrednio wiążą się one z nowymi technologiami oraz wewnętrznym prawem państw członkowskich. W niektórych państwach przepisy

⁴⁵ Por.: *Unia Europejska o finansowaniu nadawców publicznych*, „Aktualności Telewizyjne” (dalej „ATV”), 1998, nr 1, s. 23-28.

⁴⁶ Nowsze dane na ten temat, nieuwzględniające jednak zawartości procentowej przychodu z reklam w ogólnym przychodzie nadawcy, zawarte są w: *Audio-visual Statistics. Report 1995*, Bruksela-Luksemburg 1996, s. 54-57 oraz w: *The Audio-visual Sector in the European Economic Area in the 1990s*, „Statistics in Focus”, 1998, nr 2, Luksemburg 1998, s. 7-8.

dotyczące stacji prywatnych są na tyle surowe, a potencjalny rynek tak mały, że w ogóle nieopłacalne jest zakładanie prywatnych stacji telewizyjnych na ich terenie.

Trudno jest przy tak skomplikowanej sytuacji, która panuje w całej Europie, mówić o praktycznej „deregulacji”⁴⁷, do jakiej miało dojść na początku lat 80. Dlatego też bardziej jestem skłonny owym przemianom przypisać określenie „liberalizacja”⁴⁸. Proces ten bowiem umożliwił pewien kierunek rozwoju, w żaden jednak sposób nie zmniejszył liczby przepisów, jakie obowiązywały i obowiązują w poszczególnych państwach członkowskich i w całej Unii Europejskiej.

Można oczywiście zastanawiać się, czy nie była to „reregulacja”⁴⁹ lub „liberalizująca reregulacja”, ale mimo prowadzenia poważnych badań na ten temat⁵⁰, wydaje się iż jest to jedynie poszukiwanie lepszych słów do wyrażenia tego, co zaszło w Europie. Na temat prawnych i ekonomicznych uwarunkowań tego procesu oraz technologicznych układów i zależności między poszczególnymi typami telewizji: prywatnym i publicznym, naziemnym i satelitarnym i wszelkimi możliwymi wariacjami tych rodzajów można powiedzieć bardzo wiele, jednak wykracza to poza zakres tego opracowania⁵¹.

Deregulacyjne zmiany na poziomie narodowym, wraz z rozpoczęciem procesu zmierzającego do utworzenia jednolitego rynku, stały się silnym impulsem do wypracowania wspólnotowych podstaw prawnych regulujących tę dziedzinę. Długoterminowe konsekwencje deregulacji można opisać w kilku głównych punktach, związanych ze zmianami zachodzącymi w funkcjonowaniu europejskich mediów:

- wzrost znaczenia mediów komercyjnych kosztem mediów publicznych (nie było to dostrzegane na samym początku procesu, gdyż telewizja publiczna dominowała na rynkach);
- odejście od celów ustalanych nadrzędnie (często przez państwo) do celów rynkowych;

⁴⁷ Na temat jej praktycznego wymiaru, popartego przykładami czytaj więcej w: K. Jakubowicz: *Deregulacja i komercjalizacja radia i telewizji w Europie Zachodniej. Niektóre przyczyny i konsekwencje*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 3/4, s. 28-36.

⁴⁸ Podział na deregulację oraz liberalizację został wprowadzony za: J. Hawkins, M. Foster, *TV in 1992*, London 1989, s. 22-23.

⁴⁹ Rozróżnienie pomiędzy deregulacją a reregulacją zostało przedstawione w: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 25-26. Reregulacja jest tam opisana jako skutek deregulacji, wprowadzający na zderegulowanym rynku mediów nowe przepisy, mające zdefiniować zasady funkcjonowania nadawców komercyjnych. Dla takiego rozróżnienia brak poparcia w obcojęzycznych źródłach oraz nie występuje wyraźny cezurą czasowa rozgraniczająca te dwie formy działań. Generalnie cały ten proces związany był ze zmianą sytuacji prawnej i ekonomicznej w dziedzinie mediów i należy go traktować jako jednolite zjawisko, bez względu na używane określenia.

⁵⁰ P. J. Humphreys, wyd. cyt., s. 257, 305 oraz A. Lange, wyd. cyt., s. 11.

⁵¹ Więcej w: J. G. Blumler, wyd. cyt., s. 26-27.

- odejście od dominacji nadawców narodowych do ponadnarodowych;
- zmniejszenie znaczenia personelu przy kreowaniu wizerunku stacji, na rzecz właścicieli, administratorów i specjalistów do spraw reklamy⁵².

Zmiany te były ściśle związane z całym procesem zachodzących przeobrażeń i choć nie miały one bezpośredniego wpływu na początkową fazę funkcjonowania systemu telewizyjnego po zainicjowaniu deregulacji, to one właśnie decydują o obecnym jego kształcie.

Nowa telewizja, jaka pojawiła się po liberalizacji w Europie, była – wzorem telewizji amerykańskiej – telewizją komercyjną. Jednak telewizja ta nie była dokładną kalką prężnego systemu amerykańskiego. Prawdopodobnie dzięki temu oraz za sprawne przyzwyczajenia widzów nie doszło wówczas do upadku publicznych mediów audiowizualnych. Poza niewątpliwymi problemami, z jakimi z powodu deregulacji zetknęła się telewizja publiczna, pojawiło się kilka pozytywnych zjawisk, które zostały wskazane już przy opisie komercjalizacji brytyjskiego rynku audiowizualnego na początku lat 50. Spośród efektów komercjalizacji, dostrzeganych na poziomie programowym i stanowiących wtórny i długookresowy efekt liberalizacji, do najistotniejszych zdają się należeć:

- koncentracja w czasie *prime time* audycji o niskim poziomie;
- wydłużenie czasu nadawania w ciągu dnia, a nawet pojawienie się programów całodobowych;
- minimalizacja liczby wykorzystywanych form gatunkowych, poprzez emisje gatunków charakteryzujących się na poziomie formalnym i treściowym najwyższymi wskaźnikami oglądalności⁵³;
- stopniowa hybrydyzacja programów komercyjnych i publicznych, przejawiająca się upodabnianiem struktury wewnątrzprogramowej⁵⁴.

Tylko dzięki tym przemianom możliwe było coraz szersze docieranie, zarówno w wymiarze przestrzennym, jak i czasowym, do odbiorców. Wyzwolenie się w wielu krajach spod opiekuńczych skrzydeł rządu pozwoliło zwiększyć ofertę programową i w ten sposób zaspokajać gusty i zainteresowania odbiorców. Także pojawienie się na niespotykaną dotychczas skalę reklamy telewizyjnej, która stała

⁵² Za: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/muhome/cshtml/media/eu.html> (Cultsock: CCMS Infobase – broadcasting in the EU).

⁵³ Charakterystyczny w tym przypadku jest zróżnicowany udział gatunkowy w polskich telewizjach koncesjonowanych i publicznych, wskazany w dalszej części pracy.

⁵⁴ Za: K. Jakubowicz, *Kierunki ewolucji radia i telewizji w Europie Zachodniej*, „Przekazy i Opinie”, 1984, nr 3/4, s. 101.

się obecnie podstawową formą promocji produktów⁵⁵, wywarło pozytywny wpływ na rozwój ekonomiczny Europy.

Jednocześnie jednak przemiany te ulokowały ostatecznie telewizję w sferze zainteresowania grup biznesu. Komercjalizacja spowodowała w ten sposób zmiany świadomości europejskiej w spojrzeniu na telewizję. Okazało się bowiem, że można na niej zarobić. Kształtowanie się nowego źródła kapitału nie tylko dało silny bodziec do rozwoju tej dziedziny gospodarki, ale także doprowadziło do kryzysu telewizji publicznej.

1.3. Problematyka telewizji publicznej

Na gruncie europejskim media publiczne są bardzo ściśle związane z koncepcją społeczeństwa informacyjnego. Jego rozwój jest zdeterminowany przez wszelką aktywność mającą za zadanie podtrzymanie oraz upowszechnianie przekazu. Może być to jeden z ważniejszych powodów, dla jakich media publiczne pozostaną trwałym elementem europejskiego systemu telewizyjnego⁵⁶. Zjawisko to jest bezpośrednio związane ze swoistą interpretacją misji mediów publicznych, która pokrywa się z europejskim sposobem podejścia do problematyki społeczeństwa informacyjnego. Zgodnie z nim najistotniejsze staje się uznanie prymatu treści nad technologią, niedopuszczenie do dehumanizacji nowych form funkcjonowania przekazu, a także wczesne rozpoznawanie i możliwie szybkie przeciwdziałanie wszelkim negatywnym zjawiskom związanym z urynkowionymi aspektami rozwoju społeczeństwa informacyjnego⁵⁷. Taki stosunek do mediów publicznych może stanowić jedyne usprawiedliwienie zachwiania zasad uczciwej konkurencji, dającej im możliwość utrzymywania się nie tylko z opłat abonamentowych, ale w przeważającej części z reklam, co powinno stanowić domenę tylko telewizji komercyjnych.

Poza opracowaną przez pierwszego dyrektora BBC Lorda Reitha triadą: informacja edukacja rozrywka zasady dotyczące służby publicznej przypisanej

⁵⁵ W ostatnim czasie można dostrzec pierwsze oznaki podobnych promocji przeprowadzanych za pośrednictwem internetu i wzrostu znaczenia tego środka przekazu w takich działaniach. Film Daniela Myricka i Eduardo Sancheza *The Blair Witch Project* z 1999r. osiągnął tak wielką popularność (głównie w USA), właśnie za pośrednictwem szeroko zakrojonej kampanii prowadzonej w internecie.

⁵⁶ Por.: Blumler i Siune za: s. 59, za: K. Doktorowicz, *Europejska Definicja Społeczeństwa Informacyjnego*, s. 54-60, „Transformacje”, 1-4/1997.

⁵⁷ Za: wypowiedź Luca Soete podczas seminariów na temat warunków niezbędnych do wprowadzenia Społeczeństwa Informacyjnego, zorganizowanego 17 czerwca 1997 roku. Jej skrót znajduje się w: *Społeczeństwo Informacyjne*, „BIKRRIT”, 1997, nr 8, s. 4-5, 7 oraz na podstawie informacji z *Raportu Peacocka* za: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/>

publicznemu radiu i telewizji zostały, o czym już wcześniej wspominałem przy okazji deregulacji, opracowane przez BRU w latach 80⁵⁸. Stanowiły one odpowiedź na jedno z pytań, jakie pojawiło się w wyniku rozpoczęcia procesu liberalizacji, odnosząc się bezpośrednio do zasad pozwalających na sprawne funkcjonowanie telewizji publicznych w nowym paradygmacie konkurencji z telewizjami reklamowymi. Jednocześnie zasady te wprowadzały bardzo wyraźne rozróżnienie między telewizjami wypełniającymi służbę publiczną a stacjami komercyjnymi. Nie stanowią one zbioru niepowiązanych ze sobą przykazań, ale są logicznym tokiem rozumowania, a każda kolejna wynika bezpośrednio z poprzedniej⁵⁹.

Pierwsza zasada określa konieczność *dostępu do sygnału nadawców publicznych całej ludności*, także tej zamieszkałej na obszarach o słabym zaludnieniu, gdzie dostarczanie sygnału telewizyjnego (i radiowego), w przeliczeniu na „efekt oglądalności” ze względu na poniesione nakłady jest komercyjnie nieopłacalne. Nadawcy prywatni mogą bez większych strat odbiorczych pominąć minimalny procent ludności zamieszkującej te rejony, telewizja publiczna nie ma prawa postąpić w ten sposób.

Kolejna odnosi się do innego ograniczenia, także związanego z mniejszością, a dotyczącą konieczności zaspokajania wszystkich gustów i oczekiwań. Przynależna nadawcom komercyjnym zasada maksymalizacji oddziaływania, przejawiająca się w jak najwyższych wskaźnikach oglądalności jest w przypadku służby publicznej zastępowana przez maksymalizację szans (wyboru). Szczególne pojęcie demokracji uznawanej przez służby publiczne nie koncentruje się na zaspokajaniu jak najszerszej reprezentowanych gustów, ale na zaspokajaniu gustów każdego odbiorcy. Stąd, między innymi, wynika wskazana dalej różnorodność gatunkowa audycji pojawiających się w telewizji publicznej, stąd także mniej istotny aspekt dążenia do jak najwyższej oglądalności jej programów. Nadawca wypełniający misję w ramach służby publicznej musi dbać o to, aby audycje popularne były dobre, natomiast audycje dobre (ambitne) były popularne.

muhome/cshtml/media/peacock.html (Cultsock: CCMS Infobase – mass media: public service broadcasting).

⁵⁸ Za: *Koncepcja służby publicznej radia i telewizji brytyjskiej – główne zasady*, tłum. A. H. Wasilewska, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 3/4, s. 203-212.

⁵⁹ Za: R. Bartoszcze, L. Słupek, *Telewizja...*, wyd. cyt., s. 23-27.

Zasada trzecia dotyczy szczególnej wagi przywiązywanej do dbałości o mniejszości, szczególnie w jakiś sposób upośledzone. Podczas gdy poprzedni punkt odnosi się do grup, które mają świadomie ukształtowane zainteresowania i stąd wynika ich specyfika, ten zwraca szczególną uwagę na mniejszości, które są zepchnięte na margines ze względu na pewne niezależne od nich uwarunkowania. Znajdują się wśród nich osoby o ograniczonych możliwościach fizycznych, uniemożliwiających pełny odbiór standardowej emisji telewizyjnej, a także osoby zepchnięte kulturowo lub wiekowo na margines funkcjonowania w społeczeństwie.

Kolejne zadanie przynależne nadawcom publicznym dotyczy samoświadomości wpływu ich działań na kształtowanie poczucia tożsamości i wspólnoty narodowej swoich rodaków. O tej zasadzie bardzo często się zapomina, promując głównie idee globalistyczne, pomijając podkreślanie wspólnoty wszystkich, którzy mogą powiedzieć, że mają jedną ojczyznę. Poza tym odnosi się ona także do specyficznego opracowywania podawanych treści, nakierowanych przede wszystkim na ich narodowe uwarunkowania i odniesienia. Szczególnie wyraźnie widać tu rozgraniczenie od nadawców komercyjnych, którzy w erze globalizacji i kształtowania nieograniczonego społeczeństwa informacyjnego chętnie promują treści ogólne i powszechne – wydatnie podnoszące oglądalność, często niezwiązane z realiami narodowymi.

Piąta zasada to podział na media publiczne i państwowe, nakazujący tym pierwszym pełną izolację od grup nacisku, w szczególności od rządu. Tylko całkowite podporządkowanie się tej normie może zapewnić mediom realne stanie na straży demokracji i pluralizmu oraz służebne funkcjonowanie w stosunku do społeczeństwa. Oczywiście zawsze istnieje konieczność funkcjonowania instytucji nadzorczej w stosunku do nadawcy publicznego, jednak powinna ona być niezależna politycznie, natomiast telewizja publiczna musi odpowiadać za swoje działania nie przed rządem, ale przed zgromadzeniem parlamentarnym.

Szósty punkt, który w dalszej części opisuję bardziej szczegółowo, dotyczy zasady, że główna publiczna instytucja nadawcza powinna być finansowana bezpośrednio przez użytkowników. Opłaty abonamentowe zawsze budziły kontrowersje, jednak ich funkcjonowanie związane jest nie tylko z powszechnością emitowanego sygnału publicznego, ale także z niezależnością nadawcy publicznego. Żadna z możliwości mogących zastąpić te opłaty (państwowe dotacje, *ppv*, opłaty uiszczane przez nadawców komercyjnych) nie okazała się na tyle

dobrym rozwiązaniem, aby doprowadzić do jej powszechnego przyjęcia. Każda z nich bowiem w jakiś sposób wpływała na któryś z elementów statusu realizowanej przez instytucje nadawcze służby publicznej, zmieniając go w sposób naruszający jej podstawowe zasady.

Kolejna norma dotyczy konkurencji w jakości programów, a nie w liczbie widzów. Przy czym określenie liczby dotyczy zarówno grupy odbiorczej jak i ilości produkcji oryginalnych, emitowanych w programie i mających zainteresować widza swoją różnorodnością.

Ósma zasada dotyczy stwarzania możliwości tworzenia programów twórcom, a nie ograniczaniem ich. Zasady programowo-treściowe realizowanych audycji winny być określane przez ogólne wskazówki, a nie restrykcyjne prawo, co jest wyrazem pełnej demokracji i pluralizmu w mediach publicznych i co powala na daleko idącą swobodę twórczą.

Mimo że zasady te zostały opracowane już u progu epoki rozkwitu nadawców komercyjnych w Europie, to jednak nie stanowią one wystarczającego określenia, zastępującego tak trudną do zdefiniowania „służbę publiczną”⁶⁰.

1.3.1. Sytuacja ogólna

Deregulacja była pierwszą przyczyną drastycznych zmian związanych z poziomem udziału w rynku widowni telewizji publicznych. Kolejnymi zjawiskami o podobnym charakterze było upowszechnienie przekazów kablowego i satelitarnego oraz powstanie i rozwój technologii cyfrowego przekazu sygnału telewizyjnego. Zmiany oglądalności (głównie spadkowe) telewizji publicznej, jakie dokonały się w związku z powszechnym dostępem odbiorców do tych udoskonaleń technologicznych, pokazuje tabela 2.

Pojawienie się na rynkach europejskich telewizji platform cyfrowych zmusiło nadawców w wielu państwach europejskich do przeprowadzenia gruntownych reform (Dania, Francja, Norwegia), gdyż średni spadek oglądalności telewizji publicznej związany z tym zjawiskiem wyniósł około 15%. Przyczyniła się do tego bogata oferta programów, krajowych i zagranicznych, oferowana za pośrednictwem platform cyfrowych. Nawet emisja programów telewizji publicznej

⁶⁰ Telewizja w takim samym stopniu jak jest instrumentem służby publicznej jest także narzędziem kontroli nad widzem. Problemy z definicją służby publicznej w świetle takiego spojrzenia na to zagadnienie, na przykładzie dualistycznego systemu brytyjskiego: BBC – ITV, reprezentowane jest przez w: K. T. Toeplitz, *Szkice...*, wyd. cyt. s. 20-31.

za pośrednictwem platform cyfrowych, co ma również miejsce

Tabela 2. Procentowe zmiany oglądalności telewizji publicznej na świecie w latach 90.

	1991-1994 ¹	1994-1997 ²
USA(PBS)	12,3	-8,6
Belgia (RTBF)	-9,4	3,4
Belgia (VKT)	-2,4	-1,2
Dania (DR)	-8,3	-0,9
Dania (Tv2)	-2,8	-1,6
Francja (F2)	5,5	-1,6
Francja (F3)	11,6	3,7
Hiszpania (RTVE)	-13,1	-4,0
Holandia (NOS)	-6,9	-6,6
Niemcy (ARD)	-11,0	0,7
Niemcy (ZDF)	-12,5	-7,4
Portugalia (RTP)	-17,2	-12,4
Szwecja (SVT)	-10,2	-5,9
Wielka Brytania (BBC)	-1,3	-0,5
Włochy (RAI)	-1,9	1,5
Norwegia (NRK)	-5,6	-2,6
Polska (TVP)	-6,0	-11,2

¹ lata zwiększonej ekspansji telewizji satelitarnych i kablowych
² lata wprowadzenia i rozwoju telewizji cyfrowych

Źródło: „Rzeczpospolita”, 28.02.00, s. A5

w Polsce⁶¹, nie przywróciła korzystnych proporcji oglądalności sprzed pojawienia się tej formy nadawania.

Tendencje spadkowe pojawiły się w całej Europie, także w państwach Europy Środkowej i Wschodniej. Procentowy udział telewizji publicznej w ogólnym rynku telewizyjnym z podziałem na Europę Zachodnią oraz państwa Europy Środkowej i Wschodniej w kolejnych czterech latach przedstawia tabela 3.

⁶¹ Cyfra+ emituje programy telewizji publicznej, platforma Polsatu do tej pory pozostaje w sporze z TVP dotyczącym możliwości emisji jej programów.

Tabela 3. Procentowy udział telewizji publicznej w rynku widowni w Europie w latach 1994-1997

	1994	1995	1996	1997
Europa	44	42	39	39
Europa Zachodnia	37	35	32	32
Europa Środkowa i Wschodnia	58	54	49	45

Źródło: R. Piszczek, *Fotografia europejskiego rynku, „Aktualności” Telewizyjne*, 1998, nr 9, s. 89.

Jak widać, państwa postkomunistyczne zawyżają pod tym względem wartości charakteryzujące ogólny wizerunek Europy, jednak i te dane wykazują tendencję zniżkową.

Przemiany związane z deregulacją i wprowadzeniem przekazu cyfrowego nie dotyczyły tylko oglądalności. Te dwa czynniki ukształtowały całkowicie nową strukturę światowego systemu telewizyjnego, zmieniając dominujący model nadawców. Charakterystykę poszczególnych generacji nadawców w każdym z trzech okresów wyróżnianych wskazanymi zmianami przedstawia tabela 4.

Tabela 4. Charakterystyka czterech aspektów paradygmatu trzech generacji nadawców

	I generacja głównie nadawcy publiczni	II generacja nadawcy komercyjni (w tym <i>pay-TV</i>)	III generacja nadawcy cyfrowi
Finansowanie	Środki publiczne Reklama	Reklama Telewizja płatna	Telewizja płatna Reklama
Program	Uniwersalny	Uniwersalny (ale wyższy udział rozrywki) Program „premium” (sport, filmy)	Tematyczny
Wymogi programowe	Wysokie	Średnie	Niskie
Pochodzenie programu	Przeważa produkcja własna	Własna produkcja i zakupy	Przeważają zakupy

Źródło: *Sprawozdanie KRRT z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, część informacyjna, Warszawa 1999.*

W wyróżnieniu tym zabrakło wskazania na bardzo istotny czynnik, jakim w czasie dominacji trzeciej generacji będą telewizje o charakterze lokalnym i regionalnym, które korzystając z najnowszych technologii cyfrowych zastosowanych do przekazu naziemnego lub kablowego, będą jednocześnie utrzymywać średni poziom wymogów programowych i zachowają uniwersalny (w ramach danej społeczności) charakter swoich emisji. Pochodzenie programu będzie w nich najprawdopodobniej równomiernie rozłożone między produkcję własną a zakupy zewnętrzne.

Nieodłącznym składnikiem publicznego systemu telewizyjnego w Europie są opłaty abonamentowe. Jest to zarazem element, który wzbudza bardzo wiele kontrowersji i naraża nadawcę publicznego na częste ataki ze strony telewizji komercyjnych. Pierwotnie opłaty te miały zapewniać podstawowe funkcjonowanie telewizji. Obecnie abonament stał się, co wyraźnie widać na przykładzie polskiego systemu telewizyjnego, swoistym balastem, znakiem przeszłości, traktowanym przez odbiorców jako podatek od posiadania telewizora⁶².

Obrońcy telewizji publicznej mówią o abonamencie telewizyjnym jako o gwarancie niezależności publicznych stacji telewizyjnych od zysków z reklam, co ma im umożliwiać emisję wartościowego materiału, a co za tym idzie - wypełnianie misji telewizji publicznej. Jednak w Polsce telewizja publiczna opierała swoje dochody pod koniec lat 90. w 60%, a w roku 2000 już w 70% na zyskach z reklam⁶³. Należy dodać, że w Europie średni dochód telewizji publicznych z reklam waha się między 30 a 40%⁶⁴. Nie można oczywiście nie brać pod uwagę stopnia ściągальności⁶⁵ opłat abonamentowych oraz ich wysokości. Szczególnie pierwsza kwestia staje się w Polsce problemem bardzo istotnym;

⁶² Podobnie kształtowała się w latach 80. sytuacja w Wielkiej Brytanii, gdzie sprzeciwiano się tej formie opłat na rzecz BBC. Szczegółowa analiza sytuacji publicznego systemu brytyjskiego, wraz z szerokim omówieniem kwestii dotyczących opłat abonamentowych i przyszłości telewizji publicznej został zawarty w raporcie siedmioosobowej komisji działającej pod przewodnictwem Alana Peacocka, za: *Raport Komisji Peacocka o finansowaniu BBC*, opracowanie T. Kowalski, „Przekazy i Opinie” 1988, nr 3/4, s. 238-240, 245-246.

⁶³ Interesujące porównanie zostało przeprowadzone w: M. Esslin, wyd. cyt., s. 110-111, w związku z rozważaniami na temat telewizji kablowej (*cable tv*) i telewizji płatnej (*pay tv*). System opłat związany z tą drugą został przyrównany właśnie do systemu opłat abonamentowych. Autor bardzo szybko z tego porównania się wycofuje, wskazując pośrednio na moralną i kulturotwórczą wartość tych opłat, ponieważ ich obowiązkowe uiszczenie gwarantuje dostęp do pełnego przekazu nadawcy publicznego, dostępnego dla wszystkich. W tym samym punkcie telewizja płatna w dużej mierze przegrywa, poprzez o wiele wyższe opłaty niż telewizja publiczna, a także za sprawą faktu, że dociera do o wiele bardziej ograniczonej grupy niż program telewizji abonamentowej. Tekst Esslina pisany przed 1981 rokiem nie uwzględniał specyfiki dynamicznego rozwoju telewizji płatnych, z których badajże wszystkie są zarazem kanałami tematycznymi, głównie filmowymi i muzycznymi, podczas gdy programy telewizji publicznej są najczęściej programami o charakterze ogólnym.

⁶⁴ Dane za: L. Zalewska, *Stacje komercyjne podnoszą głowę*, „RP”, 28.02.00, s. A5, oraz za: P. J. Humphreys, wyd. cyt., s. 165.

⁶⁵ Jedną z form zachęty do regularnego opłacania abonamentu telewizyjnego, są organizowane cyklicznie przez TVP S.A. konkursy dla abonentów. Różne modele usankcjonowanych sposobów ściągania opłat abonamentowych, wraz ze szczegółową panoramą polskich problemów związanych z tymi procedurami, a także o polskiej propozycji *domniemania posiadania telewizora*, czytaj w: M. Henzler, *TVdanina*, Polityka, 31/00, s. 27-28.

konieczne jest zatem wprowadzenie przepisów wykonawczych umożliwiających praktyczne egzekwowanie tych opłat. Zwiększenie wpływów z opłat abonamentowych poprzez wydajną ich ściągalność pozwoliłoby telewizji publicznej na zmniejszenie udziału dochodów pochodzących z emisji reklam⁶⁶.

Pojawia się pytanie, czy tak finansowana telewizja może spełniać swoją misję?

W jaki sposób realizując ambitny repertuar, może jednocześnie mieć na tyle wysoką oglądalność i być na tyle atrakcyjna dla reklamodawców, aby aż 60%, a nawet 70% jej dochodu był dochodem ze sprzedaży czasu ekranowego na rynkową promocję towarów i usług? Z drugiej strony telewizje publiczne nieposiadające – w przeciwieństwie do międzynarodowych koncernów medialnych zarządzających stacjami komercyjnymi - bardzo często wystarczającej sumy pieniędzy na zakup praw do transmisji atrakcyjnych wydarzeń międzynarodowych (np. sportowych) są jedynymi telewizjami, które podejmują się transmisji tak mało zyskownych przedsięwzięć jak choćby transmisje z wydarzeń religijnych (np. wizyty papieża). To, że takie relacje, szczególnie z ważniejszych wizyt Ojca Świętego, podnoszą oglądalność programu jest już odrębnym zagadnieniem⁶⁷.

1.3.2. Miejsce telewizji publicznej w opinii Unii Europejskiej

Podstawowym założeniem funkcjonowania nadawcy publicznego jest zasada wypełniania „misji publicznej”⁶⁸. O tyle, o ile dana telewizja jej się poddaje, o tyle można ją tak nazywać. Ten typ telewizji ma w Europie długą tradycję i jest

⁶⁶ Por.: K. Jakubowicz, *Telewizja publiczna i pieniądze*, „BIKRRiT”, 2000, nr 10, s. 4-6.

⁶⁷ Właśnie tego typu transmisje z wizyty Jana Pawła II w Ziemi Świętej w lutym 2000, emitowane w I programie telewizji publicznej, zakłócały codzienny harmonogram Wiadomości oraz Panoramy. Planowane tygodnie wcześniej przesunięcia czasowe, w niektórych przypadkach dochodziły do pięciu minut. W stosunku do planu dziennego opóźnienie to zwiększało się nawet do pół godziny. Ten z kolei zwiększał się o nieplanowane przesunięcia. W sumie, uwzględniając, że powyższe dane odnosiły się do różnych emisji, największe praktyczne opóźnienie wynosiło dokładnie pół godziny. Wskazuje to na flexję telewizji publicznej w stosunku do wyższych wartości. Jednocześnie była to rezygnacja z umiejscowienia w ramówce audycji bardzo istotnych dla wizerunku samej stacji. Jednak informacje podawane są na wielu kanałach o stałej porze, natomiast tylko telewizja publiczna transmitowała pielgrzymką Jana Pawła II do Ziemi Świętej. Oczywiście był to element zwiększający w jakiś sposób audytorium, na pewno wydłużając czas jego uwagi poświęcony programom telewizji publicznej. Z pewnością dokonano bardzo ścisłych kalkulacji równoważącej oglądalność stosunkowo krótkich programów informacyjnych w poszczególnych godzinach z oglądalnością dłuższych transmisji. Jednak biorąc pod uwagę zwolnioną reakcję logistyków redakcji telewizji publicznej, można też przypuszczać, że było to działanie instynktowne. Zgodnie z moimi oczekiwaniami, w dniu po zakończeniu wizyty papieża w Ziemi Świętej w Panoramie o 18:30 podano wyniki oglądalności tych transmisji. W trzech dniach poprzedzających to oświadczenie 2 program telewizji publicznej miał najwyższą oglądalność w Polsce. W niedzielę transmisję z mszy pożegnalnej obejrzało 6 mln widzów. Według danych OBOP 95% respondentów pozytywnie wypowiedziało się na temat obszernych transmisji telewizyjnych z tego wydarzenia. Redakcja TVP2, na fali ożywionego (sztucznie?) zarówno przez nadawców komercyjnych (informacje, transmisja Faktów TVN bezpośrednio z Jerozolimy), jak i nadawców publicznych (informacje, transmisje, studio papieskie) zainteresowania działalnością głowy Kościoła, po wspomnianej Panoramie wyemitowało krótką reklamę – ofertę sprzedażną, wydanych przez siebie książek i nośnika wideo z zapisem ostatniej wizyty papieża w Polsce.

⁶⁸ O nowej roli nadawcy publicznego w obliczu dokumentów unijnych w: R. Mastroianni, *Assuring Diversity of Opinion in the Media in Europe – The Problem of Concentration of Ownership*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. D. Dörr, R. Kopp, Monachium-Berlin 1998, s. 68-70.

ściśle związane z realizacją społecznych potrzeb społeczeństwa i funkcjonowaniem oraz rozwojem demokracji.

Podstawowym problemem, jaki pojawia się między nadawcami komercyjnymi a nadawcami publicznymi jest traktatowo (art. 92 ust 1 Traktatu z Maastricht – pomoc państwa oraz art. 90, art. 128, art. 129 A i szczególnie art. 7d - zaaplikowane do Traktatu Amsterdamskiego) zagwarantowany zakaz pomocy państwa⁶⁹. Częściowe finansowanie telewizji publicznych z abonamentów telewizyjnych traktowane jest powszechnie przez nadawców komercyjnych właśnie jako przejaw pomocy państwa. Stawiają oni żądania mające doprowadzić do zmian w funkcjonowaniu tych nadawców. Możliwe są dwa rozwiązania. Po pierwsze – zakazać nadawcom publicznym emisji reklam i w całości finansować je z opłat abonamentowych oraz budżetu państwa. W takiej sytuacji znajduje się BBC. Drugim rozwiązaniem jest sytuacja odwrotna. Można bowiem zlikwidować opłaty abonamentowe, skazując w ten sposób telewizje publiczne na niemalże stuprocentowe samofinansowanie z reklam. Możliwe byłyby wówczas okazjonalne dotacje z budżetu poszczególnych państw członkowskich. W takiej sytuacji znajduje się telewizja hiszpańska i portugalska. Praktycznie we wszystkich pozostałych państwach europejskich telewizja publiczna korzysta w takim samym stopniu z przychodów z reklam i z opłat abonamentowych.

Argumentem wysuwany przeciwko atakom nadawców reklamowych jest również zapisana traktatowo (art. 92 lit d TA) możliwość pomocy państwa w przypadku, kiedy wspiera ona kulturę i chroni dziedzictwo kulturowe. Telewizja publiczna musi bowiem wypełniać swą misję. Zastanawiający jest fakt, że rzadko spotyka się wśród programów publicznych telewizję równie nastawioną na promowanie kultury narodowej jak telewizja hiszpańska. Tymczasem w bardzo znacznym stopniu jest ona finansowana z reklam. Sprawa więc nie jest aż tak prosta i wymaga bardzo szczegółowych przepisów wykonawczych oraz indywidualnego rozpatrywania każdego przypadku. Uzupełnienie tego stanowiska znalazło wyraz w rezolucji wydanej przez Parlament Europejski w 1995 roku, w której jasno stwierdzono że opłaty abonamentowe nie stanowią jakiegokolwiek formy pomocy państwa.

⁶⁹ Związane z tym orzeczenia Trybunału Sprawiedliwości: *Gestevisión Telecinco SA v Commission of the European Communities*, [1996] ECR, s. 17, sprawa T-95/96, *Télévision Française 1 against the Commission of the European Communities*, [1996] ECR, s. 17, sprawa T-17/96.

Europejskie spotkania niezależnych ekspertów związane z problemem istnienia i przede wszystkim funkcjonowania telewizji publicznych wskazują na konieczność istnienia nadawcy publicznego. I to nadawcy publicznego mającego komfort utrzymywania się z opłat abonamentowych. Całkowite zniesienie takiego statutu nadawcy doprowadziłoby nie tylko do zmniejszenia liczby miejsc pracy, ale również drastycznie obniżyłoby poziom europejskiej produkcji audiowizualnej. Pewne symptomy takiego procesu pojawiły się, na szczęście na dość krótko, podczas wprowadzania systemu telewizji niepublicznej w Unii Europejskiej i następnie w Polsce.

W lipcu 1996 roku przedstawiciele Parlamentu Europejskiego opracowali raport na temat roli telewizji publicznej w społeczeństwie multimedialnym. Główne wnioski tego raportu dotyczyły:

- konieczności bezpłatnego udziału kanałów publicznych w sieciach satelitarnych i kablowych;
- wsparcia ogólnoeuropejskich kanałów, takich jak ARTE;
- wsparcia telewizji publicznej przez rządy państw członkowskich, na płaszczyźnie realizowanych działań programowych, jak i dostosowania się do ery cyfrowej;
- zwolnienia mediów publicznych z zapisów prawa unijnego w dziedzinie koncentracji kapitału;
- zapowiedzi pojawienia się w nowej, przygotowywanej dyrektywie telewizyjnej zapisów dotyczących pełnego publicznego dostępu do transmisji wydarzeń o szczególnym znaczeniu dla społeczeństwa.

Jednym ze skutków tego raportu było podpisanie w 1997 roku Protokołu dodatkowego do Traktatu ustanawiającego Unię Europejską, w którym zagwarantowano i potwierdzono konieczność istnienia i funkcjonowania telewizji publicznych na zasadach przyjętych przez poszczególne państwa członkowskie, przy koniecznym założeniu wypełniania przez tych nadawców określonej w statucie misji publicznej. Potwierdzono również, że dochody z opłat abonamentowych nie są przypadkiem pomocy państwa i są zgodne z zasadami funkcjonowania europejskiego wolnego rynku. Działanie nadawców publicznych na takich zasadach ma być narzędziem budowania demokracji w mediach, rozwoju społeczno-kulturalnego i ochrony pluralizmu mediów. Zatem, w Traktacie Amsterdamskim potwierdzono ważną rolę telewizji publicznej i wskazano

wyraźnie na możliwość (i konieczność) jej istnienia i funkcjonowania oraz wspierania przez państwa członkowskie tak długo, jak długo jej działalność będzie spełniała wymogi wolnego rynku w tym sektorze i jak długo jej działalność nie będzie w sposób negatywny wpływała na zasady konkurencji⁷⁰.

Poddawana nieustannie pod wątpliwość na forum unijnym przez komercyjnych nadawców telewizyjnych zasadność dofinansowywania telewizji publicznych, nawet w formie opłat abonamentowych⁷¹, spotyka się z jednoznaczną odpowiedzią Komisji, że każde z państw musi we własnym zakresie regulować tę problematykę, a najważniejszą zasadą, o jakiej należy w tym przypadku pamiętać jest zasada nienaruszania prawa konkurencji. Problem dalszego istnienia telewizji publicznej w Unii Europejskiej ściśle wiąże się z problematyką koncentracji kapitału⁷²,

z zasadami funkcjonowania jednolitego rynku oraz pluralizmu demokratycznego.

1.3.3. Podsumowanie

Jedną z najciekawszych koncepcji lat 90. dotyczących telewizji publicznej jest opisowa definicja zaproponowana przez Thomasa w 1998 roku⁷³:

- jakość – jako element polityki kulturalnej w odniesieniu do zapewnienia dostępu szerokim rzeszom społeczeństwa do kultury, do produkcji niezależnych i do wartościowych form audycji telewizyjnych;
- adekwatność i bezstronność – szczególnie związane z edukacją i informacją, jako elementem szerszej polityki w stosunku do społeczeństwa,
- pluralizm i zróżnicowanie – reprezentowanie jak najszerzych poglądów i promocja różnorodnych kontekstów zagadnień mogąca zaspokoić oczekiwania jak największej liczby odbiorców;
- dostępność – pełen dostęp obywateli do usług oferujących wysoką jakość informacji i różnorodnych kontekstów;
- smak i przyzwoitość – ochrona konsumentów, w szczególności nieletnich, przed szkodliwym wpływem medium wynikającym z zawartości przekazu;

⁷⁰ Por.: *Glossary*, wyd. cyt., s. 10.

⁷¹ Na początku 2000r. oficjalnego przedstawienia takich wątpliwości dokonały prywatne telewizje Wielkiej Brytanii, Irlandii, Francji i Portugalii.

⁷² Por.: R. Mastroianni, wyd. cyt., s. 61-71.

⁷³ A. Thomas, *Regulation of Broadcasting in the Digital Age*, London 1999, za: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/muhome/cshtml/media/peacock.html> (Cultsock: CCMS Infobase – mass media: public service broadcasting). Tam także znajdują się koncepcje dotyczące służby publicznej telewizji, zaproponowane przez Grahama Murdocka *cztery obietnice*, oraz przez brytyjskiego męża stanu Chrisa Smitha.

- międzynarodowa konkurencja – jako element polityki państwa, utrzymanie wysokiego poziomu konkurencyjności całego programu w obliczu rynków zagranicznych.

Jak widać, ta opisowa definicja nie tyle burzy stary porządek, ile wskazuje nowe kierunki, którymi telewizja publiczna, nie tylko brytyjska, powinna podążać w XXI wieku. Takie zmiany nie wymagają gruntownych reform w stosunku do instytucji mediów publicznych, ale wymagają od nich szerokich przewartościowań dotychczas realizowanych celów i koncentracji na elementach, które dotychczas funkcjonowały na granicy ich zainteresowania. Zatem sama idea służby publicznej (tak naprawdę definiowalna tylko przez opisy realizowanych w jej ramach zadań) pozostaje niezmienną, a jedynie pewne jej cele dookreślone w nowy sposób, adekwatnie do nowej sytuacji medialnej przełomu wieków, zostają nieznacznie przekierowane.

Jako ukoronowanie debaty na temat zasad, jakimi powinna się rządzić telewizja realizująca misję publiczną, pod szczególnym wpływem zmian związanych z digitalizacją przekazu telewizyjnego w 1999 roku zaproponowano trzy reguły, jakimi powinna się kierować BBC, a za jej przykładem każda telewizja publiczna⁷⁴:

Reguła pierwsza, i zarazem najobszerniejsza, nakazuje uznanie, że nie każda działalność prowadzona przez instytucję służby publicznej jest służbą publiczną. Mimo oczywistości tego stwierdzenia, jego uświadomienie pozwoli nie tylko łatwiej odpiierać ataki nadawców reklamowych, ale także umożliwi realizację o wiele szerszego spektrum działań, które nie mieszcząc się w sferze wspomnianej służby, w dalszej perspektywie będą na nią pozytywnie oddziaływały, umożliwiając realizację jej celów.

Reguła druga stwierdza, że pewne braki widoczne na rynku medialnym muszą być wypełniane właśnie przez instytucje służby publicznej. Znaczy to, że nadawca publiczny ma za zadanie informować, edukować i zapewniać rozrywkę w takiej formie, w jakiej pozostawiony bez wymuszających te działania regulacji sektor prywatny, tych trzech elementów nie dostarcza.

Reguła trzecia wskazuje, że sektor publiczny także nie jest w stanie sam zapewnić całkowitego wypełnienia medialnych potrzeb rynkowych, w związku

⁷⁴ Na podstawie *The Future Funding of the BBC*, za: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/muhome/cshtml/media/peacock.html> (Cultsock: CCMS Infobase – mass media: public service broadcasting).

z czym nadawcy komercyjni biorą na siebie obowiązek realizacji części zadań pierwotnie przypisanych nadawcy publicznemu. Co więcej, liczne przykłady (także polskie) wskazują, że nadawca reklamowy jest w stanie dostarczać bezstronnych informacji, tworzyć audycje publicystyczne w pełni zasługujące na to miano, edukować na odpowiednio wysokim poziomie oraz oferować rozrywkę, która nie tylko dociera do szerokiej publiczności, ale zarazem w formie i podanej treści może zostać uznana za element kultury wysokiej.

Wskazane tu zasady nie zostały opracowane teoretycznie, ale w sposób zwrotny są przyporządkowane na podstawie obserwacji mediów europejskich i znajdują odzwierciedlenie w praktyce telewizyjnej. Telewizje publiczne w całej Europie korzystają z dodatkowych (lub zasadniczych) przychodów pochodzących z reklam. Wyjątkiem spośród nich jest BBC. Nie jest to jednak przesłanka wskazująca na konieczność likwidacji telewizji publicznych⁷⁵. Przesunięcie ciężaru zdobywanych funduszy ku reklamom jest wyrazem szerszej tendencji, która nieodłącznie związany jest z przemianami zachodzącymi w światowej gospodarce, z rozbudową społeczeństwa informacyjnego oraz z powstawaniem nowych technologii przekazu obrazu i dźwięku.

Skutki konkurencji między nadawcami każdego z dwóch głównych omawianych tu typów są podstawą konstrukcji wyżej określonych trzech reguł. W tej walce, z jednej strony, stoi idea służby publicznej realizowana przez spełniające zarazem zadania gospodarcze telewizje publiczne, z drugiej zaś pozostają wszystkie stacje komercyjne, w stu procentach osadzone w środowiskach kapitałowych. Efektem takiego współzawodnictwa jest zjawisko określane mianem hybrydyzacji w wyniku procesu konwergencji⁷⁶. Charakteryzuje się ono nie tylko pojawieniem się reklam w telewizjach publicznych, ale także zwiększaniem udziału w ich ramówkach audycji o charakterze rozrywkowym. Poza tym starają się one w różnoraki sposób, często związany z realizacją misji publicznej, przyciągnąć jak największą rzeszę widzów. Z drugiej strony telewizje komercyjne coraz silniej wchodzą na pole przynależne dotychczas głównie nadawcom publicznym. Telewizje reklamowe coraz powszechniej produkują i emitują programy publicystyczne, czy choćby transmitują pozornie nie przynoszące dochodu, mało widowiskowe uroczystości o charakterze religijnym lub

⁷⁵ Por.: R. W. Dill, *Dlaczego warto umieszczać reklamy w stacjach publicznych?*, „ATV”, 1998, nr 3, s. 84, tłum. M. Wiśniewski.

społecznym. Opisany w tym miejscu proces nie doprowadzi jednak do całkowitego ujednoczenia telewizji komercyjnych i publicznych. Mimo wszystko mają one inne cele, choć mogą je realizować w podobny, acz nie identyczny sposób.

Na poziomie gospodarczym coraz częściej zasadne zdaje się mówienie o korporacjach, a nie o pojedynczych nadawcach. Telewizyjne stacje nadawcze stają się jednym z elementów władzy ekonomicznej i rozbudowujących się globalnych systemów. Z jednej strony dotyczy to grupowania się państw w ponadnarodowe związki, głównie o podłożu ekonomicznym, ale także i politycznym⁷⁷. Kolejnym krokiem jest powstawanie korporacji, których udziałowcy rozproszeni są po całym świecie, a których interesy nie są związane z żadnym z państw czy też z grupą państw. Z czasem mogą one dorównywać lub przewyższać swoim znaczeniem i wpływem na losy świata nawet najsilniejszym ponadnarodowym związkom.

Telewizja publiczna, nie będąc z założenia elementem intensywnej gry rynkowej, ma pewne szanse na pozostanie narzędziem zarówno takich związków jak Unia Europejska, jak również środkiem wyrazu dostępnym społeczeństwom, które ją tworzą. Na przykładzie Polski, a także Unii Europejskiej wyraźnie widać, że największe naciski przeciwko istnieniu telewizji publicznej wywierane są przez nadawców komercyjnych uwikłanych w międzynarodową grę gospodarczą.

Jednak już samo istnienie telewizji publicznej, nawet funkcjonującej na zasadach nieco odmiennych niż modelowe, jest pewnym gwarantem tak ważnego pluralizmu w mediach. Często bowiem zdarza się, że do tego samego właściciela należy wiele komercyjnych stacji telewizyjnych. Zwiększa to, co prawda, średnią liczbę kanałów, ale - z wyjątkiem programów tematycznych - nie zwiększa to realnej oferty programowej, ani też nie powiększa forum swobodnej wymiany informacji. Także i widzowie nie zyskują w takiej sytuacji kolejnego źródła niezależnych informacji⁷⁸. Stąd w pełni zrozumiałe są wysiłki podejmowane na poziomie państwowym, zmierzające do utrzymania statusu i zapewnienia możliwości funkcjonowania tej odmiany telewizji. Komerccjalizacja formy i treści przekazu telewizyjnego wpisuje się w szerszy schemat tego typu zmian

⁷⁶ Za: M. Mrozowski, *Media publiczne: dziedzictwo przeszłości – perspektywy rozwoju*, rękopis artykułu udostępnionego dzięki uprzejmości autora (w druku – w „*Studia Medioznawcze*, 2000, nr 1).

⁷⁷ Takie globalizacyjne działania najczęściej wyrastają jednak z pierwotnego wspólnego podłoża kulturowego. Obecnie można wyróżnić kilka takich grupujących się, opartych o przesłanki różnego rodzaju, obszarów: Unia Europejska, Ameryka Północna, wschodnioazjatyckie tygrysy, Ameryka Południowa, basen Pacyfiku łączący zachodnie wybrzeże Ameryk z Australią i Oceanią, WNP wraz z satelitami oraz arabskie państwa azjatyckie i afrykańskie.

⁷⁸ Por.: R. Mastroianni, wyd. cyt., s. 64.

zachodzących od początku istnienia systemu kapitalistycznego⁷⁹. Tak ukształtowane działanie nadawców wywiera bardzo silny wpływ na obywateli, przy czym najsilniejszy można zaobserwować na płaszczyźnie tożsamości kulturowej, co na poziomie jednostkowym może prowadzić do całkowitego oderwania od dziedzictwa kulturowego. W sposób oczywisty odbywa się to głównie za pośrednictwem telewizji komercyjnej i emitowanych przez nią reklam. Dzieje się tak, gdyż nie tylko stanowią one element procesu sprzedaży, ale także wpisują w świadomość odbiorców pewien standard kulturowy, powszechnie akceptowany i dystrybuowany w społeczeństwie.

To, że TVP SA nie do końca wypełnia przypisane jej zadania jest oczywiście dość poważnym problemem, ale należy dążyć do utrzymania jej statusu. Telewizje publiczne funkcjonowały sprawnie w Europie, królując niepodzielnie poza kilkoma wyjątkami, niemal od powstania powszechnego przekazu audiowizualnego. Pojawianie się pojedynczych nadawców komercyjnych w niewielkim stopniu zmieniało tę architekturę. Prawdziwy kryzys telewizji publicznej nastąpił dopiero pod koniec lat 80. wraz z dynamicznym rozwojem telewizji komercyjnych. I nawet jeżeli doprowadził on do zwiększenia starań nadawców publicznych o uatrakcyjnienie emitowanego programu, to pozostawał kryzysem, który przejawiając się na poziomie programowym, wymusił zmianę samej koncepcji telewizji publicznej i wypełniania przez nią misji publicznej, gdyż owe starania bardzo często przejawiają się w przyznaniu przez nadawcę abonamentowego prymatu oglądalności nad jakością.

Tak jak na początku istnienia telewizji publicznej jej model był zgodny z europejskim, a właściwie brytyjskim, podejściem do przedsięwzięć o charakterze ogólnospołecznym, tak poprzez lata zmian zachodzących w Europie zmieniała się także ona sama. Obecnie poza wzorcowym modelem BBC żaden z rządów państw europejskich nie postrzega możliwości funkcjonowania telewizji publicznej na takich zasadach jak ten brytyjski nadawca. Nowy, funkcjonujący i wypracowany latami, choć nigdy chyba niedookreślony w pełni świadomie model telewizji publicznej sprawdza się w swoich działaniach. Oczywiście jego działanie wywołuje grupowe protesty nadawców reklamowych, ale wszelkie działania podejmowane na poziomie ponadnarodowym wskazują na to, że mimo pozornego

⁷⁹ Por.: S. Krzemień-Ojak, *Kłopoty z tożsamością*, [w:] *Piękno w sieci*, wyd. cyt., s. 287, tam też odwołanie do tekstu Karola Marksa i Fryderyka Engelsa opisującego ten proces.

braku reform, zawieszenie telewizji publicznych między wpływami abonamentowymi a przychodami z reklam, między rozrywką a realizacją zadań publicznych ma duże szanse się umocnić i pozostać modelem docelowym.

Na arenie europejskiej w ostatnim czasie ponownie uznano wartość mediów publicznych, i zgodnie ze stanowiskiem unijnym są one potrzebne. Jak zaznaczono to w protokole do Traktatu o Unii Europejskiej, mają one stać na straży pluralizmu w mediach oraz był związany z demokratycznym społeczeństwem i jego potrzebami kulturalnymi. Jest to dość paradoksalne, gdyż przy powstawaniu telewizji komercyjnych po okresie liberalizacji używano tego samego argumentu w stosunku do nadawców komercyjnych. Jednym z najtrudniejszych problemów, z jakim mediom publicznym na poziomie europejskim przyszło się zetknąć, było poddanie pod publiczną dyskusję kwestii opłat abonamentowych, ich zasadności a przede wszystkim pojawiło się pytanie, czy są one formą pomocy państwa. Ostateczna decyzja, poza wyłączeniami kultury z zakresu ograniczenia pomocy publicznej, była taka, że skoro nie są to pieniądze rządowe, lecz pochodzące bezpośrednio od abonentów, to opłaty te nie mieszczą się w przepisach dotyczących zakazu pomocy publicznej.

Obecnie nikt już w Europie nie myśli poważnie o likwidacji telewizji publicznej, choć wielu marzy się model estoński (oddanie rynku reklam nadawcom komercyjnym ze startą około 30% budżetu w miejsce podatku celowego nakładanego na nadawców komercyjnych) lub „model rozproszonej służby publicznej” – audycje misyjne zamiast programów i ogłaszanie na ich wykonanie konkursów. Jednak w ten sposób mogłoby powstać getto dla intelektualistów, a to już jest nieuczciwość w stosunku do abonentów, gdyż program publiczny ma być programem dla wszystkich.

Przewodniczący EBU Albert Sharf podczas jednego ze swoich wystąpień⁸⁰ stwierdził, iż media publiczne powinny być mniej cnotliwe, bo odbiorcy są w stanie ich docenić, jak to miało miejsce w USA, gdzie telewizję publiczną ogląda 90 mln osób i jest to tam jedyna telewizja oceniana jako adresowana do całej rodziny. Przede wszystkim w celu pozytywnego i szerokiego odbioru media publiczne powinny się dostosowywać do warunków konkurencyjności rynku, a nie do standardów rywali. Bo media komercyjne pytają, co się sprzedaje, a publiczne

⁸⁰ Za: *Rola i przyszłość mediów publicznych w dobie technologii cyfrowej*, „BIKRRiT”, 2001, nr 5, s. I-IV.

powinny pytać, co jest istotne dla widzów. Najważniejsza zatem jest etyka oraz wysokie standardy produkcji. Obecnie celem służby publicznej przestało być bowiem oświecanie odbiorców, natomiast stało się nim zaspokajanie jego potrzeb⁸¹.

1.4. Problemy ery cyfrowej

Europa zawdzięcza procesowi deregulacji nie tylko kryzys dotychczasowego paradygmatu telewizji publicznej, ale i wspomniane wcześniej typowo gospodarcze ożywienie związane z dostępem kapitału prywatnego do emisji programu telewizyjnego. Dzięki niemu, a także za sprawą konieczności ciągłej konkurencji oraz wynikającego z niej rozwoju nowych, doskonalszych form przekazu, telewizja została skonfrontowana z nowatorskimi rozwiązaniami technologicznymi. Jak dotąd ich ukoronowaniem jest postępująca digitalizacja technik produkcji, przesyłania i odbierania sygnału telewizyjnego.

Wiele udoskonaleń technicznych powstało w USA, natomiast w Europie przyjęły się one jedynie w nieznacznym stopniu. Niektóre, z różnym sukcesem, zostały wpisane poprzez różnorodne formy działań i akcji wspólnotowych, w politykę audiowizualną Unii Europejskiej. Wszystkie natomiast z pewnością stanowią element europejskiej (w tym polskiej) architektury telewizyjnej. To, w jakim stopniu wprowadzanie nowych technologii wpływa na unijny system (nie tylko telewizyjny), zostało omówione na końcu tej części, na podstawie Raportu grupy Orejo.

Na opisywane w tym miejscu nowe rozwiązania technologiczne składają się wszelkiego typu propozycje zmian związanych z techniką przesyłu obrazu i dźwięku mające zwiększyć zarówno ich jakość, jak i możliwość lepszego dostosowania się telewizji do potrzeb widza. Na przestrzeni lat 90. pojawiło się wiele udoskonaleń technologicznych mających na celu podnoszenie jakości usług audiowizualnych. Wcześniejsze odkrycia w dziedzinie nowych technologii nie pojawiały się z tak dużą koncentracją czasową na rynku. Także nie powstawało aż tyle niezależnie opracowanych wariantów tej samej nowej technologii. Nawet jeżeli było ich wiele, to dość szybko jedna z nich wygrywała na jakimś określonym

⁸¹ Szczegółowe opracowania dotyczące miesiąca telewizji publicznej to: K. Jakubowicz, *Co o finansowaniu mediów publicznych wiedzieć należy*, „BIKRRiT”, 2002, nr 3/4, s. 9-14 oraz tegoż

obszarze geopolitycznym, a właściwie geokulturowym. Pierwszym przypadkiem takiej krótkiej technologicznej walki była szybka klęska pierwotnie powstałego tarczowego systemu telewizyjnego Nipkowa. Obecnie poszczególne modele rozwiązań technicznych szybko opracowują inne firmy każdy z nich odrębnie promując. To sprawia, że obecnie walka o dominację jednego systemu nad innymi jest wymiennie długotrwała⁸². Także techniczny pęd ku nowym, jeszcze doskonalszym rozwiązaniom sprawia, że wciąż większość z najnowszych technologii telewizyjnych nie stała się powszechna i ogólnodostępna.

Wśród udoskonaleń technologicznych można wyróżnić rozwiązania mające bezpośrednio podnieść jakość oraz te, które w mniejszym czy większym stopniu uaktywniają widza. Wprowadzanie nowych technologii w USA wymusza na telewizjach europejskich, niejednokrotnie przeprowadzane – ze względu na wagę problemu – na poziomie wspólnotowym dynamiczne działania innowacyjne. Wtórny bowiem skutkiem wprowadzania nowych rozwiązań technicznych przez poszczególnych nadawców jest zwiększone zainteresowanie odbiorcy tak skonstruowaną ofertą programu. W związku z tym konkurencja między nadawcami europejskimi i amerykańskimi przenosi się poza płaszczyznę audycji, na poziom techniczny. Stąd pojawienie się w konstrukcji przyszłej europejskiej polityki audiowizualnej bardzo szerokiego oddźwięku na wkroczenie telewizji światowej w erę przekazu cyfrowego. Europejski rozwój technologiczny ma stanowić pozalegislacyjną broń mającą podnieść atrakcyjność europejskich przekazów. Stąd wynika bardzo szybkie włączanie opisanych poniżej nowotechnologicznych działań do wspólnotowego systemu audiowizualnego. Nie zawsze towarzyszył im komercyjny sukces. Istotny natomiast pozostawał fakt szybkiej – na poziomie instytucjonalnym – reakcji na pojawiające się możliwości.

Poza wskazanymi ogólnymi i wymiennie dostrzegalnymi przyczynami wdrażania nowych technologii, w związku z bardzo silną międzynarodową konkurencją – dla nas dostrzegalną i istotną na płaszczyźnie między Stanami Zjednoczonymi i Europą – na polu generowania i wprowadzania nowych technologii wykształcił się pewien determinizm technologiczny⁸³. Za jego sprawą żadne z postępowych technologicznie państw wchodzących w skład systemu

Wyniki debaty europejskiej o przyszłości mediów publicznych, „BIKRRiT”, 2002, nr 7/8/9, s. 10-14.

⁸² Przykładem niech będą dwa systemy pozwalające na odbiór w formacie 16:9, standardowo wysyłanego obrazu o 625 lub 525 liniach: Pal plus i MAC. Ponadto system MAC ma dodatkowo cztery odrębne odmiany. Podobna sytuacja zaistniała w jeszcze nowszej technologii – HDTV. Za przekaz sygnału tego typu odpowiedzialny jest japoński system MUSE oraz europejski EU95.

światowego nie ma innej możliwości jak tylko jak najszybciej wprowadzać innowacje, szczególnie w sferze informacyjnej, tak przekazu, produkcji, jak i odbioru. Presję tę wywiera głównie ciągle napędzający się za sprawą rynku ponadnarodowy system. Determinizm ten w zastraszającym stopniu obejmuje także społeczeństwo.

Jednak pojawia się pytanie, czy rzeczywiście istnieje możliwość wykorzystania w pełni nowych technologii? I czy odbiorcy je akceptują. Już wzrost liczby kanałów telewizyjnych dostępnych mieszkańcom Europy może się okazać problematycznym elementem systemu. Na przykład badania naukowe przewidują, iż w Wielkiej Brytanii w ciągu najbliższych kilku lat będzie można odbierać około 100 tys. kanałów. Jednocześnie analizy przeprowadzone wśród widzów brytyjskich wskazują, że zaledwie 1/3 spośród odbiorców pragnie mieć więcej niż 25 kanałów⁸⁴. Nie można zapominać o tym, że przed telewizorem każdy widz może spędzić tylko ograniczoną ilość czasu. Obecnie na tę aktywność Europejczycy poświęcają około 3 do 4 godzin dziennie⁸⁵, podobnie w Polsce, w zależności od pory roku wartości te osiągają wymiar od prawie 4 godzin zimą do mniej niż 3 godzin latem⁸⁶. Mimo dostępu do szerokiej oferty programowej przeciętny Europejczyk spędzał przed telewizorem w latach 90. około trzech godzin dziennie.

Pojawiają się również inne zagrożenia. Czy dla tak wielkiej liczby kanałów nadawcy są w stanie zagwarantować oryginalny i nowy repertuar programowy? Jest to z pewnością ogromne wyzwanie stojące przed producentami i przed całym europejskim rynkiem audiowizualnym. Nawet bardzo rozbudowana produkcja amerykańska nie będzie w stanie sama zagwarantować wypełnienia wszystkich dostępnych kanałów. Prawdopodobnie dojdzie do gwałtownego wzrostu produkcji o dość niskim poziomie⁸⁷. Nadmierny popyt będzie zaspokajany przez produkcje mające przede wszystkim za zadanie wypełnienie czasu ekranowego. Można jedynie liczyć na to, że taka sytuacja będzie dominować w pierwszym okresie. Pojedyncze elementy omówionych dalej programów pomocowych, w szczególności pozatelewizyjny program Info 2000, mają między innymi

⁸³ Za: K. Doktorowicz, *Europejska...*, wyd. cyt., s. 55.

⁸⁴ Dane za: M. Wascem, *The Digital Revolution is Here*, „BMC Update”, 1999, nr 32, s. 8.

⁸⁵ Za: *Raport Zespołu Wysokiego Szczebla na temat polityki audiowizualnej*, tłum. robocze udostępnione przez KRRiT, s. 5, 13.

⁸⁶ Na podstawie danych AGB Polska, za: „Gazeta Telewizyjna GW” (dalej „GT”), 31.03.00, s. 6. 10% odsetek polskiej publiczności spędzającej przed ekranem telewizyjnym do 8 godzin można uznać za przejaw patologii, za: *Kronika miesiąca*, opracowanie L. Olszewska, E. Zarzecka, „ATV”, 1996, nr 5, s. 121.

⁸⁷ Powszechna jest już sytuacja, w której kilka stacji komercyjnych niezależnie od siebie w tym samym czasie emituje tę samą audycję, kupioną u jednego producenta. Por. także: J.P. Brossard, , wyd. cyt., s. 5.

zapewnić szerszy i łatwiejszy dostęp nadawców do istniejących utworów, mogących wypełnić ramówki interesującym materiałem audiowizualnym. Najprawdopodobniej przyszłość telewizji leży w tych formach przekazu cyfrowego, które pozwalają w jakimś stopniu lub całkowicie samemu konstruować program telewizyjny⁸⁸. W dalszym jednak ciągu pozostaje problem poszczególnych składników – audycji, z których ten program może być konstruowany.

Opisane tu procesy stanowią naturalną kontynuację liberalizacji sfery audiowizualnej, do jakiej doszło w latach 80. w Europie. Przed tymi zmianami nie można uciec. Można natomiast tak przygotować rynek audiowizualny Unii Europejskiej, aby przemiany te wspomagały jego rozwój, a nie stanowiły przeszkodę. Analiza stanu obecnego i perspektyw w tej materii, wraz ze wskazaniem możliwych dróg rozwoju, została zaprezentowana w raporcie grupy Orejo. Nim jednak przejdziemy do omówienia tego dokumentu, należy wskazać na praktyczny wymiar wprowadzania nowych technologii w Europie, poprzez krótki opis ich poszczególnych form.

1.4.1. Platformy cyfrowe

Ta nowa forma przesyłu i przekazu telewizji, jak się wydaje, nie wymaga jakichś szczególnych regulacji ze strony prawodawców, a jedynie szerszych interpretacji prawa dotyczącego koncesji i różnych form przekazu sygnału telewizyjnego⁸⁹. Dotyczą jej zawsze przepisy związane z techniczną formą dystrybucji sygnału – analogową, kablową, satelitarną. Jednak forma przekazu cyfrowego może budzić wiele wątpliwości. Na przykład czy same platformy cyfrowe i emitowane przez nie pakiety można uznać za kodowane? W jakimś stopniu z pewnością tak. Jest to o tyle istotne, w szczególności dla prawodawstwa europejskiego, że zgodnie z przepisami unijnymi to jest dyrektywą 97/36/WE, kanały kodowane rządzą się nieco innymi prawami, szczególnie w przypadku ochrony nieletnich. Operatorzy cyfrowi nie tylko rozprowadzają sygnał programów

⁸⁸ Por. J. Carillo, *Future chances of Television in Europe*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. D. Dörr, Berlin-München 1998, s. 121.

⁸⁹ Na temat wątpliwości związanych z tym stwierdzeniem więcej w: J. A. Żurawski, *O platformach cyfrowych*, „ATV”, 1999, nr 2, s. 134-140. Opis polskiego stanu prawnego w zakresie telewizji cyfrowej zawarty jest w: *Wprowadzenie telewizji cyfrowej w Polsce. Polityka państwa a polskie i zagraniczne inicjatywy gospodarcze*, dokument KRRiT, Warszawa 1998, s. 28-30 i nast. Ponadto dokładny opis prawodawstwa narodowego specyficznego dla telewizji cyfrowej, na podstawie doświadczeń hiszpańskich jest zaprezentowany w: J. Carillo, *Future chances of...*, wyd. cyt., s. 121-130.

założenia kodowanych, ale także sami produkują programy niemożliwe do odbioru poza konkretnymi platformami. Szczegółowe regulacje dotyczące przekazu cyfrowego zostały zawarte w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 95/47/WE z 24 października 1995 roku o standardach transmisji telewizyjnej, jednak stanowi ona jedynie podstawę szerszych działań ustawodawczych, jakie muszą zostać wprowadzone w związku z rozwojem przekazu cyfrowego.

W listopadzie 1997 roku Komisja uczestniczyła w seminarium wysokiego szczebla, zorganizowanym pod przewodnictwem Luksemburga i poświęconym cyfrowej emisji programów. Spotkania i prace prowadzone od tego czasu mają wskazać na jednoznaczne cele i sposoby realizacji oraz nowe perspektywy związane z rozwojem nowych technologii, w szczególności produkcji, przekazu i odbioru sygnału cyfrowego. Punktem wyjścia rozwoju tych wszystkich technologii była potrzeba zwiększenia możliwości przekazu oraz poprawienie jakości odbioru. Jednak rozwój ten doprowadził do ich zakotwiczenia w sferze gospodarczej i kulturowej, co z kolei wywołało reakcję gremiów prawotwórczych, które regulują większość aspektów zmieniającej się sytuacji w dziedzinie mediów⁹⁰.

Od 1998 roku, począwszy od Wielkiej Brytanii, w Europie zaczęły powstawać systemy cyfrowego przekazu naziemnego (w 1999 roku w Szwecji, w 2000 roku w Hiszpanii). Obecnie ta forma rozsiewcza jest szczególnie ceniona i to właśnie DVB-T ma zostać wprowadzona w dziewięciu państwach Unii Europejskiej w ciągu pierwszych lat XXI wieku⁹¹.

1.4.2. Format 16:9

Format ten oznacza stosunek szerokości ekranu telewizyjnego do jego wysokości⁹². Dotychczasowym standardem był stosunek 4:3, jednak w związku

⁹⁰ Komunikat Komisji com/99/0657 final, na temat polityki audiowizualnej w erze cyfrowej, więcej także w: *Audiovisual Policy...*, wyd. cyt., s. 6 oraz w: E. Kindler-Jaworska, *Zielona księga*, „ATV”, 1998, nr 7, s. 35-41.

⁹¹ Podstawowymi źródłami informacji na temat wprowadzanych technik naziemnego i satelitarnego cyfrowego przekazu telewizyjnego są: raport Parlamentu Europejskiego i Rady z 9 listopada 1999 roku *The Development of the Market for Digital Television in the European Union*, com(1999) 540, E. Kindler-Jaworska, *Cyfrowa telewizja naziemna w Europie*, BIKRRiT, 2000, nr 1, s. 10-11, teźże, *Telewizyjne bramy cyfrowe*, „BIKRRiT”, 2000, nr 3, s. 9-11, H. Smoleńska, *Nowe podejście do problemów radiodifuzji cyfrowej*, „BIKRRiT”, 2002, nr 3/4, s. 7-8, teźże, *Kształtowanie rynków telewizji cyfrowej w krajach Unii Europejskiej*, „BIKRRiT”, 2002, nr 2, s. 14-15, teźże, *Naziemna telewizja cyfrowa w krajach europejskich*, „BIKRRiT”, 2000, nr 11, s. 8-9 z kolei o możliwości startu polskiej naziemnej telewizji cyfrowej czytaj: K. Roslan-Kuhn, *Start naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce?*, „BIKRRiT”, 2002, nr 1, s. 6. Ponadto w lutym 2001 roku KRRiT opracowała do celów debaty sejmowej dokument *Strategia rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce*, który szczegółowo opisuje zarówno stan rynku naziemnych telewizji cyfrowych w Europie, jak też wskazuje możliwości jego rozwoju w Polsce.

⁹² Bardzo interesujące rozważania teoretyczne dotyczące formatu ekranu oraz implikacjami lub ich brakiem, wszelkich zmian wprowadzanych w stosunku do ramy obrazu, znajdują się w: J. Peach, *The Game with the Frame: O formacie obrazów technicznych*, [w:] *Prędkość...*, wyd. cyt., s.155 i nast.

z rozwojem nowych technologii i ułatwieniem percepcji widzowi, na podstawie badań psychologicznych i fizjologicznych, zaproponowano zmianę proporcji. Częściowo opierała się ona na potwierdzonym eksperymentalnie fakcie, że oko ludzkie o wiele łatwiej przyswaja obraz poziomy. Zmiana formatu ekranu ma największe znaczenie dla filmów oraz transmisji sportowych.

W latach 1993-1998 na podstawie Decyzji Rady z 22 lipca 1993 roku (93/424/EEC) Unia Europejska przeprowadziła akcję na rzecz telewizji szerokoekranowej. Miał to być impuls do przejścia z wprowadzonego już w latach 30. standardu 3:4, na nowy standard 16:9. Na tę akcję przeznaczono niebagatelny budżet 405 mln ECU, z czego 228 mln ECU pochodziło z funduszy wspólnotowych, natomiast reszta z innych źródeł, takich jak fundusze narodowe lub udział indywidualnych nadawców i operatorów satelitarnych. Pierwsza część programu dotyczyła nadawców i miała ich zachęcić do emisji programów w formacie 16:9. Druga obejmowała producentów i polegała na wspieraniu ich przy realizacji audycji i filmów w nowym standardzie. Akcja ta powiodła się jedynie na tej płaszczyźnie, że w większości państw europejskich istnieją obecnie zarówno producenci, jak i nadawcy, w których ofercie pojawiły się audycje realizowane w formacie 16:9⁹³.

Mimo przeprowadzenia tak szerokich działań, popartych znacznymi funduszami, jak dotychczas większość europejskich emisji nadawczych przeprowadzana jest w standardowym formacie i nic nie wskazuje na możliwości dynamicznego rozwoju tej formy przekazu sygnału telewizyjnego. Natomiast rozpowszechnianie się koncepcji kina domowego pozwala przypuszczać, że nowy format osiągnie większy sukces właśnie w tej dziedzinie.

1.4.3. HDTV

W tym miejscu warto przypomnieć jedną z nowszych technologii, która nie osiągnęła znaczącego sukcesu i która, jak już obecnie wiadomo, nie ma przed sobą większych szans na rozwój. Mowa tu o HDTV, czyli o telewizji wysokiej rozdzielczości.

⁹³ Najważniejsi nadawcy, którzy stosują nadawanie w formacie 16:9: Canal+ Belgia i Francja, MTV Finlandia i Francja, YLE, MCM, Arte, RTVE, ZDF, ARD, 3 Sat, RTP, TV 1000, BBC, Chaenl 4, BskyB, RAI 3. Więcej szczegółów dotyczących samej Akcji oraz jej realizacji i wymiernej oceny zawartej w trzech raportach: com(95) 263 final, com(96) 346 final oraz com (98) 441 final, znajduje się w: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/124103c.htm> (High-definition television - HDTV: television in the 16:9 screen formats), natomiast opis rozpowszechnienia tego standardu w Europie znajduje się w: Elżbieta Kindler-Jaworska, *16:9*, „ATV”, 1998, nr 2, s. 62-66.

Technologia ta była wstępnie wdrażana już od lat 70., jednak nigdy nie nastąpił jej rozkwit. Charakteryzuje się ona większą rozdzielczością obrazu – przekaz dwukrotnie większej liczby linii definiujących obraz, odświeżanych z dwukrotnie większą prędkością, sprawia, że na ekranie odbiornika są lepiej widoczne szczegóły⁹⁴. Wymaga to nie tylko specjalistycznego sprzętu do odbioru, ale także i do rejestracji. Podnosi to wydatnie koszty nie tylko po stronie odbiorców, ale głównie nadawców. To właśnie głównie rachunek kosztów sprawił, że poza jednostkowymi przypadkami technologia ta nie jest powszechnie stosowana.

Obecnie wszelkie działania zmierzające do podniesienia jakości odbieranego obrazu i dźwięku koncentrują się raczej na rozwoju przekazu cyfrowego i stanowią wyraźną o rezygnacji z przejścia na standard HDTV⁹⁵.

1.4.4. Modyfikacje technologiczne na poziomie programowym

Oprócz wskazanych zmian technologicznych, funkcjonują dość powszechnie, w mniejszym lub większym stopniu, obejmując europejskich odbiorców, także inne udogodnienia technologiczne. Nie stanowiły one nigdy osi szerszych działań przeprowadzanych w ramach Unii Europejskiej, natomiast na płaszczyźnie odbiorczej i ekonomicznej są trwałym i znaczącym elementem funkcjonowania europejskiego systemu audiowizualnego.

Telewizja płatna

Pierwsza, zarówno w kolejności powstania, jak i potencjalnej dostępności, jest telewizja płatna, nazywana czasem niezbyt szczęśliwie telewizją taryfową. Największa na świecie sieć telewizji płatnej – HBO - powstała w USA już w 1972 roku. Francuski Canal+ pojawił się dopiero 12 lat później. Obydwa kanały mają przede wszystkim repertuar filmowy, a także finansowo uczestniczą w produkcjach filmów.

⁹⁴ Doskonałość systemu HDTV dostrzegana jest w pełni dopiero przy ekranach przynajmniej 40-calowych. Warto zaznaczyć, że dodatkową nowatorską zmianą wprowadzaną pierwotnie przez ten standard jest opisany wcześniej system 16:9.

⁹⁵ Por.: A. Watson Brown, *Advanced television between the lines*, „ITT Magazine”, 1994, nr 2, s. 6-9.

Zasadą działania tego systemu jest pobieranie opłat za dostarczanie pełnego programu do odbiornika widza. W celu kontroli grupy odbiorców, a co za tym idzie - także zysków nadawcy, emitowany sygnał jest poddany kodowaniu, a odbiór tak przygotowanego sygnału staje się możliwy dzięki opłaconemu dekoderoowi.

PPV⁹⁶

Kolejną formą telewizji ery cyfrowej jest telewizja, która w jakimś stopniu stanowi krok między telewizją płatną (kodowaną) a całkowicie zindywidualizowanym i interaktywnym przekazem. Mowa tu o telewizji, w której opłata jest pobierana tylko za odbiór konkretnej audycji. Instalacja nadawczo-odbiorcza konieczna do korzystania z tego typu usługi jest skomplikowana i kosztowna. Istnieją dwie możliwości rozwiązania tego typu przekazu. Może być to program emitowany ciągle, za standartową opłatą abonamentową i wtedy tylko niektóre z programów można odbierać po wniesieniu opłaty uzupełniającej. Istnieje także druga możliwość odbierania programu podzielonego na płatne segmenty, kiedy do odbiornika dociera odkodowany sygnał tylko tych bloków programów, które zostały opłacone.

VOD – Video on Demand

Najwyższą formą indywidualizacji odbiorczej i interaktywności programu odbieranego za pomocą odbiornika jest wideo na żądanie⁹⁷.

Nazwa pochodzi stąd, że nie tylko płaci się za konkretne, wybrane przez odbiorcę audycje, które chce się obejrzeć, ale jeszcze ordynuje się konkretny czas, w jakim mają one zostać wyemitowane. Taka zasada funkcjonowania tej telewizji zbliża ją *per analogia* raczej do możliwości korzystania z wypożyczalni kaset wideo niż do typowej usługi telewizyjnej. Jednak w tym przypadku nie ma potrzeby opuszczania domu. Wszystko odbywa się za pośrednictwem interaktywnego odbiornika telewizyjnego. Za pośrednictwem VOD możemy obejrzeć wydarzenia sportowe, filmy fabularne, a także wszelkiego typu inne

⁹⁶ System *ppv* - *pay per view*. Z powodu opisowej definicji i braku polskiego odpowiednika skrótu, przyjęło się używać również w języku polskim skrótu *ppv*. Kompleksowe omówienie pojęć i zasad dotyczących nowych form przekazu cyfrowego i multimedialnego znajduje się w: *Telewizja cyfrowa i multimedia*, opracowanie C. Rudnicki, „ATV”, 1996, nr 3, s. 74-79.

audycje, na które znajdzie się wystarczający popyt, aby nadawca zamieścił je w swojej ofercie programowej. Oprócz tego można liczyć, iż znajdą się w niej transmisje najświeższych wydarzeń sportowych na żywo (niemalże) oraz najnowsze premiery filmowe.

1.4.5. Raport grupy Orejo

Ze względu na konieczność rozwoju mediów europejskich, mających nie tylko dominować na terenie Unii Europejskiej i wypełniać przypisane im zadania, ale także w celu rozszerzania ich wpływów poza obszar kontynentu dokonano analizy pozwalającej wyłonić perspektywiczne propozycje dotyczące tego sektora. W tym celu z inicjatywy i pod patronatem komisarza Orejo powołano grupę ekspertów, która opracowała i złożyła (26 października 1998 roku) przed Komisją raport noszący nazwę Raportu grupy Orejo⁹⁸. Omówienie tego raportu znajduje się w tej części jako uzupełnienie ogólnego omówienia zagadnień dotyczących problematyki ery cyfrowej, której w największym stopniu ten raport dotyczy.

W głównej mierze raport ten dotyczy przyszłej europejskiej polityki audiowizualnej w dziedzinie mediów⁹⁹. Nie omawia wyłącznie kwestii związanych z nowymi technologiami i wkroczeniem europejskiego systemu audiowizualnego w epokę digitalizacji. Jednak to właśnie przemiany na tej płaszczyźnie w największym stopniu były przyczyną wszelkich koniecznych modyfikacji i modernizacji, na jakie wskazywały zalecenia zawarte w tym dokumencie. W związku z tego typu przemianami przed Unią Europejską stoi wiele zadań mających na celu nie tylko wprowadzenie na jej obszarze owych udoskonaleń, ale również zapewnienie w przyszłości odbiorcom pełnego czasu antenowego, wypełnionego wartościowymi programami. Co więcej, jest to jednocześnie szansa szerszego wyjścia poza obszar Europy, zaprezentowania za pośrednictwem przekazu cyfrowego, dotychczasowego i przyszłego, jej audiowizualnego dorobku.

⁹⁷ W literaturze jest ono także określane jako „wideo na życzenie”. formułowanie „na życzenie” lepiej oddaje jej praktyczne znaczenie, natomiast „na żądanie” jest bliższe znaczeniu słowa *demand*.

⁹⁸ Informacje za: <http://www.krrtv.gov.pl/biuletyn/25091.htm> („BIKRRIT” nr 25 – *Raport grupy Orejo: Europejska polityka audiowizualna a era cyfrowa – nowe horyzonty*), oraz *Raport Zespołu...*, wyd. cyt.

⁹⁹ Pewne elementy, które później znalazły się także w tym raporcie zostały także zaprezentowane wcześniej, podczas konferencji w Birmingham, za: *Proceedings of the European Audiovisual Conference Birmingham, UK 6-8 April 1998*, European Communities 1998, s. 30-31. W tej samej publikacji znajduje się skrót wypowiedzi omawiających aktualną sytuację sektora audiowizualnego w świetle realizowanych w Unii Europejskiej zmian dotyczącej tej dziedziny oraz w związku z rozwojem nowych technologii, zmieniających diametralnie paradygmat tego zjawiska w kierunku ery cyfrowej.

Zadaniem grupy Orejo było wypracowanie wytycznych dla polityki Unii Europejskiej w nowej, cyfrowej erze. Poza tym postawiono trzy główne pytania:

1. Jak europejski przemysł może skorzystać z przewidywanego rozwoju nowych technologii?
2. W jaki sposób władze na poziomie europejskim i krajowym mogą wspomóc przemysł audiowizualny w sprostaniu nowym wyzwaniom?
3. Jak ważny jest interes publiczny i jego ochrona?

Odpowiedzi na pierwsze dwa pytania znalazły oparcie głównie w regulacjach i działaniach przeprowadzanych na poziomie ponadnarodowym i krajowym, wspierających wszelką aktywność mogącą wzmocnić i rozszerzyć dalszy rozwój i ekspansję europejskich mediów. Odwołania do funkcjonujących już programów, takich jak MEDIA oraz wskazanie na pozytywne tendencje finansowania działalności audiowizualnej realizowane na poziomie krajowym znajdowały odzwierciedlenie w konkretnych liczbach, świadczących o rozwoju systemu audiowizualnego¹⁰⁰. Jako główne cele wyznaczono dalsze działania w sprawdzonych już kierunkach i formach aktywności.

Kwestie interesu publicznego zostały szeroko omówione w perspektywie funkcjonowania europejskich telewizji publicznych. To one są gwarantem jakości emitowanych audycji i ich różnorodności. Nadawca publiczny, działając zgodnie z zasadami przypisanymi mu przez każde z państw członkowskich i pamiętając o poszanowaniu praw konkurencji i wolnego rynku, w najdoskonalszy sposób może zapewnić rozwój pluralizmu i demokracji w mediach. Także promocja różnorodności kulturowej, stanowiącej cechę charakterystyczną obszaru Europy, stanowi jedno z działań najpełniej realizowanych przez nadawców publicznych¹⁰¹. Dzięki ich funkcjonowaniu rynek medialny może pozostawać w stabilnej równowadze zapewniającej poszanowanie nie tylko ekonomicznych aspektów funkcjonowania telewizji, ale także będącej wyrazem szczególnej dbałości o społeczeństwo i jego demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby. Odrębnie omówiono kwestie dotyczące finansowania działalności publicznej. Każde z państw członkowskich powinno zapewnić warunki prawne umożliwiające nadawcom publicznym pełne uczestnictwo w rynku, proporcjonalne do potrzeb społecznych, wyrażające się w finansowaniu spełniającym kryterium

¹⁰⁰ Za: *Raport Zespołu...*, wyd. cyt., s. 20-21.

¹⁰¹ Tamże, s. 9, 56.

proporcjonalności i otwartości oraz mocno zakotwiczone w regulacjach zabezpieczających konkurencję.

Nowe technologie stwarzają nowe możliwości, ale powodują jednocześnie nowe problemy. W raporcie tym zadano pytanie, czy rodzima produkcja będzie w stanie zaspokoić potrzeby nowego rynku? Zwiększenie za sprawą technologii cyfrowych liczby programów doprowadzi do dalszej fragmentaryzacji i zróżnicowania już i tak bardzo różnorodnego rynku europejskiego. Tylko wspólnie prowadzone działania koordynowane na poziomie wspólnotowym mogą zapewnić przekaz, który bez względu na to, czy będzie emisją komercyjną, czy publiczną będzie zapewniał zaspokojenie potrzeb społeczeństwa.

Z drugiej strony wspieranie i rozwijanie różnorodności kulturowej i językowej musi pozostać w erze cyfrowej najwyższą wartością. Europa musi zrównoważyć kwestie kulturowe wobec otwierających się nowych możliwości technologicznych i wykorzystać je, w przeciwnym wypadku uczynią to inni. Być może rynek amerykański, a być może nawet azjatycki, na czele z Japonią, której narodowym celem po osiągnięciu wysokiego rozwoju w dziedzinie elektroniki stała się ekspansja kulturowa. Jak się wydaje, konieczne zatem jest:

- uznanie szczególnej roli mediów audiowizualnych w życiu kulturalnym i w kwestiach ekonomicznych;
- zapewnienie równowagi między swobodną grą sił rynkowych a korzyściami społecznymi;
- rozwijanie dystrybucji, ponieważ jeżeli treść jest królem, to dystrybucja stanowi klucz do królestwa¹⁰².

Ponadto w konkluzji uznano że najważniejszymi elementami, które muszą się pojawić jako element wspólnotowej polityki audiowizualnej, są:

- stworzenie mechanizmów pozwalających na zwiększenie inwestycji w produkcje europejskie;
- w celu wzmocnienia szkoleń i podniesienia poziomu nauczania, połączenie szkół telewizyjnych i filmowych w sieć intensywnej współpracy i wymiany;
- zorganizowanie kolejnej cyklicznej imprezy promocyjnej, np. przyznawania nagród;
- mocne wsparcie programu MEDIA II (a w późniejszym okresie kolejnych programów stanowiących kontynuację tej inicjatywy);

¹⁰² Tamże, s. 9, 27.

- stworzenie umów umożliwiających współpracę między nadawcami prywatnymi a publicznymi.

Grupa Orejo objęła także swoimi analizami kraje Europy Środkowej i Wschodniej, jako potencjalnych partnerów w tworzeniu i dystrybucji produkcji audiowizualnych w erze cyfrowej w ramach wspólnej Europy. Analiza pozwoliła wskazać na podstawowe problemy na jakie napotkały te państwa:

- brak wystarczającego kapitału wyjściowego do pełnego tworzenia systemu dualistycznego;
- niedostateczne wpływy z reklam;
- problemy z utrzymaniem wysokiego poziomu produkcji własnych.

Wyróżniono także grupę problemów obejmujących sferę wszelkich zagadnień technicznych:

- brak częstotliwości nadawczych;
- brak planu zarządzania częstotliwościami;
- ograniczony potencjał nadawczy.

Większość z opisanych tu problemów Polska zdołała rozwiązać. Jednak w dalszym rozwoju systemu medialnego przed poszczególnymi krajami Europy Środkowej i Wschodniej pojawiły się dylematy, które być może znajdą rozwiązanie dzięki doświadczeniom zastosowanym w państwa unijnych:

- jak pokonać niechęć władz do osłabienia jej kontroli nad nadawcą państwowym;
- jak rozwijać sektor komercyjny bez osłabiania publicznego;
- jak zapewnić ekonomiczną niezależność nadawcom publicznym czerpiącym dochody z reklam, bez ich komercjalizacji;
- czy i jak promować niewielkich nadawców lokalnych;
- jak zapewnić wysoki poziom dziennikarstwa?

Poza wskazaniem na tendencje charakterystyczne dla nowych demokracji, eksperci uznali kraje Europy Środkowej i Wschodniej za odpowiednich partnerów dla państw członkowskich, wraz z ich wkładem kulturowym i potencjałem emisyjnym i odbiorczym. Zalecono ścisłą współpracę z tymi państwami jako elementami europejskiego systemu audiowizualnego w celu wzmocnienia i rozwoju nowego układu konstruującego się społeczeństwa informacyjnego w Europie.

Rozdział 2

System audiowizualny Unii Europejskiej

Rozdział ten obejmuje zagadnienia charakteryzujące politykę audiowizualną, która jest na tyle rozbudowana, że obejmuje prawodawstwo, kontekst ekonomiczny oraz społeczny. Polityka ta jest składnikiem systemu audiowizualnego rozumianego jako wieloskładnikowy zbiór oddziaływań i zależności, w jakich w ramach funkcjonowania Unii Europejskiej jest osadzona ta problematyka.

Mimo różnic jakie pojawiają się między najistotniejszymi teoriami integracji Europy¹⁰³, wszystkie, w mniejszym czy większym stopniu, jako swą podstawę przyjmują kwestię bezpieczeństwa i sprawnego funkcjonowania państwa, niezakłóconego problemami natury zewnętrznej. Skutkiem tak pojętej integracji jest bezpieczeństwo ekonomiczne i możliwość pełniejszego rozwoju gospodarczego. Taka także okazała się praktyka łącząca od początku propozycje funkcjonalizmu i konfederalizmu. Początki integracji europejskiej po II wojnie światowej miały przede wszystkim na celu zaangażowanie Niemiec w europejski system gospodarczy (głównie poprzez współpracę z Francją), taka by zagwarantować w przyszłości bezpieczeństwo Europy. Wynikało to z przesłanek politycznych, a zatem można spytać w jaki sposób owe przesłanki – związane z kwestiami bezpieczeństwa i gospodarki – stały się podstawą integracji w dziedzinie kultury? W jaki sposób nastąpiło przejście od bezpieczeństwa europejskiego do regulacji dotyczących, choć w ograniczonym zakresie, problematyki telewizyjnej?

Integracja, jaka zachodzi w tej sferze, przede wszystkim przejawia się w harmonizacji prawa. Mimo że polityka audiowizualna zawiera się w polityce kulturalnej, to za sprawą licznych regulacji stała się zagadnieniem wyrastającym ponad nią. Tymczasem harmonizacja zachodząca na poziomie polityki kulturalnej *sensu stricto* sprowadza się do wspólnotowych programów wsparcia współpracy i wymiany kulturowej. Nie może być inaczej, skoro Wspólnoty nigdy nie dążyły do jakiegokolwiek ujednoczenia kultury. Najwyższą wartością kulturową Europy jest jej różnorodność i ten fakt pozostaje elementem najczęściej pojawiającym się we

¹⁰³ Najistotniejsze z nich to: funkcjonalizm, neofunkcjonalizm, federalizm i konfederalizm. Szczegółowy opis tych teorii w ujęciu ekonomicznym znajduje się w: A. Marszałek, *Suwerenność a integracja europejska w perspektywie historycznej*, Łódź

wszelkiego typu deklaratywnych i legislacyjnych dokumentach Unii Europejskiej związanych z kulturą europejską.

Dlatego też nie może być mowy o pełnym ujednoczeniu problematyki audiowizualnej w ramach wspólnej Europy. Jednak poszczególne elementy podstawowych dokumentów unijnych regulujących działalność audiowizualną odnoszą się wprost do bardzo szczegółowych mechanizmów funkcjonujących na poziomie programowym. Ich dokładny opis został dokonany przy okazji analizy dyrektyw unijnych, polskich ustaw oraz w części, w której wskazują zależności struktur programowych od norm legislacyjnych.

Co sprawiło, że legislatura Unii Europejskiej sięgnęła swymi regulacjami po pierwsze – do składnika polityki kulturalnej i po drugie – że dokonała tego na tak szczegółowym poziomie?

Skoro działalność telewizji stała się głównie domeną jednolitego rynku i jest traktowana jak usługa, to w najwyższym stopniu przynależą jej takie przepisy jak innym dziedzinom gospodarki. Głęboka ingerencja Unii Europejskiej w kwestie audiowizualne nie jest ingerencją w politykę kulturalną poszczególnych państw członkowskich, ale regulacją dotyczącą swobodnego przepływu usług. Szczegółowość niektórych zapisów zawartych w dyrektywach ma przede wszystkim za zadanie, podobnie jak i w innych dziedzinach gospodarczych, wpłynąć na:

- zachowanie zasady konkurencji;
- zapobieganie nadużyciom w stosunku do konsumenta;
- zapewnienie swobodnego przepływu towarów (w tym przypadku usług),
- zapewnienie bezpieczeństwa gospodarce wobec zewnętrznych czynników ekonomicznych.

Gdyby potraktować działalność telewizyjną jak element kultury europejskiej, to przepisy te są zbyt szczegółowe i zbyt silnie ingerują w porządek prawny państw członkowskich. Jednak w kontekście funkcjonowania telewizji jako elementu wolnej gry rynkowej, regulacje te wydają się zbyt ogólne i nie spełniają swojego zadania.

2000, s. 177-187 oraz w ujęciu teoretyczno-politycznym w: S. Konopacki, *Integracja Europy w dobie postmodernizmu*, Poznań 1998, s. 21-49.

Można zatem wysnuć wniosek, że działalność audiowizualna na poziomie legislatywy unijnej jest jednym z najbardziej zaniedbanych elementów gospodarki Wspólnoty i zarazem najbardziej uregulowanym składnikiem polityki kulturalnej.

Zatem integracja w ramach polityki audiowizualnej znajduje swoje źródło i przyczynę nie w kwestiach kulturowych, lecz gospodarczych. W dużej mierze upraszcza to tłumaczenie przyczyn konieczności tego typu integracji (harmonizacji), odnosząc je do każdej ze wspomnianych teorii integracji, które za podstawę przyjmują współpracę ekonomiczną.

Gospodarcza przyczynowość integracji europejskiej doceniana jest od jej początków. Jednak na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat zauważono, iż nie może dojść do pełnej integracji ekonomicznej bez uwzględnienia jej aspektu kulturowego, a zwłaszcza roli mediów. Dostrzegł to już jeden z ojców Europy – Jean Monnet, któremu przypisuje się następującą wypowiedź: „Gdybyśmy teraz zaczęli tworzyć Wspólnotę Europejską od początku, winniśmy zacząć od kultury(...) Rozwój telewizji, łączącej europejską kulturę i technologię, które są kluczem do przyszłego rozwoju, jest konieczny”.¹⁰⁴

2.1. Charakterystyka polityki audiowizualnej Unii Europejskiej

Problematyka audiowizualna obejmuje, poza elementami tradycyjnie pozostającymi w jej zakresie (takimi jak: przekaz, kultura, odbiór społeczny), także problematykę konkurencji, pomocy publicznej, zasad rządzących prawem własności intelektualnej¹⁰⁵ oraz usługami. Z tego powodu bardzo trudno jest Wspólnocie Europejskiej jednoznacznie określić granicę, a co za tym idzie prawa i definicję tego sektora, a w konsekwencji także samej polityki audiowizualnej.

Jaki zatem krąg zagadnień obejmuje polityka audiowizualna? Niewątpliwie jest elementem polityki kulturalnej. Określenie „audiowizualna” sugeruje, iż odnosi się ono do tego, co łączy dźwięk i obraz. Przy takim jej rozumieniu w zakres jej zainteresowań wchodzi również internet, w którym istnieje możliwość przesyłania zarówno dźwięku, jak i obrazu. Jednak jednoznaczne przypisanie pewnych zjawisk do poszczególnych polityk nie jest tak proste. Internet nie należy bowiem bezpośrednio do polityki audiowizualnej, choć jest z nią powiązany, podobnie jak

¹⁰⁴ Za: R. Collins, *Audiovisual and Broadcasting Policy in the European Community*, London 1993, s. 10.

¹⁰⁵ Dokładny opis tego zagadnienia, wyraźnie wskazujący na zaistniały związek, dodatkowo poparty licznymi przykładami, znajduje się w: L. Giliciński, wyd. cyt.

nie podlega jej cała sfera związana z telekomunikacją. Również kwestie dotyczące oprogramowania komputerowego wykraczają poza zakres zagadnień audiowizualnych. Jednakże nie w całości. Łączą je bowiem przepisy prawa autorskiego¹⁰⁶. Tego typu związków jest jednak bardzo dużo. Aby więc dokonać przynajmniej fragmentarycznego opisu, należy zrobić pewne zawężenia i zastrzeżenia. Polityka audiowizualna obejmuje wszelkie zagadnienia związane z istnieniem oraz funkcjonowaniem telewizji.

Komisja Europejska już w 1991 roku wyróżniła trzy podstawowe dziedziny aktywności audiowizualnej. Są to:

- *hardware*, czyli wszelkiego typu systemy i standardy przekazu;
- *software*, czyli sprawy produkcji i dystrybucji filmów i programów;
- restrukturyzacja i harmonizacja rynku (mediów) Unii Europejskiej.

W jakim natomiast stopniu kwestie polityki audiowizualnej są odległe od problematyki czysto kulturowej, świadczą choćby poszczególne instytucje wspólnotowe z nią związane i odpowiedzialne za jej kształt. Mówiąc „instytucje” mam na myśli najwyższe organy opracowujące poszczególne polityki i nadzorujące ich realizację, czyli dawne dyrekcje generalne Komisji Europejskiej¹⁰⁷. Pierwszą, związaną z polityką audiowizualną zarówno jeśli chodzi o przypisaną jej numerację, jak i historyczną chronologię działań w interesującej nas dziedzinie, była Dyrekcja Generalna III – *Rynek Wewnętrzny i Sprawy Gospodarcze*. To dzięki niej powstał w 1984 roku pierwszy oficjalny dokument audiowizualny *Television without Frontiers. Green Paper* („Telewizja bez granic”), poprzedzający dyrektywę o tej samej nazwie. Z tej Dyrekcji wychodziło wiele cennych inicjatyw ze sfery mediów. Kolejną instytucją była Dyrekcja Generalna IV. – *Konkurencja*. W zakresie spraw, jakimi się zajmowała, nie miała wyszczególnionej działalności audiowizualnej, ale jak dalej zostanie wskazane, kwestie konkurencji, zarówno w pierwszej dyrektywie Rady z 1989 roku, jak i w jej modyfikacji z 1997 roku, są bardzo mocno zaznaczone. Najważniejsza, wydawałoby się, Dyrekcja Generalna X – *Informacja, Komunikacja, Kultura i Media Audiowizualne*¹⁰⁸ była odpowiedzialna głównie za realizację i koordynację medialnych programów wspólnotowych, takich jak seria programów MEDIA. Wreszcie ostatnia,

¹⁰⁶ Dyrektywa Rady 92/100/EWG z 19 listopada 1992 i dyrektywa Rady 93/98/EWG z 29 października 1993.

¹⁰⁷ O wewnętrznej reformie Komisji Europejskiej i zmianie dotychczas istniejących Dyrekcji Generalnych więcej w: *Reforming the Commission. White Paper*, com(2000)200 z 1 marca 2000 oraz w: http://europa.eu.int/comm/reform/index_en.htm (The reform of the European Commission - Time for Change in Europe's Public Administration).

najbardziej prężna, to Dyrekcja Generalna XIII – *Telekomunikacja, Informatyka, Innowacje*. Ona właśnie odpowiadała za wprowadzanie, realizację i nadzór nad wszelkimi unowocześnieniami w dziedzinie telekomunikacji i w telewizji. To ona doprowadziła do powstania Zielonej Księgi Komisji *Satellite Communications* z 1990 roku, to za jej sprawą została opublikowana w 1992 roku dyrektywa Rady dotycząca standardów satelitarnych transmisji telewizyjnych¹⁰⁹ i to ona opracowywała wszelkie zasady i normy dotyczące telewizji wysokiej rozdzielczości – HDTV.

Na drodze realizacji zasad wypracowanych przez dyrekcje generalne w stosunku do europejskiego systemu audiowizualnego stały przede wszystkim następujące problemy:

- językowe bariery, uniemożliwiające swobodny przepływ programów i audycji;
- niedoskonałość procesu decyzyjnego w ramach Komisji i Rady, wymagającego jednomyślności;
- potrzeba szczególnych inwestycji wspierających rozwój technologiczny, konieczny do rozwoju i sprawnego funkcjonowania europejskiego systemu audiowizualnego (inwestycje te mogły być realizowane tylko przy ścisłej międzynarodowej współpracy)¹¹⁰.

Trzy aspekty problematyki medialnej w dużym stopniu są rozwiązywane, a przynajmniej podejmowane są takie próby, za pośrednictwem programów należących do serii MEDIA.

2.2. Podstawowe regulacje prawne

2.2.1. Wspólnotowa droga do pierwszej dyrektywy

Dokumentem Unii Europejskiej, który w sposób najpełniejszy może dokonać regulacji ogólnego stanu prawnego na terenie ograniczonym traktatowo w danej dziedzinie jest dyrektywa. Wskazuje ona wyraźnie na implementację określonych zasad do porządku prawnego państw członkowskich ze względu na oczekiwane skutki¹¹¹.

¹⁰⁸ Obecna nazwa to *Edukacja i Kultura*, za: http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/index_en.htm (The European Commission - Education and Culture Directorate-General).

¹⁰⁹ Dyrektywa Rady 92/338/EWG z 11 maja 1992.

¹¹⁰ *Glossary*, wyd. cyt., s. 9-10.

¹¹¹ Szerzej w: K. Lenaerts, P. Van Nuffel, *Podstawy Prawa Europejskiego*, tłum. J. Bojko, Warszawa 1998, s. 177-198, 328-340.

W listopadzie 1980 roku członek Parlamentu Europejskiego Wiliam Hahn ogłosił *Report on Radio and Television Broadcasting in the European Community*, w którym stwierdzał, między innymi, że „informacja jest siłą decydującą o kształcie politycznym wspólnoty” oraz „instrumentem, który kształtuje opinię publiczną są media. Z nich telewizja, przez swój audiowizualny charakter, jest najważniejsza.”¹¹².

Po raz pierwszy w tak otwarty i bezpośredni sposób na forum Wspólnot Europejskich została postawiona kwestia mediów, z wyraźnym zaznaczeniem wagi samej telewizji. Raport ten został przyjęty i opublikowany przez Parlament Europejski w 1982 roku. Poza podkreśleniem znaczenia problemów kultury, dokument ten wskazywał na nowe, rozwijające się technologie, jakimi wówczas były przekaz satelitarny i wideo. Dostrzeżono, że zmieniają one dotychczasowe oblicze telewizji, w szczególności dotycząc sektora telewizji narodowej.

Wskazanie na znaczącą rolę telewizji było połączone z wyraźnym wypunktowaniem zmian, do jakich dochodziło w owym czasie w Europie. Najważniejsze to:

1. Drastyczne obniżenie przez kanały komercyjne poziomu programów emitowanych do odbiorców.
2. Pojawienie się zjawiska „kolonizacji cywilizacyjnej” państw słabszych przez większe i o większym potencjale produkcyjnym i nadawczym.
3. Gwałtowna i niepoohamowana inwazja produkcji amerykańskiej¹¹³.

Wszelkie zabiegi prelegislacyjne, jakie zostały zainicjowane przez instytucje Wspólnot, miały na celu zapobieżenie spełnieniu tych obaw. W 1983 roku Komisja opublikowała raport *Relations and Tendencies in European Television: Perspectives and Options*, w którym zwracała uwagę, że wprowadzanie nowych technologii powinno być zgodne z tendencjami Jednolitego Rynku i że wszelkie przemiany, jakie zachodzą w tej sferze, mają swoje źródło w przemianach kulturowych i społecznych. Tym bardziej że wyraźnie zaznaczał się już kryzys, jaki w tym czasie obejmował z wolna europejski rynek audiowizualny.

Rok później Komisja ogłosiła dokument *Towards a European Television Policy*, będący przygotowaniem do opublikowania 14 czerwca 1984 roku Zielonej Księgi *Establishment of the Common Market for Broadcasting, Especially by*

¹¹² Za: R. Collins, *Audiovisual...*, wyd. cyt., s. 8. O istocie telewizji jako przekazywacza o charakterze audiowizualnym, co decyduje o jego sukcesie, czytaj w: D. Bailey, *Worker's Control and the Media*, [w:] *Media, Politics and Culture: a Socialist View*, red. C. Gardner, London 1979, s. 138.

Satellite and Cable (umownie przyjęto skrócony tytuł: *Television Without Frontiers*).

W dokumencie tym Wspólnota poruszała zarówno kwestie regulacji w stosunku do reklamy, narodowego prawa wobec dystrybucji lub redystrybucji sygnału telewizyjnego, prawa do sprostowania, jak i praw własności intelektualnej. W 1985 roku Parlament Europejski przygotował wsparcie dla przyszłego aktu prawnego, a już w 1986 roku Komisja sporządziła jego wstępną wersję.

Jednak w łonie Wspólnot walczyły ze sobą dwie opcje. Jedną nazywano deregulacyjną, drugą proreklamową. Pierwsza uznawała wartość samego procesu i możliwości szerokiego powstawania telewizji prywatnych, jednak z zastrzeżeniem, że nadrzędne regulacje powinny być bardzo rygorystyczne, druga natomiast opowiadała się za większą swobodą nadawców, szczególnie w związku z zasadami dotyczącymi emisji reklam¹¹⁴. Kwestie te przez dłuższy czas powstrzymywały ostateczne zatwierdzenie dyrektywy.

Mimo tych problemów ukoronowaniem wszelkich raportów, orzeczeń i deklaracji stała się dyrektywa Rady z 3 października 1989 roku, stosowana od 3 października 1991 roku, o numerze 89/552/EWG (OJ L 298/23 z 17 października 1989 roku)¹¹⁵ i tytule takim jak wspomniana Zielona Księga: „Telewizja bez granic” (*Transfrontier Television Directive*).¹¹⁶

Powstanie takiej regulacji, bardzo specyficznej, dotyczącej wąskiego sektora, było wyraźnie związane z jego rozwojem. Rozwój ten musiał być na tyle i dynamiczny, aby wyraźnie dało się dostrzec pewne nieprawidłowości, które poprzez zasady prawa nie odnoszące się bezpośrednio do konkretnej działalności, nie są możliwe do rozwiązania. Wraz z wdrożeniem prawa i z czasem, w jakim ono funkcjonuje, pojawiają się kolejne problemy, nieprecyzyjne sformułowania, czasem wręcz luki. Jest to jednak nieuniknione, gdyż dyrektywa 89/552/EWG jest pierwszą w historii Europy próbą stworzenia na taką skalę, dla tak zróżnicowanej grupy, podstaw prawa audiowizualnego. Pewne wzory oczywiście mogły być

¹¹³ Za: P. J. Humphreys, wyd. cyt., s. 259.

¹¹⁴ Tamże, s. 267-268.

¹¹⁵ Omówienie tej dyrektywy znalazło się w pierwszym punkcie w: *Komentarz do Układu Europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi z drugiej strony sporządzonego w Brukseli dnia 16 grudnia 1991 roku*, Urząd Rady Ministrów – Biuro ds Integracji Europejskiej oraz Pomocy Zagranicznej, Warszawa 1994, s. 261.

¹¹⁶ Dość często dyrektywa ta mylona jest z konwencją Rady Europy „O telewizji transgranicznej” (*European Convention on Transfrontier Television*), podpisanej przez Polskę w maju 1993 roku, na którą dyrektywa powołuje się we wstępie. Konwencja ta została podpisana 5 maja 1989 roku i stanowiła w dużym stopniu bazę do utworzenia tekstu dyrektywy, jednak są to dwa różne dokumenty. Podobna pomyłka zachodzi często przy różnieniu dwu organów: niezależnej od Unii Europejskiej Rady Europy (*Council of Europe*) i znajdującej się w strukturze Wspólnot - Rady Wspólnot Europejskich (*Council of the European Communities*).

zaczepnięte z doświadczeń państw członkowskich, jednak doświadczenia te dotyczyły zawsze o wiele mniej zróżnicowanego rynku z mniejszą liczbą uczestników.

2.2.2. Dyrektywa 89/552/EWG

Analizy tej dyrektywy przeprowadzano zarówno w polskich źródłach¹¹⁷, jak i w obcojęzycznych¹¹⁸. Wydaje się jednak konieczne wskazanie podstawowego zakresu zagadnień, które znalazły się w jej tekście¹¹⁹.

W związku z tym że od 30 grudnia 1999 roku obowiązuje nowa dyrektywa Parlamentu i Rady – z 30 czerwca 1997 roku, o numerze 97/36/WE w tej części szczegółowo omówię jedynie kilka punktów pierwszego dokumentu, które się nie zmieniły. Artykuły, które zmodyfikowano, zostaną szerzej przedstawione w części poświęconej dyrektywie 97/36/WE¹²⁰.

W rozdziale pierwszym dyrektywy określono podstawowe pojęcia, jakie funkcjonują w praktyce audiowizualnej na terenie Wspólnot. Będą to kolejno: nadawanie programów telewizyjnych, reklama telewizyjna, kryptoreklama oraz sponsoring.

W drugim rozdziale znalazły się zapisy ustanawiające zasady dotyczące swobodnego przepływu transmisji telewizyjnych między państwami członkowskimi, co stanowi jeden z najważniejszych punktów tego aktu prawnego, wiążąc go z samą nazwą tego dokumentu „Telewizja bez granic”. Ponadto w art. 2 zawarty jest spis przypadków, w których może dojść do odstępstwa od tej zasady. Artykuł 3, który pozostał niezmieniony w dokumencie z 1997 roku, opisuje bardzo ważną możliwość wprowadzenia przez państwa członkowskie regulacji bardziej rygorystycznych, niż wskazane w dyrektywie.

¹¹⁷ *Konkurencja...*, wyd. cyt. s. 27-28, K. Doktorowicz, *Transformacje telewizyjnych mediów europejskich, regulacja i technologia*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. W. Dudek, Katowice 1996, s. 77-79, C. Mik, *Radiofonia i telewizja w europejskim prawie wspólnotowym*, „Przegląd prawa europejskiego”, 1996, nr 1, s. 77-83, *Usługi audiowizualne*, red. E. Piontek, Warszawa 1998, s. 7-19, *Telekomunikacja i media audiowizualne w Unii Europejskiej*, red. M. Pełski, M. K. Szewczyk, Łódź 1998, również w: C. Mik, *Media masowe w europejskim prawie wspólnotowym*, Toruń 1999, s. 239-255, 286-294, w tej ostatniej publikacji przedstawione są również elementy pojawiające się w nowej dyrektywie. Opis zasad funkcjonowania nowej dyrektywy można również znaleźć w: *Audiovisual Policy...*, wyd. cyt., s. 8-9.

¹¹⁸ P. J. Humphreys, wyd. cyt., s. 275-280 oraz D. B. Winn, *European Community and International Media Law*, London 1994, 223-235.

¹¹⁹ Zakres problematyki, którą regulowała dyrektywa zamyka się w następującym wyliczeniu:

Rozdział 1: definicje; Rozdział 2: swoboda odbioru i retransmisji, ograniczenia odbioru i retransmisji, możliwość bardziej restrykcyjnego prawa krajowego; Rozdział 3: przewaga utworów europejskich, wspieranie produkcji pozatelewizyjnej, definicja „utworu europejskiego”, „chronologia mediów”, kryteria językowe; Rozdział 4: zakaz przekazu podprogowego, zakaz kryptoreklamy, zasady emisji ramowej i czasowej reklam, zasady zawartości reklam, zakazy reklamowania produktów, sponsoring; Rozdział 5: ochrona nieletnich i mniejszości; Rozdział 6: prawo do sprostowania.

¹²⁰ Aneks I zawiera tłumaczenie tej dyrektywy, uzupełnione o autorskie wskazania zmian przez nią wprowadzonych.

W rozdziale trzecim wyraźnie wskazano na konieczność promocji produkcji europejskiej, ustalając tzw. kwoty europejskie, mające gwarantować odpowiedni udział w programie audycji pochodzenia europejskiego. Podobnie potraktowano audycje wyprodukowane przez producentów niezależnych. Udział ten został określony dwoma warunkami do wyboru przez nadawcę: 10% budżetu lub 10% czasu transmisyjnego danej stacji, przy czym zasadę tę należy wprowadzać stopniowo. W sumie są to bardzo niewielkie ograniczenia i nie gwarantują realnego udziału produkcji niezależnych w przekazie audiowizualnym¹²¹. Także i obowiązująca definicja producenta niezależnego nie jest zadowalająca, przyjmując każdą produkcję pochodzącą od innego producenta niż emitujący ją nadawca, za niezależną.

Zapisy wyłączające zarówno z kwot europejskich, jak i z produkcji niezależnych: informacje¹²², teleturnieje, transmisje sportowe oraz wszelkie formy reklamy i telesprzedaży mają bardzo duże znaczenie dla praktycznego stosowania tych przepisów. Dzięki nim realny czas pojawiania się obu wymienionych rodzajów produkcji wzrósł mniej więcej o 20% wobec określonego limitu. Gdyby to uzupełnienie zapisu nie pojawiło się, sytuacja byłaby dokładnie odwrotna, gdyż większość reklam i relacji sportowych uznawano by za niezależne produkcje europejskie i w dużym stopniu wypełniałyby one limity kwot. Wyłączeni z podlegania tym kwotom są nadawcy regionalni oraz niefilmowe i niepłatne kanały tematyczne. Podobnym wyłączeniom podlegają programy skierowane do mniejszości, szczególnie te nadawane w językach obejmujących stosunkowo mały obszar któregoś z państw członkowskich (np programy walijskie oraz baskijskie¹²³).

Rozdział czwarty zawierał przepisy regulujące wszelkie kwestie dotyczące reklamy, począwszy od ustaleń czasowych, co do ich emisji w ramówce i w trakcie trwania innych audycji, poprzez regulacje dotyczących szczególnych przypadków

¹²¹ Usankcjonowana nową brytyjską Ustawą komunikacyjną w 1990 roku, deklaracja rządu z 1987 roku nakładała na brytyjskiego nadawcę publicznego oraz komercyjnego obowiązek 25% udziału w kwalifikowanym czasie antenowym produkcji producentów niezależnych. Producent niezależny był definiowany jako ten, którego udział we własności nadawcy nie przekraczał 15%. Drugim warunkiem było mniej niż 15% udziału nadawcy w spółce producenckiej. Najbardziej oryginalny i zarazem prowokacyjny – kanał brytyjski Chanel 4 osiąga nawet 28% udziału w programie takich produkcji, za: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 38-39.

¹²² Stosuję to określenie wymiennie z „programy niezależne”, za wyjątkiem przypadków pisania jej z dużej litery – taka nazywa się audycja emitowana w Polsce oraz oczywistych miejsc, w których z kontekstu wynika, że dotyczy to podstawowego pojęcia tego określenia.

¹²³ Por.: F. Hurard, *The production Quota System of the EU-Television directive*, [w:] *European Media Law*, wyd. cyt., s. 31-32.

związanych z nadawaniem reklam (przekaz podprogowy, kryptoreklama, sponsoring), a skończywszy na zakazach dotyczących formy i przedmiotu reklamy. Rozdział piąty krótko opisywał zasady ochrony nieletnich przed audycjami telewizyjnymi, szkodliwymi dla ich zdrowia psychicznego i moralnego. Ochrona ta miała głównie polegać na nieemitowaniu takich programów. Natomiast jeżeli już taka emisja miała miejsce, to w czasie gwarantującym, że nieletni nie będą mogli jej oglądać¹²⁴, lub przy zapewnieniu takich środków technicznych, które im to uniemożliwią. Uzupełnieniem tego rozdziału była wskazówka, aby program nie podlegał do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość.

Ostatni rozdział merytoryczny regulował zasady rządzące prawem do sprostowania.

Tak ukształtowany dokument stanowił pierwszą w pełni wspólnotową, prawną podstawę funkcjonowania całego systemu telewizyjnego Unii Europejskiej.

2.2.3. Inne działania

Niemal jednocześnie z zatwierdzeniem dyrektywy – 2 października 1989 roku Wspólnoty Europejskie wzięły udział w powołaniu, na wzór *Eureki* dotyczącej innowacji, programu *Eureka Audiovisual*, pilotowanego przez Radę Europy. Program ten nie posiada własnych funduszy, ale patronując wielu audiowizualnym działaniom, wspomaga zdobywanie środków oraz organizowanie partnerów w sieci.

Również podczas trzech kolejnych spotkań Rady Europejskiej¹²⁵ podkreślano pilność prac związanych z pełnym uregulowaniem problematyki swobodnego przepływu produktów systemu audiowizualnego, wskazywano na konieczność rozwoju nowych i całkowicie rodzimych, czyli europejskich technologii, a także usiłowano wypracować funkcjonalne zasady dotyczące tego europejskiego sektora, które pozwoliłyby podnieść jego konkurencyjność zarówno w Europie, jak i w świecie.

Jeszcze przed opracowaniem nowej dyrektywy telewizyjnej, a już po wejściu w życie pierwszej dyrektywy medialnej pojawił się dokument, który choć w dużym stopniu dotyczył najbardziej istotnych kwestii związanych z problematyką audiowizualną, w niewielkiej mierze znalazł swoje

¹²⁴ Na podstawie polskiego ustawodawstwa możliwe jest to w godzinach 23:00 – 6:00.

¹²⁵ Rodos – 2-3 grudnia 1988, Madryt – 26-27 czerwca 1989 oraz Strasbourg – 8-9 grudnia 1989.

odzwierciedlenie w dyrektywie 97/36/WE. Mowa o Zielonej Księdze opublikowanej 23 grudnia 1992 roku *Pluralizm i koncentracja mediów na rynku wewnętrznym. Ocena potrzeby działań na szczeblu Wspólnot*. Dotyczyła ona przede wszystkim pilnej potrzeby zmian mogących utrzymać i rozwinąć pluralizm mediów. Proponowała trojaki rozwiązanie mające zapobiec zbyt dużej koncentracji w dziedzinie własności mediów i tworzenia ponadnarodowych grup kapitałowych kontrolujących różnorodne środki przekazu medialnego. Najbardziej skrajną propozycją było zawieszenie wspólnej polityki w tej dziedzinie i wyłączenie kwestii medialnych spod wspólnotowych działań. Dokument ten, będący wyrazem obaw powstających w Parlamencie Europejskim, jest obecnie bardzo istotny dla Polski, obawiającej się wejścia wielkiego obcego kapitału w sektor audiowizualny¹²⁶. Na poziomie Wspólnoty był on jedynie wskazaniem na pewne tendencje pojawiające się w związku z działalnością telewizyjną i nie znalazł szerszego wyrazu w działaniach na poziomie wspólnotowym.

2.2.4. Wybrane orzecznictwo

Prawo Wspólnot oparte jest w pewnej mierze na anglosaskiej zasadzie prawa precedensowego. W tym konkretnym przypadku precedensy oparte są przede wszystkim na orzeczeniach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Mają one moc rozstrzygania w kwestiach spornych o podobnym charakterze jak sprawy, w których zostało wydane orzeczenie. W związku z przyjętą *apriori* niedoskonałością poszczególnych dyrektyw i niemożliwością ustosunkowania się w nich wszystkich do nawet tych najpowszechniej występujących przypadków, zasady zapisane w dyrektywach są uzupełniane przez orzeczenia Trybunału. Tym bardziej że dyrektywy są wiążące co do skutków, a nie samych sposobów ich implementacji.

Liczba spraw rozpatrywanych przed Trybunałem Sprawiedliwości, a dotyczących tego samego problemu jest bardzo duża. Zdarza się, że zmieniająca się sytuacja ekonomiczna lub technologiczna, jak ma to miejsce szczególnie w przypadku telewizji, sprawia, że dyrektywa traci aktualność. Wówczas w na podstawie zaistniałych problemów i rozwiązań, jakie zaproponował Trybunał

¹²⁶ Dotyczy to głównie art. 35 polskiej ustawy o radiofonii i telewizji.

Sprawiedliwości, tworzony jest nowy tekst dyrektywy¹²⁷. Poniżej przedstawiam skróconą charakterystykę kilku spraw, które po pierwsze stały się bardzo ważne dla rozwoju telewizji w Europie, a po drugie, których problematyka wpłynęła w największym stopniu na kształt nowej dyrektywy, przedstawionej w kolejnym rozdziale.

Reklama i sponsoring

- Orzeczenie z 12 grudnia 1996 roku¹²⁸

Programy typu teledakupy są traktowane na równi z reklamami jako forma bezpośredniej oferty kierowanej do publiczności. W związku z tym nie istnieją ograniczenia dotyczące liczby wzmianek o sponsorach w trakcie trwania audycji.

- Orzeczenie Debauve z 18 marca 1980 roku¹²⁹

W przypadku braku konkretnych i zharmonizowanych przepisów dotyczących emisji telewizyjnej każde z państw członkowskich ma pełne kompetencje w zakresie wprowadzania regulacji, ograniczeń i zakazów dotyczących nadawania reklamy. Jednak działania takie nie mogą być podejmowane w roli dyskryminacji i muszą uwzględniać dobro ogólne.

- Orzeczenie Leclerc-Siplec z 9 lutego 1995 roku¹³⁰

TF1 oraz M6 odmówiły emisji reklamy dotyczącej dystrybucji paliw w supermarketach sieci Leclerc. Trybunał na podstawie artykułów 30, 85, 86 oraz 3f Traktatu WE oraz postanowień Dyrektywy Rady 89/552/EWG orzekł, iż zapisy te nie wykluczają możliwości wprowadzenia przez państwo członkowskie zakazu nadawania reklam na rzecz sektora dystrybucji przez nadawców telewizyjnych mających siedzibę na terytorium tych państw.

Siedziba nadawcy

- Orzeczenie z 5 czerwca 1997 roku¹³¹

¹²⁷ Praktyczna, zinstytucjonalizowana procedura tworzenia dokumentów Unii Europejskiej, oparta na współdecydowaniu, wg Traktatu Amsterdamskiego (dalej TA) wraz z przykładem tej procedury opisana jest w: Simon Coss, *Skąd biorą się dyrektywy?*, „Dialog Europejski”, 1999, nr 3, s. 17-19.

¹²⁸ *Reti Televisive Italiane SpA (RTI), Radio Torre, Rete A Srl, Vallau Italiana Promomarket Srl, Radio Italia Solo Musica Srl and Others and GETE Srl v Ministero delle Poste e Telecomunicazioni*, [1996] ECR, s. I-6471, sprawy łączone C-320/94, C-328/94, C-329/94, C-337/94, C-338/94, C-339/94.

¹²⁹ *Procureur du Roi v Marc J.V.C. Debauve and others*, [1980] ECR, s. 0833, sprawa 52/79.

¹³⁰ *Société d'Importation Edouard Leclerc-Siplec v TF1 Publicité SA and M6 Publicité S.A.*, [1995] ECR, s. I-0179, sprawa C-412/93.

¹³¹ *VT4 Ltd v Vlaamse Gemeenschap*, [1997] ECR, s. I-3143, sprawa C- 56/96.

Nadawca podlega jurysdykcji tego państwa członkowskiego, w którym znajduje się jego siedziba. Jeżeli ma kilka placówek, to za siedzibę główną uznaje się tę, w której podejmowane są decyzje programowe.

- Orzeczenie z 10 września 1996 roku¹³² (Wizja i HBO) oraz Orzeczenie z 5 października 1994 roku¹³³ (Wizja i HBO)

Każde państwo członkowskie ma prawo podjęcia działań wobec instytucji nadawczej mającej siedzibę w innym państwie członkowskim, której działalność emisyjna jest skierowana na jego własne terytorium, pod warunkiem że lokalizacja siedziby nadawcy była podyktowana próbą uchylecia się od konieczności podlegania przepisom obowiązującym w państwie docelowej emisji.

Swobodny przepływ programów

- Orzeczenie z 29 maja 1997 roku¹³⁴ (Wizja i HBO)

Państwo nie może się sprzeciwiać emisji na swoim terytorium programu rozsiewanego przez nadawcę z terytorium innego państwa członkowskiego, nawet jeżeli programy te nie są zgodne z 4 i 5 artykułami dyrektywy, ponieważ ocena tego należy do kompetencji państwa, z którego są nadawane (przypomnę, że artykuły 4 i 5 dotyczą kwot produkcyjnych i limitów nadawczych programów europejskich).

- Orzeczenie z 10 września 1996 roku¹³⁵

Trybunał potępił procedurę wydawania zezwoleń na rozprowadzanie drogą kablową programów telewizyjnych pochodzących z innego państwa członkowskiego, ponieważ poprzez taką dwustopniową kontrolę zostaje zakłócony swobodny przepływ audycji.

- Orzeczenie z 30 kwietnia 1974 roku¹³⁶

Emisja programów telewizyjnych podlega postanowieniom Traktatu Rzymskiego dotyczącym świadczenia usług.

- Orzeczenia z 25 lipca 1991 roku¹³⁷

¹³² *Commission of the European Communities v United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland*, [1996] ECR, s. I-4025, sprawa C-222/94.

¹³³ *TV10 SA v Commissariaat voor de Media*, [1994] ECR, s. I-4795, sprawa C-23/93.

¹³⁴ *Criminal proceedings against Paul Denuit*, [1997] ECR, s. I-2785 sprawa C-14/96.

¹³⁵ *Commission of the European Communities v Kingdom of Belgium*, [1996] ECR, s. I-4115, sprawa C-11/95.

¹³⁶ *Giuseppe Sacchi*, [1974] ECR, s. 0409, sprawa 155-73.

¹³⁷ *Stichting Collectieve Antennevoorziening Gouda and others v Commissariaat voor de Media*, [1991] ECR, s. I-4007, sprawa C-288/89, *Commission of the European Communities v Kingdom the Netherlands*, [1991] ECR, s. I-4069, sprawa C-353/8.

Polityka kulturalna (w tym polityka audiowizualna) może stanowić rację wyższą ograniczającą swobodę świadczenia usług (również audiowizualnych), w celu zachowania zasad pluralizmu. Wiąże się to bezpośrednio z ograniczeniami stosowanymi wobec amerykańskich dystrybutorów usług audiowizualnych¹³⁸.

Chronologia mediów¹³⁹

- Orzeczenie z 18 marca 1980 roku¹⁴⁰

Artykuł 59 Traktatu Rzymskiego nie jest sprzeczny z prawem właściciela praw do wyświetlania filmu w wersji kinowej w danym państwie członkowskim z jego prawem do decyzji o pozwoleniu na emisję tego filmu w telewizji.

- Orzeczenie z 11 lipca 1985 roku¹⁴¹

Z artykułem 30 Traktatu Rzymskiego zgodne są zasady, na podstawie których, w celu wspierania dzieł kinematograficznych, niezależnie od ich pochodzenia, przynależne jest ich priorytetowe rozpowszechnianie w kinach przed ich wykorzystaniem w innych środkach odtwarzania i dystrybucji. Dotyczy to oczywiście telewizji (każdej jej formy) oraz kaset wideo¹⁴².

Finansowanie mediów publicznych¹⁴³

- „Sprawa” NN-141/95 z 2 października 1996 roku¹⁴⁴

Dotyczyła finansowania RTP przez rząd portugalski. Komisja stwierdziła, że pomoc ta nie wchodziła w zakres artykułu 87 TWE, ponieważ wyrównywała ona tylko RTP koszty wywiązywania się z powierzonych jej obowiązków służby publicznej.

- „Sprawa” NN-70/98 Kinderkanal/Phoenix¹⁴⁵

¹³⁸ Nieco więcej na temat problemów związanych z tym zagadnieniem w świetle GATS oraz OJCD znajduje się w dalszej części pracy.

¹³⁹ Jest to zasada wprowadzająca ograniczenia dotyczące, czasu jaki musi upłynąć od wyprodukowania dzieła audiowizualnego do jego emisji kinowej, telewizyjnej i ukazania się na kasetach wideo.

¹⁴⁰ *SA Compagnie générale pour la diffusion de la télévision, Coditel, and others v Ciné Vog Films and others*, [1980] ECR, s. 0881, sprawa 62/79.

¹⁴¹ *Cinéthèque SA and others v Fédération nationale des cinémas français*, [1985] ECR, s. 2605, sprawy łączone 60/84, 61/84.

¹⁴² Zaprezentowany tu zestaw orzeczeń jest tylko przykładem rozwiązań wspólnotowych w różnorodnych dziedzinach związanych z funkcjonowaniem telewizji. Zarówno ich liczba jest większa w przypadku każdego z problemów, jak i zakres tematyczny, w jakim wypowiada się Trybunał Sprawiedliwości w związku z działalnością telewizyjną jest o wiele bogatszy. Pokazny spis orzeczeń Trybunału Sprawiedliwości w tej dziedzinie znajduje się w: C. Mik, *Media...*, wyd. cyt., s. 617-624 oraz w D. B. Winn, wyd. cyt. s. XXIV-XXIX. W obydwu tych publikacjach znajdują się także spisy innych dokumentów Wspólnot związanych z praktyką medialną. Ich szczegółowe opisy pojawiają się w rozdziałach opisujących dane zagadnienia.

¹⁴³ NN, czyli *Aid Number* - nie są to typowe orzeczenia, ale zezwolenia Komisji na udzielenie „pomocy państwa”.

¹⁴⁴ NN-141/95, [1997] Dz.U.W.E. C67, s. 9

¹⁴⁵ NN-70/98 Kinderkanal/Phoenix, [1999] Dz.U.W.E. C 238, s. 3

Po utworzeniu przez Niemcy dwóch nowych kanałów tematycznych Komisja orzekła, że „jeżeli wyrównanie ustalane będzie „jako wynik działania rynku, na przykład, gdzie wszystkie zainteresowane przedsiębiorstwa otrzymują możliwość określenia sumy wynagrodzenia, jakiego zażądałyby za świadczenie usługi na rzecz państwa członkowskiego, i przedsiębiorstwo, jakiemu powierzone zostanie świadczenie tej usługi wybierane jest poprzez odniesienie do obiektywnych i uzasadnionych kryteriów” nie będzie uważane ono za pomoc udzielaną przez państwo w znaczeniu artykułu 87 TWE. Jednak we wszystkich innych okolicznościach przyjmować się będzie działanie pomocy państwa.

2.2.5. Ustanowienie dyrektywy 97/36/WE

Podstawą nowo powstającej dyrektywy było orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości, opierające się na postanowieniach traktatowych. Problemy, które pojawiły się w wyniku niedoskonałości dyrektywy 89/552/EWG, trafiły do Trybunału Sprawiedliwości, który wydając orzeczenia włączył wyniki tych spraw na zasadach prawa precedensowego do wspólnego dorobku prawnego Wspólnot – *acquis communautaire*.

Zmieniająca się sytuacja rynkowa oraz rozwój nowych technologii sprawiły, że dyrektywa 89/552/EWG nie opisywała już w pełni i nie regulowała podstawowych zasad rządzących usługami medialnymi w Europie. W o wiele większym stopniu czyniły to orzeczenia Trybunału Sprawiedliwości.

Pojawiła się więc konieczność ustanowienia nowej dyrektywy, sankcjonującej w sposób jednoznaczny zasady funkcjonowania usług audiowizualnych wobec sytuacji, jaka utrzymała się na tym polu w krajach Unii Europejskiej. Prawo staje się w tym przypadku czynnikiem, który pozwala instytucjonalnym przedstawicielom kultury medialnej, funkcjonującym w ramach wolnego rynku – biorąc pod uwagę głównie kontekst ekonomiczny – uzyskać prawną podstawę funkcjonowania. W ten sposób prawo staje się podstawą i nade wszystko głównym punktem odniesienia, według którego funkcjonują lub powinny funkcjonować instytucje audiowizualne.

Zmieniająca się sytuacja na światowym rynku mediów, tak w dziedzinach gospodarczych, jak i technologicznych została potwierdzona przez Opinię Komitetu Ekonomiczno-Społecznego (CES(1995) 972). W kontekście tych zmian oraz orzeczeń Trybunału Sprawiedliwości dyrektywa Rady 89/552/EWG utraciła

wiele ze swej aktualności. W związku z tym 30 czerwca 1997 roku Parlament Europejski i Rada uchwałyły dyrektywę 97/36/WE, będącą nowelizacją dyrektywy „Telewizja bez granic”¹⁴⁶.

2.2.6. Zmiany wprowadzone dyrektywą 97/36/WE

Dokument ten nie rozszerzał zakresu regulacji dotyczących działalności telewizyjnej, natomiast w wielu punktach go modyfikował¹⁴⁷.

W rozdziale pierwszym nowej dyrektywy pojawiło się uzupełnienie zbioru definicji o: określenie *broadcastera*, czyli nadawcy, oraz o wspomniane już wyżej telezakupy. Zresztą to drugie określenie pojawiło się we wszystkich tych miejscach, gdzie dotychczas występowało słowo „reklama”, jako uzupełnienie, ponieważ większość przepisów odnoszących się do reklamy ma również zastosowanie do telezakupów. Dynamiczny rozwój tej dziedziny rynku zmusił twórców dyrektywy do jej uwzględnienia.

Również i definicja „nadawcy” musiała się ostatecznie pojawić w dyrektywie. Choćby w celu nałożenia na niego „odpowiedzialności redakcyjnej za układ programów” w stosunku do przepisów pojawiających się w dyrektywie. Praktycznie cały drugi rozdział jest poświęcony zdefiniowaniu nadawcy podlegającego *judykaturze* Unii Europejskiej. Art. 2 tego rozdziału uległ najpoważniejszej transformacji w porównaniu z pierwotną wersją z dyrektywy Rady 89/552/EWG. Konieczna stała się możliwość precyzyjnej oceny, z którego państwa pochodzi nadawca. Ten niebłahy problem pojawił się zarówno przy okazji ponadgranicznych przekazów satelitarnych, jak i przy nadajnikach przygranicznych na tyle silnych, że nadając w języku swych sąsiadów, zachodzi możliwość niezakłóconego odbioru sygnału programu. Europejska „architektura” medialna jest wybitnie skomplikowana, w szczególności w dziedzinie umiejscowienia i jednoznacznego przypisania któregoś z nadawców do konkretnego państwa. Artykuł 2. formułuje zatem wyraźne przepisy, oparte na takich parametrach, jak: kto przydzielił pasmo częstotliwości, gdzie znajduje się główne biuro nadawcy, gdzie są podejmowane decyzje programowe, gdzie zatrudniona jest znaczna część

¹⁴⁶ Tło powstania tej dyrektywy oraz skrócony opis zmian, jakie wprowadzała znajduje się w: K. Jakubowicz, *Nowelizacja dyrektywy o „telewizji bez granic”*, „BIKRRiT”, 1997, nr 11, s.7-8.

¹⁴⁷ Zmiany, jakie wprowadzała dyrektywa, dotyczyły następujących zakresów tematycznych:

Rozdział 1: definicja nadawcy i telezakupów; Rozdział 2: doprecyzowanie pojęcia „siedziby nadawcy”, „transmisja wydarzeń o szczególnym znaczeniu”; Rozdział 3: doprecyzowanie definicji „utworu europejskiego”, skreślenie punktu dotyczącego „chronologii mediów”; Rozdział 4: zasady emisji witrzyn telezakupów; Rozdział 5: ochrona nieletnich -

personelu. Po przeanalizowaniu tych elementów bez większego problemu można określić, któremu z „państw członkowskich jurysdykcji” nadawca podlega¹⁴⁸.

Bardzo istotnym elementem, który znalazł się w nowej dyrektywie w niezmienionej formie, jest pkt 1 art. 3, rozdz. 2, stanowiący, że państwa członkowskie mogą wprowadzić surowsze przepisy niż przewidziane niniejszą dyrektywą¹⁴⁹.

Kolejny nowy zapis przybrał formę art. 3a¹⁵⁰. Określa on przepisy związane z wydarzeniami o szczególnym znaczeniu społecznym, będącymi dobrem powszechnym. W głównej mierze dotyczy to imprez sportowych. Stacje komercyjne, w szczególności kodowane, jak choćby Canal+¹⁵¹, wykupują bardzo często wyłączne prawa do bezpośrednich relacji z tego typu wydarzeń. Przepis ten ma zapobiec takim praktykom, ponieważ w ten sposób pozbawia się przeważającą część widzów uczestnictwa w nich poprzez bezpośrednią transmisję telewizyjną. Każde z państw członkowskich powinno opracować listę takich wydarzeń, które są rozumiane jako dobro społeczne i w interesie ogółu społeczeństwa leży ich niekodowana transmisja oraz dostęp nielimitowany w żaden sposób przez jednego nadawcę.

Zachowano rozdział trzeci, wspierający europejską produkcję audiowizualną¹⁵² i określający minimalny udział europejskich programów w całej ramówce. Te europejskie kwoty zawarte już w pierwszej dyrektywie telewizyjnej bezpośrednio godziły w interesy nadawców amerykańskich, emitujących swój program w Europie. Zmusiło ich to do współpracy z europejskimi producentami, podczas gdy wcześniej opierali się tylko na własnym repertuarze. Różnica kosztów

wizualne i dźwiękowe ostrzeżenia, praktyczne zasady ochrony nieletnich (np. V-chip); Rozdział 6a: powołanie Komitetu Kontaktowego.

¹⁴⁸ Dokładne zasady wyróżniania państwa nadawcy oraz podstawę orzeczniczą stanowiącą bazę do wprowadzenia tego przepisu oraz analizę przykładu orzeczenia Trybunału Sprawiedliwości dotyczącego tej sprawy zawarte są w: E. Dommering, *Advertising and Sponsorship Law – Problems of Regulation Partly Liberalised Markets*, [w:] *European Media Law*, wyd. cyt., s. 55-56.

¹⁴⁹ Polska przy okazji tworzenia nowej odpowiedniej ustawy wiosną 2000 roku skorzystała z tej możliwości. Podobnie uczyniły niektóre państwa członkowskie. W tych działaniach przoduje Francja, bardzo mocno wspierająca swój rodzimy przemysł kinowy i audiowizualny.

¹⁵⁰ Analiza tego zapisu, wraz z odniesieniami do brytyjskiego systemu telewizyjnego, znajduje się w: C. Morrison, *The Right of Information – regulation of Access by the Media to Events of Major Interest to the Public*, [w:] *European Media Law*, wyd., cyt., s. 73-78.

¹⁵¹ Można przypuszczać, że głównie przeciwko działalności tej stacji został ustalony omawiany zapis. Ma ona wyłączne prawa do transmisji ligi francuskiej, włoskiej, hiszpańskiej oraz belgijskiej i holenderskiej. Utrzymując swoją strategię, Canal+ w Polsce w lipcu 2000 roku uzyskał ostatecznie, po zmianach wprowadzonych w PZPN, analogiczne prawa w stosunku do ligi polskiej, por.: I. T. Miecik, *Piłka w Canale*, „Polityka”, 15.07.00, s. 82 oraz *Prawa medialne w gestii związku*, „Rzeczpospolita” (dalej „RP”), 9.06.00, s. A18.

¹⁵² „(...) każde dzieło fabularne (także film animowany) lub dokument przeznaczony do projekcji w salach kinowych, wyprodukowany w większej części przez jedną lub kilka firm europejskich i przy realizacji którego znaczny udział mieli europejscy profesjonalści. Wyklucza się z tej definicji filmy o charakterze reklamowym, pornograficznym, rasistowskim, lub wychwalające przemoc...”, cyt. za: *Program Media Unii Europejskiej. Sposób wykorzystania. Broszura Informacyjna*, Bruksela 1996.

ponoszonych w nowej sytuacji w porównaniu z poprzednim okresem okazała się znaczna. Z tego właśnie powodu punkt ten był bardzo szeroko dyskutowany przed uchwaleniem go w niezmienionej formie w nowej dyrektywie. Także bezpośrednio wśród państw członkowskich i europejskich nadawców podnosiły się głosy sprzeciwu. Wynikało to z konieczności zakupu drogich produkcji europejskich w miejsce relatywnie tańszych dzieł amerykańskich. Takim zapisom sprzeciwiała się Dania, jako przedstawiciel tych państw, których system produkcji audiowizualnych nie jest zbyt rozwinięty. Z podobnych, finansowych przyczyn oburzało się wielu prywatnych nadawców. Opracowywane przez nich raporty wskazywały na owe kwoty jako na potencjalne źródło problemów mogących, dość paradoksalnie, zatrzymać europejski wzrost ekonomiczny w dziedzinie produkcji audiowizualnych. Zauważono, że problemy mogą mieć szczególnie nowi komercyjni producenci, a także same państwa członkowskie. Mechanizm ten miał być związany z koniecznością zakupu drogich europejskich dzieł. Francja z kolei, jako największy europejski producent filmowy, mocno wspierała ten zapis. W prawie francuskim kwoty te są o wiele bardziej rygorystyczne¹⁵³.

Mimo, istnienia szczegółowych przepisów ustalających co jest utworem europejskim¹⁵⁴, na tym polu powstają co jakiś czas problemy¹⁵⁵. Do takich sytuacji dochodzi w przypadku odsprzedawania wspólnych produkcji firmowanych przez któreś z państw europejskich, podczas gdy główną stroną było państwo pochodzące spoza obszaru europejskiego. Wewnętrzny system prawa francuskiego w stopniu jeszcze dokładniejszym reguluje zasady „europejskości” produkowanych audycji. Jego zapisy głębiej analizują procedury produkcji i wskazują na większą liczbę czynników, biorąc dokładnie pod uwagę nie tylko wkład finansowy, ale również i wkład pracy ekipy technicznej¹⁵⁶.

Z wyjątkiem artykułów 7 i 8 wszelkie zmiany wprowadzone do tego rozdziału dyrektywy miały służyć głównie uściśleniu definicji i zakresu pojęcia „utworu europejskiego”. Artykuł 8 został w całości skreślony, ponieważ był uszczegółowieniem opisanego powyżej pkt 1 art. 3, rozdz. 2.

¹⁵³ Za: F. Hurard, wyd. cyt., s. 30, por także: *Kłopoty z nowymi*, „GW”, 24.07.00, s. 19.

¹⁵⁴ Przyjmując za utwory europejskiej, produkcje państw należących do Wspólnot oraz respektujące przepisy Europejskiej Konwencji o Telewizji Transgranicznej, ich zakres rozszerza się na produkcje zrealizowane w państwach Europy Środkowej i Wschodniej.

¹⁵⁵ Problemy związane z tym zapisem mają także charakter zewnętrzny i dotyczą ich niejednoznacznego stosunku do układu GATS oraz zobowiązań wynikających z uczestnictwa w OECD.

¹⁵⁶ F. Hurard, wyd. cyt., s. 35.

Najwięcej kontrowersji w pracach nad nową dyrektywą wzbudziły zmiany w art. 7. Dotychczas określał on precyzyjnie tzw. chronologię mediów. Obecnie artykuł ten stanowi jedynie, że nadawcy muszą przestrzegać „okresów uzgodnionych z posiadaczami praw do tych utworów”. Taką zmianę motywowano przede wszystkim powszechnym nieprzebrzeganiem omawianego artykułu oraz ochroną produkcji kinematograficznych.

Nadawcy i producenci obawiali się skutków tego zapisu. W bardzo wyraźny sposób zmiana ta miała uderzyć w filmowe stacje kodowane. Canal+ był udziałowcem wielu produkcji kinowych, dzięki czemu mógł wcześniej wyemitować określony film. Inwestowanie w produkcje filmowe zawsze niesie duże ryzyko, ale daje pewność posiadania praw do jego wcześniejszej emisji. Ale Canal+ nie jest jedynym oferentem. Właśnie wzmożenie konkurencji przy zakupie gotowych filmów oraz większy udział kapitału spółek nadawczych w produkcjach filmowych były oczekiwanymi rezultatami takiego zapisu. Obawiano się, szczególnie początkowo, że udział Canal+ w finansowaniu produkcji filmów fabularnych zostanie drastycznie obniżony, czego skutkiem będzie pogorszenie sytuacji produkcyjnego przemysłu kinematograficznego. Do takiej sytuacji jednak nie doszło, a przewidywania legislatorów w stosunku do skutków zapisu sprawdziły się.

Rozdział czwarty, poświęcony reklamie¹⁵⁷ i telezakupom, został rozbudowany o dodatkowe artykuły i uzupełniające wyjaśnienia. Jednak nie ma potrzeby w tym miejscu ich szczegółowego opisywania¹⁵⁸. Polegają one głównie na rozszerzeniu i dopasowaniu dotychczasowych przepisów tego rozdziału do nowych pojęć: telezakupy oraz witryna telezakupów¹⁵⁹, będących odpowiednio bezpośrednią ofertą sprzedaży oraz rozbudowanym blokiem programowym tego typu ofert.

W przypadku rozdziału piątego dotyczącego ochrony nieletnich techniczne możliwości pozwoliły na propozycję udogodnień technicznych ograniczających dostęp nieletnich do określonych audycji. Oczywiście powtarzają się w nim

¹⁵⁷ Problematyka reklamy w ujęciu tej dyrektywy, szczególnie w odniesieniu do jej ponadgranicznego przekazu, wnikliwie jest przeanalizowana w: E. Dommering, wyd. cyt., s. 49-60.

¹⁵⁸ Warto jedynie zaznaczyć, że w USA, zgodnie z obowiązującym *TV Code*, w ciągu godziny można wyemitować 9,5 minut reklam w *prime time* i 17 minut poza tym czasem; w Wielkiej Brytanii czas ten jest ograniczony do 7 minut, za: M. Esslin, wyd. cyt., s. 101, 107; w Polsce (art. 16 ust 2 ustawy) czas ten był i jest ograniczony do 12 minut. Zasada nieprzerwywania reklamami (i zakaz ich sponsorowania) serwisów informacyjnych oraz audycji społeczno-politycznych, funkcjonowała w brytyjskim modelu telewizji od początku jej funkcjonowania.

¹⁵⁹ Pojawiające się zapisy o możliwości sponsorowania poszczególnych audycji zostały rozszerzone o dodatkowe zapisy na podstawie orzeczeń Trybunału Sprawiedliwości. Dotyczy to, między innymi, orzeczeń w sprawach: C-320/94, C-328/94, C-329/94, C-337/94, C-338/94, C-339/94.

dotychczasowe wskazania, ale uzupełnione o zapis nakazujący w czasie trwania całego „szkodliwego” programu emitować symbol wizualny lub poprzedzić taki program sygnałem dźwiękowym¹⁶⁰. Dodatkowo zwraca się uwagę na konieczność wyposażania odbiorników telewizyjnych w urządzenia pozwalające limitować nieletnim dostęp do pewnych programów¹⁶¹, ustalenia odpowiednich kryteriów oceny oraz wspierania programów rodzinnych.

W rozdziale szóstym uściślono przepisy dotyczące prawa do sprostowania, którego cały ten rozdział dotyczy.

Ostatnią istotną zmianą, jaka pojawia się w dyrektywie, oprócz regulacji przepisów wykonawczych związanych z implementacją dyrektywy, jest wprowadzenie rozdziału 6a. Powołuje on do życia Komitet Kontaktowy (*Contact Committee*) i określa jego cele i zadania. Komitet ma przede wszystkim organizować współpracę audiowizualną w Unii Europejskiej, kontrolować wprowadzanie przepisów zawartych w tej dyrektywie, wydawać opinie na ten temat, przeprowadzać konsultacje ułatwiające wymianę doświadczeń z implementacji nowej dyrektywy między państwami członkowskimi a Komisją oraz przygotować forum do dyskusji i ewentualnych uzupełniających zmian, jakie kiedyś trzeba będzie wprowadzić do nowej dyrektywy.

2.2.7. Wspólna ocena obydwu dyrektyw

Obydwie dyrektywy stanowią podstawę europejskiej architektury audiowizualnej, i to nie tylko rozumianej jako obszar obejmowany przez Wspólnotę. Państwa kandydujące do Unii powoli wprowadzają do swoich porządków prawnych zasady zawarte w obydwu dyrektywach. Ponadto od 1995 roku niemalże wszystkie ich przepisy stosują się do państw EFTA pozostających poza Unią, czyli do Norwegii, Islandii i Liechtensteinu¹⁶². W epoce dynamicznego rozwoju mediów audiowizualnych i rynku związanego ze wszystkimi etapami produkcji przekazu i odbioru tych mediów, stanowi ona wyraźnie wytyczoną drogę, jaką należy podążać.

Skutki funkcjonowania dyrektywy opisywane są przez odpowiednie dokumenty unijne. Raport z 31 maja 1995 roku przygotowany w celu oceny

¹⁶⁰ W 2000 roku polscy nadawcy podpisali „Porozumienie przyjazne media” częściowo regulujące te kwestie.

¹⁶¹ Taka możliwość istnieje w polskich platformach cyfrowych, gdzie dostęp do poszczególnych kanałów jest limitowany specjalnym kodem.

¹⁶² Nie dotyczy to kwot produkcji europejskiej i jednego z przepisów reklamowych.

działania dyrektywy 89/552/EWG wskazał na problemy, które znalazły rozwiązanie dopiero w dyrektywie 97/36/WE; jednocześnie jednak wykazał jej skuteczność i zanotował, że zasada swobodnego przepływu emisji telewizyjnych na obszarze Unii Europejskiej zdążyła się już zakorzenić i sprawnie funkcjonuje, ułatwiając rozwój usług audiowizualnych. Podobne informacje znalazły się w raporcie z 24 października 1997 roku, a także w raporcie z 15 stycznia 2001 roku. Zostały one jednak uzupełnione o pewne zapisy dotyczące powstania powszechnego przekazu cyfrowego.

Największe chyba problemy stwarzają kwestie związane z reklamami i ich emisją. W tym punkcie - wyraźnie chroniącym nie nadawców, lecz odbiorców - doszło do wielu skarg, kierowanych głównie przez stowarzyszenia konsumenckie bezpośrednio do Komisji i wskazujących na nieprawidłowości w funkcjonowaniu stacji telewizyjnych. Skargi te dotyczyły zarówno czasu, jak i częstotliwości emitowanych bloków reklamowych. Pojawiały się również nieprawidłowości związane z treścią i formą reklam. Zagwarantowanie przestrzegania tych przepisów należy do poszczególnych państw członkowskich, chroniących swoich obywateli. Zadaniem Komisji stało się więc wypracowanie sposobów i środków pozwalających na zwiększenie przez ten organ możliwości weryfikacji i rozpatrywania skarg w tej dziedzinie.

Raport obejmujący lata 1993 i 1994 stwierdzał, iż wśród 148 monitorowanych nadawców europejskich¹⁶³, 91 wypełniło zobowiązania dotyczące emisji programów europejskich. Co więcej, spośród nadawców naziemnych o powszechnym odbiorze utrzymujących się w czołówce oglądalności, większość nie tylko zachowała, ale nawet przekroczyła obowiązujące limity¹⁶⁴. W pozostałych przypadkach produkcja europejska zajmowała około 50% emitowanych programów. Uchybienia w tym punkcie dotyczyły głównie nowych stacji telewizyjnych, szczególnie zaś nadawców płatnych kanałów tematycznych emitowanych drogą satelitarną. Także kilka stacji naziemnych z Niemiec, Francji oraz regionalnych o dużym zasięgu z Włoch nie osiągnęło tych norm. W Wielkiej Brytanii problem ten dotyczył tylko nadawców satelitarnych.

Poprzedni raport wskazywał na 63 kanały, które nadawały co najmniej 10% produkcji niezależnych. W omawianym powyżej raporcie liczba ta wzrosła do 119.

¹⁶³ F. Hurard, wyd. cyt., s. 38.

¹⁶⁴ Stosowany w dyrektywie do ich opisu termin *quota* wcześniej był używany raczej do określania kwestii związanych z produkcją mleka w państwach Unii Europejskiej niż do problematyki kulturalnej, za: tamże, s. 29.

W raporcie opublikowanym w lipcu 2000 roku i dotyczącym lat 1997-1998 wymienione zostały konkretne liczby wskazujące na ciągłe zmiany w tej dziedzinie. Przeciętnie udział audycji europejskich mieścił się między 53 a 81%. Jednak nawet we Francji aż ośmiu operatorów sieci kablowych nie dopełniło tego obowiązku. Państwem o najniższym procencie produkcji europejskiej była Portugalia – zaledwie 43%, natomiast o najwyższym – 100% - Luksemburg. Liczba produkcji niezależnych w poszczególnych krajach osiągnęła zadowalający udział w programach, jednak wskazano na konieczność bardziej intensywnych działań w tej dziedzinie.

Kolejne dokumenty wskazywały na wyraźny wzrost liczby ogólnokrajowych kanałów telewizyjnych w poszczególnych latach: od 124 funkcjonujących w roku 1991 i w 1992 roku, poprzez 367 w latach 1997 i 1998 do 580 na początku 2000 roku.

Działanie artykułów 4 i 5 w niektórych przypadkach doprowadziło do realnego zwiększenia udziału produkcji europejskich. We Francji, po pięciu latach od wprowadzenia tych przepisów, po raz pierwszy najwyższą oglądalność osiągnęły produkcje europejskie, spychając na drugie miejsce dzieła amerykańskie. W sumie udział kwot europejskich w latach 1991-2000 wzrósł średnio w państwach Unii Europejskiej od 51 do 69%, natomiast kwot produkcji niezależnych w latach 1993-2000 z 74 do 82%¹⁶⁵.

Raporty te w przypadku artykułów 4 i 5 zostały uzupełnione o badanie przeprowadzone przez Europejski Instytut Mediów w Dusseldorfie z 2001 roku¹⁶⁶. Było to badanie ograniczone jedynie do sześciu miesięcy, ale zwróciło uwagę na kilka spraw, które nie znalazły odzwierciedlenia w dokumentach unijnych. Szczegółowe badanie wskazywało na specyficzne dla każdego państwa rozwiązania, dotyczące choćby wyższych niż zaledwie 10% budżetu przeznaczanego na produkcje niezależne (Francja, Holandia, Włochy, Wielka Brytania) lub łączenia części budżetu i części czasu antenowego (Portugalia). Badanie to wskazywało także na braki precyzyjnych definicji producentów niezależnych w porządkach prawnych poszczególnych państw członkowskich. W tym samym raporcie badawczym wskazano także na bardzo istotną kwestię

¹⁶⁵ Więcej szczegółowych informacji na temat niezależnej eksperckiej oceny implementacji artykułów 4 i 5 dyrektywy znajduje się w: K. Badźmirowska-Masłowska, *Kwoty europejskie – ocena przydatności dla promocji twórczości europejskiej w sektorze audiowizualnym*, „BIKRRiT”, 2002, nr 2, s. 12-13.

¹⁶⁶ *Study on the Provisions Existing within the Member States and the EEA States to Implement Chapter III of the “Television without Frontiers Directive”*.

czasu emisji audycji objętych systemem kwot, która znalazła odzwierciedlenie w prawodawstwie francuskim. Jest to tylko kilka najistotniejszych zagadnień opisanych w tym dokumencie, który z pewnością powinien być brany pod uwagę przy konstruowaniu nowej dyrektywy telewizyjnej.

O wiele węższym, ale zarazem o wiele trudniejszym problemem jest kwestia ochrony nieletnich. Zasada ich ochrony jest zarazem jedynym wyjątkiem od swobodnego przepływu emisji telewizyjnych. W przypadku skargi wniesionej przez państwo będące celem emisji programu niezgodnego z art. 22 dyrektywy, precyzującym zasady ochrony nieletnich, komisja może rozpocząć procedurę mającą na celu bezpośrednie wystąpienie przeciwko nadawcy. Taki przypadek miał miejsce w Wielkiej Brytanii. Podjęto tam decyzje zakazu promocji i dystrybucji programów pornograficznych emitowanych z innych państw¹⁶⁷.

Także opracowany w 1999 roku przez Komisję dokument¹⁶⁸ będący analizą funkcjonowania rodzicielskiego systemu ograniczenia dostępu nieletnich do określonych audycji w wymiernym stopniu miał za zadanie wzmacniać zapisy, jakie znalazły się w dyrektywie 97/36/WE. Wskazano w nim na utrudnienia związane z praktyczną realizacją tych zasad, szczególnie w obliczu swobodnego ponadgranicznego przepływu transmisji telewizyjnych. Proponowane techniczne rozwiązanie części problemów za pośrednictwem *V-chipów* nie znalazło w Europie zastosowania. Natomiast rozwiązania związane z funkcjonowaniem platform cyfrowych łatwiej i pewniej zabezpieczają dostęp do określonych treści. Jednak nawet takie wykorzystanie rozwoju technologicznego nie zwalnia nadawców ze stosowania się do zapisów bezpośrednio ich dotyczących i znajdujących się w dokumentach Wspólnot.

W czasie obowiązywania pierwszej dyrektywy telewizyjnej:

- liczba kanałów telewizyjnych dostępnych w Europie niemalże się podwoiła;
- inwestycje przeznaczone na reklamę wzrosły o ponad 50%;
- dzięki zasadzie swobodnego przepływu usług poszerzył się zakres rynku audiowizualnego, zarówno pod względem ekonomicznym, jak i geograficznym.

W związku z wejściem w życie nowej dyrektywy telewizyjnej oczekuje się, że w wyniku jej funkcjonowania pojawią się następujące tendencje:

- wielopłaszczyznowy zdecydowany wzrost usług w tym sektorze (do 70%);

¹⁶⁷ Por.: *Audiovisual Policy...*, wyd. cyt., s. 10.

¹⁶⁸ COM/99/0371 final.

- w związku z nasilającą się dywersyfikacją mediów wzrost zysków producentów (do 55%);
- ustabilizowanie się sytuacji w dziedzinie nowych usług włączanych w zakres działań telewizji;
- znaczne zwiększenie liczby miejsc pracy w sektorze audiowizualnym¹⁶⁹.

Tendencje te zostały potwierdzone w trzecim raporcie Komisji dotyczącym wprowadzania dyrektywy telewizyjnej¹⁷⁰.

2.2.8. Plany kolejnej nowelizacji dyrektywy

W związku z rozwojem nowych technologii produkcji, przekazu i odbioru produktów audiowizualnych zmieniającą sytuację na światowym i europejskim rynku audiowizualnym, konieczne są modyfikacje zapisów jakie pojawiły się w obydwu dyrektywach. Taka rewizja została już wcześniej zapowiedziana i miała zostać poprzedzona oceną funkcjonowania dyrektywy telewizyjnej planowaną¹⁷¹ na grudzień 2002 roku.

Podczas spotkania Komitetu Kontaktowego, które odbyło się 12 lipca 2002 roku w Brukseli, firmy eksperckie przedstawiły najistotniejsze wyzwania, przed jakimi będzie musiał w najbliższych latach stanąć europejski rynek audiowizualny. Jednocześnie stanowią one ogólne wskazanie, na jakie zmiany należy zwrócić uwagę przy opracowywaniu tekstu nowej dyrektywy. Zostały przeprowadzone trzy grupy badań, koncentrujące się na następujących kwestiach:

- ocena zdolności do produkcji i dystrybucji telewizyjnych dzieł europejskich;
- ocena efektywności kwot europejskich i niezależnych zapisanych w artykułach 4 i 5 dyrektywy;
- ocena nowych technik przekazu telewizyjnego, wraz z rozwojem nowych technik przekazu reklam.

Jako najistotniejsze zmiany wpływające bezpośrednio na konieczność modyfikacji dyrektywy wskazano, iż w ostatnich latach w znacznym stopniu rozwinął się i umocnił rynek platform cyfrowych, a jednocześnie nie zmniejszył się poziom oglądalności emisji naziemnych. Mocną pozycję na rynkach utrzymali nadawcy zorganizowani w konsorcja i grupy współdziałania, zwiększyła się liczba

¹⁶⁹ Za.: J. Carillo, *Future chances...*, wyd. cyt., s. 128. Na temat dynamiki rozwoju rynku miejsc pracy, por także: *Raport Zespołu...*, wyd. cyt., s. 20-21.

¹⁷⁰ *Third Report from the Commission to the Council, the European Parliament and the Economic and Social Committee on the application of Directives 89/552/EEC "Television without Frontiers"*, com(2001) 9 final, z 15 stycznia 2001 roku.

grup medialnych obejmujących swoimi działaniami różne media i - jako zjawisko ściśle związane z nadawcami publicznymi – zwiększył się udział opłat abonamentowych w dochodach tych nadawców¹⁷². Ponadto powstały nowe techniki przekazu reklamowego, wykorzystujące zarówno tradycyjny przekaz telewizyjny, jak i korzystające z najnowszych osiągnięć technologii cyfrowej.

Te wszystkie czynniki, wraz z uwagami dotyczącymi implementacji poszczególnych postanowień zawartych w raportach okresowych dotyczących działania i implementacji dyrektywy telewizyjnej, będą brane pod uwagę przy zbliżających się pracach nad nowelizacją zapisów znajdujących się w dyrektywie 97/36/WE.

2.3. Wspieranie mediów europejskich

Pozostające w sferze zainteresowania polityki audiowizualnej media europejskie wymagają zdecydowanego wsparcia ze strony systemu. Konieczność ta jest ściśle związana z doskonałą sytuacją ekspansywnego systemu amerykańskiego. Najwyraźniej widoczne jest to na pozatelewizyjnych elementach szeroko rozumianej polityki audiowizualnej. Także opisywane dalej programy wspierające funkcjonowanie europejskich mediów w takim samym stopniu dotyczą telewizji, jak i kinematografii.

2.3.1. Międzynarodowy kontekst mediów europejskich

Odrębnym problemem prawno-ekonomicznym są pozaeuropejskie stosunki Unii Europejskiej. Źródłem problemów w tej dziedzinie przemysłu audiowizualnego, ale i całej kultury, są Stany Zjednoczone¹⁷³. Na przestrzeni lat 80. frekwencja w kinach na filmach europejskich spadła w Unii Europejskiej z 600 do 100 mln¹⁷⁴, natomiast produkcje amerykańskie osiągnęły i utrzymały widownię liczącą 450 mln widzów¹⁷⁵. Czy wynika to z bezmyślnego pędu ku kulturze amerykańskiej? Najprawdopodobniej nie.

¹⁷¹ Zgodnie z Komunikatem Komisji COM(1999) 657 final z 14 grudnia 1999 roku stanowiącej wspólnotowy przewodnik polityki audiowizualnej w erze cyfrowej.

¹⁷² Więcej w: M. Pęk, *Debata nad nowelizacją Dyrektywy „O telewizji bez granic”*, „BIKRRiT”, 2002, nr 7/8/9, s. 8-9.

¹⁷³ Problematyka ta jest także opisana w: C. Mik, *Media...*, wyd. cyt., s. 82-84.

¹⁷⁴ Dzięki opisanym dalej programom wsparcia mediów audiowizualnych w 1998 roku liczba biletów kinowych sprzedanych w państwach Unii Europejskiej wzrosła do 812 mln.

¹⁷⁵ Dane za: K. Krzysztofek, *Rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce – uwarunkowania, perspektywy, rekomendacje*, „Transformacje” 1997, nr 1-4, s. 71.

Badania preferencji odbiorczych wskazują, że bardzo chętnie oglądane są programy krajowe, a przy zachowaniu ich odpowiednio wysokiego poziomu, nawet chętniej niż programy, w tym także i filmy, amerykańskie¹⁷⁶. Wszelkie bariery i ograniczenia, choćby w postaci kwot programowych, nie mają na dłuższą metę racji bytu. Jedynym rozwiązaniem tego problemu jest stworzenie w ramach Unii Europejskiej na tyle atrakcyjnej oferty, tak kinowej¹⁷⁷, jak i telewizyjnej, aby niepotrzebne stały się wszelkiego rodzaju sztuczne (czytaj prawno-ekonomiczne) ograniczenia, a mimo to najchętniej odbieraną produkcją pozostawała produkcja rodzima – europejska.

Jest to o tyle istotne dla Polski, że w chwili uzyskania przez Polskę pełnego członkostwa w UE znajdziemy się w zasięgu art. 10 Kodeksu Bieżących Operacji Niewidzialnych. Są to zapisy dotyczące wszelkich usług związanych z funkcjonowaniem wolnego rynku, wykonywanych na poziomie międzynarodowym, między innymi przekazu audiowizualnego. Bardzo istotnym zapisem jest Pozycja H/1 Dodatku A, w której zawarte są zapisy zakazujące jakichkolwiek ograniczeń ilościowych dotyczących udziału produkcji filmowych w programach nadawców. Stoi to w wyraźnej sprzeczności z polityką Unii Europejskiej, wymagająca gwarancji dotyczących kwot europejskich. Prawo wspólnotowe będzie miało także prymat nad zobowiązaniami wynikającymi z członkostwa Polski w OECD¹⁷⁸, odmiennymi od przepisów związanych z polityką audiowizualną Wspólnoty. Problem zgodności polskiego ustawodawstwa z zobowiązaniami wynikającymi z OECD dotyczy przede wszystkim swobodnego przepływu kapitału i liberalizmu gospodarczego oraz kwestii delokalizacji, czyli ponadgranicznego nadawania sygnału telewizyjnego.

Każdy niemalże bez wyjątku jest odbiorcą mediów audiowizualnych, w tym najbardziej prężnego z nich – telewizji. Dla adresatów tego medium zupełnie nieistotne pozostają kwestie prawne, ekonomiczne oraz inne problemy związane ze strukturą telewizji. Istotne jest to, co się dzieje na ekranie, czyli po prostu przekaz. Takich potencjalnych odbiorców w Europie Zachodniej było w roku 1989

¹⁷⁶ *Television Business International*, April 1995 i *European Television*, 30 April 1995, za: tamże, s. 73

¹⁷⁷ W tym miejscu warto zaznaczyć, że pod względem liczby wyprodukowanych filmów Europa przewyższa zarówno Stany Zjednoczone, jak i Japonię. W 1996 roku w Europie wyprodukowano 669 filmów, podczas gdy w USA tylko 421. Japonia wyprodukowała w owym roku 279 filmów.

¹⁷⁸ Na początku 1999 roku przedstawiciele Francji wystosowali do polskiego rządu oficjalny dokument, w którym domagali się ochrony praw europejskich nadawców. W szczególności dotyczyło to amerykańskich nadawców HBO oraz Wizji TV, por.: J. Bielecki, *Kilka problemów*, „RP”, 4.05.99, s. 1.

550 mln¹⁷⁹; w USA 244 mln, w Japonii zaledwie 123 mln. Dane te nie podlegały poważniejszym zmianom do końca lat 90.¹⁸⁰. Rynek europejski jest największy i najbardziej zróżnicowany. Dlaczego więc Europa mając tak wielki rynek, wszelkie unowocześnienia, tak technologiczne jak i programowe, musi czerpać spoza kontynentu? Choćby sama „liberalizacja”, która odmieniła strukturę telewizji europejskich nie do końca była rodzimym pomysłem. Jej pierwotna idea opierała się na funkcjonowaniu amerykańskiej telewizji komercyjnej. Jak mogło dojść do takiej sytuacji, że Unia Europejska¹⁸¹ była zmuszona zabiegać podczas Rundy Urugwajskiej GATT¹⁸² o prawo do ochrony swojego rynku usług audiowizualnych¹⁸³, nie dopuszczając do niczym nieskrępowanej konkurencji, jaka przysługuje temu rynkowi zgodnie z zapisami GATS¹⁸⁴? Oczywiście, w uzasadnieniu podano konieczność ochrony kultury i cywilizacji europejskiej przed napływem programów amerykańskich, które stanowią od 60 do 90% całego rynku audiowizualnego Unii Europejskiej. Ale jak to jest możliwe, skoro europejski rynek audiowizualny, osiągając 16% rozwoju w skali roku¹⁸⁵, wyprzedza o całe 9% rynek amerykański¹⁸⁶?

Na te pytania można spróbować odpowiedzieć bardzo prosto – producenci amerykańscy są lepsi. Nie jest to jednak prawda. Amerykanie po prostu długo i w bardzo aktywny sposób uczestniczą w rynku mediów. Europa wystartowała z wieloletnim opóźnieniem, jeżeli chodzi o wolny rynek mediów. Dynamiczny rozwój techniki pozwolił wysunąć się Unii Europejskiej na wysoką pozycję. Jednak w dalszym ciągu praktycznie nie istnieje w Europie zintegrowany rynek producentów programów telewizyjnych i filmów. Podobnie wygląda sytuacja z dystrybucją. Nie są to zresztą jedyne przyczyny takiego układu sił

¹⁷⁹ Za: J. Hawkins, wyd. cyt., s. 19.

¹⁸⁰ Za: R. Piszczek, *Fotografia europejskiego rynku*, „ATV”, 1998, nr 8, s. 88.

¹⁸¹ Stanowisko Unii Europejskiej dotyczące wyników i uzgodnień poczynionych podczas Rundy Urugwajskiej zawarte jest w Decyzji Rady 94/800/WE, z 22 grudnia 1994 roku.

¹⁸² *General Agreement on Tariffs and Trade* – Układ Ogólny o Cłach i Handlu. Wielostronna umowa handlowa podpisana w Genewie 20 października 1947 roku przez 23 państwa. *General Agreement on Trade in Services* – Układ Ogólny o Handlu Usługami. Porozumienie wynegocjowane podczas Rundy Urugwajskiej GATT, podczas której włączono w ten układ usługi audiowizualne, ostatecznie jednak wyłączone spod szczegółowych regulacji.

¹⁸³ Bardzo silnie sprzeciwiały się temu Stany Zjednoczone. Jednak w ostatnim czasie ich negatywne stanowisko w stosunku do tak ukształtowanej sytuacji oraz krytyka dyrektywy telewizyjnej zmalała. Prawdopodobną przyczyną takiego bardziej liberalnego stanowiska było osiągnięcie przez amerykański przemysł audiowizualny oczekiwanego udziału w rynkach europejskich, za: K. Benjamin, *Kino po europejsku*, „Dialog Europejski”, 1999, nr 3, s. 4.

¹⁸⁴ Międzynarodowy traktat GATS nie zmuszał Europy do aplikacji jego zasad w stosunku do działań na polu kultury, por: F. Hurard, wyd. cyt., s. 29. Z podobnymi problemami zetknęła się Polska po przystąpieniu do WTO. Dotyczyło one głównie ochrony kultury narodowej przez wprowadzenie ograniczeń w swobodnym przepływie dóbr audiowizualnych oraz udziału kapitału zagranicznego w spółkach nadawczych do wymiaru 33%. Polska zobowiązała się do liberalizacji tych zapisów, mając na uwadze swoje zobowiązania wynikające ze stosunków z Unią Europejską. Więcej o zobowiązaniach Polski w stosunku do WTO w: Katarzyna Masłowska, Małgorzata Pęk, *Polska w WTO*, BKRRiT, 2001, nr 4, s. 4.

¹⁸⁵ Dynamika rozwoju europejskiego rynku kinematograficznego wynosi około 7%.

¹⁸⁶ Por.: *Raport Zespołu...*, wyd. cyt., s. 20.

w audiowizualnej przestrzeni rynkowej. Główne przyczyny powodzenia produkcji amerykańskich, nie tylko na rynkach europejskich, zostały przedstawione w raporcie przygotowanym przez Grupę Orejo:

- możliwość taniej sprzedaży produkcji amerykańskiej, w wyniku zwrotu kosztów uzyskanych z pierwotnego rynku;
- przewaga językowa;
- efektywny marketing i *publicity*;
- wysoce specjalistyczne opracowanie przez system hollywoodzki standardu audiowizualnego;
- dynamika przemysłu amerykańskiego, przejawiająca się w jakości produktów i marketingu;
- duże wsparcie ze strony amerykańskiego rządu¹⁸⁷.

Bardzo szybko rozwinęła się na starym kontynencie sieć telewizji kablowej. Europejskie systemy przekazu satelitarnego również stoją na wysokim poziomie. Mimo to przemysł produkcyjny nie jest w stanie zapewnić audycji dla tak rozbudowanych systemów przekazu. Według badań z 2000 roku w Unii Europejskiej w 1998 roku funkcjonowało 367 kanałów. Ich liczba stale rośnie¹⁸⁸. W 1995 roku ogólna wartość eksportu USA do Europy czternastokrotnie przewyższała wartość eksportu realizowanego przez Europę do USA¹⁸⁹. Spośród programów eksportowanych przez Stany Zjednoczone, ponad 3/4 trafia na teren Europy. Amerykańscy producenci programów telewizyjnych są silniejsi, mają dłuższą tradycję i większe doświadczenie. Ich produkcje przeznaczone są dla przeciętnego widza, trafiając dokładnie w jego upodobania i potrzeby.

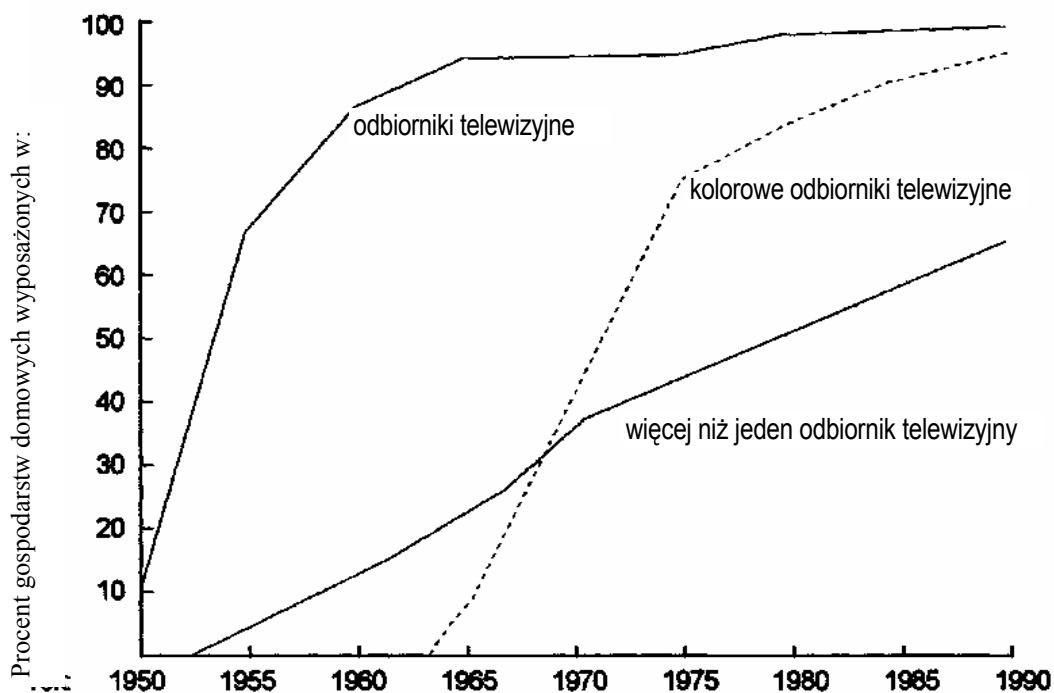
Generalnie nie tylko producenci programów amerykańskich byli lepiej przygotowani na europejską liberalizację rynku mediów; również odbiorcy programów w Stanach Zjednoczonych mają o wiele lepsze warunki i możliwości odbioru. Na początku lat 90. na każdego mieszkańca USA przypadało nieco więcej niż jeden odbiornik telewizyjny, w Europie Zachodniej na każdego mieszkańca przypadał dokładnie jeden telewizor¹⁹⁰. Istotny jest fakt, że wysoki stopień wyposażenia amerykańskich gospodarstw domowych w odbiorniki telewizyjne ukształtował się już w latach 60. (patrz tabela 5).

¹⁸⁷ Tamże, s. 29-30.

¹⁸⁸ Dla porównania, w USA, po boomie, który nastąpił w latach 1950-55, gdy w tym krótkim okresie powstało 300 naziemnych stacji nadawczych, do 1990 roku utrzymał się stały przyrost 20 takich stacji rocznie, za: B. L. Sherman, *Telecommunications Management. The Broadcasting and Cable Industries*, New York 1987, s. 99.

¹⁸⁹ 7 miliardów, wobec 500 milionów dolarów, za: F. Hurard, wyd. cyt., s. 29.

Tabela 5. Zmiany liczby odbiorników telewizyjnych w USA w latach 1950-1990



Źródło: B. L. Sherman, *Telecommunications Management. The Broadcasting and Cable Industries*, New York 1987, s. 106.

W latach 90. w Stanach Zjednoczonych prawie 90% gospodarstw domowych miało magnetowid, w Europie stopień wyposażenia w ten sprzęt ledwie przekraczał 60%¹⁹¹. Gdy prawie 60% wszystkich amerykańskich domostw¹⁹² było podłączonych do sieci kablowej, w Unii Europejskiej było ich tylko około 20%¹⁹³, choć liczba ich wzrosła do 29% w 2000 roku. Jednak te dane nie są precyzyjne, z uwagi na nierównomierne rozprzestrzenienie sieci kablowej w poszczególnych państwach europejskich.

¹⁹⁰ Średnia przyjęta na bazie niepełnych danych pochodzących z: *Audio-visual*, wyd. cyt., s. 58-67.

¹⁹¹ W Polsce w 1998 roku wyposażenie w magnetowid wynosiło już 73,9%, za: *Rocznik statystyczny RP*, Warszawa 1999, s. 223.

¹⁹² Szczegółowe informacje liczbowe dotyczące ilości subskrybentów telewizji kablowej i dynamiki rozwoju tego rynku w USA, znajdują się w: B. L. Sherman, wyd. cyt., s. 130-132.

Tabela 6. Procent domostw podłączonych do sieci kablowej w Europie w latach 1992 i 1996

Państwo	1992	1996
Austria	29,7	33,0
Belgia	92,0	92,0
Dania	50,0	32,0
Finlandia	42,0	37,0
Francja	4,5	9,0
Niemcy	32,5	45,0
Irlandia	40,0	41,0
Luksemburg	90,0	88,0
Holandia	87,0	96,0
Szwecja	50,2	41,0
Wielka Brytania	2,5	7,0

Źródło '92: P., J. Humphreys, Mass Media and Media Policy in Western Europe, Manchester 1996, s. 165. Źródło '96: The audio-visual Sector in the European Economic Area in the 1990's, Statistics in Focus, 2/1998, Luksemburg 1998, s. 10.

W Polsce wartości te osiągały w latach 1995, 1996 i 1997 odpowiednio wysokość: 17%, 25% i 31%. Wyraźnie widać, że w przeciwieństwie do rozbudowanej w państwach Europy Zachodniej sieci kablowej, w Polsce lepsze wyniki osiąga sprzęt do odbioru sygnału przekazywanego przez satelitę.

Nieco odmienna sytuacja panuje w przypadku indywidualnego sprzętu do odbioru telewizji satelitarnej, gdyż w USA jest to forma mało popularna i (w przeciwieństwie do np. krajów trzeciego świata), zaledwie kilka procent gospodarstw domowych jest wyposażonych w ten sprzęt. W Europie w 1997 roku sprzęt ten miało 80 mln gospodarstw domowych, podczas gdy w USA niespełna 70 mln¹⁹⁴. Dane te nie odzwierciedlają już sytuacji, do jakiej doszło w Europie po wprowadzeniu przekazu za pośrednictwem platform cyfrowych.

¹⁹³ W Polsce w 1998 roku do sieci kablowych było podłączone 29% domostw, natomiast ogólnie do wszystkich form przekazu sygnału telewizyjnego poza odbiorem naziemnym było podłączone w sumie 57,1% odbiorników, za: *Rocznik statystyczny RP*, wyd. cyt., s. 223.

Tabela 7. Procent wyposażenia gospodarstw domowych w indywidualne zestawy do odbioru telewizji satelitarnej w Europie w latach 1994 i 1996

Państwo	1994	1996
Austria	26,0	35
Belgia	0,9	6
Dania	30,0	30
Finlandia	5,6	10
Francja	4,0	7
Niemcy	19,9	29
Irlandia	5,5	9
Luksemburg	13,3	26
Holandia	5,0	5
Szwecja	12,0	19
Wielka Brytania	12,5	17

Źródło '94: *Audio-visual Statistics. Report 1995, Bruksela-Luksemburg 1996*, s. 22-23, 72-73.
 Źródło '96: *The audio-visual Sector in the European Economic Area in the 1990's, Statistics in Focus*, 2/1998, Luksemburg 1998, s. 10.

W wybranych państwach Europy Środkowej i Wschodniej w 1997 roku dostęp ten przedstawia tabela 8.

Tabela 8. Procent wyposażenia gospodarstw domowych w indywidualne zestawy do odbioru telewizji satelitarnej w Europie Środkowej i Wschodniej w 1997 roku

Państwo	1997
Słowacja	67
Węgry	51
Słowenia	49
Rumunia	47
Polska	43
Ukraina	7

Źródło: R. Piszczek, *Fotografia europejskiego rynku, „Aktualności Telewizyjne”, 1998, nr 9, s. 88.*

¹⁹⁴ Za: R. Piszczek, *Fotografia...*, wyd. cyt., s. 88.

Proporcjonalnie uboższe niż w USA jest w Europie wyposażenie w nowe media, takie jak multimedialne komputery, podłączenia światłowodem czy choćby poprzez modem do internetu¹⁹⁵.

Oczywiście istotna jest również kwestia sprawnego systemu dystrybucji, o której już wspominałem. Producent programów telewizyjnych z siedzibą w Stanach Zjednoczonych poprzez sprawnie zorganizowaną sieć dystrybutorów sprzedaje swój produkt w kraju albo szeroko rozwiniętym sieciom, albo wielu stacjom komercyjnym i w bardzo krótkim czasie osiąga amortyzację, a następnie zyski. Taki program może już wówczas sprzedać do Europy po bardzo niskiej cenie, o wiele niższej niż cena, za jaką był on dystrybuowany w USA. Mogłoby się wydawać, że jest to forma dumpingu, ale ponieważ nastąpiła już amortyzacja produktu, to nie łamiąc prawa antydumpingowego, producent mógłby go sprzedać nawet za symboliczny grosz. W tej sytuacji dla amerykańskiego producenta ważne jest to, że sprzedaje produkt na kolejny, bardzo chłonny rynek i otrzymuje zyski, których w ogóle by nie uzyskał, nie wypuszczając go do Europy. Producenci amerykańscy, wchodząc na rynek europejski, nie są zainteresowani wspieraniem rodzimych produkcji. Także rozwój lokalnych przedsięwzięć w tej branży nie leży w ich interesie. Stosunkowo niewielkie wydatki ponoszone przez nich na opanowywanie rynków europejskich dotyczą jedynie inwestycji w sieć dystrybucji, niejednokrotnie w ogóle nie obejmującej produkcji europejskich¹⁹⁶.

Europejski system audiowizualny funkcjonując w takich warunkach wymaga silnego wsparcia ze strony legislatywy wspólnotowej. Formą wsparcia, która nie narusza zewnętrznych zobowiązań Unii Europejskiej są różnego rodzaju programy pomocowe.

2.3.2. Fundusz Gwarancyjny¹⁹⁷

Wspominałem wcześniej o amerykańskim systemie producenckim i mocnej sieci dystrybucyjnej. Komisja, chcąc ułatwić inwestycje w europejskie produkcje

¹⁹⁵ Badania SMG-KRC wykazały, że w kwietniu 2000 roku, aktywny dostęp do internetu miało około 7,2% Polaków powyżej 15 roku życia. Z kolei badania OBOP-u wskazują na uśrednioną liczbą 17% wynikającą z deklaracji respondentów w miesiącach wiosennych tego samego roku. Dane za: http://rzeczpospolita.pl/PL-iso/dodatki/raporty_000726/raporty_a_9.html (Raport „Rzeczpospolitej” o rozwoju usług internetowych w Polsce).

¹⁹⁶ Wartość kinematograficznej sprzedaży poza terenem Stanów Zjednoczonych w 1996 roku wyniosła 11,168 mln euro, podczas gdy dochody ze sprzedaży wewnętrznej osiągnęły zaledwie 8,386 mln euro. Dynamika eksportu zewnętrznego Unii Europejskiej w tej dziedzinie jest o wiele niższa. W przypadku trzech przodujących państw europejskich, wartości eksportu w stosunku do całkowitej produkcji wynosi we Francji 16,2%, w Niemczech 8,8% a we Włoszech 27,9%. Dane za: K. Benjamin, wyd. cyt., s. 2 i nast.

¹⁹⁷ Wraz z innymi możliwościami kapitałowych form wsparcia, opisany w: *Raport Zespołu...*, wyd. cyt., s. 42-45.

filmowe, wspomaga powołanie Funduszu Gwarancyjnego¹⁹⁸, który oferuje operatorom finansowym sektora prywatnego gwarancje pozwalające im bezpieczniejszą włączyć się w produkcje audiowizualne.

Przewiduje się, że w ciągu 10 lat dzięki Funduszowi Gwarancyjnemu będzie można wyprodukować ponad 400 filmów kinowych i ponad 200 produkcji telewizyjnych. W ten sposób obejmie on około 1/3 koprodukcji europejskich¹⁹⁹. Takie działanie wzmocni również sytuację firm producenckich i wytwórni filmowych. Według badań i długookresowych prognoz, jednorazowe udostępnienie w ramach funduszu 90 mln ECU²⁰⁰ pozwoli w ciągu 10 lat utrzymać równowagę finansową w środowisku wspomaganych produkcji, natomiast po 17 latach system produkcji najprawdopodobniej będzie na tyle ustabilizowany, że fundusz nie będzie już konieczny do prawidłowego, czyli dynamicznego funkcjonowania rynku. Po wdrożeniu, wraz z innymi mechanizmami wspierającymi europejski przemysł audiowizualny, może on się stać jednym z najskuteczniejszych elementów wspierania europejskiej tożsamości kulturowej²⁰¹. Niestety, w tym przypadku procedury konsultacyjne trwają bardzo długo, zarówno ze strony Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, jak i Parlamentu Europejskiego. Dlatego też fundusz ten nie został uruchomiony do drugiej połowy 2000 roku.

2.3.3. MEDIA

Program MEDIA stał się najważniejszym funduszem wspierania przemysłu audiowizualnego, jaki został skonstruowany na poziomie europejskim. Potrzeba powołania tego typu akcji wyraźnie zaznaczyła się w latach 80. W ciągu 9 lat ogólna produkcja filmowa zmalała w Europie Zachodniej o więcej niż 40%. Ponad 80% audiowizualnej produkcji europejskiej z 1990 roku nie zostało rozdystrybuowane poza granice państwa, w którym powstało²⁰².

W 1987 roku projekt ten został wprowadzony tytułem eksperymentu, jako program pilotowy i połączony był wówczas z szeroką konsultacją przeprowadzoną z przedstawicielami sektora mediów. W pełni powołany do życia został Decyzją

¹⁹⁸ Za: Commission Proposal com(95) 546 final CNS95281 (OJ C 41, 13.02.1996), więcej w: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l24162.htm> (AUDIOVISUAL POLICY Guarantee fund for cinema and television production).

¹⁹⁹ W 1996 roku ponad 1/3 produkcji europejskich była realizowana w systemie koprodukcji.

²⁰⁰ W tekście pojawiają się rozbieżności w związku z podawaniem danych finansowych w ECU lub euro. Wynika to z faktu niefunkcjonowania waluty euro przed 1999 rokiem. W związku z tym dane dotyczące wartości pieniężnych sprzed tego momentu podawane są w ECU. Bardzo użyteczny jest skrót MECU, czyli milion ECU, jednak ze względu na nieprzyjęcie się go w języku polskim nie będę się nim posługiwał.

²⁰¹ *Audiovisual Policy...*, wyd. cyt., s. 25-26.

²⁰² Szerzej: J.-P. Brossard, wyd. cyt., s. 4.

Rady 90/685/EWG z 21 grudnia 1990 roku dotyczącą realizacji programu wsparcia europejskiego przemysłu audiowizualnego MEDIA (OJ L 380/37 z 31.12.1990), która weszła w życie 1 stycznia 1991 roku, tym samym rozciągając długość funkcjonowania tego programu na lata 1991-1995. Na program ten przeznaczono zaledwie 50 mln ECU rocznie. Jego podstawowym celem było włączenie się na różnych etapach do działalności audiowizualnej, wyjątkiem finansowania produkcji, co koncentrowało jego działania wokół fazy przedprodukcyjnej i poprodukcyjnej, związanej z dystrybucją gotowego produktu. Główną domeną funkcjonowania tego programu było stworzenie specjalistycznych podprogramów i zapewnienie warunków realizacji wskazanych w nim celów. Program uzupełniał działanie funduszu Eurimages²⁰³ Rady Europy który udzielał mu wsparcia finansowego.

Obecnie program ten przeszedł już do historii i został szeroko omówiony i skomentowany, nie ma więc potrzeby szczegółowego omawiania zasad finansowych i organizacyjnych, na podstawie których funkcjonował²⁰⁴.

Ocena programu

Pierwsza ocena funkcjonowania programu została przedstawiona w komunikacie Komisji z 23 lipca 1993 roku (com/93/364). Została ona opracowana przez niezależnych ekspertów i opierała się, na doświadczeniach organów i osób bezpośrednio zaangażowanych w jego realizację.

Jednym z najbardziej widocznych efektów programu było zwiększenie aktywności kin. Z danych Eurostatu wynika, że w ciągu czterech lat (1991-1994) liczba sal kinowych w Unii wzrosła o ponad pół tysiąca, czyli o ponad 3% stanu z 1991 roku i ich liczba niemalże dorównała wysokim danym z 1988 roku. Także liczba europejskich produkcji filmowych znacznie wzrosła, powracając do wyników z lat 80. W 1996 roku europejska produkcja kinowa osiągnęła ogólną liczbę 610 filmów pełnometrażowych²⁰⁵. Mimo że dane te pochodzą z późniejszych lat niż funkcjonowanie MEDIA, to ich wyraźny wzrost jest związany z jego oddziaływaniem. Wynika to z długotrwałych procedur przygotowania, produkcji i dystrybucji filmów fabularnych.

²⁰³ Polska przystąpiła do niego 16 września 1991 roku. Szerzej na jego temat w: <http://www.igen.pl/eurimages/index.html> (Program Eurimages) oraz w <http://www.coe.fr/fr/act-fr/fapeurim.htm> (La coopération intergouvernementale – Eurimages).

²⁰⁴ Przede wszystkim w: tamże, s. 373-393, w: *Instytucje kultury i środki masowego komunikowania w Polsce a rozwiązania przyjęte przez Unię Europejską i jej państwa członkowskie*, opracowanie J. Wódke, Warszawa 1996, s.13-15, także w kolejnych numerach czasopisma „MEDIA”, wydawanego przez Komisję Europejską.

Biorąc pod uwagę pozytywne oceny realizacji celów, jakie przyświecały programowi MEDIA, znalazł on kontynuację w postaci programu MEDIA II, który zaczął funkcjonować w 1996 roku.

Udział Polski w programie MEDIA

Już z zapisów Układu Europejskiego (art. 90 dotyczący informacji i audiowizualnych środków przekazu)²⁰⁶ wynikało, że Polska, a właściwie jej sektor audiowizualny „będzie mógł uczestniczyć w działaniach podejmowanych przez Wspólnoty w ramach programu MEDIA 1991-1995”. Jednak uczestnictwo naszego kraju zadeklarowane podczas pierwszej sesji Wspólnego Komitetu, nadzorującego realizację Umowy przejściowej (29-30 czerwca 1992 roku), ograniczyło się tylko do zainicjowania współpracy w ramach podprogramu EFDO. Zaowocowało to podpisaniem umowy ramowej między Komitetem Kinematografii (16 listopada 1992 roku) a Europejskim Biurem Dystrybucji Filmów (EFDO)²⁰⁷. Jednak już na tym etapie pewne trudności wynikające z braków finansowych²⁰⁸, jakie pojawiły się w realizacji programu EFDO przez stronę polską, doprowadziły do zawieszenia realizacji podpisanej umowy²⁰⁹. W konsekwencji nie doszło także do podpisania pełnej umowy ramowej obejmującej cały program MEDIA. Ostateczna wysokość wkładu finansowego Polski byłaby w takim przypadku o wiele wyższa niż wyznaczony skromny budżet, który nie był w stanie pokryć nawet udziału w podprogramie EFDO. Wkład ten liczony byłby jako określony procent produktu krajowego brutto.

2.3.4. Program MEDIA II²¹⁰

Program MEDIA II²¹¹ został podzielony na dwie zasadnicze części. Każda z nich została przyjęta odrębną decyzją Rady Unii Europejskiej. Część druga – „Rozwój i Dystrybucja” została przyjęta w lipcu 1995 roku²¹² na podstawie art. 130 Traktatu Rzymskiego, natomiast część pierwsza – „Szkolenie” została

²⁰⁵ Szerzej: C. Mik, *Media...*, wyd. cyt., s. 87-89.

²⁰⁶ Zostało to dokładnie omówione w pkt 3 w: *Komentarz*, wyd. cyt., s. 263.

²⁰⁷ Wraz ze *Script Found* były to dwa najprężniej działające podprogramy MEDIA.

²⁰⁸ Polska mogłaby korzystać z finansowego wsparcia programu EFDO jedynie do wysokości składki, jaką sama by uiszczała.

²⁰⁹ Por.: *Instytucje...*, wyd. cyt., s.55.

²¹⁰ Program ten jest szczegółowo omówiony w: *Program Media*, wyd. cyt., oraz z: I. Chruslińska, *Program MEDIA II*, „BIKRRiT”, 1997, nr 12 s. I-IV oraz w: C. Mik, *Media...*, wyd. cyt., s. 579-585.

²¹¹ Skrócony opis tego programu wraz ze wskazaniem na jego znaczenie dla europejskiego przemysłu audiowizualnego znajduje się w: *Raport Zespołu...*, wyd. cyt., s. 48-51.

zaakceptowana później, bo dopiero w grudniu tego samego roku²¹³ na podstawie art. 127 Traktatu Rzymskiego.

Kompleksowy Program MEDIA II rozpoczął funkcjonowanie od 1 stycznia 1996 roku z łącznym budżetem 310 mln ECU. Wszystkie projekty składane do realizacji oceniane były przez niezależne grupy eksperckie, składające się z przedstawicieli poszczególnych państw członkowskich, powołane przez Komisję Europejską. Przede wszystkim brano pod uwagę efekty mogące zwiększyć zarówno dynamikę rozwoju europejskiego rynku audiowizualnego, jak i liczbę europejskich dzieł funkcjonujących w szerokim obiegu. Ocena dotyczyła także kwestii formalnych związanych z możliwością realizacji planu finansowego. Bardzo ważnym kryterium dodatkowym był wyraźnie podkreślany międzynarodowy charakter planowanych działań oraz udział w nich kultur o zasięgu ograniczonym geograficznie i demograficznie. Procedura przyjmowania poszczególnych projektów do realizacji (wsparcia finansowego) odpowiadała procedurze przetargowej (konkursowej)²¹⁴.

Dwa podstawowe cele, jakie miał spełnić ten program, to:

- podniesienie konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego;
- stworzenie warunków do rozwoju wszelkich działań w tej dziedzinie.

Były one realizowane w trzech obszarach działalności audiowizualnej:

- kształceniu zawodowym;
- przygotowywaniu fazy produkcyjnej;
- dystrybucji filmów kinowych i telewizyjnych.

Ocena programu²¹⁵

W ciągu pierwszego roku działania programu, czyli w 1996 roku, w ramach programu MEDIA II zrealizowano następując przedsięwzięcia:

- przeprowadzono 32 inicjatywy w zakresie szkoleń; wsparcie uzyskało 85 europejskich cykli szkoleniowych (do połowy 1998 roku wsparto w sumie 102 inicjatywy szkoleniowe);
- szkoleniami objęto przeszło 3300 profesjonalistów związanych z kinem i telewizją;

²¹² Decyzja Rady 95/563/WE z 10 lipca 1995 roku, OJ L 321, 30.12.95, s. 25.

²¹³ Decyzja Rady 95/564/WE z 22 grudnia 1995 roku, OJ L 321, 30.12.95, s. 33.

²¹⁴ Warunki uczestnictwa ogłaszane są w *Official Journal*.

- ponad 13 mln ECU przyznano jako wsparcie producentom niezależnym;
- przy udziale tego programu dystrybuowano w Europie 50 filmów fabularnych, którym poświęcono 305 kampanii reklamowych i w które włączono 101 dystrybutorów (w okresie objętym raportem Komisji liczby te osiągnęły wartości: 110 filmów, 644 kampanii i 158 dystrybutorów);
- wyprodukowano i rozdystrybuowano 450 obrazów telewizyjnych i kinowych, zarejestrowanych na kasetach wideo (do połowy 1998 roku liczba ta osiągnęła pułap 823 filmów);
- zrealizowano 57 nowych programów telewizyjnych (fabuły, dokumenty, animacje);
- włączono 458 dzieł europejskich do katalogów, które będą komercjalizowane przez 22 dystrybutorów;
- stworzono 231 specjalnych programów produkcyjnych, przeznaczonych zarówno dla kin, jak i dla telewizji;
- włączono 195 sal kinowych w program promocji kinematografii europejskiej (do połowy 1998 roku – 307 kin);
- zwiększono liczbę producentów i dystrybutorów europejskich do 2 tys.

Niezależne badania, przeprowadzone przez firmę konsultingową²¹⁶ w 1998 roku, wyraźnie wskazały, że działania prowadzone w ramach tego programu w bardzo dobry sposób uzupełniają możliwości, jakie mają europejskie kinematografie. Zaprezentowane wyżej dane liczbowe dotyczące działalności programu MEDIA II pozostały także na tym samym poziomie w latach kolejnych²¹⁷.

Program umożliwił profesjonalistom nabycie odpowiednich kompetencji w zakresie zarządzania projektami i firmami kształtującymi medialny rynek europejski. Z kolei producentom i twórcom umożliwił poznanie nowych technologii obrazu i dźwięku, a także pozwolił doskonalić techniki twórcze. Wzrosła wyraźnie stabilność europejskiej dystrybucji i produkcji, pozwalając

²¹⁵ Konieczność pojawienia się takiej formalnej oceny została już uwzględniona w Decyzjach Rady 95/563/WE i 95/564/WE i znalazła wyraz w Raporcie Komisji na temat rezultatów funkcjonowania MEDIA II w latach 1996-1998 - com(1999) 91 final.

²¹⁶ *BIPE Conseil* – opracowany przez nią raport został przedstawiony Komisji w grudniu 1998 roku. Na jego podstawie Komisja sporządziła pełną ocenę funkcjonowania programu w okresie od początku stycznia 1996 roku do końca czerwca 1998 roku (com(1999)91 final). Z tego ostatniego dokumentu zacytowane są podane powyżej dane liczbowe.

²¹⁷ Szerzej w: *A New Boost for the MEDIA Programme?*, „MEDIA”, 1999, nr 18, s. 3 oraz w: *MEDIA II: Positive Assessment at Half-way*, tamże, s. 4-5, *Which Adjustments?*, tamże, s. 5-6. W innych numerach nieregularnego periodyku MEDIA, wydawanego przez odpowiednią Dyрекcję Generalną Komisji Europejskiej, poza listami działań przeprowadzonych w ramach programów MEDIA znalazły się także interesujące opisy sytuacji europejskiego przemysłu audiowizualnego oraz omówienia mniej znanych dziedzin kinematografii i możliwości ich rozwoju.

sprawniej wprowadzać na rynek wewnętrzny i rozpowszechniać poza granice Unii, filmy wyprodukowane na jej terenie²¹⁸.

Sukcesy tego programu pozwalają oczekiwać, że przemysł europejski wspierany w dalszym ciągu w tak wyraźny sposób stanie się potęgą zarówno na rynku wewnętrznym, jak i międzynarodowym.

Udział państw stowarzyszonych, w tym Polski

Już w chwili powołania przez Radę Unii Europejskiej programu MEDIA II, w lipcu 1995 roku, wzięto pod uwagę możliwość uczestnictwa w tych programach profesjonalistów z państw Europy Środkowej i Wschodniej. Było to możliwe na mocy zapisów znajdujących się w protokołach dodatkowych do układów stowarzyszeniowych²¹⁹ podpisanych z Czechami, Węgrami, Słowacją, Bułgarią, Rumunią i Polską, 17 lipca 1995 roku. Decyzja o takim rozszerzeniu zapisów układów stowarzyszeniowych została podjęta podczas spotkań na szczycie w Essen i Kopenhadze. Protokoły te, przy spełnieniu odpowiednich warunków przez kraje stowarzyszone, pozwalają im na uczestnictwo w programie MEDIA. Zgodnie z procedurami w przypadku wypełniania odpowiednich warunków przez państwo stowarzyszone Komisja ma możliwość wydania decyzji, która po zatwierdzeniu przez Parlament Europejski pozwala na pełne uczestnictwo w programie MEDIA każdemu z wymienionych państw. Warunki te przedstawiały się następująco:

- ukierunkowanie prawodawstwa audiowizualnego na harmonizację z dyrektywą „Telewizja bez granic” – wraz ze zmianami wprowadzonymi przez drugą dyrektywę telewizyjną, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii transgranicznych emisji telewizyjnych, norm technicznych związanych z nadawaniem programów oraz promocji europejskiej technologii audiowizualnej;
- zobowiązanie się do wkładu finansowego mającego pokryć koszty administracyjne, koszty utrzymania biur i ośrodków informacyjnych anten.

²¹⁸ Wśród filmów znanych polskiej publiczności, które korzystały ze wsparcia programu MEDIA na różnych etapach funkcjonowania dzieła filmowego, znalazły się: *Przełamując fale*, *Miasto zaginionych dzieci*, *Twin Town*, *Sekrety i kłamstwa*, *Król olch*, *Mikrococosmos*, *Ósmy dzień*, *E. I*, *Idioci*, *Życie jest piękne*, *Asterix kontra Cezar*, *Osiem i pół kobiety*, *Wszystko o mojej matce*, *Festen*, *Tańczący w ciemnościach*.

²¹⁹ Każdy z protokołów dodatkowych dotyczył właśnie możliwości uczestnictwa na pełnych zasadach państw stowarzyszonych w niektórych programach pomocowych Unii Europejskiej. Uzgodniono czternaście dziedzin, które podlegały tym zapisom. Należały do nich między innymi: sektor audiowizualny, kultura, usługi informatyczne, badania naukowe i rozwój technologiczny oraz edukacja, szkolenia i kwestie dotyczące młodzieży. Istnieje także możliwość rozszerzenia tej listy, jeżeli może się to przyczynić do pełniejszej realizacji celów Układu Europejskiego.

Ten wkład finansowy mógł być aż w 90% pokryty ze środków pomocowych przyznanych w ramach programu PHARE. Państwa członkowskie miały możliwość wykorzystania 10% tego funduszu przyznawanego poszczególnym państwom na uzupełnienie funduszy potrzebnych do realizacji programów wspólnotowych. Ocena warunków tej zgodności przypadła Komisji Europejskiej.

Węgry, jako pierwszy spośród krajów kandydackich, miały szansę stać się uczestnikiem Programu MEDIA II, ale ją zaprzepaszczono. Doszło do tego z powodu nieuregulowania sytuacji w węgierskim prawodawstwie medialnym, a przede wszystkim wydania, a następnie przedłużenia zezwolenia na funkcjonowanie głównego europejskiego nadajnika płatnego programu kodowanego HBO na terenie Węgier, co w sumie uniemożliwiło Węgrom włączenie się w program MEDIA²²⁰.

Drugim państwem²²¹, spośród krajów kandydujących do członkostwa w Unii Europejskiej, mającym szansę na korzystanie z MEDIA II była Polska. Jej uczestnictwo w tej formie wspierania mediów audiowizualnych zdawało się w połowie 1998 roku przesądzone. Jednak z powodu niemożliwości ostatecznego zakończenia prac nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji szansa ta nie została wykorzystana.

2.3.5. Info 2000

Był to program, który swoim zasięgiem obejmował o wiele szerszą sferę niż tylko i wyłącznie kwestie audiowizualne czy nawet medialne. W skład projektu pilotowego *Multimedia Rights Clearance System*²²², powołanego 24 lipca 1998 roku Decyzją Komisji E/1606/89 z całkowitym budżetem 5,5 mln ECU, który był pierwszym wprowadzanym w życie jego elementem, wchodziło dziesięć

²²⁰ Por. także: K. Benjamin, wyd. cyt., s. 4.

²²¹ W związku z zamknięciem przez Cypr negocjacji w dziedzinie polityki audiowizualnej jeszcze w październiku 2000 roku planowane jest podpisanie porozumienia pomiędzy Cyprzem i Wspólnotą Europejską na temat współpracy na polu audiowizualnym i udziału Cypru w Programie MEDIA II. Biorąc pod uwagę planowane zakończenie tego programu w właśnie w 2000 roku, jest to raczej działanie na pokaz w stosunku do innych krajów kandydackich. Podobnie należy potraktować pozytywną opinię o możliwości uczestnictwa Bułgarii w MEDIA II, opublikowaną w tym samym czasie. Do programu miały także wejść Litwa, Czechy i Słowenia, za: <http://www.krrtv.gov.pl/biuletyn/25121.htm> („BIKRRiT” nr 25, Anteny Informacyjne w krajach Europy Środkowej i Wschodniej – konferencja w Warszawie).

²²² W związku z brakiem oficjalnego polskiego tłumaczenia tej nazwy w celu uniknięcia niedokładności pozostawiono oryginalną nazwę programu, w skrócie MMRCs.

podprogramów²²³. Podstawowym zadaniem projektu pilotowego był rozwój społeczeństwa informacyjnego²²⁴, poprzez realizację czterech podstawowych haseł:

- aktywizacja środowisk biznesu;
- inwestowanie w przyszłe (nowe) technologie;
- koncentracja na człowieku jako głównym użytkownikiem efektów funkcjonowania i rozwoju nowych technologii;
- przygotowanie do wykorzystania najnowszych osiągnięć w dziedzinie globalizacji i nowych technologii.

Spośród dziesięciu podprogramów Info 2000 tylko dwa ściśle dotyczą kwestii audiowizualnych. Są to: TV Files oraz PRISAM.

TV Files IPR²²⁵

Rights for TV Programmes ma za zadanie rozwijać jakość i różnorodność europejskich programów telewizyjnych i multimedialnych. Jego narzędziem jest wprowadzanie do publicznego obiegu jak najbardziej komplementarnego katalogu tych produktów i poprzez to udostępnianie ich jak najszerszemu rynkowi potencjalnych nabywców. Jako swego rodzaju próba za pośrednictwem EBU zostało zainicjowane powstanie bazy danych, dostępnej, jak dotychczas jedynie w internecie²²⁶.

PRISAM²²⁷

Ta forma działań jest również związana z kwestiami udostępniania praw do dzieł audiowizualnych. Jej specyfiką i jednocześnie podstawowym zadaniem jest zwiększenie łatwości przepływu informacji na ten temat, a zarazem ograniczenie kosztów i czasu związanych z tą procedurą. Dotychczasowe systemy tego typu są niekompletne i nie mają charakteru ponadnarodowego, co wydatnie utrudnia funkcjonowanie ich na rynku ogólnoeuropejskim. Zwiększenie przepływu informacji na temat praw do dzieł i usprawnienie systemu odpłatnego ich przekazywania ma odbywać się na płaszczyźnie „*one-stop clearing shop*”, co mimo nieprzetłumaczalności tego określenia wskazuje na potencjalnie szerokie

²²³ Informacje za: http://europa.eu.int/comm/information_society/evaluation/pdf/report1info2000_en.pdf (Final Evaluation of the INFO2000 Programme).

²²⁴ O elementach społeczeństwa informacyjnego oraz kierunkach jego rozwoju czytaj w: A. N. Dziennicka, *Polityka audiowizualna Unii Europejskiej*, niepublikowana praca dyplomowa pod kierunkiem dr. Kazimierza Sobotki, Ośrodek Badań Europejskich Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997, s. 4-5.

²²⁵ IPR – *intellectual property rights* – prawa własności intelektualnej.

²²⁶ Więcej w: <http://www.tvfiles.com> (Right for TV Programmes).

działania, mające na celu szybki i jednoczesny dla wielu odbiorców dostęp do konkretnych danych, jakimi mogą być zainteresowani nadawcy telewizyjnych i producenci multimedialni. Program ten koncentruje się na działaniach związanych głównie z filmami fabularnymi, dokumentami, animacjami, programami dotyczącymi aktualnych wydarzeń, teleturniejami oraz szeroko pojętymi programami rozrywkowymi.

Ocena programu

W ocenie programu²²⁸ z 17 lipca 2000 roku, przygotowanej przez niezależne grupy eksperckie, stwierdzono iż wszystkie cele związane z jego działaniem zostały - w różnym stopniu - osiągnięte. Skoncentrowano się jednak przede wszystkim na działaniach związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego, a nie na szczegółowych rozwiązaniach dotyczących TV FILES IPR oraz PRISAM.

2.3.6. Culture 2000

Ten program nie dotyczy bezpośrednio telewizji, ale w jego ramach mogą być realizowane pewne działania mieszczące się w zakresie zainteresowania polityki audiowizualnej. Został on powołany na lata 2000-2004 Decyzją Parlamentu Europejskiego i Rady²²⁹ i jest połączoną kontynuacją programów (*Raphael*, *Kaleidoscope*, *Ariane*) wspierających dotychczas działalność artystyczną i kulturalną w państwach będących jego uczestnikami²³⁰. Jego budżet wynosi 167 mln euro. Poszczególne projekty mogą być najczęściej dofinansowywane w wysokości 60% wartości każdej z akcji.

Podstawowymi zadaniami przeznaczonymi do realizacji, zarówno w jednym obszarze działalności kulturalnej, jak i w połączonych dziedzinach, są: rozwijanie kultury Europy poprzez międzynarodowy dialog, ze szczególnym uwzględnieniem wspólnego europejskiego dziedzictwa, wspieranie i rozwój różnorodności

²²⁷ *Producer Rights Information System for Audio-visual and Multimedia.*

²²⁸ *Final Evaluation of the INFO2000 Programme, Conducted for the European Commission. Final Report, Volume One and Two, by Technopolis Ltd, UK, Databank Consulting SpA, Italy, IDATE, France, LENTIC, Belgium, July 17th, 2000.*

²²⁹ Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady 508/2000/WE z 14 lutego 2000, (OJ L 063 10.03.2000 s.1).

²³⁰ Szczegółowe informacje o Culture 2000 znajdują się w: http://europa.eu.int/comm/culture/culture2000_en.html („CULTURE 2000” Programme: First European Community Framework Programme in Support of Culture), natomiast dodatkowy opis tego programu w: http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/guide_en.pdf (Guide to Cultural Programmes), s. 42-44.

kulturowej, poszanowanie europejskiego dorobku kultury i tradycji oraz zwiększanie dostępu społeczeństwa do dóbr kultury.

Trzy główne formy realizacji tych celów to:

działania eksperymentalne i innowacyjne;

zintegrowane działania w ramach Porozumienia o współpracy kulturalnej;

specjalne imprezy o zasięgu europejskim i pozaeuropejskim.

Zgodnie z przyjętymi przy konstruowaniu tego programu założeniami Polska uczestniczy w nim - z powodzeniem - od 2001 roku²³¹.

2.3.7. MEDIA Plus

Mimo iż program ten jest kontynuacją programów MEDIA, to ze względu na fakt, że dotychczas nie został wdrożony, przedstawiam go na końcu. Najnowszym dokumentem unijnym dotyczącym jego wdrażania i realizacji jest Komunikat Komisji z 14 grudnia 1999 roku²³², zawierający propozycje decyzji ustanawiających, wzorem programu MEDIA II, dwie sfery jego aktywności. Program ten ma być kontynuacją programów MEDIA i MEDIA II, przeznaczoną do realizacji w okresie od 1 stycznia 2001 roku do 31 grudnia 2005 roku. Jego głównym zadaniem jest, na podstawie doświadczeń poprzednich programów MEDIA, wsparcie europejskiego systemu audiowizualnego.

Twórcy tego nowego programu bardzo wyraźnie podkreślili zmiany technologiczne zachodzące w dziedzinie mediów, uwzględniając zarówno nowe techniki produkcji, przetwarzania i dystrybucji sygnału telewizyjnego, jak i nie zapominając o rozwoju internetu oraz o nowych usługach dodanych realizowanych przy udziale telewizji *sensu largo*. Do takich nowych wyzwań związanych z wejściem w erę cyfrową, przy wciąż istniejących słabościach europejskiego systemu medialnego, zostały dopasowane strategie realizacji obydwu składników tej formy wsparcia rozwoju mediów w Unii Europejskiej.

Zasadniczym celem programu jest umacnianie konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego poprzez:

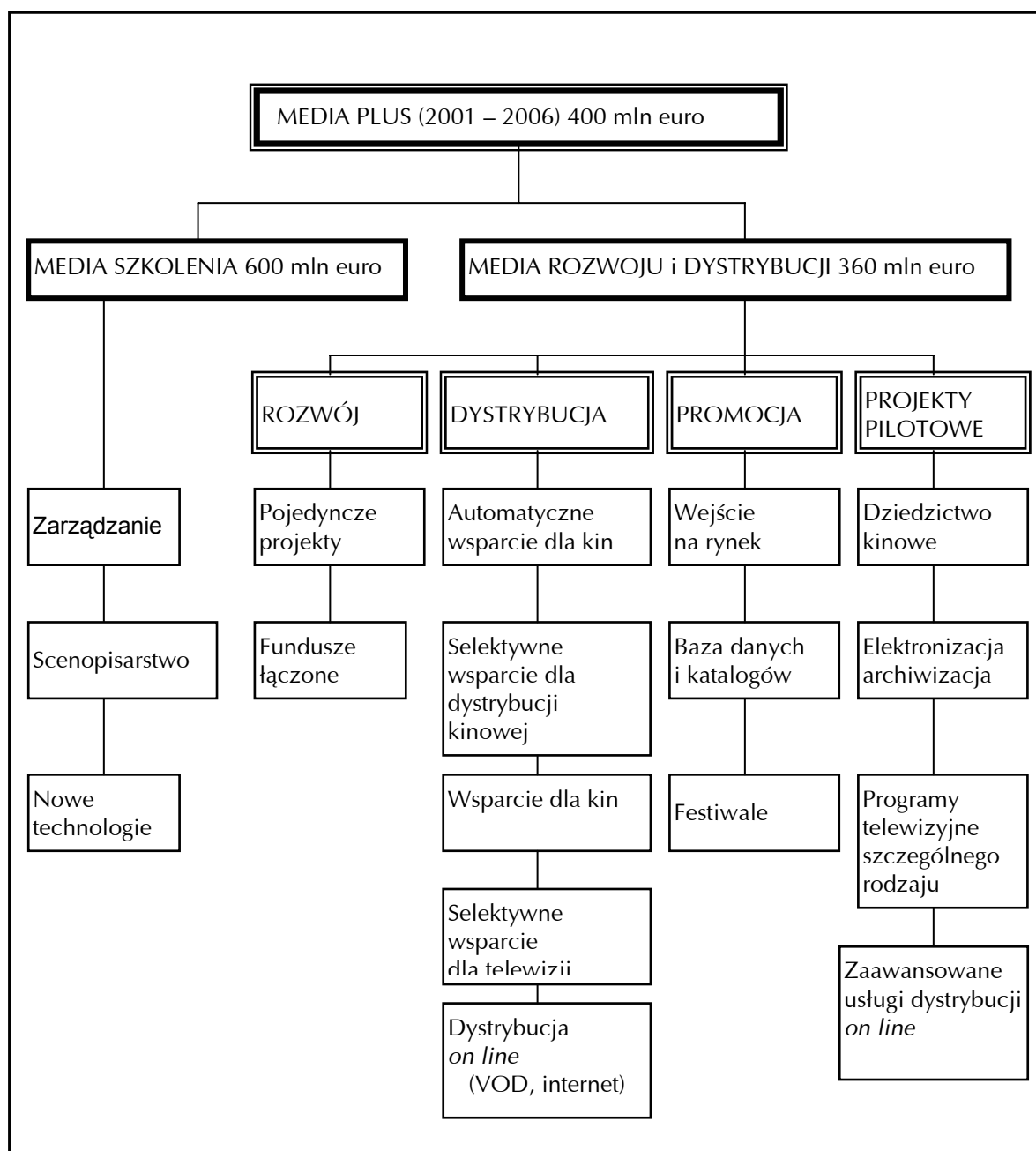
²³¹ Opis działania programu Kultura 2000 można znaleźć, między innymi w: Kazimierz Waluch, Polityka kulturalna Unii Europejskiej, Płock 2001, s. 55-63, a także w: <http://www.cie.gov.pl/fundusze/wspolnotowe/kultura/main.html> oraz http://europa.eu.int/comm/culture/eac/e2000condition_en.html.

²³² com(1999) 658 final, informacje o programie MEDIA Plus znajdują się także w: http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/guide_en.pdf, (Guide to Cultural Programmes) s. 45-48 oraz w: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/124224.htm> (Audiovisual Policy Programme in support of the European audiovisual industry (Media Plus - 2001-2005)), natomiast ogólne informacje o programach MEDIA można znaleźć w: http://europa.eu.int/comm/avpolicy/mediapro/media_en.htm (Audiovisual Policy - MEDIA & other Support Programmes) oraz w opracowaniu *Programy dla polskich organizacji pozarządowych*, opr. R. Koźlicka, Klon/Jawor 2000.

- Szkolenia profesjonalne.

Program ma na celu zachęcanie do podejmowania inicjatyw szkoleniowych umożliwiających profesjonalistom z branży audiowizualnej doskonalenie kompetencji i konkurencyjności na rynku międzynarodowym. Opiera się on na ścisłej współpracy i wymianie *know-how* między poszczególnymi partnerami pracującymi w dziedzinie szkolenia: szkołami filmowymi i telewizyjnymi, specjalistycznymi ośrodkami szkolenia, przedsiębiorstwami produkcji i dystrybucji.

Tabela 9. Struktura programu MEDIA Plus



Źródło: A. Support Programme Adapted to the New Economy of the Audio-visual Sector, MEDIA. "MEDIA", 2000, nr 19, s.4.

- Wspieranie projektów produkcji.

Europejskim niezależnym przedsiębiorstwom produkcyjnym zapewnia się pomoc finansową na rozwój nowych projektów produkcji fabularnych, dokumentalnych, animowanych, multimedialnych. Pomoc finansową można także przyznawać na katalogi projektów (poprzez mechanizm „finansowania list”) lub pojedynczo na jeden projekt.

Wielkość tej pomocy nie przekracza zasadniczo 50% budżetu na rozwój (obejmującego pisanie ofert, poszukiwanie partnerów, przygotowanie finansowania, plany marketingu i dystrybucji). Jeśli projekt dofinansowywany z programu MEDIA skierowany zostaje do produkcji, przedsiębiorstwo zobowiązane jest zainwestować taką samą kwotę w opracowanie kolejnego lub kolejnych projektów produkcji.

- Dystrybucja dzieł filmowych i programów audiowizualnych.

Wspiera dystrybucję dzieł audiowizualnych różnego typu oraz filmów europejskich w kinach, na kasetach wideo, na dyskach cyfrowych i w telewizji. Zapewnia także pomoc sieciom kin współdziałających w dziedzinie strategii promocji i marketingu filmów europejskich.

- Promocja dzieł filmowych i programów audiowizualnych.

Celem tej formy wsparcia jest finansowanie wszelkiego rodzaju działań promocyjnych zmierzających do ułatwiania europejskim producentom i dystrybutorom dostępu i udziału w ważnych wydarzeniach europejskich i międzynarodowych.

- Pomoc dla festiwali filmowych.

Od początku lat 90. Komisja Europejska publikuje coroczne zaproszenie do składania wniosków o pomoc dla imprez i festiwali filmowych, których celem jest promowanie europejskich dzieł filmowych oraz zachęcanie do ich dystrybucji na obszarze państw członkowskich.

W komunikacie Komisja wskazała jako konieczne w procesie realizacji Programu MEDIA Plus aktywnie współdziałanie z V Programem Ramowym oraz Programem Info 2000. Ogólna strukturę programu MEDIA Plus przedstawia tabela 9.

W punkcie czwartym Komunikatu Komisji wskazano na otwarty charakter tego programu w stosunku do państw trzecich, których cele w dziedzinie polityki audiowizualnej są tożsame z celami realizowanymi przez Unię Europejską w tej dziedzinie. Ponadto prawo audiowizualne tych państw nie powinno odbiegać od

audiowizualnych norm Unii Europejskiej, w szczególności w stosunku do pkt 1 art. 6 dyrektywy 89/552/EWG dotyczącego definicji utworów europejskich. Jako takie kraje zostały wymienione także państwa stowarzyszone Europy Środkowej i Wschodniej, dodatkowo powołano się w projektach decyzji na protokoły dodatkowe do umów stowarzyszeniowych.

W związku z przeciągającym się procesem legislacyjnym dotyczącym powołania tego projektu strona polska przez sześć lat nie podjęła ostatecznej decyzji dotyczącej udziału w programie²³³. Jednak 19 czerwca 2002 roku w Brukseli zostało podpisane Memorandum porozumienia, włączające Polskę w realizację programu MEDIA Plus. Aby umożliwić funkcjonowanie tego programu przy KRRiT powołano biuro *Media Desk*, stanowiące agendę informacyjną programu. Ponadto określono wysokość składek jakie strona polska musi odprowadzać do budżetu Unii Europejskiej, by móc uczestniczyć w tym programie²³⁴. Każdego roku będą one wynosiły 15550000 euro. Znaczna część tych składek będzie uiszczana z funduszu PHARE. W 2002 roku będzie to 1.317.500 euro, w 2003 – 1162500 euro, w 2004 – 1008000 euro, natomiast nie ustalono jeszcze danych dotyczących 2005 roku²³⁵.

2.4. Podsumowanie

W polityce audiowizualnej Unii Europejskiej bardzo wyraźnie widać dwa zasadnicze wątki przedstawione w tym rozdziale. Pierwszym jest podstawa prawna wszelkich działań realizowanych w dziedzinie mediów, drugim natomiast finansowe wspieranie działalności audiowizualnej.

W znacznej mierze kwestie prawne pozostają w gestii innych jednostek administracyjnych Komisji (dawnych dyrekcji generalnych) niż zagadnienia związane z finansowaniem działalności audiowizualnej, natomiast są ściśle z nimi połączone. Wszelkie działania legislacyjne mają podobny cel, czyli finansowe wspieranie europejskich mediów. Jest nim przede wszystkim zapewnienie europejskiemu przemysłowi audiowizualnemu możliwości swobodnego

²³³ Krótka informacja o programie, bez wskazania możliwości udziału w nim Polski, znajduje się w: *Sprawozdanie KRRiT z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, część informacyjna, Warszawa 2000, (dalej: *Sprawozdanie KRRiT*), s. 126-127.

²³⁴ Więcej w: *BIKRRiT*, 2002, nr 5/6, s. 1-3.

funkcjonowania w ramach jednolitego rynku Wspólnoty, z zachowaniem jego specyficznego charakteru. Równie istotne jest zachowanie zasady konkurencji oraz bezpieczeństwo ekonomiczne. Silna konkurencja amerykańskich mediów nie tylko osłabia możliwości ekspansji oryginalnych przedsięwzięć europejskiego przemysłu audiowizualnego do państw trzecich, ale także ogranicza ich funkcjonowanie i rozwój w państwach członkowskich.

W ramach Wspólnot każde z działań wspierających finansowo działalność audiowizualną ma swoje oparcie w legislatywie unijnej i jest ściśle związane z regulacjami dotyczącymi zasad funkcjonowania wspólnotowej polityki audiowizualnej. Jakiegokolwiek ograniczenie w tej dziedzinie z pewnością wywarłoby istotny wpływ na wizerunek i możliwości funkcjonowania i rozwoju europejskiej przestrzeni medialnej. Zarówno regulacje znajdujące się w dwóch podstawowych dyrektywach oraz orzeczeniach Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości pozbawione praktycznych finansowych działań wspierających działalność audiowizualną, jak i owe działania finansujące bez mocnej rynkowej podstawy prawnej hamowałyby i utrudniałyby względnie sprawne funkcjonowanie mediów we Wspólnotach.

Związki między tymi dwoma nurtami aktywności Wspólnoty na polu mediów zaznaczyły się także w przypadku polskiego uczestnictwa w programie MEDIA II. Niedostatki w harmonizacji polskiego prawa nie pozwoliły na udział w tej bardzo atrakcyjnej pod względem finansowym akcji.

Dzięki dualistycznie skonstruowanej polityce audiowizualnej Unii Europejskiej dochodzi do integracji w funkcjonowaniu mediów. Podstawa prawna skorelowana z działaniami finansowymi, obwarowanymi licznymi prowsólnotowymi zasadami, wpływa na integrację kulturową. A to pozostaje nadrzędnym celem polityki audiowizualnej Wspólnoty, stanowiącej element polityki kulturalnej.

²³⁵ Za: *Memorandum of Understanding between the European Community and the Republic of Poland on the participation of the Republic of Poland in the Community programmes MEDIA Plus and MEDIA-Training*, Aneks II, s. 5.

3.1. Polska droga do Unii Europejskiej

Rozpoczęte oficjalnie 1 kwietnia 1998 roku rozmowy negocjacyjne z przedstawicielami Unii Europejskiej w dużym stopniu rzutują na modyfikację polskiego prawodawstwa jako jednego z pierwszych i najważniejszych elementów mających umożliwić wejście do Europy. W związku z tym wiele działań, nie tylko legislacyjnych, podjęto w kierunku proeuropejskim i dotychczasowe zmiany, które głównie polegały na kształtowaniu i umacnianiu nowego porządku zarówno ekonomicznego, jak politycznego, prawnego i społecznego przeszły reorientację. Na dalszy plan zeszło odchodzenie od starego systemu, natomiast priorytetem stało się dochodzenie do struktur europejskich. Jednocześnie nastąpiły przyspieszenie i koncentracja tych działań.

3.1.1. Początki procesu integracji

W ciągu lat 90. polska polityka została nakierowana, wraz z postępującą demokratyzacją życia i zmianami ustrojowymi, na przystąpienie Polski do struktur europejskich. Miałoby to nastąpić na przełomie wieków. Przemiany ustrojowe wiązały się ze zmieniającą się jednocześnie sytuacją prawną i ekonomiczną. Zapoczątkowanie w styczniu 1990 roku nowej polityki ekonomicznej²³⁶ stało się świetną okazją do niemalże automatycznej, niestety nie zawsze sprawnej i oczywistej, zmiany zarówno ustawodawstwa, jak i rozwiązań ekonomicznych. Często były one już w pełni zgodne ze standardami Unii Europejskiej. Tylko w przypadku takiego dostosowania zasad funkcjonowania państwa możliwe jest przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Postawienie sobie tego zadania w dużym stopniu wymusza szybkie tempo zmian oraz ich określony poziom. Nadrobienie zaległości, szczególnie w sferze gospodarczej stało się konieczne i nieodzowne. Dystans ten, do końca XX wieku, pozostawał olbrzymi. W sposób wymierny, choć nie do końca czytelny dla obywateli, zmiany owego zapóźnienia ilustruje na poziomie makroekonomicznym wypełnianie przez Polskę kryteriów

²³⁶ Więcej w: M. Belka, J. Hausner, L. J. Jasiński, M. Marody, M. Zirk-Sadowski, *Polska transformacja w perspektywie integracji europejskiej*, Warszawa 1997, s. 1-64.

konwergencji²³⁷. Z kolei kwestie mikroekonomiczne, najlepiej dostrzegane przez obywateli, sprowadzają się do powszechnego podwyższenia standardu życia. Ich ilustracją może być siła nabywcza złotego²³⁸. Oczywiście występuje bardzo ścisła korelacja między kwestiami mikro- i makroekonomicznymi, jednak pierwsze są o wiele bardziej istotne dla obywateli, drugie natomiast pozwalają dostrzec wyraźniej i w sposób bardziej wymierny zbliżanie się polskiego systemu gospodarczego do systemów państw członkowskich.

W ciągu niespełna dziesięciu lat uzyskaliśmy członkostwo w takich ponadnarodowych strukturach, jak: Organizacja Współpracy i Rozwoju Gospodarczego (OECD – Organization for Economic Co-Operation and Development) w 1996 roku, Sojusz Północnoatlantycki (NATO – North Atlantic Treaty Organization) w 1999 roku, Środkowoeuropejska Umowa o Wolnym Handlu (CEFTA – Central European Free Trade Association) w 1992 roku, Rada Europy w 1991 roku. Logiczną kontynuacją tego procesu otwierającego Polskę na współpracę międzynarodową, a szczególnie europejską, było przyszłe członkostwo w Unii Europejskiej. Przemawiało za tym wiele czynników, które najogólniej można by zawrzeć w trzech grupach:

1. Zwiększenie poczucia bezpieczeństwa, tak wewnętrznego, jak i zewnętrznego poprzez stabilizację sytuacji Polski wobec innych państw europejskich;
2. Unormowanie warunków rynkowych, prowadzące do wzrostu ekonomicznego, pozwalającego zmniejszyć dystans dzielący Polskę od państw Europy Zachodniej;
3. Silniejsze powiązanie Polski z państwami europejskimi, mającymi te same źródła kultury i podstawy cywilizacyjne.

Polska, spośród wszystkich państw kandydackich, jest krajem o największej liczbie mieszkańców. Jest to dla Unii, z jednej strony, potencjalne zagrożenie – wchłonięcie tak dużego państwa, jakim jest Polska z pewnością stanowi o wiele większy problem niż przystąpienie do Unii Europejskiej Czech, Słowenii czy choćby Węgier. Z drugiej jednak strony Polska staje się olbrzymim rynkiem zbytu dla produkcji i usług pochodzących z Unii Europejskiej. Także produkcji i usług audiowizualnych. Sektor audiowizualny, na co wskazywałem już wcześniej, nie

²³⁷ Są to kryteria, których wypełnianie pozwala państwu członkowskiemu na uczestnictwo w Europejskiej Unii Walutowej (EMU – *European Monetary Union*).

²³⁸ Lub realny kurs efektywny złotego, por.: M. Belka, wyd. cyt., s. 34, 64-68.

jest bowiem tylko i wyłącznie elementem kultury współczesnej, ale także bardzo istotnym czynnikiem ekonomicznym.

3.1.2. Okres przednegocjacyjny

Podstawa prawna

Podpisanie Układu Europejskiego miało szczególne znaczenie ze względu na fakt, że na płaszczyźnie legislacyjnej Polska pojawiła się jako pełnoprawny partner Unii Europejskiej²³⁹. Możliwość harmonizacji prawa polskiego w stosunku do norm europejskich została oparta na zapisach, jakie znalazły się w Konstytucji RP. Podstawą takich działań były: artykuły 90 oraz 91 Konstytucji RP. Zezwalają one władzom RP na przekazanie, na podstawie umowy międzynarodowej - ponadnarodowym organizacjom pewnych kompetencji organów władzy państwowej. Ponadto taka umowa staje się automatycznie elementem porządku prawnego RP, mając pierwszeństwo nad ustawą, „jeżeli tej ustawy nie da się pogodzić z umową” (art. 91, pkt 2 Konstytucji RP).

Początki

Już u progu polskiej transformacji pojawiły się działania zmierzające do osiągnięcia przez Polskę pełnego uczestnictwa w strukturach Unii Europejskiej. Pod koniec 1989 roku podpisano umowę o handlu i współpracy gospodarczej ze Wspólnotami Europejskimi, za której realizację było odpowiedzialne Ministerstwo Współpracy Gospodarczej z Zagranicą. Podpisanie Układu Stowarzyszeniowego²⁴⁰, którego ostatecznym celem wyznaczonym dla Polski było członkostwo we Wspólnotach, miało miejsce 16 grudnia 1991 roku. Wszedł on w życie 1 lutego 1994 roku²⁴¹. W celu dostosowania polskiego systemu ekonomiczno-prawnego do zasad Układu Europejskiego powołano specjalny *Program działań dostosowujących polską gospodarkę i system prawny do wymagań Układu Europejskiego oraz przyszłego członkostwa Polski w Unii*

²³⁹ Pełny opis problematyki wynikającej z podpisania Układu Europejskiego znajduje się w: S. M. Amin, J. Justyński, *Instytucje i porządek prawny Unii Europejskiej na tle tekstów prawnych oraz orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości*, Toruń 1999, s. 197-216. Bardziej szczegółowa analiza stosunku samej Konstytucji RP z 1997 roku do prawa wspólnotowego znajduje się w: *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku a członkostwo Polski w Unii Europejskiej*, red. C. Miłk, Toruń 1999, w szczególności w: S. Biernat, *Miejsce prawa pochodnego Wspólnoty Europejskiej w systemie konstytucyjnym Rzeczypospolitej Polskiej*, tamże s. 171-187 oraz w: C. Miłk, *Przekazanie kompetencji przez Rzeczpospolitą Polską na rzecz Unii Europejskiej i jego następstwa prawne*, tamże, s. 145-165.

²⁴⁰ „Układ Europejski ustanawiający Stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi z drugiej strony”.

²⁴¹ Patrz: L. Giliciński, wyd. cyt., s. 245-246.

Europejskiej, który do momentu przyjęcia w 1997 roku Narodowej Strategii Integracji był głównym dokumentem programowym determinującym kierunki prac w dziedzinie integracji europejskiej.

W 1993 roku Rada Europejska podczas szczytu w Kopenhadze ustanowiła kryteria ekonomiczno-społeczne (kryteria kopenhaskie), na podstawie których było możliwe rozpoczęcie działań zmierzających do zapewnienia członkostwa w Unii Europejskiej państw stowarzyszonych, w tym także Polski. Od tego momentu rozszerzenie Unii Europejskiej na kraje Europy Środkowej i Wschodniej stało się również celem UE.

Ważnym krokiem Polski w kierunku integracji z Unią Europejską było złożenie 8 kwietnia 1994 roku oficjalnego wniosku o członkostwo Polski w Unii Europejskiej. Logiczną konsekwencją tych działań było określenie podczas szczytu w Essen, pod koniec 1994 roku, przez Radę Europejską dokładnej strategii przedakcesyjnej, ustalającej zarówno kolejność, jak i rodzaje działań mających przygotować państwa stowarzyszone do ich obecności w strukturach Unii Europejskiej. W odpowiedzi Polska opracowała wstępny program dostosowania polskiego systemu prawnego do prawa unijnego, ze szczególnym uwzględnieniem aktów prawnych zawartych w Białej Księdze, przyjętej przez Radę Europejską w Cannes w 1995 roku, a dotyczącej zasad funkcjonowania Jednolitego Rynku.

Na podstawie odpowiedzi udzielonych na pytania zawarte w Kwestionariuszu²⁴² skierowanym do Polski, a zawierającym informacje wymagane do zaopiniowania wniosku Polski o członkostwo, 16 lipca 1997 roku Komisja Europejska ogłosiła pozytywną opinię²⁴³ na temat wniosku Rzeczypospolitej Polskiej w sprawie jej członkostwa w Unii Europejskiej. Zaowocowało to, jeszcze w tym samym roku, decyzją Rady Europejskiej, podjętą 13 grudnia podczas posiedzenia w Luksemburgu, o rozpoczęciu negocjacji w sprawie członkostwa z następującymi państwami Europy Środkowej i Wschodniej: Węgrami, Polską, Czechami, Słowenią, Estonią, Cyprzem. Wszystkie te państwa są w stanie wypełnić w nieodległym czasie warunki konieczne do uzyskania członkostwa w Unii Europejskiej. Oficjalne otwarcie procesu negocjacji miało

²⁴² „Kwestionariusz - Polska. Informacje wymagane dla przygotowania opinii o wniosku Polski o członkostwo w Unii Europejskiej”.

²⁴³ W opinii wskazywano na pozytywne ustabilizowanie się demokratycznych rządów oraz rozwój i sprawne funkcjonowanie gospodarki rynkowej. Zaznaczono też zdolność Polski do sprostania wymaganiom wynikającym z przyszłego członkostwa, z uwzględnieniem kwestii politycznych i gospodarczych.

miejsce w Brukseli 31 marca 1998 roku²⁴⁴. Jednocześnie w przedstawionym prezydencji brytyjskiej *opening statement* rząd polski wyraził pełną gotowość do przyjęcia dorobku prawnego Wspólnoty.

23 czerwca 1998 roku Rada Ministrów RP przyjęła zaakceptowany przez Komitet Integracji Europejskiej w kwietniu tego samego roku „Narodowy program przygotowania do członkostwa w UE”²⁴⁵. Stał się on podstawą kontynuowania prac nad przyjmowaniem *acquis communautaire* i dostosowań strukturalnych. W ramach wspierania okresu przedczłonkowskiego w latach 2000-2006 określono konkretne sumy, które byłyby, jak to określił Jacques Panter, „planem Marshalla dla państw Europy Środkowej i Wschodniej”. Ogółem środki te wyniosły 21 mld ECU. Pojawiła się również możliwość przyznania łącznej sumy 45 mld ECU na wzmocnienie spójności ekonomiczno-społecznej, z czego 20% przeznaczono by na pomoc strukturalną²⁴⁶.

Sektor audiowizualny

W ramach Komitetu i Rady Stowarzyszenia²⁴⁷ nie powstały, zarówno przed, jak i po zreformowaniu jego struktury, ani komitet, ani grupa robocza bezpośrednio odpowiedzialne za kwestie audiowizualne. Co prawda już od 1994 roku KRRiT wspomagała działania tych organów, ale była to głównie działalność konsultacyjna²⁴⁸. Od 4 marca 1998 roku, czyli po VI posiedzeniu Komitetu Stowarzyszenia, tematyką tą zajmowały się marginalnie robocze grupy rządowe, odpowiedzialne za kwestie ekonomiczne, harmonizację prawa oraz, po reformie ich struktury, podkomitet specjalizujący się w problematyce konkurencji. Takie stanowisko niewyszczególniania odpowiedniej grupy roboczej zajmującej się problematyką audiowizualną jest zadziwiająco podobne do początkowej lokacji problematyki audiowizualnej w strukturach wspólnotowych do lat 80.

W Układzie Europejskim pojawiły się zapisy dotyczące wymiany informacji i współpracy w dziedzinie poprawy sytuacji przemysłu

²⁴⁴ Za: <http://www.ukie.gov.pl/uk.nsf/dByID/107-500?edit&t=Negocjacje&c=107> (Kalendarium negocjacji przedakcesyjnych).

²⁴⁵ Za: <http://www.ukie.gov.pl/uk.nsf/B-DP-NPPC> (Narodowy program przygotowania do członkostwa w Unii Europejskiej).

²⁴⁶ Za: *Audiovisual Policy...*, wyd. cyt., s. 5.

²⁴⁷ Na podstawie art. 102 Układu Europejskiego Rada Stowarzyszenia nadzoruje realizację układu i zajmuje się wszelkimi zagadnieniami związanymi z jego realizacją oraz wszelkimi problemami jakie pojawiają się między stronami układu w związku z wypełnianiem zawartych w nim zapisów. Komitet Stowarzyszenia ma za zadanie jedynie wspomagać Radę Stowarzyszenia w jej działaniach, za: *Ocena stopnia realizacji Układu Europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi*, red. E. Kawecka-Wyrzykowska, Warszawa 1998, s. 213-218.

²⁴⁸ Por.: <http://www.krrtv.gov.pl/strona5.htm> (Międzynarodowy kontekst działania KRRiT).

audiowizualnego, jednocześnie nakładające na Polskę obowiązek stopniowej harmonizacji uregulowań prawnych związanych z tym sektorem. W szczególności dotyczyć miały one kwestii emisji transgranicznej, norm technicznych i wsparcia rozwoju produkcji europejskich.

Artykuł 90 układu dotyczy problematyki informacyjnej i audiowizualnej. W punkcie pierwszym strony podejmują się zorganizowania systemu wymiany informacji, ze wskazaniem na priorytet informowania polskiego społeczeństwa o Wspólnotach Europejskich. Punkt drugi dotyczy bezpośrednio kwestii medialnych i wskazuje na konieczność współpracy stron we wspieraniu przemysłu audiowizualnego w Europie. Daje także podstawę do udziału Polski w programie MEDIA II, powołując się na odpowiednie dokumenty²⁴⁹ ustanawiające tę formę wsparcia. Ten punkt art. 90 zobowiązuje ponadto Wspólnoty i Polskę do harmonizacji i koordynacji polityk w dziedzinie audiowizualnej emisji transgranicznej, norm technicznych medialnego przekazu i wspierania technik audiowizualnych. Uszczegółowienie tych zasad znajduje odzwierciedlenie w Komentarzu do Układu o stowarzyszeniu²⁵⁰. Takie zaprogramowanie tego dokumentu dało Polsce wyraźne podstawy do włączenia się po raz pierwszy do ogólnoeuropejskiego systemu medialnego i wskazało przyszłe drogi rozwoju realizowane konsekwentnie przez Wspólnoty. Jednocześnie pozwoliło w niewielkim co prawda stopniu, Polsce wstępnie zorientować się na wspólnotowy kierunek polityki audiowizualnej, co w dalszej perspektywie czasowej było podstawą działań negocjacyjnych.

Kwestie polityki audiowizualnej po raz pierwszy w wyraźnie zaznaczony sposób pojawiły się we wspomnianym wcześniej Kwestionariuszu (rozdział 16A dotyczył zagadnień radiofonii i telewizji polskiej). Na jego podstawie miały zostać opracowane informacje konieczne do uzyskania pozytywnej opinii Komisji Europejskiej na temat członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Znalazły się tam 23 pytania dotyczące polskiego systemu medialnego. Najwięcej pytań związanych było ze zgodnością polskiego systemu audiowizualnego z zapisami zawartymi w dyrektywie 89/553/EWG, a w związku z przygotowaniem jej zmiany także z przyszłą dyrektywą 97/36/WE. Obejmowały one problematykę ograniczającą pewne formy przekazu (np. reklamę) lub grupę odbiorców (nieletni), promującą

²⁴⁹ Decyzja Rady 95/563/WE z 10 lipca 1995 roku oraz Decyzja Rady 95/564/WE z 22 grudnia 1995 roku.

zachowania proeuropejskie w nadawanych programach (np. kwoty europejskie). Dotyczyły także koprodukcji (europejskich) oraz dostępności szerokiego odbioru transmisji z najważniejszych imprez. Poruszały także samą podstawę funkcjonowania dyrektywy 89/552/EWG w związku ze swobodnym przepływem programów spoza granic Polski oraz związane z tym pytanie o definicję nadawania i co za tym idzie – także nadawcy. W Kwestionariuszu znalazły się również pytania dotyczące prawnie uwarunkowanej problematyki koncesyjnej i rozprzestrzenienia odbioru satelitarnego oraz kablowego, a także związanych z tym sektorem ograniczeń. Ogólne pytania o kwestie techniczne odnosiły się głównie do tych dwóch form przekazu. Pojedyncze punkty obejmowały kwestie systemów wsparcia sektora medialnego i udziału w programach unijnych, rozróżnienia między nadawcą publicznym a komercyjnym, badań statystycznych w mediach, radiofonii, archiwów medialnych oraz ograniczeń w zakresie własności stacji nadawczych, co był nawiązaniem nie wprost do zapisów znajdujących się w Traktacie z Maastricht, w artykułach 52-59.

Prace nad Kwestionariuszem koordynował Urząd Rady Ministrów. Część dotyczącą zagadnień audiowizualnych opracowywała KRRiT. Odpowiedzi na pytania zawarte w Kwestionariuszu przekazano Komisji w lipcu 1996 roku. Opracowanie obejmujące sektor audiowizualny Komisja uznała za wyczerpujące i nie zgłosiła w stosunku do niego jakichkolwiek zastrzeżeń.

Tak szczegółowa analiza polskiego systemu audiowizualnego pozwoliła Komisji Europejskiej na szczegółowe zapoznanie się z polskim systemem medialnym. Poprzez wskazanie na konkretne rozwiązania, jakie dotychczas w Polsce obowiązywały, wskazała jednocześnie przedstawicielom Unii Europejskiej problemy, jakie mogły się pojawić i rzeczywiście się pojawiły w bezpośrednich negocjacjach członkowskich. Jednak z drugiej strony taki, a nie inny zestaw pytań dał możliwość przygotowania przez polskich ekspertów rozwiązań, które mogłyby sprostać wymaganiom stawianym przez Komisję Europejską. Szansa ta częściowo została wykorzystana, jednak nie do końca rozpoznano wszystkie sugerowane w pytaniach tematy. Zaowocowało to w późniejszym okresie problemami zgodności art. 35 ust. 2 obowiązującej w owym czasie ustawy o radiofonii

²⁵⁰ *Komentarz...*, wyd. cyt., s. 260-265. Poruszoną w nim problematykę omawiam przy opisie poszczególnych działań. Inne istotne kwestie nieomówione w tej pracy, a dotyczące telewizji, znajdują się w: pkt 5 - system homologacyjny w łączności, tamże, s. 263-264 oraz pkt 7 - nowelizacja ustawy o kinematografii, tamże, s. 264.

i telewizji z podstawą traktatową. Dokładniejsza analiza pytania 22 z rozdziału 16A Kwestionariusza być może pozwoliłaby takiej sytuacji uniknąć.

W przyjętym 20 maja 1997 roku przez Radę Ministrów Raporcie z wykonania programu działań dostosowujących polską gospodarkę i system prawny do wymagań Układu Europejskiego oraz przyszłego członkostwa Polski w Unii Europejskiej w latach 1992-1996²⁵¹ wskazano na pozytywny rozwój działań zmierzających do harmonizacji prawa polskiego w dziedzinie polityki kulturalnej. Zaznaczono także aktywny udział Polski w tych programach unijnych, w których ten udział był możliwy. Niestety, o wiele mniej pozytywnych zjawisk związanych było z samym sektorem mediów. Podkreślono częściowy udział polskiej kinematografii w programie MEDIA oraz wspomniano o przygotowaniach do pełnego udziału w programie MEDIA II. Przypomniano o aktywnym udziale w pracach Eureka Audiovisual, a także o udziale polskiego przemysłu kinematograficznego w Europejskim Funduszu Eurimages²⁵². Niestety, w raporcie tym zabrakło pozytywnych opinii na temat dostosowywania polskiego systemu prawnego do norm dotyczących przekazu audiowizualnego, szczególnie do dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE. Takie zapisy byłyby możliwe jedynie po przeprowadzeniu nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji.

Z kolei „Narodowy program przygotowania do członkostwa w UE” wskazuje na omówiony uprzednio art. 90 Układu Europejskiego wraz z komentarzem, jako na podstawę polskich działań w dziedzinie dostosowywania prawodawstwa medialnego, co „oznacza w praktyce dostosowanie regulacji wewnętrznych do standardów ustanowionych w dyrektywie o tzw. telewizji bez granic”²⁵³. Źródło istniejących wówczas rozbieżności między audiowizualnym prawem unijnym a polskim autorzy NPPC dostrzegali głównie w nowelizacji dyrektywy z 1997 roku, podkreślając ogólnie wysoki stopień harmonizacji polskiego prawa w tym sektorze. Według nich część problemów prawnych znalazła już rozwiązanie w rozporządzeniach KRRiT, a pełne zniesienie barier upatrywali w przygotowywanym projekcie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, której

²⁵¹ Za: <http://kprm.gov.pl/cir/komunikaty97/rm2005.html> (komunikat z posiedzenia Rady Ministrów z 20 maja 1997 roku) oraz *Raport z działań dostosowujących polską gospodarkę i system prawny do wymagań Układu Europejskiego oraz przyszłego członkostwa RP w Unii Europejskiej*.

²⁵² Przede wszystkim chodzi tu o dwa polskie kina – „Muranów” w Warszawie i „Wanda” w Krakowie, otrzymujące wsparcie przeznaczone na „działalność kin prezentujących kinematografię europejską”. Program Eurimages skierowany jest głównie do państw nie mających możliwości udziału w programach Media. Poza Polską biorą w nim udział Bułgaria, Cypr, Czechy, Rumunia, Słowacja, Szwajcaria, Turcja, Węgry oraz grupa państw partycypujących w Media II, za: K. Sobotka, M. Szewczyk, *Unia Europejska. Informator o polityce kulturalnej*, Łódź 1999, s. 31-32, 39, więcej także w: <http://www.igen.pl/eurimages/index.html> (Program Eurimages).

²⁵³ Za: <http://orka.sejm.gov.pl/unia2000.nsf> (Narodowy program przygotowania do członkostwa w Unii Europejskiej).

kolejny projekt został przyjęty w 2000 roku, ostatecznie i jednoznacznie rozwiązując niemalże wszystkie problemy. Powołując się na opinie Komisji Europejskiej, NPPC wskazywał następujące zagadnienia wymagające szczególnej uwagi i pilnego dostosowania:

- wymagania programowe w stosunku do nadawców zagranicznych;
- kwoty utworów europejskich;
- promocja dzieł krajowych;
- preferencje w stosunku do utworów najnowszych;
- zasady regulujące kwestie reklamy i telesprzedazy.

W ciągu dwóch kolejnych lat wskazane wyżej punkty stanowiły podstawowe problemy, wokół których koncentrowały się prace ustawodawcy zmierzające do opracowywania spełniającej, wymogi harmonizacji prawa, nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji.

3.1.3. Negocjacje

Procedury

Sama procedura negocjacyjna nie jest procesem skomplikowanym i zasadza się na kolejnych etapach swoistego „porządkowania” polskiego systemu prawnego w stosunku do prawa unijnego.

Na wstępie tej części warto przypomnieć, że najkrótsze negocjacje przedakcesyjne przeprowadzono z Finlandią – trwały one 2 lata i 9 miesięcy, natomiast najdłuższe z Portugalią i Hiszpanią trwały one prawie 9 lat.

Pierwszym krokiem poprzedzającym negocjacje jako takie jest *screening*. Jest to proces przeglądu prawa państwa kandydackiego pod względem jego stosunku (zgodności lub niezgodności) do prawnego dorobku Wspólnot. Proces ten przebiegał w trzech etapach. Po pierwsze, odbyło się robocze spotkanie uzgodnieniowe, którego celem było podsumowanie stanu prac nad dostosowywaniem polskiego systemu prawnego do prawnego porządku Wspólnot. Następne były spotkania wielostronne, polegające na wyjaśnieniach składanych Komisji Europejskiej i dotyczących określonego obszaru. Ostatni, najważniejszy etap – spotkania dwustronne zawierał przedstawienie wyjaśniające poszczególne dokumenty Wspólnot Europejskich, prezentację polskich dokumentów pokrywających się z unijnym zakresem regulacyjnym oraz zastrzeżenia i problemy

zgłaszane przez stronę polską. Ostatnie spotkania dotyczące przeglądu polskiego prawa miały miejsce w listopadzie 1999 roku.

Kolejnym etapem było stworzenie, na podstawie opracowanych list *screeningowych*, pierwszego projektu stanowiska negocjacyjnego. Każde z nich musiało zawierać pełny opis prawa wspólnotowego dotyczącego danego obszaru, wraz z omówieniem prawodawstwa krajowego. Jeżeli pojawiły się jakiegokolwiek niezgodności, musiały one być określone oraz konieczne było zaproponowanie kalendarium ich usuwania, zamykające się przed datą poprzedzającą wejście Polski do Unii Europejskiej. W przypadku gdy rozwiązanie problemów nie było możliwe w określonym czasie, należało dołączyć szczegółowy opis problemu wraz z propozycją rozwiązania go. Jeżeli dany obszar nie wywoływał żadnych kontrowersji, do stanowiska negocjacyjnego dołączono deklarację przyjęcia wspólnotowego dorobku prawnego w danej dziedzinie. Po dodatkowych procedurach zatwierdzających projekty stanowisk negocjacyjnych przekazywano Komitetowi Integracji Europejskiej i po jego akceptacji kierowano do Rady Ministrów RP. Dopiero po przyjęciu ich przez rząd, można było je przedstawić stronie unijnej.

Po tej procedurze oficjalne otwarcie negocjacji w danej dziedzinie następowało w chwili przekazania wspólnego stanowiska negocjacyjnego (*Common Position*) przez stronę Wspólnot głównemu negocjatorowi. Odbywało się to podczas konferencji na poziomie *deputies* (jest to poziom głównego negocjatora i ambasadorów państw członkowskich przy Unii Europejskiej) lub konferencji akcesyjnej (spotkanie ministrów spraw zagranicznych), po uprzednim zaakceptowaniu tego dokumentu przez ambasadorów państw członkowskich (*COREPER*). Pierwotne wspólne stanowisko negocjacyjne było przygotowane przez Komisję Europejską, a następnie opracowane przez grupę roboczą przedstawicieli Piętnastki. Nadzór merytoryczny sprawowały odpowiednie dyrekcje generalne.

Proces opracowywania polskich stanowisk negocjacyjnych został ostatecznie zakończony w grudniu 1999 roku.

Telewizja

Polityka audiowizualna traktowana była pierwotnie przez wszystkie państwa negocjujące swoje członkostwo w Unii Europejskiej jako dziedzina bez większych problemów

W przypadku polskiego obszaru kultury i polityki audiowizualnej do spotkań wielostronnych w ramach *screeningu* doszło 8 maja 1998 roku, natomiast dwustronnych – 20 maja tego samego roku. Na liście *screeningowej*, oprócz licznych aktów prawnych z zakresu polityki kulturalnej, w dziale dotyczącym bezpośrednio problematyki audiowizualnej znalazły się dwie najważniejsze dyrektywy omówione wcześniej.

Stanowisko negocjacyjne Polski w obszarze kultura i polityka audiowizualna okazało się oficjalnie na tyle zbieżne z priorytetami Unii Europejskiej w tej dziedzinie, że zostało ono zatwierdzone przez Radę Ministrów RP w pierwszej grupie przyjętych stanowisk 27 sierpnia 1998 roku²⁵⁴. Stanowisko to, wraz z innymi przyjętymi w tym samym czasie, przekazano stronie unijnej już 1 września tego samego roku podczas Konferencji Międzyrządowej. Otwarcie negocjacji kultura i polityka audiowizualna nastąpiło 10 listopada 1998 roku.

Ważne jest to, jakie czynniki sprawiły, że tak wcześnie zatwierdzone i przekazane stanowisko przez tak długi czas nie zostało przyjęte. Nie stało się tak oczywiście za sprawą czynnika kulturowego. Problematycznym obszarem była polityka audiowizualna. Pozornie wydaje się, że przekazanie stanowiska w dziedzinie audiowizualnej oznaczało, iż ta dziedzina nie będzie już powracała na forum negocjacyjne, a przy realizowaniu przez Polskę takiej linii rozwoju sektora audiowizualnego, jaka została zaprezentowana, cele Unii i Polski są zbieżne. Przecież nawet najbardziej kontrowersyjne działy tego obszaru, takie jak kwestie praw autorskich i praw pokrewnych²⁵⁵, zostały przesunięte do innej grupy zagadnień, mianowicie do „Praw spółek” i polityka audiowizualna ich nie obejmowała²⁵⁶. Negocjacje Polski w tej dziedzinie zostały zamknięte 4 grudnia 2000 roku.

²⁵⁴ Wraz z nim przyjęto także następujące stanowiska: Nauka i badania, Telekomunikacja i technologie informacyjne, Edukacja, kształcenie i młodzież, Polityka przemysłowa, Małe i średnie przedsiębiorstwa, Wspólna polityka zagraniczna i bezpieczeństwa. Złożone zostały 1 września 1998 roku.

²⁵⁵ Szerzej patrz: *Komentarz...*, wyd. cyt. s. 261.

²⁵⁶ Szczegółowa analiza problematyki dostosowawczej w tym sektorze przeprowadzona jest w: *Usługi audiowizualne*, wyd. cyt. s. 20-62.

Stanowisko negocjacyjne

Spróbujmy zatem przeanalizować stanowisko negocjacyjne Polski w tym obszarze i zastanowić się co sprawia że dziedzina ta jest jedną z dwóch, które były negocjowane najdłużej. Kwestie samej polityki kulturalnej jako nieistotne dla tej analizy zostaną pominięte²⁵⁷.

Podstawą prawną funkcjonowania systemu audiowizualnego Unii Europejskiej jest Dyrektywa 97/36/WE z 19 czerwca 1997 roku, będąca znowelizowaną wersją Dyrektywy 89/552/EWG z 3 października 1989 roku. W sposób wyraźny dyrektywa ta wskazuje przede wszystkim na realizację swobodnego przepływu usług audiowizualnych w ramach Wspólnoty Europejskiej, co w konsekwencji zapewnia, między innymi, podstawową „zasadę wolności wypowiedzi w sferze mediów elektronicznych”. Ponadto harmonizacja musi brać pod uwagę także zapisy traktatowe Wspólnoty. W ten sposób artykuły 52–58 TWE określają zasady swobodnego prowadzenia działalności gospodarczej w obrębie Unii Europejskiej dla osób fizycznych i prawnych, przy czym działalność audiowizualna nie jest wyłączona spod zakresu stosowania tych artykułów. Oczywiście te przepisy nie zabraniają wprowadzenia zasad przeciwdziałających nadmiernej koncentracji kapitału, ale jednocześnie żadne z państw członkowskich nie może wprowadzać jakichkolwiek bezpośrednich narzędzi dyskryminacji w stosunku do podmiotów pochodzących z UE²⁵⁸.

Ze strony polskiej za obiekt legislacyjny normujący zasady funkcjonowania systemu audiowizualnego należało przyjąć obowiązującą na początku negocjacji polską ustawę z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji²⁵⁹, ze zmianami wprowadzonymi przez: ustawę z 30 marca 1995 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji²⁶⁰ oraz ustawę z 29 czerwca 1995 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz o zmianie niektórych innych ustaw²⁶¹ wraz z wydawanymi na ich podstawie rozporządzeniami KRRiT²⁶². Patrząc na przebieg

²⁵⁷ Omówienia stanowiska negocjacyjnego, dokonano na podstawie jego tekstu opublikowanego w: *Stanowiska Polski w ramach negocjacji o członkostwo Rzeczypospolitej Polskiej w Unii Europejskiej*, red. A. Drop, T. Czyszek, Warszawa 2000, s. 297-299, oraz na podstawie jego omówienia w: <http://www.ukie.gov.pl/uk.nsf/dByID/107-800?edit&t=Negocjacje&c=107> (Omówienie stanowiska negocjacyjnego w obszarze „Kultura i polityka audiowizualna”).

²⁵⁸ O obowiązujących Polskę na bazie 2 rozdziału Traktatu Stowarzyszeniowego, regułach konkurencji czytaj w: L. Giliciński, wyd. cyt., s. 252-256.

²⁵⁹ Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.

²⁶⁰ Dz.U. 1995 nr 66 poz. 335.

²⁶¹ Dz.U. 1995 nr 142 poz. 701.

²⁶² Publikacje zawierające większość najistotniejszych polskich dokumentów legislacyjnych dotyczących mediów są: *Prawo mediów*, oprac. J. A. Żurawski, Warszawa 1997, *Prawo reklamy*, R. Skubisz, R. Sagan, Lublin 1998. Dodatkowo, odniesienie do wymienionych ustaw oraz rozporządzeń KRRiT zawiera opracowanie: *Usługi audiowizualne*, wyd. cyt. W przypadku przepisów znajdujących lub mających znaleźć swoje rozwiązanie w ustawach innych niż ustawa o radiofonii i telewizji, będę się odwoływał do tej publikacji, z zastrzeżeniem, że część dotycząca unijnej dyrektywy telewizyjnej w niej

negocjacji z perspektywy czasu należy pamiętać, że ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o języku polskim wprowadziła większość zmian, które były konieczne do ujednoczenia polskiego prawa z obowiązującym prawem wspólnotowym. Jednak jej tekst nie był podstawą przy rozpoczęciu negocjacji. Ustawa ta, przyjęta wiosną 2000 roku, jest raczej skutkiem prowadzonych negocjacji akcesyjnych w tej dziedzinie niż punktem wyjścia do nich.

Polskie stanowisko negocjacyjne jest całkowicie zgodne ze stanowiskiem Unii Europejskiej w dziedzinie przekazu audiowizualnego: „Polska akceptuje w całości *acquis* i nie zgłasza problemów negocjacyjnych (...)”. Również cele polityki audiowizualnej Wspólnoty Europejskiej i samej dyrektywy są zbieżne z polskimi priorytetami w tej dziedzinie.

W związku z takim zarysowaniem podstawy legislacyjnej i stanowiskiem Polski warunkiem koniecznym okazała się przede wszystkim zmiana ustawy o radiofonii i telewizji. W jakim stopniu i za pomocą jakich zapisów, o tym piszę w części poświęconej zmianom ustawy o radiofonii i telewizji. Tam również wskazuję na konkretną problematykę opóźniającą przyjęcie jej nowelizacji.

3.2. Polska legislatywa telewizyjna

W części tej omówione są sposoby implementacji telewizyjnego prawa unijnego do polskich przepisów prawnych w możliwie najszerszym kontekście zmian wprowadzanych przez kolejne nowelizacje. Znalazła się tu także ogólna interpretacja przebiegu procesów wdrażania *acquis communautaire* do polskiego prawa w dziedzinie telewizji.

3.2.1. Pierwsza demokratyczna ustawa

Podobnie jak państwo socjalistyczne nie akceptowało telewizji o jakimkolwiek innym statusie niż telewizja państwowa, tak powstająca w Polsce demokracja nie zamierzała pozostawić starego systemu telewizyjnego, opartego na systemie rządowym. Nawet samodzielne istnienie jedynie demokratycznej telewizji

zawarta odnosi się do obowiązującej w chwili wydania tego opracowania, dyrektywy 89/552/EWG, co wymusza pewne aktualizacje.

publicznej byłoby sprzeczne z demokratycznymi zasadami funkcjonowania wolnego rynku. Musiała się pojawić telewizja komercyjna.

Nowa ustawa o radiofonii i telewizji, uchwalona 29 kwietnia 1992 roku, a stosowana od 1 marca 1993 roku, stawiała sobie trzy podstawowe cele:

1. Zniesienie monopolu państwowego w dziedzinie mediów;
2. Dopuszczenie do rynku medialnego prywatnych przedsiębiorców;
3. Przekształcenie telewizji państwowej w publiczną.

Nie była ona oczywiście doskonałym dokumentem i zawierała wiele niedociągnięć. W najlepszy chyba sposób opisuje ją Bolesław Sulik: „(...) w ustawie nie przewidziano nadchodzącej rewolucji technologicznej i rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Głównie dlatego zestarzała się tak szybko. Być może przeceniono też zdolność kontrolowania przez państwo procesów otwartego rynku medialnego. Jeśli jednak wziąć pod uwagę ówczesny stan wiedzy i świadomości medialnej ustawodawców, był to akt śmiały, kreślący prawdziwie demokratyczną wizję porządku medialnego w Polsce.”²⁶³ Zatem w jakiś sposób ustawa ta wypełniła swoje zadanie²⁶⁴. Problemem stała się dopiero kwestia jej nowelizacji.

Za początek nowej sytuacji w dziedzinie polskich mediów można przyjąć datę 29 kwietnia 1993 roku, kiedy to KRRiT oficjalnie rozpoczęła działalność, realizując cele zarysowane w nowej ustawie. Jej pierwszymi i priorytetowymi zadaniami było wszczęcie postępowania koncesyjnego oraz współdziałanie w przekształceniu Polskiego Radia i Telewizji w dwie odrębne spółki Skarbu Państwa²⁶⁵. Ostatecznie proces transformacji telewizji publicznej zakończył się 31 grudnia 1993 roku. O wiele większym problemem okazały się kwestie koncesyjne. W chwili rozpoczęcia działania KRRiT na polskim rynku funkcjonowało 19 prywatnych nadawczych stacji telewizyjnych i kilkadziesiąt radiowych. Po 1990 roku nadawcy nie mogli uzyskać koncesji, ale na podstawie przepisów prawa finansowego i ustawy o łączności byli traktowani jak piraci. Kompleksowa i planowa regulacja sytuacji koncesyjnej mająca zapewnić odpowiednie miejsce wszystkim nadawcom, łącznie z nadawcą publicznym,

²⁶³ Cyt. za: *Media w Polsce w XX wieku*, red. R. Gluza, Warszawa 1999, s. 163.

²⁶⁴ Pozytywna ocena tego dokumentu, traktowanego jako pierwszy krok ku wspólnej Europie, została zawarta w: *Instytucje...*, wyd., cyt. s. 42-43.

²⁶⁵ O funkcjach KRRiT czytaj więcej w: M. Grabowski, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako instytucja nadzorcza, opiniotwórcza i programująca*, K. Klauza, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako instytucja nadzorcza, opiniotwórcza i programująca*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. L. Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 103-107 oraz s. 108-114.

zakończyła się ostatecznie pod koniec 1996 roku. Kwestia jej praktycznej roli nie została jednak ostatecznie rozwiązana.

Polska ustawa z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, obowiązująca od 1 marca 1993 roku, umożliwiała funkcjonowanie nadawcom prywatnym oraz nadawcy publicznemu, a nadzór i koordynację nad ich działaniami powierzała KRRiT. Jednak w znacznym stopniu nie odpowiadała ona wymogom stawianym przez prawodawstwo unijne, Ustawa ta nie odpowiadała również Europejskiej Konwencji o Telewizji Transgranicznej²⁶⁶. Dodatkową sprzecznością, która znalazła swoje źródło właśnie w ustawie, było doprowadzenie do sytuacji, w której telewizji publicznej została przypisana misja społeczna, natomiast wyniki jej funkcjonowania oceniane były na podstawie wyników finansowych²⁶⁷.

Należy pamiętać, że konieczność dostosowania do wspomnianych dokumentów unijnych nie jest jedyną przyczyną wszelkich prac nowelizacyjnych prowadzonych w ostatnich latach XX wieku i związanych ze wspomnianą ustawą²⁶⁸. Uzupełniające ją dokumenty w formie rozporządzeń KRRiT nie były w stanie zapewnić pełnej regulacji wszystkich problemów pojawiających się w związku ze zmianami technologicznymi oraz ciągłym rozwojem rynku medialnego w Polsce. Pełna akceptacja norm i zasad zawartych w dyrektywie 97/36/WE może z pewnością stanowić duży krok naprzód, nie tylko pozwalając sprostać wymaganiom Wspólnot wobec kraju kandydata, ale też stanowczo poprawić sytuację audiowizualną w Polsce.

W związku z tym omówienie polskiej ustawy telewizyjnej, kształtującej polski krajobraz medialny lat 90., w świetle obowiązującego prawodawstwa unijnego będzie dawało jej najpełniejszy obraz. Koniecznymi uzupełnieniami będą odwołania do innych polskich przepisów prawnych, ustaw i rozporządzeń, które częstokroć precyzują zasady jedynie wspomniane w ustawie radiowo-telewizyjnej. Uniemożliwia to opis samej ustawy według klucza: zagadnienie – unijna podstawa regulacyjna – metoda harmonizacji.

²⁶⁶ Podpisanej przez Polskę w 1990 roku (Dz. U. 1995 nr 32 poz. 160-161).

²⁶⁷ Za: T. Fredro-Boniecki, *Radiofonia i telewizja realizatorem prawa człowieka do informacji*, [w:] *Medialne rozdroże*, wyd. cyt., s. 17-23 oraz L. Dyczewski OFMConv, *Publiczna oraz społeczna telewizja i radiofonia terenowa w Polsce*, [w:] tamże, s. 22.

²⁶⁸ Por.: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 56.

3.2.2. Polska legislacja wobec dyrektywy Rady 89/552/EWG oraz dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE

Nim przejdziemy do porównania, odbiegając od porządku narzuconego przez kolejność artykułów polskiej ustawy, należy wspomnieć o najbardziej kontrowersyjnym zapisie, znajdującym swój odpowiednik nie w samych dyrektywach, ale w traktatach wspólnotowych. Jednocześnie należy przedstawić jego tło.

Artykuł 35 ust. 2 Ustawy o radiofonii i telewizji ogranicza procent udziału kapitału zagranicznego w koncesjonowanych przedsiębiorstwach nadawczych²⁶⁹ do 33%. Polska na podstawie art. 6 Układu Europejskiego miała ujednolicić przepisy, wprowadzając zasadę równego traktowania podmiotów zagranicznych pochodzących z krajów Wspólnoty do 31 lutego 1999 roku. W związku z taką sytuacją w polskiej ustawie w art. 35 ust. 2 musiałyby dojść do zmiany wyłączającej spod jego stosowania państwa należące do Unii Europejskiej.

Ta sytuacja okazała się o tyle niebezpieczna dla procesu negocjacyjnego Polski, że w tym przypadku niezgodność ta, w przeciwieństwie do pojawiających się już wcześniej opóźnień wobec zaplanowanego kalendarza negocjacji, ma nieco odmienny charakter. W sposób drastyczny narusza bowiem podstawę całego stanowiska negocjacyjnego, które pozornie nie budziło żadnych kontrowersji. Zaakceptowanie przez polskich prawodawców nowelizacji ustawy z 2000 roku, bez zawarcia w niej klauzuli zapewniającej stuprocentowe otwarcie polskiego rynku audiowizualnego na kapitał unijny w chwili przystąpienia do struktur europejskich, zostało poczytane przez przedstawicieli Komisji Europejskiej za próbę oszustwa. W takiej sytuacji, co byłoby jednak dla nas bardzo niezręcznym posunięciem, optymalnym wyjściem z tej trudnej sytuacji byłoby formalne wystąpienie o przyznanie w tej dziedzinie okresu przejściowego. Jedynym możliwym do przyjęcia rozwiązaniem pozostało zawarcie w noweli wspomnianego zapisu przesuwającego konieczny pełny udział kapitału unijnego w tym sektorze na moment członkostwa Polski w Unii Europejskiej²⁷⁰. Jednak nawet i takie zapisy nie uchroniłyby nadawców polskich przed dominacją sprawnie działających

²⁶⁹ Z przyczyn praktycznych nie dotyczy to nadawców kablowych – brak regulacji w ustawie o łączności oraz nadawców satelitarnych nadających spoza terenu Polski – brak możliwości wpływu wywołującego skutek prawny. Szczegółowy opis zagadnienia znajduje się w: *Kapitał zagraniczny w mediach*, „BIKRRiT”, 1998, nr 4, s. 4-5.

reprezentantów kapitału europejskiego i z pewnością znacznie obniżyłyby dochody stacji komercyjnych, być może w niektórych przypadkach stawiając pod znakiem zapytania ich dalsze funkcjonowanie. Szczególnie polscy nadawcy obawiają się możliwości stuprocentowego wejścia kapitału zagranicznego na polski rynek audiowizualny. Mogłyby temu zapobiec jedynie dobre przepisy określające ograniczenia wynikające z zaburzeń mechanizmów konkurencji przy zbyt silnej koncentracji kapitału²⁷¹.

Na rozwiązanie tego problemu pozwoliłyby odpowiednie przepisy, jakie mogłyby – co nie jest sprzeczne z prawodawstwem unijnym – zostać wprowadzone w zakresie ochrony konkurencji, przeciwko nadmiernej koncentracji kapitału. Jednak takie rozwiązanie nie pojawiło się nawet w nowelizacji ustawy z 2000 roku.

Zgodności pojawiające się w samym tekście ustawy, delegowane na rozporządzenia lub występujące w innych ustawach

W art. 14 ust. 2 wskazano na konieczność wyraźnego wyróżnienia reklam spośród innych audycji. Podobny zapis, precyzujący zasady wyróżniania reklam z ramówki, zawarty jest w par. 7 rozporządzenia w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji. Kwestie dotyczące konieczności wyróżniania reklam z ramówki, zapisane są w art. 10 pkt 1 dyrektyw.

Zakaz reklamy podprogowej w ogóle nie pojawia się w Ustawie o radiofonii i telewizji. Natomiast w par. 10 ust. 2 rozporządzenia w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji znajduje się wyraźny zakaz reklamy oddziałującej w sposób ukryty lub podświadomy. W dyrektywie unijnej zapis o wykorzystywaniu technik subliminalnych do reklamy produktów i usług zawarty jest w art. 10 pkt 3.

Paragraf 8 ust. 3 rozporządzenia w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji²⁷² zezwala na emisję reklam w czasie przerw pojawiających się podczas transmisji imprez sportowych. Takie same zapisy wprowadza art. 11 pkt 2 dyrektywy.

Wystarczające przepisy zakazujące reklamy i pojawiania się w ogóle jakichkolwiek nawiązań do używania tytoniu znajdują się w art. 8 ustawy

²⁷⁰ Por.: *Komisja nie spieszy się do Unii*, „RP”, 19.01.00, s. 2A.

²⁷¹ Propozycję nowelizacji łagodzącej ten problem zaproponowano jeszcze we wrześniu 2000 roku, w projekcie ustawy horyzontalnej dotyczącej wielu różnorodnych dziedzin, którego głównym zadaniem miało być dostosowanie polskiego prawa do standardów unijnych. Patrz: *Druk Sejmowy* nr 2190 z 7 września 2000 roku.

o ochronie zdrowia przed następstwem używania tytoniu i wyrobów tytoniowych²⁷³. Odpowiadające im przepisy znalazły się w art. 13 dyrektywy²⁷⁴.

Także kwestie dotyczące reklamy alkoholu zostały w pełni poddane regulacji na podstawie art. 13 pkt 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałania alkoholizmowi, która zakazuje reklamy napojów alkoholowych w Polsce²⁷⁵. W dyrektywie odpowiada im art. 15.

Artykuł 17 ustawy w znacznym stopniu reguluje kwestie związane z emisją audycji sponsorowanych. Jednak jej pełne uzgodnienie z zapisami art. 17 dyrektywy znajduje się w rozporządzeniu w sprawie zakazu sponsorowania określonych audycji i określonych sposobów sponsorowania²⁷⁶, w szczególności w par. 3 ust. 1 oraz par. 5.

Rygorystyczne polskie przepisy w dziedzinie ochrony nieletnich przed niepożądanymi treściami znalazły wyraz nie tylko w art. 18 ust 1 i w szczególności ust. 3 ustawy, ale ich szczegółowe rozszerzenie znalazło miejsce w odpowiednim rozporządzeniu KRRiT²⁷⁷. Dzięki temu zapisy te są zgodne z tymi, które pojawiły się w art. 22 dyrektywy 89/552/EWG.

Artykuł 20 Ustawy o radiofonii i telewizji odnosi się do prawa do sprostowania, ale znajduje się w nim jedynie opis zasad udostępniania wątpliwych materiałów, natomiast samo prawo do sprostowania jest w stopniu wystarczającym i zgodnym z jego określeniem, jakie pojawiło się w art. 23 dyrektywy 97/36/EW, uprawomocnione w art. 31-33 ustawy Prawo prasowe²⁷⁸.

Częściowe regulacje pojawiające się w samym tekście ustawy, w regulacjach zawartych w rozporządzeniach lub występujące w innych ustawach

Także przepisy regulujące zasady telesprzedaży i definiujące to zjawisko nie pojawiły się ani w ustawie o radiofonii i telewizji, ani w innych przepisach. Miejscem docelowym definicji winien stać się art. 4 ustawy, natomiast same zasady powinny się znaleźć w rozdz. 3 Ustawy o radiofonii i telewizji,

²⁷² Rozporządzenie KRRiT z 20 maja 1993 roku w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji (Dz.U. 1993 nr 44 poz. 204 z późn. zm.).

²⁷³ Ustawa z 9 listopada 1995 roku o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych (Dz.U. 1996 nr 10 poz. 55 z późn. zm.).

²⁷⁴ Kwestia ta została zaskarżona do Trybunału Sprawiedliwości i zakaz ten częściowo został uchylony.

²⁷⁵ Ustawa z 26 października 1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. 1982 nr 35 poz. 230 z późn. zm.).

²⁷⁶ Rozporządzenie KRRiT z dnia 31 sierpnia 1993 roku (Dz.U. 1993 nr 91 poz. 423 z późn. zm.).

²⁷⁷ Rozporządzenie KRRiT z 21 listopada 1994 roku w sprawie szczegółowych zasad rozpowszechniania przez radio i telewizję audycji, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu lub fizycznemu rozwojowi dzieci i młodzieży (Dz.U. 1995 nr 20 poz. 108 z późn. zm.).

regulującym, między innymi, zasady emisji reklam. Jedynym zapisem, który w jakimś stopniu dotyczy zagadnienia telesprzedazy, jest par. 5 rozporządzenia w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji, ustalający maksymalny czas pojawiania się w ciągu całodziennej ramówki „audycji zawierającej bezpośrednio oferty udostępniania towarów lub usług”. W prawie wspólnotowym takie przepisy znalazły się dopiero w dyrektywie 97/36/WE, w art. 1 pkt f – definicje oraz w rozdz. 4, regulującym zasady emisji reklam i telezakupów.

Kwestia kryptoreklamy nie została w ogóle poruszona w ustawie. Jej definicja powinna zostać zamieszczona w art. 4, natomiast jej zakaz w art. 16. Nigdzie nie pojawiła się pełna i konkretna definicja kryptoreklamy. W związku z tym nigdzie nie znalazły się wystarczająco precyzyjne zapisy. Wyjątkami są przepisy, jakie znajdują się w: art. 12 ust. 2 ustawy Prawo prasowe zakazujące dziennikarzowi prowadzenia ukrytej działalności reklamowej oraz w art. 3 ust. 2 i art. 16 ust. 4 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, odpowiednio wskazujące jako czyn nieuczciwej konkurencji „nieuczciwe zachwalanie” oraz w szczególności wypowiedzi, które spełniając funkcje przynależne reklamie, sprawiają „wrażenie neutralnej informacji”. W dwóch kolejnych dyrektywach przepisy definiujące kryptoreklamę i zakazujące jej emisji przybrały postać zapisów znajdujących się kolejno w: art. 1 ust. c, art. 10 pkt 4 dyrektywy 89/552/EWG oraz art. 1 ust. d, art. 10 pkt 4 dyrektywy 97/36/WE.

Artykuł 15 ust. 2 ustawy radiowo-telewizyjnej reguluje wyraźnie i w stopniu wystarczającym zasady udziału produkcji pochodzących od producentów krajowych innych niż nadawca w programie telewizyjnym. 10-procentowy udział takich audycji w rocznym czasie emisji programu nadawcy²⁷⁹ odpowiada części zapisów znajdujących się w dyrektywie. Wyraźnie widocznym niedociągnięciem jest brak preferencji dotyczących produkcji niezależnych wyprodukowanych w ciągu ostatnich pięciu lat oraz przy okazji wyłączeń z czasu będącego podstawą szacowania wspomnianych 10% – brak włączenia do nich audycji informacyjnych. Ponadto wskazanym uzupełnieniem ustawy z pewnością mogłaby być możliwość wyboru między 10% całorocznego czasu nadawania, a 10% rocznego budżetu nadawcy. Takie regulacje znajdują się w art. 5 dyrektywy.

²⁷⁸ Ustawa z 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. 1984 nr 5 poz. 24) wraz z późniejszymi zmianami.

²⁷⁹ Podobnie jak w Polsce, we Francji wysokość kwot produkcji niezależnej wyznaczona była w stosunku do rocznego czasu nadawania – i wynosiła 15%, w Polsce było to 10% – na podstawie art. 15 ust. 2 ustawy, za: F. Hurard, wyd. cyt., s. 36.

Kwestia definicji producenta europejskiego oraz minimalny udział produkcji europejskich w ogólnym czasie nadawania z odpowiednimi wyłączeniami nie została wystarczająco sprecyzowana w polskim prawodawstwie. W art. 15 ust. 3 Ustawy o radiofonii i telewizji wskazano na możliwość wprowadzenia takich zapisów w rozporządzeniem KRRiT²⁸⁰. W tym samym artykule zawarto zapisy obejmujące minimalny czas audycji pochodzących od producentów polskich²⁸¹, którzy na mocy art. 6 pkt 1b dyrektywy traktowani są jako producenci europejscy. Regulacje dotyczące udziału europejskich produkcji zostały ostatecznie zawarte w odpowiednim rozporządzeniu KRRiT²⁸². Jednak tego typu zapisy nie są wystarczające w stosunku do zasad zawartych w art. 6 oraz art. 4 dyrektywy. Stało się tak ze względu na niewystarczające wyłączenia poszczególnych typów audycji z czasu ogólnego, od którego jest liczony ów udział.

Problematyka dotyczące miejsca reklamy opisana w art. 16 ustawy oraz par. 8 pkt 1–2, 4 rozporządzenia w sprawie zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji wymagają modyfikacji. W przypadku filmów fabularnych należy przesunąć pierwszy blok reklamowy z pierwszych 45 minut na po 45 minutach i dodać zapis o możliwości umieszczania kolejnych bloków reklamowych w kolejnych 45 minutach trwania audycji, jeśli jej sumaryczna długość wynosi wielokrotność 45 plus 20 minut. Filmy dokumentalne należy traktować jak programy dla dzieci i przerywać je dopiero po półgodzinie trwania, a nie po 20 min. Zapisy odpowiadające tym przepisom znajdują się w art. 11 dyrektywy.

W ustawie brak odpowiednich zapisów wprowadzających konkretne ograniczenia dotyczące reklam i zawartych w nich treści niepożądanych z różnych względów. Także istniejące poza ustawą przepisy nie zapewniają stanu prawnego identycznego z istniejącym we Wspólnocie, gwarantując taką ochronę jedynie w przypadku reklamy sprzecznej z dobrym obyczajem, przepisami prawa lub uchybiającej godności człowieka na podstawie art. 16 ust 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Braki dotyczyły szczególnego wskazania na reklamy dyskryminujące z powodu przynależności rasowej, narodowej oraz płci; elementów

²⁸⁰ KRRiT już w 1994 roku podjęła temat tego rozporządzenia, przesuując jednak datę stworzenia tego dokumentu na moment, w którym powstaną odpowiednie warunki do osiągnięcia celu jaki będzie w niej wyznaczony, za: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1994, s. 9.

²⁸¹ Regulowane szczegółowo przez Rozporządzenie KRRiT z 22 września 1993.

²⁸² Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 13 listopada 1997 r. w sprawie minimalnego udziału audycji producentów europejskich w programach telewizyjnych (Dz.U. 1997 nr 144 poz. 970). Dodatkowo w stosunku do nadawcy

obrażających uczucia religijne lub polityczne; zachęcania do zachowań szkodliwych dla zdrowia lub środowiska naturalnego. Zakazy te znalazły się w art. 12 dyrektywy.

Artykuł 4 pkt 2 Ustawy o środkach farmaceutycznych, materiałach medycznych, aptekach, hurtowniach i nadzorze farmaceutycznym²⁸³ oraz zarządzenie w sprawie zasad i form prowadzenia reklamy i przekazywania informacji o środkach farmaceutycznych i materiałach medycznych²⁸⁴ zabraniają reklamy leków wydawanych z przepisu lekarza oraz szczegółowo regulują kwestie związane z taką działalnością. W dokumentach tych zabrakło jednak zapisów dotyczących samych metod leczenia. Takie zasady do prawa wspólnotowego wprowadza natomiast art. 14 dyrektywy.

W ustawie nie ma odpowiednich zapisów wprowadzających konkretne ograniczenia dotyczące reklam skierowanych do nieletnich, zarówno ze względu na zawarte w nich treści, jak i wykorzystywanie ich braku doświadczenia. Częściowo wypełnia ten zapis art. 16 ust. 1 pkt 3 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,²⁸⁵ zakazując reklamy bazującej na łatwowierności dzieci. W polskich przepisach nie znalazły się jednak wszystkie zapisy z art. 16 dyrektywy, szczególnie chroniące nieletnich przed skutkiem oddziaływania reklam.

Regulacje obejmujące problematykę dziennego i godzinowego udziału reklam w programie są wyraźnie dookreślone w art. 16 ust. 2 ustawy. Są one zgodne z regulacjami (15% czasu dziennego i 12 minut w trakcie godziny), które znalazły się w art. 18 dyrektywy 89/552/WE, jednak rozszerzone zapisy z art. 18 i 18a dyrektywy zmuszają polskiego ustawodawcę do objęcia tymi przepisami także telezakupów oraz wprowadzenia definicji witryny telezakupów.

Podobnie zapisy dotyczące zawartości audycji nie są wystarczające w stosunku do prawodawstwa unijnego, zawartego w art. 22a dyrektywy 97/36/WE. Artykuł 18 ustawy reguluje kwestie zakazu emisji określonych treści ze względu na rację stanu, moralność i dobro społeczne oraz uczucia religijne, brak

publicznego, na podstawie art. 15 ust. 1 ustawy oraz Rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 22 września 1993 roku ustalono próg minimalny udziału audycji pochodzenia krajowego na 60%.

²⁸³ Ustawa z 10 października 1991 roku o środkach farmaceutycznych, materiałach medycznych, aptekach, hurtowniach i nadzorze farmaceutycznym (Dz.U. 1991 nr 105 poz. 452).

²⁸⁴ Zarządzenie Ministra Zdrowia i Opieki Społecznej z dnia 21 lutego 1994 roku (M.P. 1994 nr 17 poz. 131).

²⁸⁵ Ustawa z 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. 1993 nr 47 poz. 211).

wyraźnego odniesienia w stosunku do dyskryminacji ze względu na rasę, płeć, lub narodowość²⁸⁶.

Przepisy o zasadach emisji treści niewskazanych dla nieletnich nie regulują jednego aspektu tej działalności. Ze względu na uzupełnienie jakie znalazło się w art. 22 pkt 3 dyrektywy 97/36/WE, w ustawie zabrakło przepisu nakładającego na programy rozprowadzane w formie niekodowanej obowiązku specjalnego oznaczania szkodliwych dla nieletnich programów. Może być to dokonane za pomocą sygnału dźwiękowego wyemitowanego przed audycją lub sygnału wizualnego podczas całego czasu jej trwania. Częściowo, choć w sposób niewystarczający w stosunku do zapisów znajdujących się w dyrektywie, reguluje te kwestie zapis znajdujący się w par. 2 rozporządzenia KRRiT²⁸⁷.

Braki regulacyjne w prawodawstwie polskim

Nigdzie także nie znalazły się regulacje określające: bardzo istotną definicję nadawcy europejskiego – na podstawie art. 2 dyrektywy oraz przepisy dotyczące swobodnego ponadgranicznego przepływu sygnału telewizyjnego – na podstawie art. 3 dyrektywy.

Co więcej, niektóre przepisy ustawy oraz pojedynczych rozporządzeń stały w jawnej sprzeczności z tym zapisem²⁸⁸.

Zarówno w ustawie radiowo-telewizyjnej, jak i w innych ustawach, a także w przepisach uzupełniających zabrakło zapisów dotyczących ograniczeń dotyczących wyłącznej transmisji wydarzeń o szczególnym znaczeniu społecznym, realizowanej przez nadawców w sposób uniemożliwiający odbiór owych transmisji znaczącej większości obywateli. W sposób szczegółowy zasady te reguluje art. 3a dyrektywy 97/36/WE.

Problem chronologii mediów, opisany w art. 7 dyrektywy 89/552/EWG, nie został określony w ustawie o kinematografii²⁸⁹, regulującej zagadnienia ochrony interesów producentów filmów kinowych. Taki zapis nie pojawił się także

²⁸⁶ Warto w tym miejscu odwołać się do publikacji *Europejska Konwencja Praw Człowieka. Podstawowe dokumenty*, wyb. i oprac. A. Michalska, Warszawa 1995, s. 23, w szczególności art. 9 i 12.

²⁸⁷ Cytowane rozporządzenie KRRiT z 21 listopada 1994 roku z późn. zm.

²⁸⁸ Niezgodne z tym artykułem są choćby przepisy art. 44 ust. 6 ustawy wprowadzające potencjalną możliwość ogłoszenia rozporządzenia, rozszerzającego zakres wymogów stosowanych w stosunku do zagranicznych nadawców, także zasady odmowy rejestracji opisane w art. 45 ustawy są niezgodne z tym punktem dyrektywy, jako że ustawodawca nie może z innych powodów niż w nim określone, ograniczyć swobody odbioru i retransmisji programów z państw członkowskich Unii Europejskiej

²⁸⁹ Ustawa z 16 lipca 1987 r. o kinematografii (Dz.U. 1987 nr 22 poz. 127).

w żadnym akcie wykonawczym. W późniejszym okresie, ze względu na obowiązywanie dyrektywy 97/36/WE, nie uwzględniono tego zapisu.

3.2.3. Kolejne projekty nowelizacji ustawy

Każdy z projektów zawierający spis poprawek oraz odrębne uzasadnienie poddawany jest jeszcze przed przedłożeniem go pod obrady Sejmu weryfikacji przez sekretarza Komitetu Integracji Europejskiej (lub „pełniącego obowiązki”)²⁹⁰. Po wprowadzeniu w 1993 roku Ustawy o radiofonii i telewizji pierwszym projektem zmian był poselski projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji²⁹¹. Dotyczył on poszerzenia zadań radiofonii i telewizji publicznej o problematykę upowszechniania edukacji obywatelskiej i zdrowotnej. Rozpatrywany był wspólnie z poselskim projektem ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji w sprawie zmian statusu prawnego członków KRRiT, zmian zasad dotyczących powoływania i odwoływania przewodniczącego KRRiT, zmian w procesie koncesyjnym. Po wprowadzeniu poprawek, 29 czerwca 1995 roku ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz o zmianie niektórych innych ustaw została uchwalona²⁹².

Komisja Łączności z Polakami Zagranicą przedstawiła projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji²⁹³. Dotyczył on ustanowienia programu TV Polonia publicznym programem dotowanym ze środków budżetowych. Projekt ustawy został uchwalony z niewielkimi poprawkami 30 marca 1995 roku²⁹⁴. Jednak już w 1994 roku, na podstawie umowy między zarządem telewizji a MSZ, TV Polonia była finansowana ze środków publicznych. Otwarta pozostała sprawa poselskiego projektu ustawy dotycząca skreślenia zasady respektowania chrześcijańskiego systemu wartości w radiu i telewizji²⁹⁵.

Pierwszym projektem, który kompleksowo zmieniał ustawę, był rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji²⁹⁶. Został on opracowany

²⁹⁰ Na podstawie art. 2 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 roku o Komitecie Integracji Europejskiej (Dz. U. nr 106, poz. 494).

²⁹¹ Patrz: Druk sejmowy nr 704 z 12 października 1994 roku (<http://ks.sejm.gov.pl>).

²⁹² Dz. U. 1995, nr 142, poz. 701.

²⁹³ Druk sejmowy nr 631 z 21 września 1994 roku.

²⁹⁴ Dz. U. 1995, nr 66, poz. 335.

²⁹⁵ Druk sejmowy nr 2178 z 8 stycznia 1997 roku.

²⁹⁶ Druk sejmowy nr 163 z 31 grudnia 1997 roku. Opis wybranych elementów tego projektu oraz jego ogólna ocena znajduje się w: M. Markiewicz, *Ocena projektu nowelizacji ustawy zgłoszonej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do Sejmu*, K. Wojciechowski, *Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji w kontekście działalności telewizji publicznej*, [w:], *Medialne rozdroże*, wyd. cyt., odpowiednio s. 40-47 oraz s. 66-73. Na temat prac prowadzonych podczas realizacji procedur związanych z opracowywaniem tej ustawy, szczegółowo w: S. Piątek, *Projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji – po konsultacjach*, „BIKRRiT”, 1997, nr 5, s. 1-2. W kolejnych „BIKRRiT” znajdowały się prowadzone na bieżąco opisy zaawansowania prac dotyczących tej oraz kolejnych nowelizacji.

przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, jednak ze względu na to, że nie ma ona inicjatywy ustawodawczej, został skierowany do Sejmu jako projekt rządowy. Mając na uwadze postulaty KRRiT, projektowi temu Rada Ministrów nadała klauzulę pilności. Został on przekazany marszałkowi Sejmu RP 31 grudnia 1997 roku. Dzień przed pierwszym czytaniem projektu – 7 stycznia 1998 Rada Ministrów zastąpiła klauzulę pilności „uprzejmą prośbą” o możliwie szybkie rozpatrzenie projektu. W uzasadnieniu wskazano na zobowiązania wobec Unii Europejskiej, Europejskiej Konwencji o Telewizji Transgranicznej i OECD jako na podstawowe źródło koniecznych zmian. Uwzględniono także postulaty uczestników rynku audiowizualnego i potrzeby wynikające ze zmian technologicznych.

Projekt ten wprowadził wiele zmian do obowiązującej ustawy o radiofonii i telewizji. Główne z nich to:

1. Zmiana definicji programu, audycji i sponsorowania oraz dodanie definicji telesprzedazy i producenta europejskiego (art. 4);
2. Dostosowanie zadań KRRiT do wymogów zawartych w nowej Konstytucji RP (art. 6);
3. Szczegółowe usankcjonowanie mocy KRRiT do wydawania rozporządzeń przez ten organ (art. 9);
4. Wzmocnienie uprawnień kontrolnych KRRiT w stosunku do koncesjonowanych nadawców (art. 10);
5. Sformułowanie zasad dotyczących kwot europejskich, produkcji niezależnych i najnowszych (art. 15);
6. Dodanie zapisów odnośnie telesprzedazy i reklamy (art. 16);
7. Przypisanie kwestii sponsorowania w zakres rozporządzeń (art. 17);
8. Rozszerzenie przepisów dotyczące ochrony nieletnich także na kanały kodowane (art. 18);
9. Przypisanie kwestii archiwum telewizyjnych w zakres rozporządzenia (art. 20);
10. Dookreślenie zadań i statutu publicznej radiofonii i telewizji oraz zasad powoływania członków rady nadzorczej (art. 21, 26, 28, 30, 32);
11. Zmiana regulacji dotyczących rozszerzenia zasięgu emisji i ponownego wydania koncesji oraz innych przepisów koncesyjnych (art. 34, 36, 37);

12. Zmiana udziału podmiotów zagranicznych z 33 do 49% (art. 35) wraz z analogiczną zmianą w ustawie o łączności z 23 listopada 1990 roku²⁹⁷;
13. Rozszerzenie zapisu dotyczącego koncesji w związku z przekazami tekstowymi i telesprzedawnymi (art. 39);
14. Zmiana trybu określania wysokości opłat koncesyjnych (art. 40);
15. Przedefiniowanie obowiązku dystrybucyjnego operatorów sieci kablowych wobec programów telewizji publicznej (art. 43);
16. Zmiana zapisów dotyczących zniżek w opłatach abonamentowych, wysokości rezerwy finansowej na realizację szczególnych zadań programowych telewizji publicznej oraz kar za nieprzestrzeganie ustawy (art. 48, 50, 52, 54);
17. Zmiana obowiązkowych uwarunkowań dotyczącego programów rozpowszechnianych przez publiczne telewizje regionalne (art. 60).

Zmiany bezpośrednio dotyczące „eurozgodności” wiązały się z zapisami pojawiającymi w punktach: 1. (art. 4 ustawy, art. 1 i 6 dyrektywy), 5. (art. 15 ustawy, artykuły 4, 5, 6 dyrektywy), 6. (art. 16 ustawy, rozdział IV dyrektywy), 7. (art. 17 ustawy, art. 17 dyrektywy), 12. (art. 35 ustawy, w oparciu o art. 6 Układu Europejskiego).

Niektóre przepisy, jak np. zapis o ochronie nieletnich dotyczący kanałów kodowanych (art. 18), były o wiele bardziej rygorystyczne niż zawarte w dyrektywie. Było to możliwe na podstawie art. 3 pkt 1 tej dyrektywy.

Dwukrotnie opracowywana opinia o zgodności projektu z prawem Unii Europejskiej²⁹⁸ (z dyrektywą 89/552/EWG) wskazywała na znaczne zbliżenie przepisów noweli do zasad wynikających z zobowiązań Polski, szczególnie w kwestii art. 15 noweli, jednak niezmienny zapis w art. 44 ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji, przydzielając możliwość określania minimalnego udziału produkcji europejskich i krajowych KRRiT za pośrednictwem rozporządzeń, był sprzeczny z postanowieniami dyrektywy. Także propozycja zmiany art. 35 obowiązującej wówczas ustawy, dotyczącego rozszerzenia możliwości udziału kapitału zagranicznego z 33 do 49%, nie spełniała zasad obowiązujących w ramach jednolitego rynku.

Ostateczny wniosek dawał świadectwo ogólnej zgodności noweli z Układem Europejskim. Jednocześnie jednak opinia wskazywała na niezgodności

²⁹⁷ W art. 16 ust. 3 (Dz. U. z 1995 r. Nr 117, poz. 564 oraz z 1996 roku nr 106, poz. 496).

²⁹⁸ Opinia z 6 sierpnia 1997 roku oraz opinia z 16 grudnia 1997 roku.

noweli z dyrektywą 89/552/EWG. Wynikało to z ze sprzecznych z art. 6 Układu Europejskiego zapisów, jakie pozostały w art. 35 ustawy, a które miały zostać zmienione do 31 stycznia 1999 roku.

Problematyczne pozostały także zapisy znajdujące się w nowych artykułach. Zawarta w art. 4 pkt 11 definicja producenta europejskiego była zbyt wąska – niedookreślone (w stosunku do art. 6 dyrektywy) kryteria mogły w przyszłości być przyczyną problemów. Niezgodny z dyrektywą pozostał także przepis art. 15, zbyt wąsko określający wyłączenie – nie uwzględniono programów informacyjnych oraz transmisji sportowych (art. 5 dyrektywy). Także przypisane nadawcy publicznemu minimum 5 procent miesięcznego czasu przeznaczanego na produkcje niezależne znajdował się poniżej limitu określonego w dyrektywie (art. 5 dyrektywy) na co najmniej 10% rocznego czasu nadawania (lub 10% budżetu). Również możliwość wyłączeń z kwot europejskich i niezależnych, zawarta w dalszych punktach artykułu noweli, a dotycząca programów tematycznych i specjalistycznych, nie miała swego źródła w dyrektywie.

Nie uwzględniono także wielu aspektów programowych wymagających dostosowania systemu wewnętrznego do unormowań Unii Europejskiej. Ponadto w związku z długim czasem procedur legislacyjnych, we Wspólnocie zaczęły obowiązywać przepisy dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE. Z porównania zmian, wskazanych wyżej z listą modyfikacji wprowadzanych przez nowelizację wynika, że w minimalnym stopniu wypełniała ona zadanie dostosowania polskich regulacji audiowizualnych do systemu unijnego. Po poprawkach wniesionych podczas obrad na forum sejmowym i częściowym rozszerzeniu zawartych w niej przepisów w ustawie zabrakło definicji produkcji krajowej oraz określenia kwot preferencyjnych dla produkcji europejskich, a problematyka telesprzedaży została jedynie zasygnalizowana. Za pozytywne zjawisko można uznać pojawienie się norm dotyczących transmisji z wydarzeń o szczególnym znaczeniu społecznym. Sejm nie wyraził jednak zgody na podwyższenia limitów zawartych w art. 35 pkt 2 do 49%. Dodano także niezwiązany z integracją Polski z Unią, ale bardzo istotny punkt określający nadawcę społecznego. Nałożono na telewizję publiczną obowiązek szczególnego upowszechniania kultury i sztuki polskiej. Ogólny wydźwięk większości przepisów

kierował polską ustawę w stronę norm europejskich, ale w stopniu wyraźnie niedostatecznym²⁹⁹.

Część z nich znalazła rozwiązanie w projektach siedmiu rozporządzeń KRRiT skierowanych 20 stycznia 1998 roku do Sejmu, stanowiących w formie aktów wykonawczych uzupełnienie do ustawy. Dotyczyły one kolejno: ogólnych zasad emisji reklam i telesprzedaży, problematyki koncesji i zezwoleń, czasu nadawania reklam i witryn telezakupów w programach radiofonii i telewizji publicznej, zasad sponsorowania audycji, minimalnego udziału produkcji krajowej w programach, zasad kwalifikacji produkcji krajowej i niezależnej, szczegółowych przepisów dotyczących koncesji.

W tekście opracowanym przez Sejm pojawiły się przepisy dotyczące reklam znajdujące się dotychczas w rozporządzeniu KRRiT. Podobna procedura inkorporacji przepisów znajdujących się uprzednio w rozporządzeniach stosowana była także przy ustawie rozpatrywanej na początku 2000 roku³⁰⁰.

Po zakończeniu wszystkich procedur przebiegających na forum Sejmu, Senatu oraz Komisji Kultury i Środków Przekazu i po ostatecznej zmianie nazwy na projekt o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o zamówieniach publicznych, 4 marca 1999 roku projekt nowelizacji skierowano do podpisania przez prezydenta. Jednak 25 marca 1999 roku prezydent RP odmówił podpisania ustawy³⁰¹, w uzasadnieniu podając trzy przyczyny:

- brak realizacji celu noweli, wynikający ze sprzeczności projektu z normami europejskimi;
- naruszenie konstytucyjnego porządku państwa;
- zakłócenie zasad funkcjonowania radiofonii i telewizji w Polsce, wraz z zastrzeżeniem co do nieostrości norm ustalanych przez nowelizację.

W związku z wejściem w życie dyrektywy 97/36/WE weto prezydenckie dotyczyło zasad zawartych w jej przepisach:

- ponownie została poruszona kwestia udziału kapitału zagranicznego w spółkach nadawczych (art. 35);

²⁹⁹ Dokładne stanowisko KRRiT oraz jej komentarz do zmian zachodzących w stosunku do pierwotnego projektu znajduje się w: <http://www.krritv.gov.pl/biuletyn/25021.htm> („BIKRRiT” nr 25 – Nowelizacja ustawy).

³⁰⁰ W przypadku włączenia przepisów określających pewne normy, do których ustalania na podstawie ustawowej delegowana jest KRRiT poprzez rozporządzenia, w tekst ustawy należy zlikwidować tę delegację KRRiT. W przeciwnym razie pojawia się wątpliwość dotycząca nie tylko zgodności takich przesunąć zarówno z dotychczasową praktyką, jak i z przepisami konstytucyjnymi.

³⁰¹ Druk sejmowy nr 1008 z 25 marca 1999 roku.

- dokonano w procesie legislacyjnym wykreślenia zapisu o możliwości regulacji kwot europejskich przez KRRiT, jednocześnie w ogóle nie podejmując tego tematu poprzez skreślenie art. 15, pkt 3;
- wprowadzono niejednoznaczne kryteria dotyczące możliwości kierowania reklamy do nieletnich³⁰², zakazując w niektórych przypadkach ich emisji nawet w godzinach 23:00-6:00³⁰³, a poprzez niefortunne sformułowanie zawarte w projekcie zakazując jej w ogóle (art. 18 ustawy), podczas gdy w wystarczający sposób reguluje to odpowiednie rozporządzenie KRRiT³⁰⁴;
- niewłaściwie określono jako maksymalny (w miejsce minimalnego) czas trwania telesprzedaży (art. 16 ustawy, art. 18a dyrektywy).

Warto zaznaczyć, że KRRiT również nieprzychylnie przyjęła ostateczną wersję nowelizacji, wskazując na niezgodność z transponowanym prawem wspólnotowym. Oprócz tych podstawowych zasad sprzecznych z zobowiązaniami Polski wynikającymi z art. 68 Układu Europejskiego, prezydent wskazał także na niedociągnięcia i błędy zawarte w projekcie nowelizacji dotyczące: niedopasowania ustawy do rozwoju potrzeb wynikających z nowych technologii, niedookreślenia statusu telewizji i radiofonii publicznej, zmniejszenia uprawnień prezydenta w związku z akceptacją sprawozdania KRRiT na rzecz czynników politycznych, zmiany pluralistycznej zasady odwoływania rady nadzorczej Telewizji Polskiej, zmiany zasad powoływania członków rad programowych publicznej radiofonii i telewizji, poprzez zmianę odpowiedniego ku temu organu. Po ponownym skierowaniu do Sejmu 7 maja 1999 roku ustawa nie została uchwalona.

Kolejnym projektem był senacki projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji³⁰⁵. Dostosowywał on ustawę do obowiązującego porządku, powstałego na skutek wejścia w życie Konstytucji RP. Opinia Biura Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu wyłączała zaproponowane zmiany przepisów spod zasięgu obowiązujących Polskę dostosowań w zakresie prawa wspólnotowego. Mimo braku sprzeciwów sprawa nie została doprowadzona do końca.

Na podstawie opinii o zgodności z prawem Unii Europejskiej, za odpowiadający przepisom Wspólnot uznano rządowy projekt ustawy o zmianie

³⁰² Problematyki reklamy skierowanej do dzieci dotyczy opracowanie M. Piotrowski, *Szkodzi czy pomaga?*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 80-83.

³⁰³ Podczas rozpatrywania nowelizacji przez sejm na początku 2000 roku pojawiła się propozycja aby czas ten przedłużyć do 24:00, za: *Komisja nie spieszy się do Unii*, „RP”, 19.01.00, s. 2A.

³⁰⁴ Cytowane wcześniej Rozporządzenie KRRiT z 21 listopada 1994 roku (Dz.U. 1995 nr 20 poz. 108, z późn. zm.).

ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji³⁰⁶. Wprowadzał on głównie zmiany dotyczące rozszerzenia uprawnień prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a także ustalał zasady reklamy porównawczej³⁰⁷ i dotyczące reklamy wprowadzającej w błąd. W dyrektywie 97/36/WE nie ma odrębnych przepisów dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd³⁰⁸. Zmiany jakie nowelizacja wprowadziła do ustawy o radiofonii i telewizji, wyłączono spod zasięgu regulacji wspólnotowych. Ustawa została uchwalona 21 października 1999 roku i przyjęta 16 kwietnia 2000 roku³⁰⁹.

3.2.4. Proeuropejska nowelizacja ustawy z 2000 roku

Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o łączności³¹⁰ pojawił się jesienią 1999 roku. Wiadomo, że ścieżka implementacyjna nie jest prosta i nie znosi automatyzmu, ale po raz pierwszy, po licznych uzupełnieniach zaproponowanych przez twórców ustawy, do tworzenia nowelizacji zastosowano nie tyle samo opiniowanie o jej zgodności z prawem unijnym, ale na podstawie opinii ciał doradczych bezpośrednio wdrożono odpowiednie przepisy unijne. Projekt ten miał być rozpatrywany w trybie pilnym³¹¹. Praktycznie od początku, czyli od 19 listopada 1999 roku, kiedy został przedstawiony w Komisji Kultury i Środków Przekazu, we wszystkich planach obrad Sejmu odczytanie sprawozdania o pilności tego projektu znajdowało się w uzupełniającym porządku dziennym. Jednak nastąpiło to dopiero 17 lutego 2000 roku.

W uzasadnieniu podkreślono pilność uchwalenia tego projektu, co wynikało z zakresu ustawy Prawo audiowizualne, które stanowiło jedną z niezamkniętych dziedzin negocjacji. Różnice wynikające z różnych zobowiązań Polski w stosunku do OECD³¹² znalazły odzwierciedlenie w jednym z kompromisowych zapisów

³⁰⁵ Druk Sejmowy nr 1121 z 1 maja 1999 roku.

³⁰⁶ Druk Sejmowy nr 1235 z 5 sierpnia 1999 roku.

³⁰⁷ Art. 16 Ustawy.

³⁰⁸ W pewnym stopniu można z tym typem reklamy powiązać art. 1, ust. d oraz art. 15, ust. b, c, d, nie jest to jednak powiązanie eksplicytne i przepisy zawarte w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 97/55/WE nie do tych artykułów ustawy się odnoszą.

³⁰⁹ Dz. U. z 2000 roku, nr 29, poz. 356.

³¹⁰ Druk Sejmowy nr 1471, z 29 października 1999 roku.

³¹¹ Zapewniano wówczas, że posłowie skończą pracę nad projektem najdalej w ciągu miesiąca. Por.: *Obcych wpuszcząć powolutku*, „GW”, 10.01.2000, s. 26-27.

³¹² Przypomnę, że na podstawie art. 10 *Kodeksu OECD w sprawie liberalizacji bieżących operacji niewidzialnych*, przestana one obowiązywać w chwili wejścia Polski do Unii. O problemach poprzedzających polskie uczestnictwo w tej organizacji, a związanych z pełną liberalizacją międzynarodowego obrotu produkcjami audiowizualnymi więcej informacji znajduje się w: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1996, s. 40-41 oraz w opracowaniu: K. Jakubowicz, *Per aspera ad... Europa*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 5-9.

dotyczących kwot produkcji europejskiej. Ponadto pojawiająca się w projekcie noweli propozycja zwiększenia do 49% limitu udziału kapitału zagranicznego miała być pierwszym krokiem ku pełnej harmonizacji z przepisami unijnymi. Dostrzeżono jednocześnie potrzebę dalszych zmian tego zapisu aż do całkowitego zniesienia tych ograniczeń w stosunku do państw europejskich.

Praktycznie wszystkie postulowane zmiany miały związek z dostosowaniem polskiej ustawy do norm unijnych. Wysoka świadomość ustawodawcy pojawiania się różnic prawnych występujących między ustawą a regulacjami unijnymi sprawiła, że uwzględniono praktycznie większość niezgodnych elementów. W kilku przypadkach sformułowania były niemalże tożsame z zapisami zawartymi w dyrektywie 97/36/WE. Praktyka ustawodawcza wskazała, że najprostszą drogą implementacji przepisów dyrektywy 89/552/EWG oraz 97/36/WE było zawarcie w tekście ustawy możliwie wielu zapisów pochodzących z tych dyrektyw, w miejsce delegowania tych właściwości na rozporządzenia lub inne ustawy. Tak było w przypadku zakazu reklamy alkoholu³¹³, wyrobów tytoniowych i gier losowych z niektórymi wyjątkami. Część przepisów nakładała na polskich nadawców o wiele bardziej rygorystyczne przepisy niż jest to określone w prawie Wspólnot. Tak było na przykład w zapisach dotyczących najnowszych europejskiej produkcji niezależnej – limit „nowości” tych dzieł skrócono z 5 do 3 lat. To samo dotyczyło pojawienia się w tekście noweli podstawowego spisu „wydarzeń o szczególnym znaczeniu społecznym”.

Szczegółowa opinia o zgodności ustawy z normami europejskimi z 19 października 1999 roku, przeprowadzona jeszcze przed przekazaniem tego projektu sejmowi, oprócz potwierdzenia „eurozgodności” większości proponowanych zapisów wskazała na kilka błędów, braków oraz nieścisłości:

- w art. 4 definicja reklamy nie wprowadza wyraźnego rozgraniczenia między promocją nadawcy a zapowiedzią programu i dodatkowymi produktami z nim związanymi – jest to drobna zmiana ułatwiająca wyliczenie czasu trwania reklam;
- w art. 15 zbyt ogólnie zdefiniowano audycje europejskiego producenta;

³¹³ Kwestia zakazu jakiegokolwiek reklamy alkoholu powracała przez dłuższy czas na obrady Sejmu przyjmując najbardziej skrajną formę – zakazu reklamy marek producentów alkoholu. Największy sprzeciw wobec tego typu przepisów podnosili w 2000 roku producenci piwa. W tym przypadku tego typu przepisy dotyczące przekazu, bezpośrednio uderzają właśnie w polski przemysł browarniczy. Na podstawie danych z: *Czy nie będzie fikcyjnych reklam*, „RP”, 22.06.00, s. C3, *Koniec mrugania*, „Życie”, 27.06.00, s. 10.

- w art. 17 pominięto zastrzeżenie dotyczące ograniczeń wobec sponsorowanych audycji, które nie mogą zachęcać do kupna lub wynajmu produktów lub do korzystania z usług;
- w art. 18 zabrakło zakazu reklam dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość, zakazu naruszania przez reklamy przekonania politycznych odbiorców, zakazu reklam sprzyjających zachowaniom zagrażającym zdrowiu, bezpieczeństwu i ochronie środowiska; podobny zapis, w szczególności przeciwko podżeganiu do nienawiści ze względu na rasę, płeć lub narodowość, musi dotyczyć także całego programu;
- w art. 18 nie dookreślono procedury umożliwiającej organowi nadzorującemu rynek mediów w Polsce orzekanie o złamaniu prawa w związku z propagowaniem zakazanych w ustawie treści;
- w art. 35 – zachowanie jakichkolwiek ograniczeń kapitałowych w stosunku do spółek z udziałem zagranicznych, które mogą się starać o koncesję, pozostaje sprzeczne z zasadami harmonizacji polskiego prawa do prawa Wspólnot. Punkt ten jest niezgodny z art. 56 TWE, stanowiącym, że wszelkie ograniczenia przepływu kapitału między państwami członkowskimi są zabronione.

Całkowitego otwarcia rynku medialnego na kapitał zagraniczny obawiali się w równym stopniu posłowie wszystkich ugrupowań. Przy okazji prac nad nowelizacją pojawiły się jednak pojedyncze głosy domagające się pełnego dopuszczenia zachodnich firm medialnych, co łączyłoby się z bardzo rygorystycznymi przepisami, jakie miałyby ich dotyczyć, szczególnie w kwestii promocji polskich produkcji. W styczniu 2000 roku Komisja Europejska w opinii na temat polskiej ustawy o radiofonii i telewizji³¹⁴ ostro skrytykowała przygotowywaną nowelizację. Przyczyna leżała właśnie w braku zmiany zapisów z art. 35 ustawy. W projekcie usankcjonowano, i tak pozostający poza polską jurysdykcją, nawet stu procentowy udział kapitału zagranicznego w przedsiębiorstwach emitujących program telewizyjny za pośrednictwem satelity³¹⁵. Ponadto nawet próba trwałego podniesienia udziału kapitału zagranicznego do 49%, co dotychczas było możliwe tylko w niektórych

³¹⁴ Za: *Ochrona „tylnymi drzwiami”*, „RP”, 11.01.2000, s. B2.

³¹⁵ Także i ten zapis ostatecznie został przez posłów usunięty z nowelizacji, por: *Komisja nie spieszy się do Unii*, „RP”, 19.01.00, s. 2A.

przypadkach, spotkała się ze sprzeciwem części senatorów, optujących za utrzymaniem 33-procentowego ograniczenia³¹⁶.

Rozpatrywany przez Sejm projekt miał, oprócz niewprowadzenia zmian do art. 35, także inne braki. Nie dookreślono definicji audycji europejskiej oraz kwot europejskich, a także nie wprowadzono wyraźnego zapisu o zakazie zamieszczania w programie audycji podlegających do nienawiści ze względu na rasę, płeć lub narodowość. Te dwie kwestie były w projekcie określane tylko pośrednio. W przypadku drugiego zapisu zakazano dyskryminacji ze względu na te cechy. Część zapisów znajdujących się w dyrektywie 97/36/WE nie znalazła literalnego odzwierciedlenia w przepisach ustawy, która delegowała ich szczegółową regulację na odpowiednie rozporządzenia KRRiT. Tak stało się w przypadku art. 22 ust. 3 dyrektywy dotyczącego systemu ostrzegania o audycjach mogących zawierać treści niepożądane dla nieletnich, który znalazł odzwierciedlenie w art. 18 ust. 6 ustawy delegującym te właściwości na rozporządzenie.

Sprawozdanie odczytane w Sejmie 17 lutego 2000³¹⁷, uwzględniające poprawki zgłoszone podczas prac sejmowych, zostało uprzednio poddane ponownemu opiniowaniu o zgodności z *acquis communautaire*³¹⁸.

Wszystkie zgłoszone poprawki zostały uznane za zgodne z prawem Wspólnot. Nie dotyczyło to jednak w dalszym ciągu zapisów art. 35 ust. 2 ustawy, który w ogóle nie został zmodyfikowany. Natomiast opinia KRRiT wskazywała na konieczność takich zmian, przynajmniej do poziomu 49%, jednocześnie zwracając uwagę ustawodawcy na inne mechanizmy ochrony polskich mediów, na podstawie art. 11 ustawy z 24 lutego 1990 roku o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym³¹⁹ i ochronie interesów konsumenta. Inne nie znowelizowane kwestie, o których wspominałem wcześniej, poza problemem reklamy zawierającej dyskryminujące treści, zostały uznane za mniej istotne i ostatecznie także nie znalazły się w projekcie noweli. W związku z pojawieniem się w nim zapisu dotyczącego języka polskiego³²⁰ oraz za sprawą wykreślenia zmiany dotyczącej art. 35 ust. 2 zmieniono nazwę ustawy na ustawę o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o języku polskim.

³¹⁶ Wątpliwości na temat świadomości posłów co do negocjacyjnych skutków pozostawienia takich ograniczeń były wysuwane przez przedstawicieli KRRiT, por.: *Obcych wpuszczać powolutku*, „GW”, s. 26-27, 10.01.2000.

³¹⁷ Druk Sejmowy nr 1645 z 17 lutego 2000 roku. Opóźnienie przyjęcia tej nowelizacji zostało uwzględnione w *Raporcie z realizacji w 1999 roku NPPC* przyjętego przez Radę Ministrów 4 kwietnia 2000 roku i było podstawową przyczyną niezrealizowania zawartych w NPPC priorytetów na polu polityki audiowizualnej.

³¹⁸ Opinia z 25 stycznia 2000 roku.

³¹⁹ Ustawa z 24 lutego 1990 r. o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym (Dz.U. 1990 nr 14 poz. 88).

Bardzo istotnym punktem, jaki pojawił się w ustawie, było wprowadzenie kategorii „produkcji pierwotnie wytworzonej w języku polskim”. Dotychczas obowiązująca definicja „produkcji krajowej” ograniczała możliwości zakwalifikowanie niektórych filmów do kategorii polskich. Przykładem może być *Pan Tadeusz*, w którego realizację zaangażowany był w dużym stopniu kapitał zagraniczny. Wysoka „euroświadomość” posłów przejawiała się także wycofaniem wszelkich proponowanych poprawek do noweli nie mających bezpośredniego związku z przepisami unijnymi³²¹. Miały one być rozpatrywane w późniejszym czasie, podczas przygotowywania kolejnego projektu nowelizacji ustawy, jeszcze w 2000 roku. Miała ona dotyczyć tych kwestii, a także uzupełniać polskie prawo medialne o kolejne zapisy zgodne z *acquis communautaire*. Znalazło to wyraz w części 20.II NPPC przyjętego 26 kwietnia 2000 roku, w postaci zapisu wskazującego na kolejną nowelizację ustawy z docelowym czasem wejścia w życie 1 listopada 2001 roku.

Ostatecznie 7 marca 2000 roku ustawa ta została skierowana do Senatu. Uchwalenie 22 poprawek Senatowi miało miejsce 16 marca 2000 roku³²². Należy zaznaczyć, że żadna z poprawek nie wносиła zapisów sprzecznych z prawem Wspólnot, natomiast dokonywała zmian korzystnych dla widza oraz podnoszące wartości polskiego systemu audiowizualnego³²³. Ostatecznie ustawa została podpisana przez prezydenta RP i nabrała mocy prawnej, stając się ustawą z 31 marca 2000 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o języku polskim³²⁴, z 30-dniowym okresem poprzedzającym jej wejścia w życie.

A oto spis zmian, jakie ustawa ta ostatecznie wprowadzała do ustawy radiowo-telewizyjnej, odwołując się jednocześnie do odpowiednich zapisów dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE:

1. W ramach nowelizacji ustawy wprowadzono zmiany w części poświęconej definicjom, w art. 4 modyfikując dotychczas istniejące definicje programu, audycji, reklamy i sponsorowania oraz wprowadzając konieczne definicje kryptoreklamy oraz telesprzedaży, zgodne z definicjami znajdującymi się w odpowiednich punktach art. 1 dyrektywy telewizyjnej.

³²⁰ W ustawie z 7 października 1999 roku o języku polskim (Dz. U. Nr 90, poz. 999) skreśla się w art. 17 pkt. 1h.

³²¹ Por.: *Polowa czasu dla Europy*, „RP”, s. 2A, 7.01.00.

³²² Druk Senacki 361 z 17 lutego 2000 roku, wersja uchwalona, za: <http://www.senat.gov.pl/k4/dok/uch/52/361uch.htm>.

³²³ Tak na przykład należy traktować dodany zapis dotyczący określenia udziału audycji wytworzonych oryginalnie w języku polskim w ciągu ostatnich trzech lat – pierwotnie tego typu zapis odnosił się wyłącznie do produkcji europejskich.

³²⁴ Dz.U. z 2000 r. Nr 299, poz. 358.

2. W art. 15, poza jednoznacznym określeniem zawartości programów „pierwotnie wytworzonych w języku polskim”, w pkt 4 dodano zapisy wyznaczające, w podobny sposób jaki zostało to zawarte w art. 4 i art. 6 dyrektywy, konieczność 50-procentowego udziału w programie audycji wytworzonych przez producentów europejskich. Wyłączenia obejmujące poszczególne typy audycji zostały opisane w sposób analogiczny do tego, jaki został zastosowany w prawodawstwie wspólnotowym. Jednocześnie zmieniono delegację KRRiT do wyznaczania udziału audycji europejskich, wprowadzając możliwość uszczegółowienia wprowadzonego zapisu ze względu na specyficzny charakter poszczególnych nadawców. Uchylono dotychczas obowiązujące odpowiednie rozporządzenie KRRiT³²⁵. Punkt 6 tego artykułu, w sposób jednoznaczny i zgodny z przepisami dyrektywy określa jaki utwór można uznać za europejski.

3. Dodany art. 15a precyzuje zarówno definicję producenta niezależnego od nadawcy, jak i wprowadza przepis nakazujący 10% z całego kwartalnego czasu emisji nadawcy przeznaczyć na audycje pochodzące z takiego źródła. Wykorzystując możliwość zawartą w art. 3 dyrektywy, pozwalającą na wprowadzenie bardziej rygorystycznego prawa krajowego, ustawodawca nie tylko określił czasowy udział audycji europejskich i wyprodukowanych przez producentów niezależnych w okresie kwartału, podczas gdy w dyrektywie jest to rok, ale ponadto pominął niejasny i trudny do wymiernej oceny zapis alternatywy wobec produkcji niezależnych – przeznaczenia 10% rocznego budżetu nadawcy na zakup tych produkcji. W ustawie został zamieszczony krótszy niż w dyrektywie w art. 5 (5 lat) limit nowości produkcji niezależnych – ustalono go na 3 lata. Podobny przepis objął także 10% udziału w programie nadawcy najnowszej (z ostatnich 3 lat) produkcji wytworzonej pierwotnie w języku polskim.

4. Art. 16 wprowadził nowe zapisy dotyczące wyróżniania reklam i telesprzedaży z całości ramówki, przesuując moc prawną tej zasady z odpowiedniego rozporządzenia KRRiT, gdzie się dotychczas ten zapis, zgodny z art. 10 pkt 1 dyrektywy, znajdował. W tym samym artykule znalazły się zasady dotyczące czasowego wymiaru bloków programowych telezakupów oraz delegacja KRRiT do

³²⁵ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 13 listopada 1997 r. w sprawie minimalnego udziału audycji producentów europejskich w programach telewizyjnych (Dz.U. 1997 nr 144 poz. 970).

wydania odpowiedniego rozporządzenia, które może bardziej szczegółowo regulować te kwestie³²⁶.

5. Zasady dotyczące sposobu przerywania reklamami lub telezakupami transmisji sportowych znalazły się w art. 16b, w dyrektywie zapis ten znalazł się w art. 11, pkt 2. Ponadto, idąc dalej niż czyni to dyrektywa w tym artykule, zakazano w ogóle przerywać reklamami, nie tylko audycji religijnych, publicystycznych i informacyjnych, ale także audycji dokumentalnych i przeznaczonych dla dzieci.

6. Z kolei w art. 16b, przejmując moc prawną z innych ustaw, w których te zakazy były już opisane, zakazano reklamy alkoholu, wyrobów tytoniowych (wraz z symboliką), leków wydawanych z przepisu lekarza oraz usług medycznych. Ten ostatni zapis, którego rozumienie rozciąga się także na metody leczenia, nie był dotychczas zawarty w żadnym polskim akcie prawnym. Dodatkowo zakazano reklamy dyskryminującej ze względu na rasę, narodowość oraz płeć, oraz nawołującej do zachowań mogących zagrozić zdrowiu fizycznemu lub środowisku. W ustępie 2 tego artykułu pojawił się zakaz dotyczący reklamy podprogowej, analogiczny do zapisu z art. 10 pkt 3 dyrektywy. Tam także zostały zamieszczone wystarczające przepisy chroniące nieletnich przed skutkiem oddziaływania reklam. Za tekstami obydwu dyrektyw, w art. 16c ustawy pojawił się jednoznaczny zakaz kryptoreklamy.

7. W art. 17 znalazły odbicie zapisy pochodzące z art. 17 dyrektywy regulujące szczegółowo zasady sponsorowania. KRRiT utrzymała delegację do określania na drodze rozporządzenia bardziej szczegółowych przepisów dotyczących tej materii³²⁷.

8. Niewystępujący dotychczas zakaz umieszczania w programie audycji dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość znalazł się w art. 18 ust. 1 ustawy. Tam też znalazło się uzupełnienie dotyczące ograniczeń emisji audycji mogących w negatywny sposób wpływać na nieletnich.

9. Artykuł 20b ustawy zawiera zapisy dotyczące emisji istotnych wydarzeń społecznych, odpowiadające tym, które znalazły się w art. 3a dyrektywy 97/36/EWG. Idąc dalej, polski ustawodawca zawarł w ustawie podstawowy spis

³²⁶ Korzystając z tej możliwości, KRRiT wydała rozporządzenie, regulujące szczegółowo te zasady, zgodnie z zapisami dyrektywy: Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych oraz szczegółowych zasad ograniczeń w zakresie przerywania filmów fabularnych i telewizyjnych w celu nadania reklamy lub telesprzedaży (Dz.U. 2000 nr 65 poz. 784 z późn. zm.).

³²⁷ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz.U. 2000 nr 65 poz. 785).

tego typu wydarzeń. Szerszą listę może ogłosić w odpowiednim rozporządzeniu KRRiT.

10. Ponadto, dzięki wykreśleniu art. 44 ust. 6 utrzymującego niezgodną z zasadami swobodnego nadgranicznego przepływu transmisji telewizyjnych delegację KRRiT do publikacji rozporządzenia określającego zakres wymogów w stosunku do zagranicznych programów rozprowadzanych w sieciach kablowych, ustawa ta w stopniu niemal doskonałym odpowiada europejskiemu systemowi medialnemu. Pojedyncze zapisy dotyczące miejsca reklamy w filmach fabularnych znalazły częściowo wyraz we wskazanym w przypisie odpowiednim rozporządzeniu KRRiT. Także kwestia informowania o audycjach szkodliwych dla nieletnich oraz zasady kwalifikacji tych audycji miały zostać uregulowane w rozporządzeniu KRRiT. Jednak do końca lipca 2000 roku taka regulacja nie powstała.

Mimo niemal stuprocentowej zgodności ustawy z dyrektywą telewizyjną, nadal nie zmienił się zapis znajdujący się w art. 35 ustawy, który ogranicza udział podmiotów pochodzenia zagranicznego w przedsiębiorstwach nadawczych na 33%. Wymogi harmonizacji prawa wymuszają jednak szybkie dostosowanie także i tego zapisu. Jednak do końca 2002 roku sprawa ta nie została ostatecznie uregulowana.

3.2.5. Zmiany ustawy po 2000 roku

Pierwsza nowelizacja z lutego 2001 roku dotyczyła wprowadzenia do ustawy zapisu o nadawcy społecznym. Nowela wprowadzała definicje tego typu nadawcy, zasady przyznawania oraz odbierania tego statusu, a także zapis dotyczący zwolnienia takiego nadawcy z opłat koncesyjnych.

Ustawa z kwietnia 2001 roku była ustawą zmieniającą oprócz ustawy o radiofonii i telewizji także ustawę o opłacie skarbowej oraz ustawę o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. W ustawie telewizyjnej wprowadzała zmiany w odwołaniu do tego ostatniego aktu prawnego. Odwołania te dotyczyły zmian w zasadach reklamy piwa, zakazów dotyczących tej reklamy analogiczną do tych, które znalazły się w tekście dyrektywy telewizyjnej w art. 15 oraz szczegółowych przepisów określających nie tylko zakaz reklamy samego alkoholu, ale także i jego marki, znaku graficznego, znaku towarowego oraz opakowania.

Poza tymi dwiema nowelizacjami już od pierwszej połowy 2000 roku był przygotowywany przez KRRiT kolejny projekt nowelizacji, który ostatecznie miał

rozwiązać kwestie niejasności i niedociągnięć występujących w polskim prawie medialnym, w stosunku do *acquis communautaire*. Oprócz problematyki europejskiej projekt ten dotyczył, między innymi, takich zagadnień jak:

- szczegółowa regulacja zagadnień nieobjętych prawem telekomunikacyjnym, związanych z rozwojem sieci cyfrowego przekazu obrazu i dźwięku (łącznie z procedurą koncesjonowania);
- prawo nadawcy publicznego do rozpowszechniania programów, na jakie uzyska zgodę (domyślnie dotyczyło to kanałów tematycznych);
- ustanowienie procedur ponownego wydawania koncesji na prowadzenie działalności nadawczej;
- uregulowanie zasad ściągania abonamentu przez wprowadzenie domniemania posiadania odbiornika telewizyjnego i/lub radiowego w gospodarstwie domowym.

Ostatecznie projekt ustawy po kolejnych poprawkach, pracach grup eksperckich oraz posiedzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji 14 stycznia 2002 roku został za pośrednictwem Kancelarii Premiera Rady Ministrów skierowany do Sejmu, gdzie 27 marca 2002 roku odbyło się jego pierwsze czytanie.

Projekt obejmował następujące grupy problemowe³²⁸:

- ujednoczenie przepisów z prawodawstwem Unii Europejskiej (kwoty, zniesienie ograniczeń udziału kapitału zagranicznego państw członkowskich Unii Europejskiej oraz dekoncentracja kapitału w mediach elektronicznych³²⁹);
- koncesjonowanie nadawców (rekoncesjonowanie oraz nadawanie spoza granic kraju);
- cyfryzacja (koncesjonowanie multipleksów oraz jednolicenie dekoderek);
- nadawcy publiczni (licencje na nadawanie, nowe zadania mediów publicznych, ograniczanie liczby reklam delegowane na rozporządzenie KRRiT, zmiany strukturalne TVP SA oraz delegacja dostępu do archiwów TVP na rozporządzenie KRRiT);
- abonament (zmiana sposobu rejestrowania abonentów oraz uszczelnienie systemu ściągania abonamentu);

³²⁸ Za: druk sejmowy nr 341, druk sejmowy 341-A, <http://www.krrit.gov.pl/stronykrrit/zalozenia.html>.

³²⁹ H. Jędras, A. Woźniak, *Przykłady europejskich regulacji*, „BIKRRiT”, 2001, nr 11/12, s. 12.

- zapisy dodatkowe (między innymi: górna granica opłat ponoszonych przez nadawców na rzecz wykonawców i artystów, obowiązek dubbingowania filmów dla dzieci, wprowadzenie dolnego limitu wydatków nadawcy na produkcje filmowe, uzupełnienie definicji).

Nie ma sensu bardziej szczegółowe omawianie projektu tej ustawy, gdyż do ostatnich miesięcy 2002 roku nie zapadły jednoznaczne rozstrzygnięcia co do jej ostatecznego kształtu. Jak dotąd żaden chyba projekt nie wzbudził tylu uwag, sprzeciwów, kontrowersji i nie został poddany tylu zmianom. Od grudnia 2002 roku był on omawiany podczas 20 posiedzeń Komisji Kultury i Środków Przekazu, co jednak nie doprowadziło do ustalenia jego ostatecznej wersji. Także prezydent, znając ogólny zarys zapisów jakie mają się znaleźć w ostatecznej wersji ustawy zapowiedział, że jej nie podpisze. Do najbardziej kontrowersyjnych zapisów należą:

- zapisy związane z dekoncentracją kapitału;
- licencje programowe dla nadawcy publicznego;
- rekoncesjonowanie;
- zwiększenie uprawnień KRRiT, poprzez delegację niektórych składników noweli na rozporządzenia;....

Jak się okazało, niezbyt szczęśliwym pomysłem było łączenie nowelizacji ostatecznie harmonizującej polskie prawo radiowo-telewizyjne z prawodawstwem unijnym z zapisami, co do których można było już przy tworzeniu projektu przypuszczać, że wzbudzą poważne kontrowersje, oddalając jej wprowadzenie³³⁰.

³³⁰ Więcej informacji na temat losów tej nowelizacji znajduje się w: „BIKRRiT”, 2002, nr 3/4, s. 1, „BIKRRiT”, 2002, nr 1, s. 1-2, *Za dużo władzy*, „GW”, 25.10.2002, s. 26, J. Braun, *Konkurencja i misja mediów*, „RP”, 11.04.2002, za: http://www.rzeczpospolita.pl/gazeta/wydanie_020411/publicystyka/publicystyka_a_3.html, R Kwiatkowski, *Upadek mitów o niezależności*, „RP”, 4.04.02, s. 8A, *Bój się nadawcy*, „GW”, 6.04.2002, s. 3, *Prezydent broni mediów*, „GW”, 6.04.2002, s. 1, L. Zalewska, *Media – pierwsza runda dla rządu*, „RP”, 6.04.2002, s. A4.

3.3. Podsumowanie

Liczne zmiany wprowadzone do polskiego prawa radiowo-telewizyjnego przez nowelizacje ustawy nadal nie wyczerpują listy polskich zobowiązań harmonizacyjnych w tej dziedzinie.

Projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji pozostający obecnie w Sejmie dość niefortunnie łączy zapisy dotyczące kwestii harmonizacji polskiego prawa z przepisami unijnymi, a także propozycje zapisów, które budząc wiele kontrowersji, sprawiają, że nowelizacja ta jeszcze bardzo długo może nie być zaakceptowana.

Zmiany z 2000 roku nie wprowadziły wszystkich proponowanych modyfikacji. W dalszym ciągu polskie prawo audiowizualne nie jest w pełni zharmonizowane z zasadami polityki audiowizualnej Unii Europejskiej. Najistotniejszym problemem pozostaje zawarta w art. 35 Ustawy o radiofonii i telewizji zasada ograniczająca udział podmiotów pochodzenia zagranicznego w przedsiębiorstwach nadawczych do 33%. Podczas ostatniej nowelizacji nie tylko nie zaakceptowano zniesienia tego limitu, ale także nie doszło do podniesienia tego udziału do proponowanych 49%. Problem ten ma początek w zaniedbaniach strony polskiej przy procedurze przednegocjacyjnej i związany jest z zapisem zawartym w art. 56 TWE, zgodnie z którym zabronione są jakiegokolwiek ograniczenia przepływu między państwami członkowskimi. Kwestia ta musi być uregulowana przed wejściem Polski do Unii Europejskiej. Będzie to jednak możliwe tylko wówczas, gdy posłowie zrozumieją zasady funkcjonowania jednolitego rynku i zaakceptują udział w nim Polski.

Część przepisów polskiego prawa jest o wiele precyzyjniej lub bardziej rygorystycznie sprecyzowanych niż odpowiadające im zapisy prawa Wspólnot. Tak jest choćby w przypadku wydarzeń o szczególnym znaczeniu społecznym opisanych w art. 3a dyrektywy. Podstawową listę owych wydarzeń polski ustawodawca zawarł w tekście ustawy.

Specyfika polskiego systemu prawnego sprawiła, że wiele przepisów pochodzących z dyrektywy 97/36/WE znalazło się w innych ustawach, niż ustawa o radiofonii i telewizji. Wprowadza to, co prawda, pewien nieład do systemu prawnego w obliczu działań harmonizacyjnych, jednak nie uniemożliwia funkcjonowania tych przepisów.

Problemem, który w dalszym ciągu utrudnia praktyczne stosowanie nowych zasad znajdujących się w ustawach, jest brak aktów wykonawczych – rozporządzeń. To one dopiero gwarantują możliwość praktycznego stosowania tych zapisów. W tej dziedzinie polskie ciało ustawodawcze ma największe opóźnienie i właśnie brak rozporządzeń uniemożliwia stosowanie przepisów.

Można jedynie liczyć na to, że w 2003 roku zostanie zaakceptowana nowelizacja ustawy, a odpowiednie przepisy wykonawcze zostaną szybko skonstruowane. Jest to o tyle istotne, że wkrótce dojdzie najprawdopodobniej do kolejnej rewizji dyrektywy telewizyjnej i polski ustawodawca będzie zmuszony do implementacji kolejnych zmian do ustawy o radiofonii i telewizji.

Rozdział 4

Polski system telewizyjny – zagadnienia zewnątrz- i wewnątrzprogramowe

4.1. Poziom pozaprogramowy

4.1.1. Telewizje publiczne i niepubliczne

Problematyka powstania telewizji komercyjnej w Europie została opisana wcześniej, przy okazji opisów początków telewizji oraz deregulacji w mediach. Tam również pojawiło się już rozróżnienie na telewizję komercyjną i publiczną. Ten podział nie do końca odpowiada trzem możliwym źródłom finansowania, jakie powszechnie występują w systemach audiowizualnych. Oprócz możliwości finansowania z reklam i z opłat abonamentowych, telewizje mogą się utrzymywać z dotacji państwowych. Obecnie są one najczęściej uzupełnieniem wpływów nadawców publicznych, jak ma to miejsce choćby w Hiszpanii, Portugalii i na Litwie. Istotnym uzupełnieniem tej najbardziej podstawowej typologii jest wyróżnienie w telewizji niepublicznej dwóch podgrup programowych. Pierwszą będzie typowa telewizja komercyjna, do której należy większość ogólnopolskich niepublicznych nadawców w Polsce. Druga na poziomie ogólnopolskim będzie reprezentowana przez Telewizję Puls. Do początku 2001 roku w ustawie o radiofonii i telewizji nie było zapisów definiujących nadawcę społecznego, taki bowiem status telewizji niepublicznej należy przyporządkować tej stacji. Ponadto na tej samej zasadzie funkcjonuje satelitarna Telewizja Niepokalanów II oraz planowane jest otwarcie Telewizji Trwam.

Kształtowanie się dualistycznego systemu

Polski system telewizyjny końca XX wieku został ukształtowany przez wiele wewnętrznych oraz zewnętrznych czynników. Spośród nich na pierwsze miejsce wysuwa się przywrócenie w Polsce demokracji oraz rozpoczęcie procesu integracji z Unią Europejską. Te ogólne uwarunkowania wpływają wprost na bezpośrednią przyczynę takiego a nie innego kształtu polskiego systemu nadawców radiowych i telewizyjnych, jaką były dwa przeprowadzone przez KRRiT procesy koncesyjne.

Przed rozpoczęciem pierwszego z nich, na początku lat 90., w Polsce funkcjonowało na zasadach niezgodnych ze szcątkowym prawem polskim,

regulującym tę dziedzinę aktywności gospodarczej, 19 nadawców telewizyjnych³³¹. W późniejszym okresie koncesjonowania niewielu z nich przebrnęło przez procedury związane z uprawomocnieniem ich działalności. Żadna z funkcjonujących wówczas stacji lokalnych nie stała się koncesjonowanym nadawcą ogólnopolskim lub choćby ponadregionalnym. W pierwszym procesie koncesyjnym, rozpoczętym w 1993 roku i zakończonym w końcu 1994 roku, o przydzielenie częstotliwości starało się 27 nadawców, w tym o koncesję ogólnokrajową – 10 wnioskodawców³³². Spośród nich prawa do nadawania ogólnopolskiego otrzymała Telewizja Polsat, do ponadregionalnego Canal+ oraz Telewizja Wisła³³³. Poza tym koncesję uzyskało 11 nadawców lokalnych, w tym Telewizja Niepokalanów. W drugim procesie koncesyjnym, przeprowadzanym w latach 1995-1997, wpłynęło 50 wniosków. Wówczas koncesję otrzymały TVN (nadawanie w Polsce północnej oraz Łodzi i Warszawie) oraz Nasza TV. Oprócz zmian w koncesjach oraz przyznania koncesji operatorom kablowym nie przydzielono w tym czasie koncesji na nadawanie telewizji lokalnych.

W procesie koncesyjnym pojawiło się wiele uchybień proceduralnych, które prowadziły do zawieszania koncesji w wyniku wyroków NSA. Jednak zawsze problemy te udawało się rozwiązać w taki sposób, że poszczególne stacje nadawcze nie musiały rezygnować ze swojej działalności. KRRiT wspierała stacje komercyjne w tych działaniach, stojąc na straży różnorodności nadawczej i programowej, tak potrzebnej społeczeństwu i telewizji w Polsce. Uzupełnieniem procesu przyznawania koncesji były ich modyfikacje umożliwiające zwiększanie zasięgów lub też udziału reklam w ramówce kanałów należących do nadawców prywatnych.

Zmieniły się także umowy koncesyjne. Dzięki temu znalazły się w nich między innymi zapisy nakładające na nadawców komercyjnych obowiązek finansowego wspierania polskich produkcji filmowych.

Przekształcenie Telewizji Polskiej z telewizji państwowej w publiczną związane było ze zmianami ustrojowymi, ze wszelkimi konsekwencjami udziału w grze sił rynkowych. Ekonomicznym wyrazem tych zmian było przekształcenie przedsiębiorstwa państwowego, jakim była TVP, w sieć spółek publicznej

³³¹ *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1994, s. 3.

³³² *Za: tamże*, s. 25-26.

³³³ *Za: Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1995, s. 18-20 oraz *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1996, s. 20-21, 23.

telewizji³³⁴. Niestety, mimo wielu podejmowanych prób nie doszło do gruntownej reformy wewnętrznej TVP³³⁵.

Ogólna sytuacja polskiej telewizji publicznej³³⁶

Zjawisko, z którym europejskie systemy telewizyjne zetknęły się już w latach 80., a z którym Ameryka oswojona była od początku, pojawiło się w Polsce dopiero po 1992 roku.³³⁷ Mowa oczywiście o telewizji komercyjnej. Wiadomo, że jej powstanie było w Polsce efektem postępującej prywatyzacji. Bezpośrednia możliwość powstawania tego typu telewizji wynikała ze zmiany, podobnie jak dziesięć lat wcześniej w Unii Europejskiej, prawa obowiązującego instytucje sektora audiowizualnego³³⁸. Bezpośrednio z modyfikacjami, jakie pojawiły się w porządku prawnym, pojawiły się przemiany na płaszczyźnie programowej. Najbardziej charakterystycznym zjawiskiem był obniżenie poziomu emitowanych programów i audycji³³⁹. Także od tego momentu w telewizji publicznej pojawiły się reklamy „zaśmiecające” przekaz, ale jednocześnie stanowiące zasadnicze źródło dochodu tego nadawcy, pozwalające mu przetrwać w nowych, rynkowych warunkach. Podstawowe cele telewizji publicznej, mającej przede wszystkim informować i edukować, a dopiero na końcu „bawić”, zostały przeformułowane przez zmieniającą się rzeczywistość. Logika rynku nie pozwala na w pełni rzetelne funkcjonowanie nadawcy publicznego, który z jednej strony ma wypełniać zadania służby publicznej, z drugiej zaś ma wypracowywać jak najwyższe zyski. W 1998 roku 53% badanych przyznawało, że głównym celem tej telewizji jest właśnie dostarczanie rzetelnych informacji³⁴⁰. Za przyznawaniem telewizji publicznej zadań rozrywkowych opowiedziało się zaledwie 12%, natomiast 36% wskazywało na funkcję edukacyjną. Tak zresztą zostały w ustawie o radiofonii i telewizji (art. 21) określone zadania telewizji publicznej. Ma ona rzetelnie ukazywać najistotniejsze zjawiska zachodzące w kraju i na świecie,

³³⁴ Szczegółowy opis tych zmian opisany jest w: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1994, s. 11-14.

³³⁵ Więcej na temat stopniowego wprowadzania reform w TVP S.A. i jej praktycznego wymiaru w: *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, Warszawa 2001, s. 107-110.

³³⁶ Aktualna problematyka mediów publicznych w Polsce została zarysowana w: A. Długosz, *Co zrobić z mediami publicznymi?*, „Tele@top”, 1999, nr 12, s. 6-7.

³³⁷ Prywatne stacje telewizyjne powstawały w Polsce już od 1990 roku, jednak do momentu rozpoczęcia działalności przez KRRiT nie miały one możliwości uzyskania koncesji, a ostateczne ustabilizowanie sytuacji na tym polu miało miejsce dopiero w 1997 roku.

³³⁸ Więcej w: K. Doktorowicz, W. Dudek, wyd. cyt., s. 11.

³³⁹ Wskazanie na problem jakości, jako główny warunek utrzymania się telewizji publicznej pojawia się, w analizie sytuacji mediów publicznych: B. Sulik, *Jak reformować telewizję publiczną?*, „BIKRRiT”, 1997, nr 5, s. 4-5.

wspomagać kształtowanie wolnej opinii publicznej obywateli oraz zapewniać dostęp do różnych poglądów reprezentowanych przez obywateli. Takich zadań nie musi wypełniać telewizja komercyjna. Jednak jej pojawienie się, według ponad 50% odbiorców,³⁴¹ wpłynęło pozytywnie na poprawę jakości telewizji publicznej. I to z pewnością jest jedno z zadań telewizji komercyjnej. Zresztą wzajemne, konkurencyjne oddziaływanie jest cechą systemu dualistycznego. Telewizje komercyjne z własnej woli odgrywają rolę opiniotwórczą. I czynią to o tyle chętnie, o ile emisja tego typu audycji zwiększa oglądalność programu danej stacji. Całkowicie skrajnym przypadkiem była dokonana przez TVN próba przejęcia widowni „Wiadomości” przez emitowane w tym samym czasie „Fakty TVN”.

Trzeba jednak przyznać, że poza wspomnianymi oczekiwaniami społecznymi zmienił się także model telewizji publicznej. Być może w związku z tym corocznie zmniejsza się o kilka procent liczba pozytywnych ocen programów nadawcy publicznego³⁴². Jednak bez dogłębnej reformy systemu finansowania telewizji publicznej ze źródeł pozaabonamentowych inne jej funkcjonowanie jest po prostu niemożliwe.

Istniejące w Polsce od początku lat 90. warunki formalno prawne umożliwiają funkcjonowanie struktury mediów niezależnych od nacisków politycznych i państwowych. W ich miejsce powstał szeroko rozwinięty układ zależności innego typu, mających wspólny ekonomiczny wyznacznik. Dostosowywanie się Polski do systemu wolnorynkowego być może wymusza pewne ustępstwa wobec wypełniania przez telewizję publiczną jej misji. W wielu państwach europejskich, w których przemiany wprowadzające wolny rynek w dziedzinie mediów nie były aż tak drastyczne jak w Polsce i które przeszły przez proces komercjalizacji telewizji 10 lat wcześniej, telewizja publiczna w stopniu o wiele większym odeszła od wypełniania swoich zadań i utrzymuje się z innych źródeł dochodów niż tylko opłaty abonamentowe. Za pozytywne należy uznać zjawisko takiego dopasowania się telewizji publicznej w Polsce do nowych warunków, które w ogóle zagwarantowało dalsze jej funkcjonowanie. Nie moglibyśmy być dumni z sytuacji, w której pierwszą zlikwidowaną lub też w całości sprywatyzowaną telewizją publiczną w Europie, byłaby właśnie telewizja

³⁴⁰ Za: *Polacy o misji telewizji publicznej*, opr. J. Adelt, „ATV”, 1998, nr 9, s. 108. W szerszym aspekcie patrz także w: S. Bratkowski, M. Budzisz, J. M. Nowakowski, I. Rutkiewicz, *Rola mediów w edukacji obywatelskiej*, Warszawa 1996, s. 12-14.

³⁴¹ Za: *Telewizja publiczna i prywatna*, opr. J. Sobczak, „ATV”, 1998, nr 1, s. 110-117.

polska. Pośród innych dróg, jakimi może iść telewizja publiczna, taka perspektywa została ukazana podczas konferencji „Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne”³⁴³. Pierwszymi historycznie oznakami takiego podejścia do telewizji publicznej były, powstałe jeszcze w 1990 roku, pomysły prywatyzacji Programu 2 TVP.

Budzące wiele wątpliwości wydzielenie z istniejącego do końca 1993 roku państwowego Polskiego Radia i Telewizji 12 niezależnych oddziałów spółki³⁴⁴, nadających swój własny program, nie okazało się błędem. W dalszym ciągu ściśle współpracują one z Programem 2 TVP, a także między sobą w ramach ogólnopolskiej sieci. Ich poziom, tak ogólny-, jak i wewnątrzprogramowy, jest bardzo zróżnicowany, jednak w stopniu wystarczającym spełniają one wymagania stawiane regionalnym telewizjom publicznym. Interesujący pomysł, jaki pojawił się w związku z połączeniem emisji tych stacji w jeden ogólnopolski program „Kraj”³⁴⁵, zawierający dużo czasu przeznaczonego na sygnał regionalny, nie okazał się jedynym rozwiązaniem kwestii niezależnie działających publicznych nadawców regionalnych³⁴⁶.

4.1.2. Nadawcy w Polsce

Poniższy krótki opis wybranych polskich nadawców telewizyjnych nie ma za zadanie w pełni ich opisywać ani przedstawiać pełnej panoramy rynku polskiego, a jedynie na poziomie podstawowym uporządkować główne stacje telewizyjne, ze względu na takie czynniki, jak:

- czas funkcjonowania na rynku;
- status nadawcy (publiczny, komercyjny, społeczny);
- forma własności;
- sposób dystrybucji sygnału.

³⁴² Liczba negatywnych ocen w 1995 roku wynosiła 26%, w 1998 już 29%, pozytywne oceny zmieniły się odpowiednio z 68% na 63%, dane liczbowe za: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 153.

³⁴³ Jako jeden z trzech możliwych scenariuszy taka możliwość zmian, prowadzących do całkowitej likwidacji czy też komercjalizacji telewizji publicznych przedstawił w wywiadzie telewizyjnym M. Mrozowski. Według niego takie zmiany mogą być skutkiem ciągłego dopasowywania się mediów do oczekiwań odbiorców i sytuacji rynkowej wynikającej z takiego stanu rzeczy. Luka powstała po likwidacji programów „z misją” miałaby zostać zapełniona przez, dotowane przez państwo, audycje emitowane za pośrednictwem stacji komercyjnych.

³⁴⁴ Prezentacja sytuacji, jaka istnieje w ośrodkach terenowych, znajduje się w: L. Dyczewski OFMConv, *Publiczna...*, wyd. cyt., s. 74-82, A. Jaruga, *Ocena samodzielności terenowej telewizji publicznej*, [w:] tamże, s. 92-94.

³⁴⁵ K. Jakubowicz, *TVP: któredy do przodu?*, „ATV”, 1994, nr 3/4, s. 9.

³⁴⁶ Pakiet pomysłów dotyczących reformy organizacyjnej sieci telewizji regionalnych i samej TVP S.A. znalazł się w: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1996, s. 18.

Telewizja publiczna

Od początku 1994 roku TVP SA funkcjonuje jako telewizja publiczna³⁴⁷. Dzięki ustawie z 1992 roku przestała ona, mimo licznych sprzeciwów pojawiających się podczas przygotowywania tego aktu (głównie ze strony URM), funkcjonować jako telewizja państwowa. Pierwsze sugestie dotyczące takiej zmiany statusu TVP powstały już w 1990 roku. Wówczas też Telewizja Polska uzyskała status spółki Skarbu Państwa. Związane z nią telewizje regionalne uzyskały miano oddziałów spółki. Był to początek głębokich procesów, które umożliwiają TVP SA dostosowywanie się do zmian końca XX w. zachodzących w sferze mediów³⁴⁸.

Próba emisji przez TVP nadawanego w technologii cyfrowej, głównie za pośrednictwem sieci kablowych, kanału tematycznego Tylko Muzyka w 1997 roku przyniosła bardzo szeroki oddźwięk odbiorczy, natomiast nie spotkała się ze zrozumieniem prawodawcy³⁴⁹. Z powodu niezgodności emisji tego kanału z art. 26 Ustawy o radiofonii i telewizji jego funkcjonowanie zostało zawieszono.

Oprócz grupy programów emitowanych przez ośrodki regionalne, wszystkie pozostałe kanały telewizji publicznej – TVP1, TVP2 oraz TV Polonia (funkcjonująca 1993 roku) dostępne są od początku istnienia platformy Cyfra+ w jej ofercie. Propozycje składane przez Wizję TV, umożliwiające emisję sygnału tych stacji za pośrednictwem tej platformy, nie spotkały się jednak z akceptacją. TVP1 i TVP2 rozsiewane są także drogą tradycyjną, natomiast TV Polonia jest publicznym kanałem satelitarnym dostępnym także w jednej z francuskich sieci kablowej i, poza Europą, w Ameryce Północnej.

Wszystkie trzy omawiane programy telewizji publicznej są oczywiście dostępne także w sieciach kablowych. Dzięki tak szerokiemu spektrum przekaźników TVP1 jest dostępny na 96,6% obszaru Polski, docierając do 98,2% ludności, natomiast TVP2 odpowiednio osiąga wartości 95,6% i 97,6%.

TVP SA poza bardzo istotną na poziomie programowym możliwością pełnego korzystania z dorobku telewizji polskiej i jej archiwów utrzymała status głównego współproducenta większości polskich produkcji filmowych. Także

³⁴⁷ Na temat TVP przed 1989 rokiem patrz: K. Jakubowicz, *Kto...*, wyd., cyt., s. 26-32, także w: *Media w Polsce...*, wyd. cyt., s. 167-182.

³⁴⁸ Szczegółowe opracowanie zagadnień związanych ze strukturą i kształtowaniem się obecnego wizerunku oraz zasad rządzących Telewizją Polską znajduje się w: *Media w Polsce...*, wyd. cyt., s. 183-196 oraz w: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 136-140.

patronat medialny nad ogólnopolskimi wydarzeniami muzycznymi oraz imprezami kulturalnymi, umożliwiającą wyłączność transmisyjną, pozostaje domeną telewizji publicznej³⁵⁰. Poza tym najważniejsze krajowe i międzynarodowe wydarzenia o charakterze religijnym są transmitowane w bardzo szerokim wymiarze czasowym właśnie przez telewizję publiczną. Dzięki temu pod koniec lat 90. zawartość w czasie dziennym produkcji własnych lub specjalnie zleconych wynosiła w TVP SA ponad połowę.

Telewizja publiczna wypełnia swoje zadania, funkcjonując na podstawie dokumentu programowego „Misja Telewizji Polskiej SA”. Zawarte są w nim podstawowe zadania związane z wypełnianiem przez tego nadawcę służby publicznej, a więc funkcji informacyjnej, edukacyjnej i rozrywkowej poprzez odpowiednio skonstruowany poziom programowy. Szczególna dbałość na tym poziomie dotyczy kultury i tradycji polskiej. Do praktycznej strony zadań TVP SA należy dbałość o docieranie do jak największej liczby Polaków, także tych przebywających za granicą, produkcja i emisja audycji audiowizualnych, a także intensywne wdrażanie nowych technik przekazu. Zgodnie z teoretycznymi założeniami TVP SA jest instytucją niezależną, wolną od wszelkich nacisków politycznych, a jej przekaz powinien być pozbawiony opinii wyrażanych w imieniu jakichkolwiek ugrupowań politycznych lub kapitałowych. W ten sposób TVP SA ma realizować zadania i cele, tradycyjnie przyporządkowane telewizji publicznej.

Wybrani nadawcy komercyjni

Polsat

Pierwsza koncesja na emisję satelitarną została przyznana Polsatowi już w 1993 roku. Sygnał satelitarny nadawany był od 1992 roku z Holandii. Koncesja na nadawanie naziemne dla Polskiej Telewizji Satelitarnej Polsat została przyznana 1 marca 1994 roku. Podstawową przyczyną wygrania przez Zygmunta Solorza pierwszej tury rozdzielania koncesji był 100-procentowy udział polskiego kapitału w jego stacji. Na podstawie koncesji nadawca ten ma możliwość pokrycia sygnałem swej stacji 80% powierzchni Polski. W 1999 roku docierała ona do 80% obywateli (w 1995 roku, po rocznej działalności było to 45%), obejmując 65%

³⁴⁹ Por.: R. Piszczek, „Tylko Muzyka”, „ATV”, 1997, nr 4, s. 20-26.

³⁵⁰ Bardziej szczegółowy opis wraz z listą najważniejszych wydarzeń znajduje się w: *Media w Polsce...*, wyd. cyt., s. 189-190.

powierzchni kraju³⁵¹. Program tego nadawcy dostarczany jest drogą satelitarną, kablową oraz naziemną. Ponadto prawie cała powierzchnia kraju – 92,6%³⁵², objęta jest jej sygnałem dostarczany za pośrednictwem nadajników naziemnych³⁵³. Program Polsatu nadawany jest od przełomu lat 1999 i 2000 także za pośrednictwem platformy Polsat Cyfrowy. W ramach dodatkowej oferty tej platformy, poza istniejącym już wcześniej Polsatem 2, nierozpowszechnianym drogą naziemną, wprowadzono także inne programy³⁵⁴. Wcześniej okresie Polsat był dostępny na pozostałych platformach cyfrowych.

Osiągnąwszy wystarczającą liczbę odbiorców Polsatu i Polsatu 2 za pośrednictwem własnej platformy cyfrowej, nadawca uznał Wizję TV za konkurencję, której nie należy wspierać udzielając sygnału swoich programów. Obecnie więc nie jest on udostępniany za pośrednictwem platformy Cyfra+.

TVN

Telewizja Nowa otrzymała koncesję w lutym 1997 roku, natomiast nadawanie rozpoczęła ponad pół roku później w październiku. Koncesja obejmowała Polskę północną oraz rejon Łodzi i Warszawy. Funkcjonująca od 1994 roku Telewizja Wisła w 1996 roku związała się kapitałowo z TVN Spółka z o.o. (początkowo udziały TVN w Wiśle wynosiły 49%, następnie doszły do 100%), będącą właścicielem stacji TVN. Dzięki temu TVN objął zasięgiem swojego nadawania także południową część Polski. Dostarczanie sygnału odbywa się za pośrednictwem sieci kablowych oraz częściowo sygnału naziemnego. Dzięki temu TVN jest dostępny dla 69,5% polskich domów. Był on także odbierany w ofercie Wizji TV (od końca 1998 roku TVN posiadała koncesję na nadawanie za pośrednictwem satelity). Pierwsza próba włączenia go do Cyfry+ nie powiodła się jednak stan zaawansowania prowadzonych od 1999 roku negocjacji z platformą Cyfra+ pozwala przypuszczać, że przed końcem 2000 roku także na tej platformie pojawi się sygnał TVN³⁵⁵. Poza kapitałem polskim 33% udziałów w tej stacji należało do amerykańskiej sieci CME, która w 1998 roku odsprzedała je ITI. Dzięki temu TVN wzmocnił swoją pozycję na rynku, uzyskując większą swobodę

³⁵¹ Dane za: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 140.

³⁵² Za: www.polsat.com.pl/historia.html.

³⁵³ Część odbiorców – właściciele niezależnych anten satelitarnych oraz Polsatu Cyfrowego, wybrane audycje – głównie filmy, musi odbierać właśnie za pośrednictwem sygnału naziemnego. Zależy to od zasięgu koncesji wykupionej na emisję określonej pozycji. Takie ograniczone koncesje obniżają koszty zakupu filmów.

³⁵⁴ Ona, On, Muzyczny Relaks, Tele Uniwersytet, Junior, Info, Sport oraz inne.

³⁵⁵ Za: <http://tvmania.pl/tv.html> (Twój Vortal Medialny – Telewizja).

w decyzjach programowych, co - między innymi - pozwoliło na przesunięcie głównego wydania Faktów TVN z godz. 19.30 na godzinę 19.00. W 2000 roku firma SBS, posiadająca udziały w europejskich przedsiębiorstwach telewizyjnych, radiowych i internetowych, wykupiła od ITI 33-procentowy udział w TVN. Jej zamiarem jest przejęcie w przyszłości 50% udziałów. W 2000 roku TVN otrzymał koncesję na satelitarną emisję programu TVN24³⁵⁶, który rozpoczął emisję 9 sierpnia 2001 roku, zyskując coraz większą oglądalność. Do grupy programów TVN należy także od marca 2002 roku, TVN7, emitowany wcześniej jako odrębny program RTL7.

TVN wypracowując własną drogę dotarcia do polskiego widza, poza Faktami TVN³⁵⁷, realizowanymi z bardzo dużym zaangażowaniem przez pracowników stacji starających się utrzymać wysoki poziom dziennikarski i produkcyjny tej audycji. Zaangażowanie się stacji w kilka projektów, pozwoliło wymiennie podnieść oglądalność tej stacji³⁵⁸. Pierwszym projektem był teleturniej Milionerzy. Dzięki pozaeuropejskim kontaktom własnościowym tego nadawcy uzyskał on licencję na polską edycję audycji. Kolejne dwie nowe formy, z których tak odważenie TVN korzysta, to polska wersja belgijskiego *Agenta* oraz holenderskiego *Big Brother*. Z pewnością zaangażowanie w tego typu działania wskazuje na pewną cechę charakterystyczną tego nadawcy, która objawiła się już przy okazji pierwotnego umocowania *Faktów TVN* o godzinie 19.30. TVN, stosunkowo późno pojawiając się na polskim rynku, nie tylko zdołał zaangażować wielu pracowników telewizji publicznej, ale wciąż podejmuje bardzo odważne i być może ryzykowne działania, które jednak najczęściej przynoszą mu wymierny komercyjny sukces.

Nasza TV (TV4)

Po decyzji KRRiT z 17 lutego 1997 roku Nasza Telewizja uzyskała koncesję dopiero 20 marca 1997 roku. Z przyczyn organizacyjnych emisja ruszyła na przełomie lat 1997 i 1998. Program Naszej TV rozpowszechniany był za pośrednictwem nadajników naziemnych obejmujących 9,2% powierzchni i 16%

³⁵⁶ Przygotowywany we współpracy z CNN. Więcej na temata dobrego otwarcia TVN24 w: *Wojna światów – siła mediów*, „GW”, 12.10.2001, s. 6.

³⁵⁷ Już po modyfikacji godziny emisji tej audycji, w pierwszą niedzielę stycznia 2000 roku, przy uwzględnieniu współczynnika technicznego zasięgu TVN, według danych udostępnionych przez AGB Polska, audycja ta osiągnęła wyższą oglądalność (15%) niż główne wydanie Wiadomości TVP1 (14%).

³⁵⁸ O kondycji TVN w pół roku po rozpoczęciu emisji czytaj w: R. Piszczek, *Komercja z ambicjami*, „ATV”, 1998, nr 2, s. 30-36.

ludności Polski³⁵⁹. Właścicielem tej stacji była polska spółka Polskie Media SA z dopuszczonym już po uzyskaniu koncesji 22-procentowym udziałem spółki „ProCable”³⁶⁰.

Niewystarczające rozpoznanie rynku i grupy odbiorczej oraz niejednorodna grupa własności tej stacji doprowadziły do poważnych problemów finansowych tego nadawcy. Od września 1998 roku usiłował on rozwiązać problemy poprzez zmianę struktury ramowej oraz ścisłą współpracę z kanałem RTL7. Doprowadziło to do emitowania tych samych filmów o tej samej porze, co wydatnie zmniejszało koszty³⁶¹. Także audycja informacyjna opracowywana była przez tych samych specjalistów. Ostatecznie problemy Naszej TV zakończyły się wiosną 2000 roku, dzięki zmianie właściciela, a od 1 kwietnia tego samego roku, także nazwy programu na - TV4. Okazało się to bardzo korzystnym posunięciem, gdyż w pierwszych dwóch miesiącach oglądalność TV4 wzrosła dwukrotnie w stosunku do tych samych danych uzyskiwanych przez Naszą TV w końcu marca.

Poza sygnałem naziemnym emisję Naszej TV można było odbierać także za pośrednictwem sieci kablowych. Nasza TV podjęła współpracę z nadawcami funkcjonującymi w sieci TV Odra, co zaowocowało retransmisjami jej programu. Zanim doszło do zmiany właściciela tej stacji i przemiany w TV4, telewizja ta dostępna była w ofercie obu platform cyfrowych (od końca 1998 roku Nasza TV posiadała koncesję na nadawanie za pośrednictwem satelity). Jej następcą – TV4 - rozsyłany jest analogicznymi drogami, z wyłączeniem platformy cyfrowej Cyfra+.

Canal+

Przy tym wyliczeniu należy także wspomnieć o programach kodowanych. Wpisały się one już bardzo wyraźnie w architekturę polskiego systemu telewizyjnego. Canal+ jest jedynym polskim przedstawicielem tego typu programów. Właścicielem tej stacji jest Polska Korporacja Telewizyjna Sp. z o.o., której udziałowcami są Canal+ France, Polcom Invest oraz Agora SA Swoje

³⁵⁹ Dane za: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 141.

³⁶⁰ O początkach Naszej TV czytaj więcej w: R. Piszczek, „*Nasza” nie nasza?* „ATV”, 4/98, s. 35-41.

³⁶¹ Filmy emitowane były we wspólnym paśmie w godzinach mieszczących się w prime time (konkretnie w godzinach 19:00 – 22:30). Dzięki temu zabiegowi, obie stacje osiągnęły wspólną docieralność do 53% gospodarstw domowych (na podstawie danych AGB Polska). Wywołało to sprzeciw ze strony KRRiT, głównie ze względu na brak koncesji uprawniającej RTL7 do emisji swojego programu w Polsce i funkcjonowanie na podstawie zezwoleń przyznanych w Luksemburgu. Przedstawiciele RTL7 określali te działania jedynie jako użyczenie programu Naszej TV. Z kolei przedstawiciele Naszej TV powoływali się na niezależny zakup emitowanych audycji od firm, będących właścicielami RTL7. Sytuacja była o tyle problematyczna, że w tym okresie koncesja na nadawanie naziemne przyznana Naszej TV została ze względu na uchybienia formalne KRRiT uchylona przez Naczelny Sąd Administracyjny. W tym samym czasie podobną procedurę zastosowano w stosunku do TVN. Żaden z tych nadawców nie zaprzestał emisji sygnału, w nieoficjalnej wypowiedzi przedstawiciele KRRiT nie wskazali na potrzebę zawieszenia działalności tych stacji.

programy nadaje drogą naziemną, na podstawie koncesji przyznanej w 1995 roku. Jednak już w 1994 roku rozpoczęła się emisja Canal+, dostępna za pośrednictwem satelity. Poza tym trzy kanały Canal+ (poza standardową dodatkowe wersje to niebieski i żółty) są oczywiście dostępne w ofercie Cyfry+. Wzorem HBO sygnał Canal+ dostępny jest także za pośrednictwem 330 sieci kablowych obejmujących 2 mln gniazd³⁶². W Europie, poza polską wersją tej stacji, funkcjonują także jej odpowiedniki w Belgii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Włoszech, Szwecji, Norwegii, Danii i Finlandii.

Pod koniec 1999 roku, biorąc pod uwagę zasięg sygnału rozpowszechnianego za pośrednictwem wszystkich możliwych form przekazu, Canal+ mógł być odbierany za pośrednictwem nadajników naziemnych (część niekodowana programu) przez 35% ludności w 19 największych miastach Polski i ich okolicach, natomiast poprzez pozostałe systemy rozsiewcze (program kodowany) przez około 25% mieszkańców Polski. Dane te są zniekształcone przez udział tego programu w związanej z nim kapitałowo platformie cyfrowej Cyfra+, a także przez emisję w jej ramach dwóch dodatkowych wersji tego programu – Canal+ niebieski i żółty³⁶³. Nie zawierają one odmiennej oferty programowej, a jedynie stanowią pewien wariant podstawowego Canal+, zmieniony na płaszczyźnie czasu emitowania poszczególnych audycji w wymiarze godzinowym i dziennym.

Program ten jest kanałem tematycznym – filmowym, funkcjonującym 24 godziny na dobę. W ciągu 3 lat profil Canal+ w znacznym stopniu odbiegł jednak od typowego kanału tematycznego. Znaczna część oferty programowej Canal+ obejmuje obecnie transmisje sportowe, głównie mecze piłki nożnej, wymiennie zwiększa liczbę abonentów.

Nadawca społeczny – Telewizja Familijna

Telewizja Niepokalanów Plus nie jest mocną stacją w polskim systemie audiowizualnym, ze względu na charakterystyczny profil warto przedstawić jej funkcjonowanie w ramach ogólnego systemu. Od 12 grudnia 1994 roku, na podstawie koncesji KRRiT oraz oficjalnej zgody Episkopatu Polski, stacja ta

³⁶² Informacje na podstawie: http://www.canalplus.pl/grupa_canal+/grupa_canal.htm oraz http://www.zolty.pl/ofirmie_txt.html

³⁶³ Na nadawanie Canal+ Polska Niebieski i Canal+ Polska Żółty, Polska Korporacja Telewizyjna otrzymała koncesję 26 listopada 1998 roku.

nadawała program na obszarze jednego województwa (dawne skierniewickie)³⁶⁴. Od 1997 roku, dzięki minimalnemu podniesieniu standardów technicznych i programowych, uzyskała zgodę na rozszerzenie emisji³⁶⁵. Na początku 2000 roku, po wstępnych próbach emisji sygnału przeprowadzanych jeszcze w 1999 roku, TV Niepokalanów uzyskała dostęp do cyfrowej emisji satelitarnej oraz znalazła się w ofercie platformy cyfrowej Wizja TV, a także 200 (do początku 2000 roku) operatorów sieci kablowych³⁶⁶. Dzięki takiemu potrójnie ukierunkowanemu zasięgowi ma ona możliwość dotarcia do około 40% odbiorców w Polsce.

W 1998 roku Telewizja Niepokalanów powoła spółkę produkcyjną Telewizja Familijna, mającą przede wszystkim za zadanie finansowo wspierać tę stację i zapewniać jej warunki dalszego rozwoju. 48% udziałów tej spółki jest rozdzielone m.in. między: KGHM Metale, Polski Koncern Naftowy, PZU Życie, Prokom Investment. Głównym jej właścicielem pozostaje Zakon Ojców Franciszkanów. Z nadawcą tym współpracuje wiele katolickich telewizji z Włoch, Austrii, Francji, Ameryki Północnej i Południowej. W Polsce współdziała z diecezjami, zgromadzeniami zakonnymi oraz ośrodkami koncentrującymi katolickie środowiska laickie³⁶⁷.

W wyniku złożenia na początku 2001 roku wniosków o zmianę nazwy na Telewizja Puls oraz zezwolenie na nadawanie drogą rozszewczą satelitarną programu Niepokalanów II Kuria Prowincji Ojców Franciszkanów uzyskała zgodę na te działania i rozpoczęła nadawanie sygnału w zmienionej postaci.

Telewizja Plus oraz Niepokalanów II jest jedyną polską stacją niepubliczną, której można przyporządkować nieformalny status nadawcy społecznego³⁶⁸. Problemy finansowe³⁶⁹ doprowadzą najprawdopodobniej w 2003 roku do zaprzestania nadawania sygnału. Powstała w ten sposób niszę odbiorczą, zapewne wypełni Tadeusz Rydzik ze swoją Telewizją Trwam.

³⁶⁴ Na temat początków organizacyjnych Telewizji Niepokalanów szerzej w: C. Curyło, *Sygnal misyjny*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 23-28.

³⁶⁵ Nadajniki w Łodzi, Warszawie, Opolu i Gorlicach.

³⁶⁶ Za: <http://tvmania.pl/tv.html> oraz <http://www.tn.com.pl/tv/mo.html>.

³⁶⁷ Za: <http://www.tn.com.pl/np.html>.

³⁶⁸ Wskazanie na możliwość funkcjonowania nadawcy o takim statusie pojawiło się już w: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1996, s. 24. Także rozporządzenie KRRiT z 3 czerwca 1993 roku (Dz. U. nr 69, poz. 304, 1994) wraz z późniejszymi zmianami dotyczące wysokości opłat koncesyjnych umożliwiło wprowadzenie pewnych zniżek dla nadawców nie emitujących reklam i audycji sponsorowanych (o 80%) oraz dla nadawców emitujących poniżej 2% reklam dziennego czasu nadawania (o 50%), w pełni zasady dotyczące nadawcy społecznego zostały uregulowane w nowelizacji ustawy z 2001 roku.

³⁶⁹ Por.: *Kto nie ufa rodzinie*, „GW”, 5.04.02, s. 26.

Inni nadawcy polskojęzyczni

HBO

Podstawą nadawania w Polsce sygnału ponadgranicznego z Węgier (uprzednio z Niemiec) są te same zapisy, jakie dawały możliwość emisji sygnału RTL7. Jednakże do 2000 roku HBO nie złożyło oficjalnego podania o przyznanie koncesji na nadawanie w Polsce³⁷⁰. Od 1998 roku HBO jest członkiem Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Komunikacji Kablowej. Dzięki współpracy z sieciami kablowymi (pod koniec 1999 roku – ponad 100 sieci kablowych) od wejścia na polski rynek w 1996 roku nadawca ten bardzo szybko znalazł swoje miejsce w polskim systemie medialnym. Poza dystrybucją kablową program HBO dystrybuowany jest za pośrednictwem przekazu satelitarnego. Znajduje się także w ofercie platformy Cyfra+. Podobnie jak Canal+, HBO jest tematycznym – filmowym kanałem kodowanym. Jednak mimo równie długiego jak Canal+ udziału w polskim rynku odbiorczym stacja ta utrzymuje swój niezmienny profil, koncentrując się na emisji filmów fabularnych³⁷¹.

Właścicielem HBO jest amerykański koncern medialny Time Warner. W USA HBO funkcjonuje od blisko 30 lat i ma tam ponad 35 mln abonentów. Od początku lat 90. jego pozaamerykańskie wersje funkcjonują nie tylko w Europie, ale także w Ameryce Południowej oraz w południowo-wschodniej Azji.

4.1.3. Perspektywy reklamowe w telewizji

Oglądalność, która decyduje o dochodach stacji i zarazem jej kondycji finansowej oraz możliwościach podnoszenia poziomu nadawanych programów i zakupu np. najnowszych filmów, przekłada się wprost na dochody z reklam. Oczywiście telewizja publiczna opiera się również na dochodach z abonamentów, ale, jak już wskazałem, nie stanowią one zasadniczych przychodów tych nadawców. Istotnym czynnikiem kształtującym architekturę realnej sytuacji w dziedzinie nadawania reklam są przepisy prawne i wynikające z nich ograniczenia.

Nadawcy prywatni mogą przerywać programy i filmy w celu emisji bloków reklamowych co mniej więcej 20 minut. Zostało to zagwarantowane wspomnianym

³⁷⁰ Canal+ kierował przeciw HBO skargi do KRRiT na bezprawne rozprowadzanie sygnału tej stacji za pośrednictwem polskich sieci kablowych. Sprawa jednak nie została rozstrzygnięta. Analiza prawna podstawy HBO do nadawania na teren Polski swego sygnału, zarówno za pośrednictwem satelity, jak i sieci kablowych została przeprowadzona w: J. A. Żurawski, *Casus HBO*, „ATV”, 1999, nr 4/5, s. 132-137. Więcej na temat początków HBO i przyczyn transgranicznej emisji sygnału tej stacji znajduje się w: R. Piszczek, *Rozruch z przeszkodami*, „ATV”, 1997, nr 4, s. 32-37.

rozporządzeniem KRRiT z 1993 roku o działalności reklamowej (par. 8.1). Nie jest to możliwe w telewizji publicznej. Podwyższa to wartość telewizji publicznej w opinii widzów, ponieważ aż 65% wolałoby, aby również w telewizjach komercyjnych filmy i audycje nie byłyby przerywane reklamami³⁷². Skrajnym przypadkiem funkcjonowania tego 20-minutowego limitu jest telewizja Polsat³⁷³, która przerywa audycje i filmy dokładnie co 20 minut. Prowadzi to do takiej sytuacji, że bohater filmu urywa swoją kwestię w pół słowa, ponieważ emitowany jest blok reklamowy. Jest to sprzeczne z dyrektywą Rady 97/36/WE i nową polską ustawą, zapewniającymi niezakłócanie blokami reklamowymi spójności emitowanych programów.

Około 70% dochodu z reklam telewizji komercyjnych pochodzi z emisji reklam w trakcie audycji³⁷⁴. Telewizja publiczna emituje reklamy wyłącznie podczas przerw między poszczególnymi audycjami. I tak w godzinach 19.00-20.00 TVP1 ma możliwość emisji 7 minut reklam (5 minut przed „Wiadomościami”, minuta przed prognozą pogody i minuta przed wiadomościami sportowymi), podczas gdy nadawcy komercyjni, którzy mogą przerywać reklamami określone audycje, mają w tym samym czasie 12 minut na emisję reklam³⁷⁵. Jest to bardzo poważne ograniczenie, o istotnych konsekwencjach finansowych. Może z tego wynikać, że wskaźnik przychodu tzw. sprawności reklamowej z jednego procenta oglądalności jest o wiele wyższy dla stacji niepublicznych.

³⁷¹ Opracowane na podstawie informacji udostępnionych przez HBO Polska.

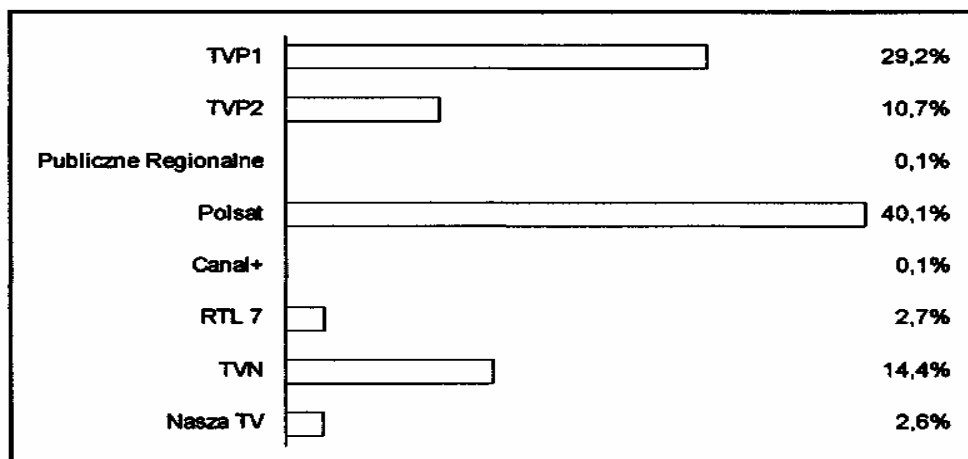
³⁷² Za: C. Curyło, *Lata coraz tłustsze*, „ATV”, 1998, nr 9, s. 85.

³⁷³ To właśnie Polsat, wraz z TVN jako pierwsi wprowadzili dzielenie ekranu na dwie części podczas zakończenia poprzedniej audycji w celu wprowadzenia na drugiej połowie zapowiedzi kolejnych audycji. Ten zabieg pozwala w mniejszym czasie ekranowym zamieścić większą ilość informacji, co pozostawia więcej czasu na reklamy, bez straty czasu emisyjnego przeznaczonego na wewnątrzprogramowe zapowiedzi.

³⁷⁴ Por.: C. Curyło, *Lata...*, wyd. cyt., s. 84-85.

³⁷⁵ Za: T. Sieniutycz, *Równość czy przywileje*, „ATV”, 1998, nr 10, s. 81, tam także więcej o wprowadzaniu limitów reklamowych w TVP.

Tabela 10. Deklarowany udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w 1998 roku

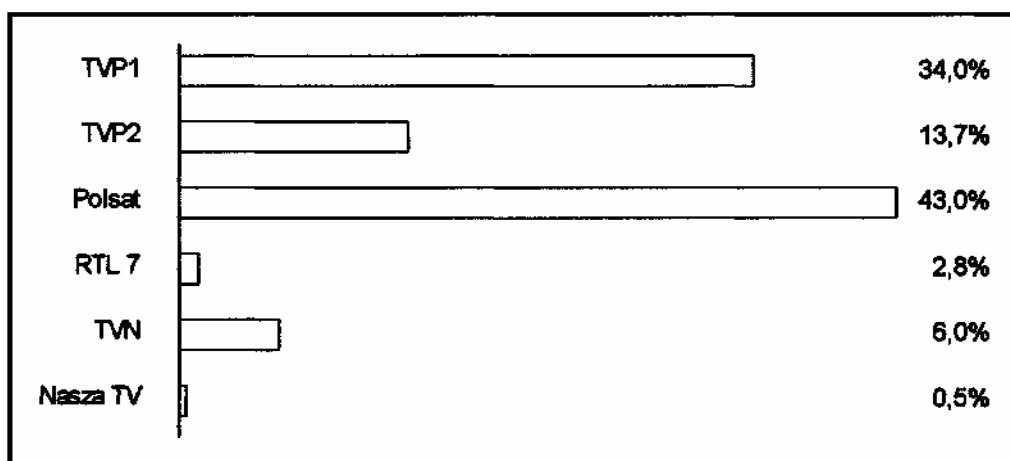


Źródło: Expert Media, za: M. Wiśniewski, Jedyńka kontra Polsat, „Aktualności Telewizyjne”, 1999, nr 3, s. 92

Dane dotyczące udziału w rynku reklamowym w 1998 roku przedstawia tabela 10³⁷⁶.

Nie są to jednak dane do końca odpowiadające prawdziwej sytuacji, zostały bowiem opracowane na podstawie cenników, bez uwzględnienia powszechnie stosowanych zniżek. Biorąc je pod uwagę i dokonując pewnych szacunkowych obliczeń, realną sytuację na telewizyjnym rynku reklam można przedstawić w świetle o wiele bardziej korzystnym dla telewizji publicznej, co widać w tabeli 11. W takiej sytuacji TVP SA obejmuje 48%, natomiast Polsat 43%. Niestety, dane te

Tabela 11. Realny udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w 1998 roku



Źródło: Expert Media, za: M. Wiśniewski, Jedyńka kontra Polsat „Aktualności Telewizyjne”, 1999, nr 3, s. 92.

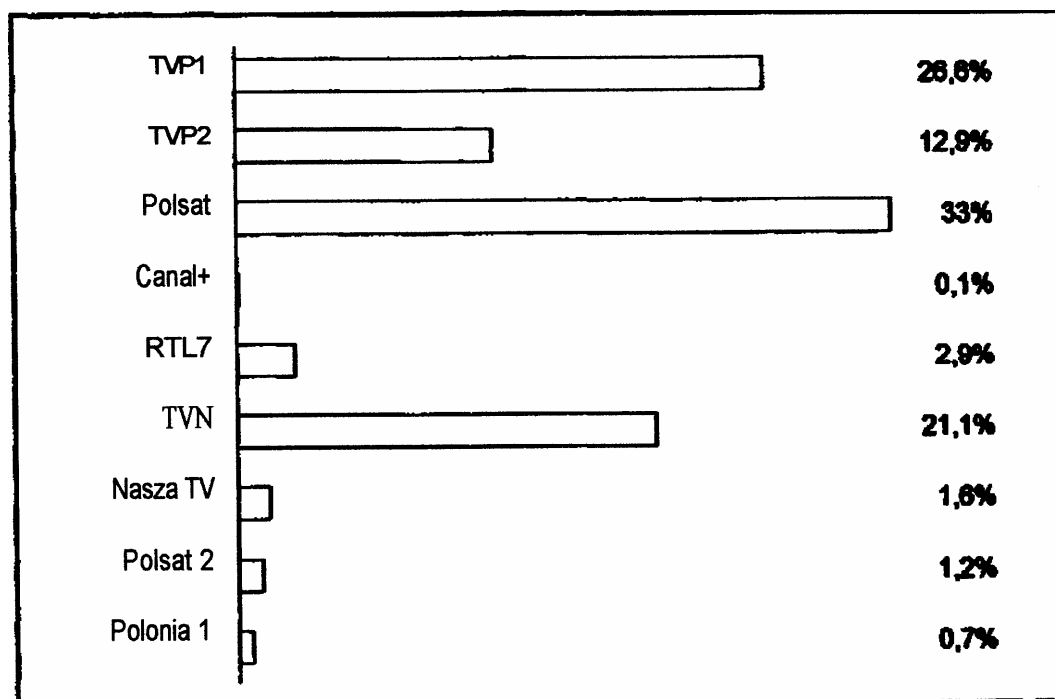
³⁷⁶ W większości przypadków kwoty procentowe nie sumują się do 100%. Pozostałe niewielkie wartości liczbowe obejmują kategorię „inne stacje”, których udział w zagadnieniach poruszanych w tabelach osiąga poniżej 0,1%.

pozostają danymi szacunkowymi.

Nowsze dane dotyczące rozkładu dochodów z reklam w październiku 1999 roku opracowane na podstawie oficjalnych cenników przedstawione są w tabeli 12. Następne tabele przedstawiają dane z lat 2000, 2001 oraz 2002.

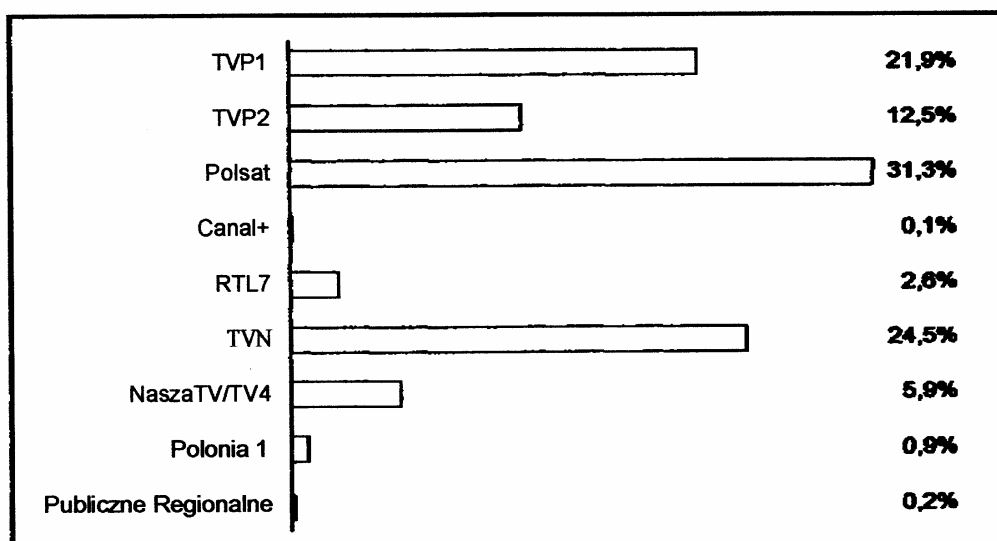
Na ich podstawie wyraźnie widać kilka tendencji. Rok 2000 był dla TVP1 rokiem wyraźnego spadku udziału w rynku reklam, jednak od tego czasu następuje powolny i nierównomierny wzrost tego wskaźnika. Jednocześnie był to rok najwyższych osiągnięć dla Polsatu i TVN. Ten pierwszy nadawca notuje od tego czasu spadek udziału w podziale reklamowego tortu. Podobny spadek, związany ze zmianami własności zmianami programowymi zanotowały zarówno TV4, jak i RTL7. Sprawność reklamową TVN7 bardzo trudno ocenić po zaledwie kilku miesiącach działania tej stacji. Natomiast od 1998 roku niezmienny wzrost udziału w rynku reklam wykazuje TVP2. Oczywiście dane te są tylko danymi oficjalnie deklarowanymi i wysokość upustów udzielana przez np. nadawców publicznych może być praktycznie nieograniczona. Wskazują one jednak na pewne wyraźne tendencje.

Tabela 12. Deklarowany udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w 1999 roku



Źródło: AGB Polska, za: Tele@top, 1999, nr 12, s. 65.

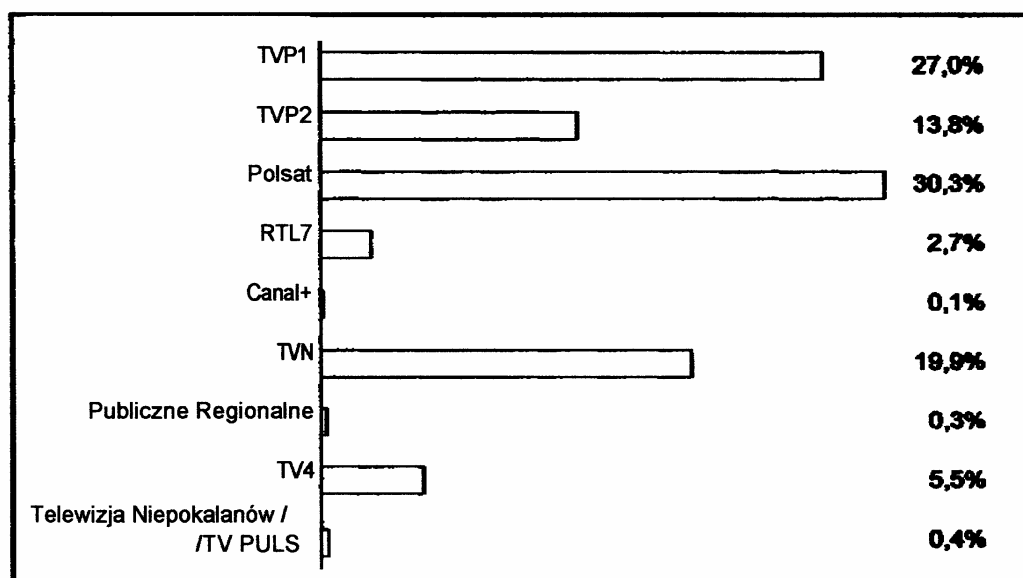
Tabela 13. Deklarowany udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w 2000 roku



Źródło: AGB Polska, za: <http://www.agb.pl>

Mimo potencjalnie niższego wskaźnika „sprawności reklamowej” emisji w telewizji publicznej w Polsce inwestorzy chętnie zamieszczają reklamy w TVP. Telewizje niepubliczne nie są w stanie przejąć szerszego grona reklamodawców od wysoko ocenianej pod względem wiarygodności i mającej wysokie wskaźniki oglądalności telewizji publicznej.

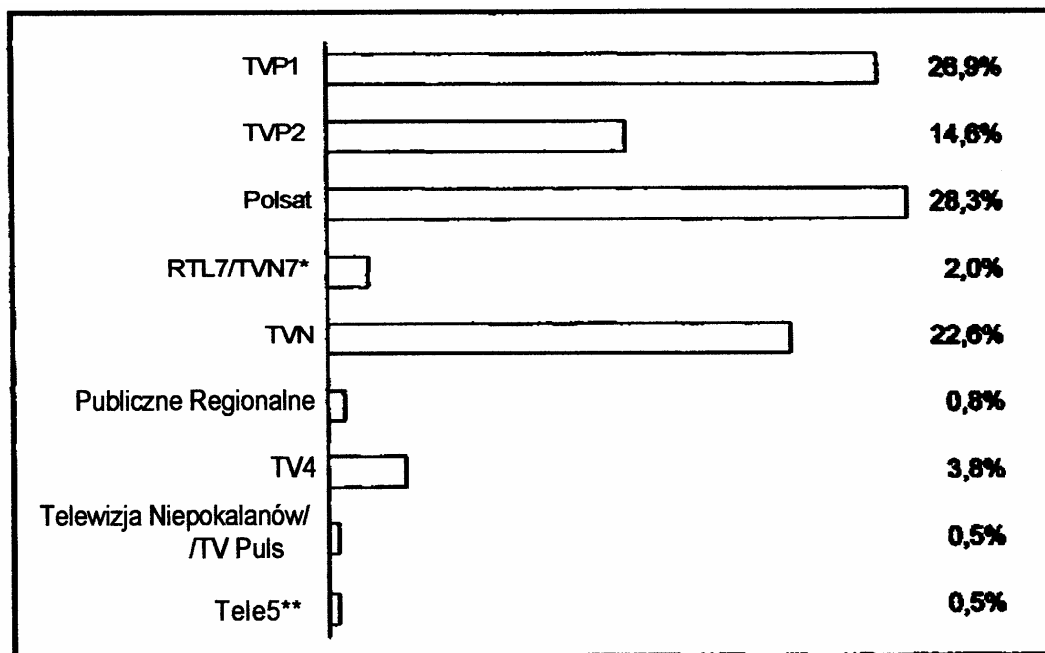
Tabela 14. Deklarowany udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w 2001 roku



Źródło: AGB Polska, za: <http://www.agb.pl>

Jest to odzwierciedlenie tendencji; jaka pojawiła się w Europie, gdzie bardziej świadomie dostrzega się, głównie ze względu na docelową grupę odbiorców, opłacalność reklamowania się za pośrednictwem telewizji publicznej³⁷⁷.

Tabela 15. Deklarowany udział poszczególnych stacji w rynku reklamy w pierwszych 11 miesiącach 2002 roku



* od marca 2002 roku

** od maja 2002 roku

Źródło: AGB Polska, za: <http://www.agb.pl>

Oprócz wyższego stopnia wiarygodności telewizji publicznej i stosunkowo wysokich wskaźników jej oglądalności, bardzo istotna dla reklamodawców jest grupa, reprezentowana przez najszerze i najbardziej zróżnicowane grono stałych widzów kanałów publicznych.

Telewizje publiczne, nawet jeżeli stają wobec konieczności podnoszenia oglądalności, nie czynią tego zawsze kosztem jakości. Szczególnie wyraźnie widać to w przypadku programów informacyjnych oraz programów dla dzieci. Powszechnie znana próba podjęta przez TVN, mająca na celu przejęcie części widowni „Wiadomości”, zakończyła się ostatecznie przesunięciem wstecz o pół godziny emisji głównego wydania „Faktów”. Zresztą w dziennym rozkładzie godzinowym oglądalność TVP1 niewspółmiernie wzrasta właśnie między godz. 19.30 a 20.00. Również i innego typu programy informacyjne i publicystyczne,

³⁷⁷ Por.: R. W. Dill, wyd. cyt., s. 85-86, oraz A. Komorowski, *Media za granicą*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z.

dzięki swej rzetelności i nieskandalizującemu charakterowi, najchętniej oglądane są w telewizji publicznej³⁷⁸.

Kolejnym elementem bardzo znamienne charakteryzującym nadawcę publicznego jest audytorium. Dociera ona bowiem praktycznie do najszerzej i najbardziej zróżnicowanej grupy społeczeństwa. Telewizje komercyjne mogą się pochwalić widownią o wiele mniej zróżnicowaną, szczególnie w kategorii wiekowej. Społeczeństwo europejskie bardzo szybko się starzeje, co również nie omija Polski, z jej ujemnym przyrostem naturalnym. Nie tylko w naszym kraju, co mogłoby wynikać z przyzwyczajień odbiorców, telewizje publiczne przyciągają wielu starszych widzów, których udział procentowy w danych dotyczących oglądalności telewizji komercyjnych jest porównywalnie niewielki.

Ostatni, ale najważniejszy chyba argument jest bardzo ściśle związany z jakością i wypełnianiem misji publicznej. Z pewnością odbiorcy programów telewizji publicznej, poważniejszych, nastawionych w mniejszym stopniu na rozrywkę niż ma to miejsce w telewizjach prywatnych, poważniej podejść do samych reklam i treści przez nie przekazywanych. Oczywiście potrzebna jest pewna ogólna świadomość tego, że reklamy stanowią w dużym stopniu filar ekonomicznego funkcjonowania stacji nadawczych i są nieodłącznym elementem wolnego rynku. Przy takim rozumieniu problemu z pewnością łatwiej będzie dotrzeć do widza, który świadomie włącza telewizor w oczekiwaniu na jakiś program, a nie ucieka przed reklamami emitowanymi choćby w telewizji Polsat, przełączając odbiornik na RTL7. Warto przy tym zauważyć, że godziny emisji reklam w całej sieci RTL są przesunięte o kilka minut, co umożliwia takie właśnie zachowania. Zwiększa to w oczywisty sposób oglądalność jej programów. W tym miejscu, co widać na podstawie danych zawartych w tabelach, przed polskim nadawcą publicznym otwierają się perspektywy, które przy pewnych działaniach informacyjnych na temat zasad funkcjonowania i działania reklamy telewizyjnej mogą nauczyć polskiego odbiorcę świadomego odbioru bloków reklamowych. Podniosłoby to automatycznie atrakcyjność programów publicznych jako środka przekazu reklamy.

Prognozy długoterminowe wskazują na stały wzrost kosztów utrzymania stacji telewizyjnych w Europie. Z tym bezpośrednio wiąże się wzrost cen czasu

Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 107.

³⁷⁸ O zaletach reklamowania się w telewizji publicznej więcej w: S. Bratkowski, wyd. cyt., s. 13 i nast.

antenowego i emisji reklam. Jest to kolejny element związany ze stopniowym ustabilizowaniem się sytuacji nadawcy publicznego w Polsce i opłacalnością wykorzystywania go jako emitenta reklam. Nieznaczne podniesienie cen opłat abonamentowych oraz zwiększenie ich ściągalności mogłoby umożliwić wolniejszy wzrost cen reklam w telewizji publicznej w stosunku do wzrostu cen reklam w telewizjach komercyjnych.

Na zakończenie tej części zacytuję wnioski dotyczące rynku reklamy radiowo-telewizyjnej, zawarte w „Sprawozdaniu KRRiT” z 2000 roku:

- polski rynek reklamowy zakończył okres pionierski, osiągnął europejskie standardy i dalszy jego rozwój uwarunkowany będzie wzrostem gospodarczym Polski;
- niższe tempo wzrostu wydatków na reklamę spowodowało zaostrenie konkurencji na rynku mediów;
- w związku z sytuacją gospodarczą kraju nie należy się spodziewać (jak w ostatnich latach) kilkudziesięcioprocentowych wzrostów wydatków na reklamę;
- udział telewizji w rynku reklamowym jest stabilny, a koszty emisji reklam kształtują się na poziomie zbliżonym do rynków w porównywalnych państwach europejskich;
- przewiduje się, iż platformy cyfrowe (Cyfra+ i kanały tematyczne Polsatu) w ciągu najbliższych kilku lat nie spowodują zmian na rynku reklamy, mimo powiększenia oferty o programy radiowe³⁷⁹.

4.1.4. Oglądalność polskich telewizji

Od czasu rozpoczęcia przez KRRiT w 1993 roku pierwszych procesów koncesyjnych, sytuacja polskiej telewizji publicznej stale się zmienia. Pojawienie się silnej i wciąż się rozwijającej konkurencji w postaci licznych telewizji reklamowych, a następnie platform cyfrowych sprawia, że mimo względnego ustabilizowania sytuacji ogólnej między nadawcami, kondycja nadawcy publicznego ciągle się pogarsza. Dominująca i monopolistyczna pozycja tej telewizji przez wiele lat zapewniała jej główne miejsce w rynku przekazu. Jednak obecnie poważnym problemem jest kwestia równowagi pomiędzy wypełnianiem „misji” a dostosowaniem się do konkurencji i zachowanie niezachwianej pozycji na

³⁷⁹ Za: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 2000, s. 85-86.

rynku. W tym przypadku będzie się to bezpośrednio przekładało na oglądalność, z którą związane będą, na zasadzie sprzężenia zwrotnego, dochody z reklam. Wspólne dochody programów telewizji publicznej stanowiły w 1994 roku prawie 60% ich przychodu. W 1997 roku wynosiły one dokładnie 56%. W roku 2000 wzrosły do 70%. Jak widać na podstawie tabeli 1, wyższe dochody z reklam ma tylko telewizja publiczna w Hiszpanii (wyłączając z tego ITV o specyficznym statusie), a poza tym owe stosunkowo niskie 56% stanowi 150% średniej unijnej³⁸⁰. Niestety, polska telewizja publiczna uzależniona jest od rynkowych warunków popytu i podaży. Dzieje się tak, gdyż od „głębokości” rynku reklamowego zależy możliwość istnienia i funkcjonowania nie tylko telewizji reklamowych, ale także telewizji publicznej.

Szczegółowy procentowy udział wysokości przychodów TVP SA z reklam, sponsoringu oraz wpływów abonamentowych w poszczególnych latach przedstawia tabela 16.

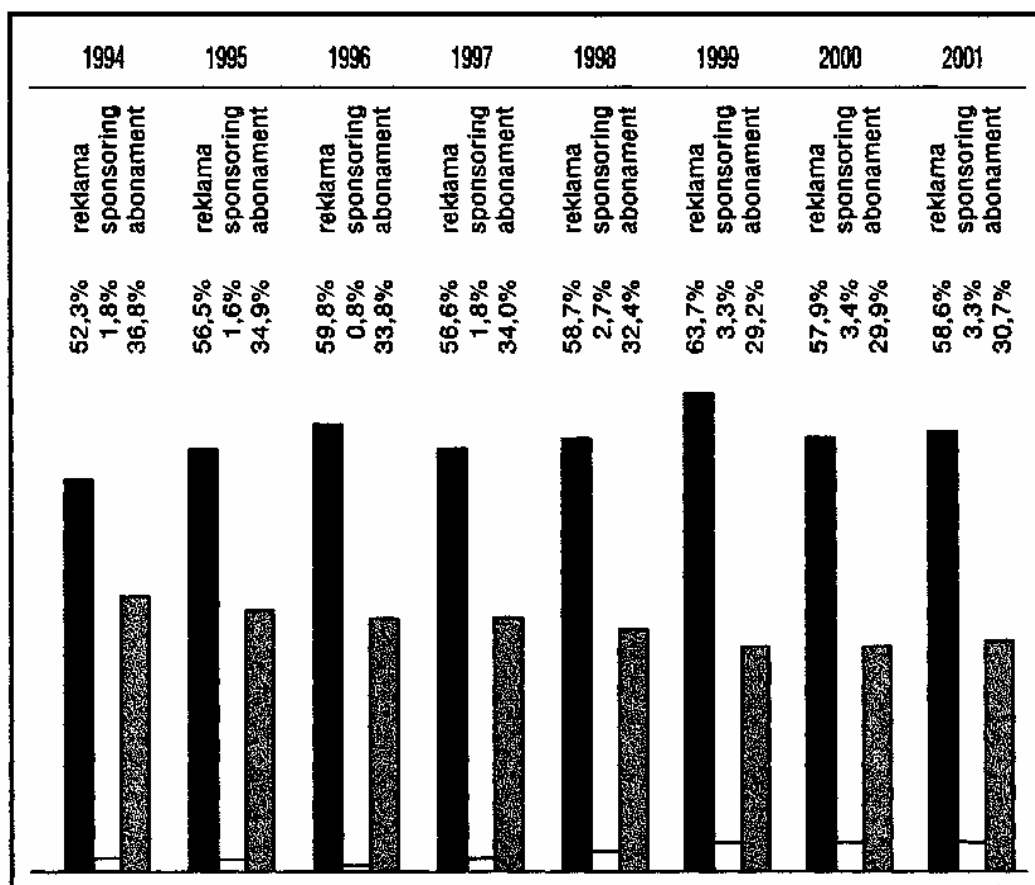
W 1994 roku oglądalność programów telewizji publicznej - a należy pamiętać, że w owym czasie istniały zaledwie dwie stacje komercyjne o zasięgu ogólnokrajowym nadające w języku polskim: Polsat i Polonia 1 - wynosiła około 85%³⁸¹.

Sytuacja ze stycznia 1996 roku, bardziej charakterystyczna dla poprzedniego roku niż dla całego 1996, wyglądała już nieco inaczej. Telewizje

³⁸⁰ Dane opracowane na podstawie: *Sprawozdanie KRRiT*, Warszawa 1997, oraz materiałów udostępnionych przez Departament Programowy Biura KRRiT.

³⁸¹ Za: *Konkurencja a regulacja...*, wyd. cyt., s. 67.

Tabela 16. Procentowy udział dochodu TVP SA 2 reklam, sponsoringu oraz abonamentu w latach 1994-2001



Źródło: Sprawozdanie KRRT z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, część informacyjna, Warszawa 2002

Uwaga: wartości pozostałe do 100% zawierają sprzedaż audycji oraz inne usługi oświadczone przez TVP

publiczne osiągnęły wynik o około 8% niższy. Jest to wynik wysoki, ale zaznaczyła się już tendencja spadkowa. Funkcjonujący już wówczas Polsat nie zdołał jeszcze uzyskać lepszych wyników niż TVP2. Nieco inaczej przedstawia się sytuacja w 1996 rok. Polsat w dalszym ciągu nie zdołał prześcignąć „dwójki”, ale różnica ta mieści się w granicy błędu procentowego. Stacja ta, wraz z RTL7 i TV Wisła, odebrała publiczność głównie TVP1 (spadek z 50,5% do 38,4%).

Z kolei w roku 1997 funkcjonowało już 6 stacji komercyjnych i oglądalność ogólnopolskiej telewizji publicznej spadła jeszcze bardziej znacząco. Widownię odebrała głównie telewizja Polsat, której oglądalność osiągnęła już wówczas ponad 25%. Tym samym wyprzedził on wreszcie TVP2. Oczywiście znacznie wzrosły

także notowania TV Wisła/TVN. RTL7 zmienił oglądalność tylko w niewielkim ułamku procenta, ale wynika to ze sposobu rozprowadzania sygnału tego nadawcy.

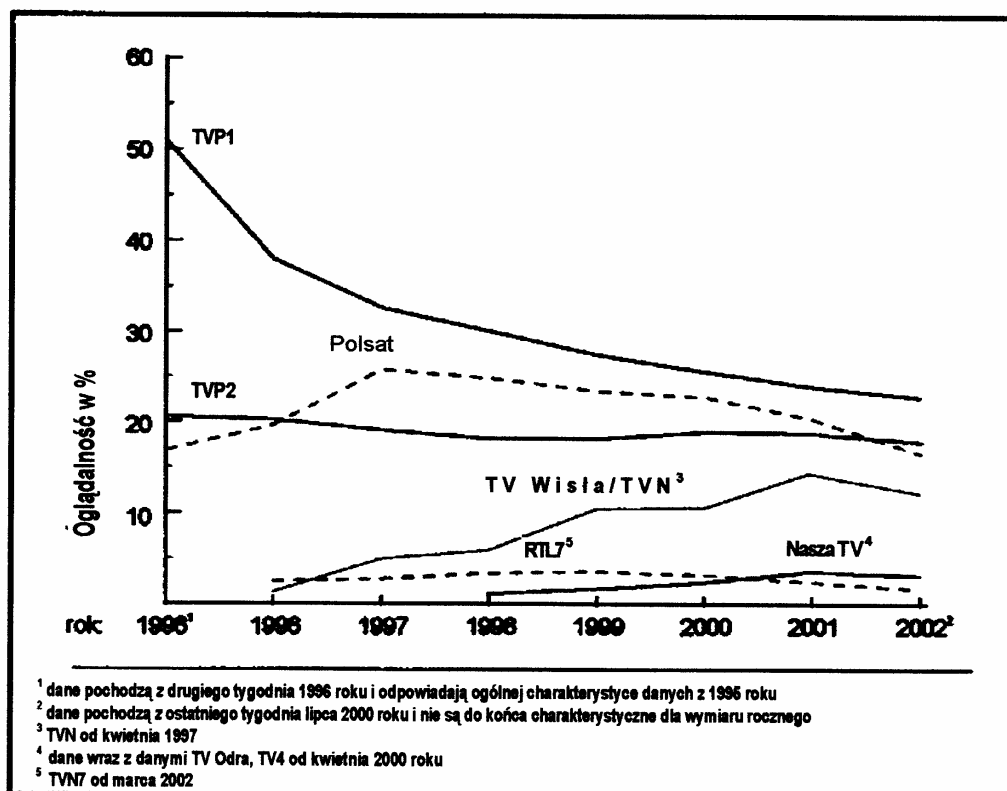
W 1998 roku oglądalność ogólnopolskiej telewizji publicznej (TVP1 i TVP2) spadła poniżej 50%³⁸², głównie za sprawą TVN oraz nowo uruchomionej Naszej TV, a także wzrostu oglądalności programów Canal + i RTL7. Przemiany te nie ominęły także Polsatu, który stracił ułamek procenta publiczności. Pozornie niewiele, ale dla tej tak dynamicznie rozwijającej się w latach wcześniejszych stacji z pewnością musiała to być swego rodzaju „klęska”. Spośród programów publicznych najmniejszy spadek – zaledwie o niecały 1% – zanotował TVP2. W tym czasie powstanie nowych stacji telewizyjnych - bez względu czy zdobywały one od razu dużą część, czy też niewielką publiczność - zawsze powodowało pewne zachwianie notowań istniejących już stacji. Muszą one po prostu znaleźć własną widownię, odbierając ją nadawcom działającym dłużej na rynku. Po raz pierwszy jednak odebrały one widownię innej stacji komercyjnej. W owym czasie niewielki wzrost procentowy zanotowała jedynie satelitarna telewizja publiczna TV Polonia. W 1998 roku walka o oglądalność rozegrała się głównie między telewizją komercyjną Polsat i dwoma programami telewizji publicznej – TVP1 i TVP2. W dalszym ciągu prowadziła „jedyńka”, na drugim miejscu lokował się Polsat, na trzecim „dwójka”. Są to oczywiście dane uśrednione, ponieważ w ciągu roku były momenty, gdy oglądalność Polsatu, w skali miesiąca w 1998 roku, odbiegała o zaledwie 2% od oglądalności TVP1. Z kolei w lipcu TVP2 wyprzedzał Polsat. Wynika to w dużej mierze z faktu, że wszelkie zmiany oglądalności odbywają się między tymi trzema programami. W tym czasie wykresy rocznej oglądalności dwu programów telewizji publicznej miały mniej zsynchronizowany przebieg, z przeciętną różnicą około 15%. Z kolei wykres oglądalności Polsatu był niemalże lustrzanym odbiciem oglądalności „jedyńki”.

Prognozy związane z 1999 rokiem były bardzo optymistyczne, szczególnie dla telewizji publicznej. Jak się okazało, sprawdziło się to w przypadku TVP2. Jedynym „sukcesem” TVP1 było utrzymanie (zmniejszonej i to tylko poza *prime time*) dominacji Polsatu, który także stracił widownię. Z kolei sukcesem Polsatu, mimo relatywnie gorszego udziału w danych dotyczących oglądalności ogólnej było wyprzedzenie (o ułamek procenta, ponownie w granicach błędu) TVP1 w *prime time*. W 1999 roku najwięcej spośród stacji zyskała ponadregionalna TVN.

³⁸² Oglądalność telewizji publicznej, włączając w to TV Polonię oraz TV3 spadła poniżej 50% dopiero w 2000 roku.

Powoli polski system telewizyjny dochodził do etapu, który telewizje państw Unii Europejskiej osiągnęły kilka lat wcześniej. Otóż po liberalizacji i powstaniu licznych stacji komercyjnych oglądalność telewizji publicznych znacznie zmalała. Przez pewien okres przynosiły one straty, następnie sytuacja się stabilizowała i w niektórych przypadkach nadawcy ci nie tylko przestali być deficytowi, ale nawet wypracowywali zysk. Zgodnie z prognozami rok 1999 miał być w Polsce ostatnim rokiem strat w związku z funkcjonowaniem telewizji publicznej. Te prognozy wynikały, między innymi, z tego, że poza chwilowymi zmianami w oglądalności Polsatu wszystkie pozostałe stacje komercyjne konkurują przede wszystkim między sobą. Wielka trójka telewizji polskich skupiała w 1999 roku 70% widowni.

Tabela 17. Zmiany oglądalności poszczególnych stacji telewizyjnych w latach 1996-2002



Ogólną tendencję opisaną jednostkowo zmian oglądalności poszczególnych stacji telewizyjnych w Polsce w ciągu ostatnich kilku lat dobrze charakteryzuje wykres zaprezentowany w tabeli 17. Natomiast tabela 18 przedstawia ogólne zmiany oglądalności telewizji publicznych i telewizji komercyjnych.

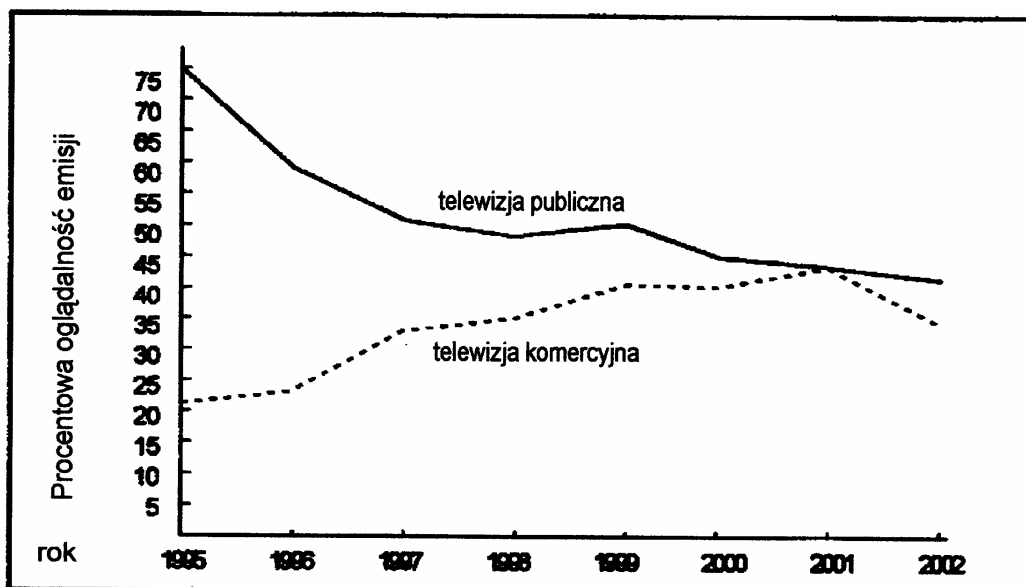
Wyraźnie widać, że oglądalność głównych polskich nadawców systematycznie spada, bez względu na to, czy są to nadawcy komercyjni, czy też

publiczni. Związane jest to z niewielkim, ale systematycznym wzrostem oglądalności programów dostarczanych za pośrednictwem sieci kablowych, programów tematycznych, programów lokalnych oraz programów zagranicznych dystrybuowanych za pośrednictwem platform cyfrowych.

Równomierny wzrost oglądalności TVN, osiągający szczyt w 2001 roku nie uchronił także tej stacji przed tendencją, której już wcześniej poddały się telewizje publiczne oraz Polsat. Zresztą Polsat po raz pierwszy od 1996 roku osiągnął w 2002 roku wyniki gorsze niż TVP2, sięgając oglądalności w granicach 17%, porównywalnej z udziałami w widowni, jakie miał przy początkach nadawania programu.

Najprawdopodobniej najszybciej tendencję spadkową zatrzyma TVP1, a także oczywiście TVP2, które tradycyjnie trzyma się w okolicach progu 20%, w niewielkim stopniu odbiegając od wartości osiąganych także w 1995 roku.

Tabela 18. Zmiany oglądalności polskiej telewizji publicznej i głównych telewizji komercyjnych w latach 1995-2002



4.2. Poziom programowy

Dotychczas została omówiona sfera pozaprogramowa. Zamknęły się w niej zagadnienia legislacyjne, ogólna charakterystyka polskich jednostek nadawczych oraz, zależna od odbiorców, oglądalność. Poniższy opis ma służyć ukazaniu miejsca programów poszczególnych nadawców w polskim systemie telewizyjnym³⁸³. Ponadto, wskazanie na podział gatunkowy związane jest z przepisami dyrektywy 97/36/WE ingerującymi w emisje stacji na poziomie programowym. Zostanie to szerzej omówione i wyjaśnione w kolejnej części książki.

Badanie własne, którego wyniki stanowiły podstawę opracowania przykładowych tabel zawartości programowej, zostały przeprowadzone pomiędzy 17 a 30 marca 2000 roku. Badaniu poddano głównych rozgrywających polskiego rynku telewizyjnego, kodowany tematyczny kanał Canal+ oraz nadawcę pozostającego wówczas poza jurysdykcją polskiego ustawodawcy – RTL7. Badanie to jest jedynie przykładem możliwego podejścia do zagadnienia i nie ma na celu wykazania realnego i aktualnego stanu rozkładu gatunkowego pojawiającego się w polskich telewizjach. Ma bowiem wskazać na pewne tendencje i ogólnie scharakteryzować sytuację jaka istniała w określonym czasie w stosunku do wybranych nadawców.

W badaniach wykorzystano metodę próby niereprezentatywnej w okresie wybranym losowo³⁸⁴, gdyż aby osiągnęła ona praktyczny wymiar tego określenia, konieczne byłoby badanie w skali roku (lub kwartału). Do takich bowiem okresów odwołują się zapisy znajdujące się w dyrektywie telewizyjnej (znowelizowanej ustawie, odpowiednich rozporządzeniach). Badanie to nie miało dać pełnego obrazu udziału badanych elementów w ramówkach stacji, a jedynie wskazać na losowo wybranym materiale obejmującym dwa tygodnie emisji audycji, jak kształtuje się w owym okresie udział badanych składników w programach. Analiza gatunkowego udziału audycji w ramówkach poszczególnych stacji ma zasadnicze

³⁸³ Poza cytowanymi dalej publikacjami, stanowiącymi źródło danych, podobny opis znajduje się w: M. J. Zabłocki, *Stan obecny i przewidywane kierunki rozwoju telewizji niepublicznej w Polsce*, [w:] *Transformacja telewizji...*, wyd. cyt., s. 97-103 oraz w: Z. Bajka, *Rynek mediów w Polsce*, [w:] *Dziennikarstwo...*, wyd. cyt., s. 95-98.

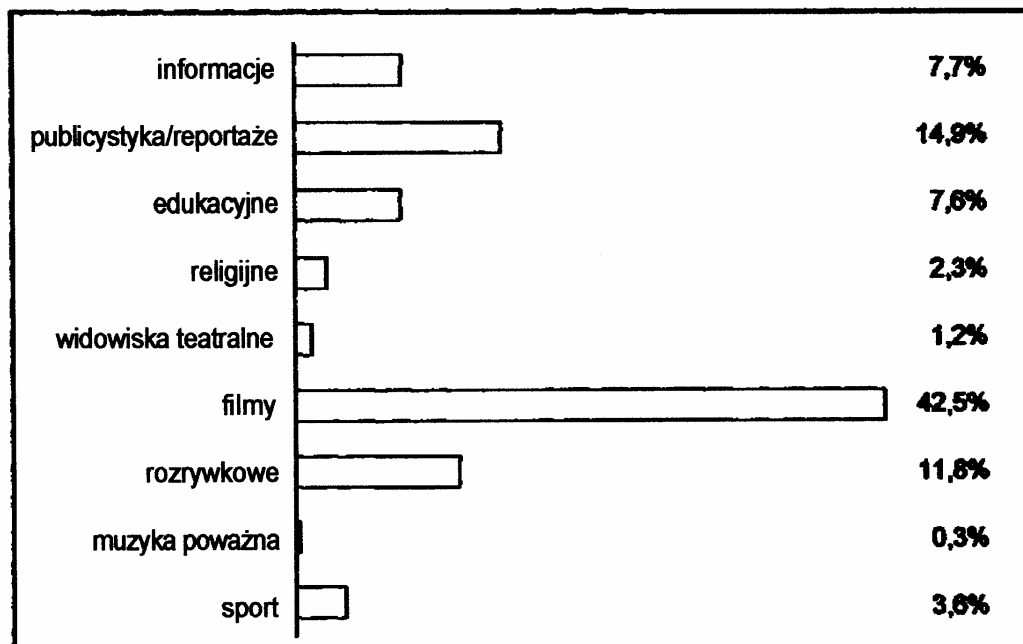
³⁸⁴ Możliwość korzystania z badania przy wykorzystaniu próby niereprezentatywnej, której wyniki nie powinny być jedynie automatycznie uogólniane został poruszony przez H. Kromreya, za: *Omówienie "Rundfunk und Fernsehen" 35. Jg. 1987/4 i 36. Jg. 1988/1*, oprac. I. Kowol, „Przekazy i Opinie”, 1988, nr 3/4, s. 226-227. Ze względu na niezmienniczone inne warunki, problem zmiennych niezależnych nie pojawia się w tym badaniu.

znaczenie dla tej pracy z dwóch powodów i jest ściśle związana z zapisami pojawiającymi się we wspomnianych dokumentach. Zbiorowość statyczna nie ma w tym przypadku żadnych szans na ukonstytuowanie się, gdyż jednostki badania nie łączą się w nią w żaden z przyjętych i jasno rozpoznawalnych sposobów. Dlatego też w tym przypadku stosowana będzie metoda określana jako „badanie częściowe metodą reprezentacyjną”³⁸⁵. Związany jest z nią losowy wybór materiału, zamkniętego w określonej jednostce czasu (dwa tygodnie).

4.2.1. Telewizja publiczna – TVP1, TVP2, TV Polonia

Największe problemy przy wymiernej ocenie struktury gatunkowej na podstawie tak krótkiego czasu pojawiają się przy analizie programów telewizji publicznej. W szczególności dotyczy to TVP1. Wynika to przede wszystkim z tego, że w przeciwieństwie do stosunkowo ubogich gatunkowo

Tabela 19. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP1 w 1999 roku.

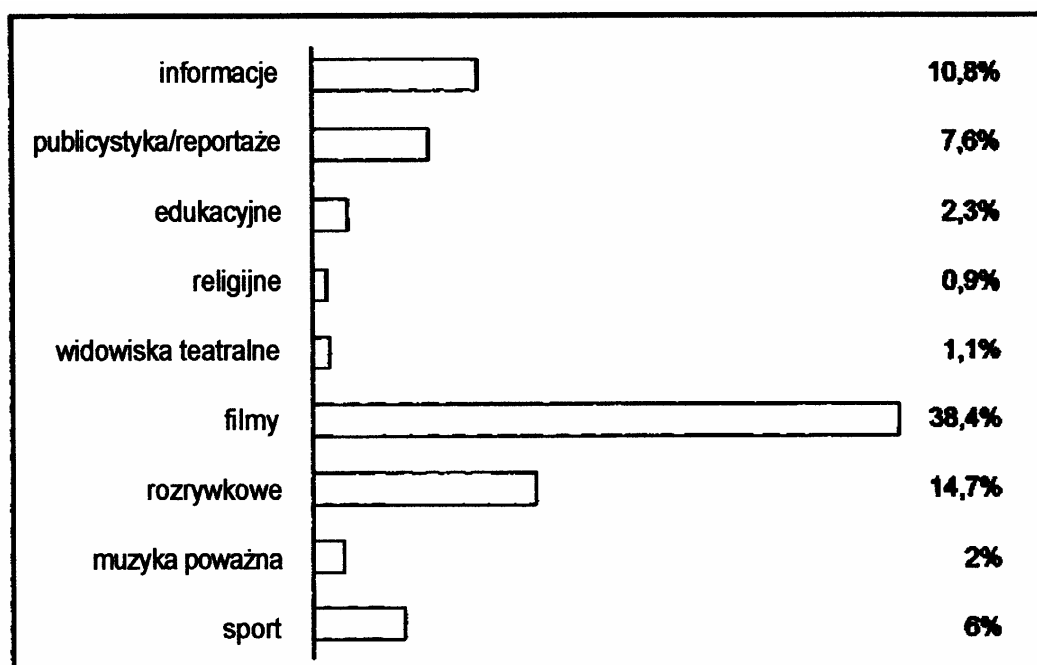


Źródło: Sprawozdanie KRRiT z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, część informacyjna, Warszawa 2000, s. 15

³⁸⁵ Por.: M. Sobczyk, *Statystyka*, Warszawa 1998, s. 12.

telewizji komercyjnych, w telewizji publicznej pojawiają się wszystkie gatunki telewizyjne. Co więcej, bardzo często pojedynczych audycji nie można ulokować w którejś z konkretnych grup gatunkowych, gdyż ma ona cechy pozwalające na przypisanie jej do co najmniej dwu typów gatunkowych. Na przykład audycja studia papieskiej wizyty w Ziemi Świętej została przypisana do audycji publicystycznych, podczas gdy równie dobrze mogła się znaleźć w grupie programów religijnych. Tabela 20 przedstawia dane według kryteriów przyjętych przez KRRiT. Mimo że są to dane starsze niż prezentowane dalej, z pewnością stanowią bardziej wymierny obraz, choćby ze względu na ujęcie rocznej ramówki stacji przy opracowywaniu wyników, niż nowsze opracowanie przedstawione dalej. W latach 1997-1998 ogólny podział gatunkowy odpowiadający wyróżnieniu na programy typu audycje informacyjne, publicystyczne, dokument, teatr telewizji, muzyka poważna, edukacja, programy dla dzieci i młodzieży wskazywał 50-procentowy udział tego typu audycji w TVP1 i około 40-45% w TVP2. Szczegółowy rozkład czasowego udziału poszczególnych typów gatunkowych w skali roku przedstawiają tabele 20 i 21.

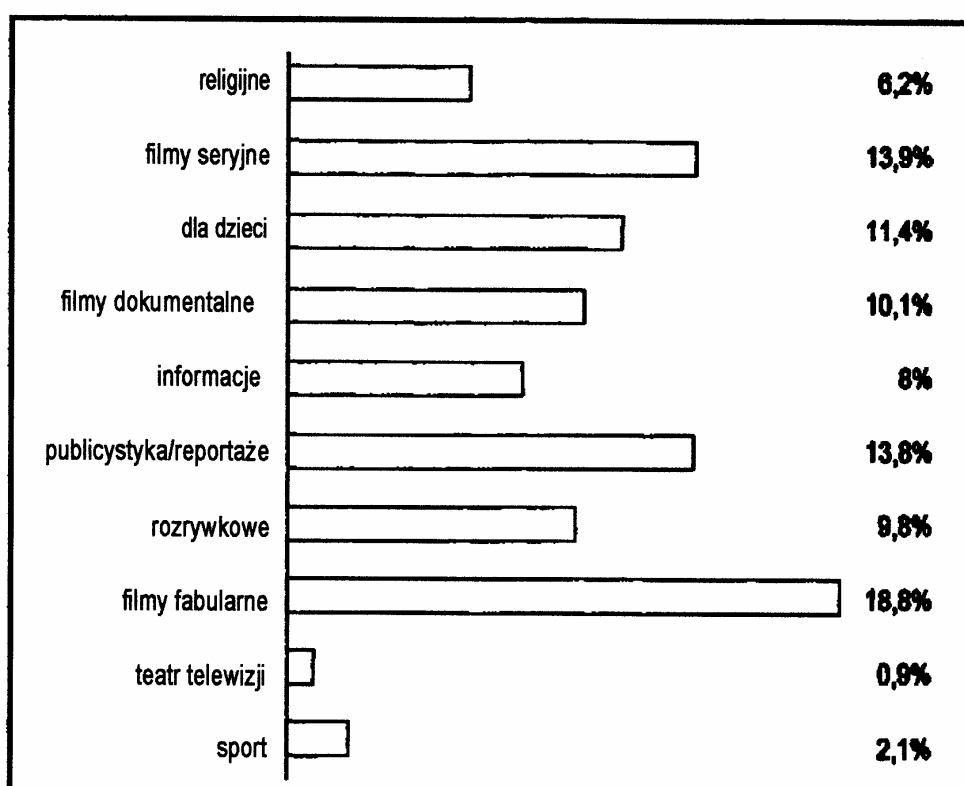
Tabela 20. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP2 w 1999 roku.



Źródło: Sprawozdanie KRRiT z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, część informacyjna, Warszawa 2000, s. 15

Wyróżnienia gatunkowe wskazane w tabelach 22 i 23 odbiegają od tych, które opracowane są w tabelach 20 i 21, jednak wynika to z faktu, że w analizowanym materiale właśnie w postaci takich elementów przejawiała się wewnętrzna struktura programu. O wiele bardziej będzie to widoczne przy okazji uboższych podziałów gatunkowych stacji komercyjnych. W analizie z przyczyn technicznych pominięto udział reklam. W grupie filmów seryjnych znalazły się serie, seriale i telenowele. Rozkład gatunkowy w całościowej dwutygodniowej ramówce TVP1 został wskazany w tabeli 21.

Tabela 21. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP1 wg badań własnych.



Z kolei w TVP2 nie wyszczególniano odrębnej grupy audycji dla dzieci, natomiast zamieszczono często pojawiające się audycje muzyczne z muzyką inną niż współczesna rozrywkowa. W związku z tym analogiczne dane jak w przypadku TVP1 przedstawione zostały w tabeli 22.

Należy pamiętać, że na podstawie powyższych danych nie można wysuwać zbyt daleko idących wniosków. Być może gdyby nie pielgrzymka papieża i systematyczne transmisje w programach telewizji publicznej udział audycji religijnych byłby mniejszy. Odwrotna sytuacja dotyczy audycji sportowych.

Podczas igrzysk lub olimpiad ich odsetek jest wyraźnie wyższy. Mimo to na

Tabela 22. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP2 wg badań własnych.

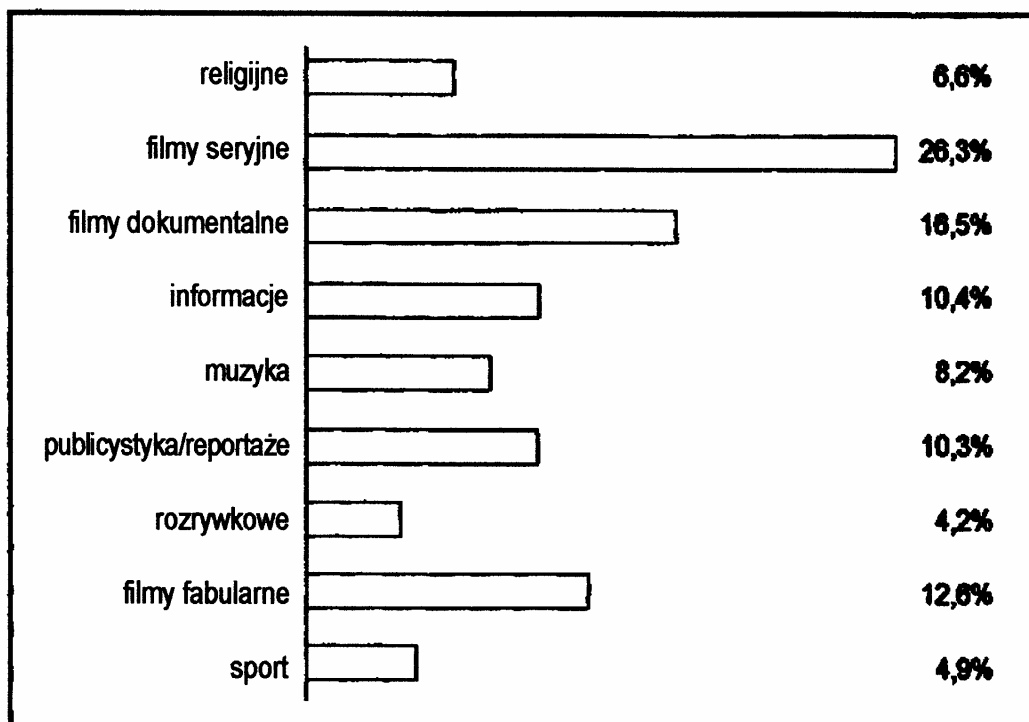


Tabela 23. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP1 w *prime-time* (18.30-22.30) wg badań własnych.

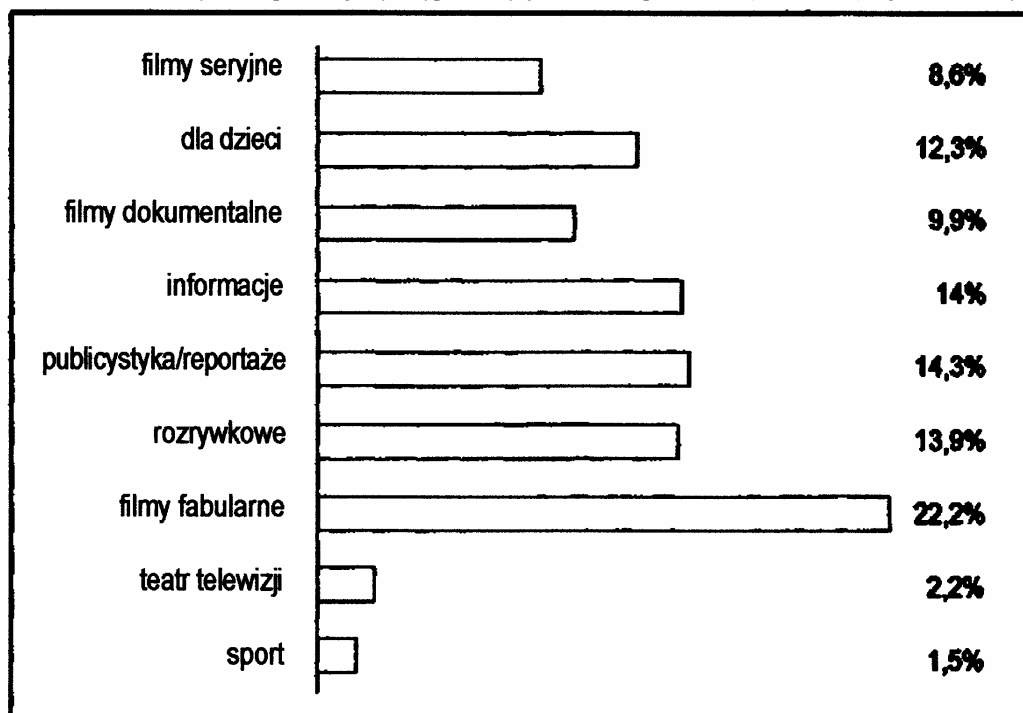
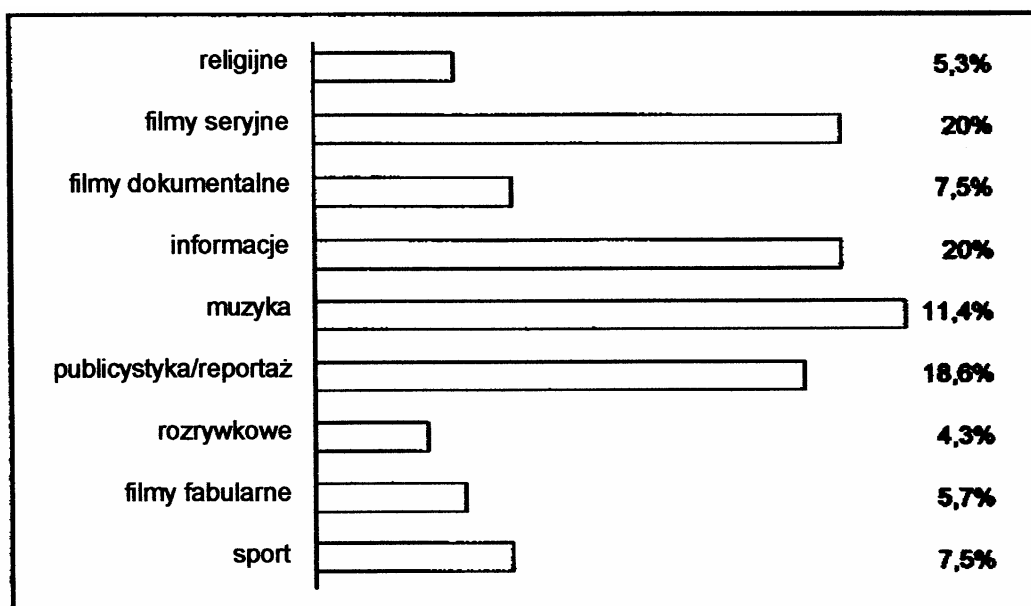


Tabela 24. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVP2 w *prime-time* wg badań własnych.

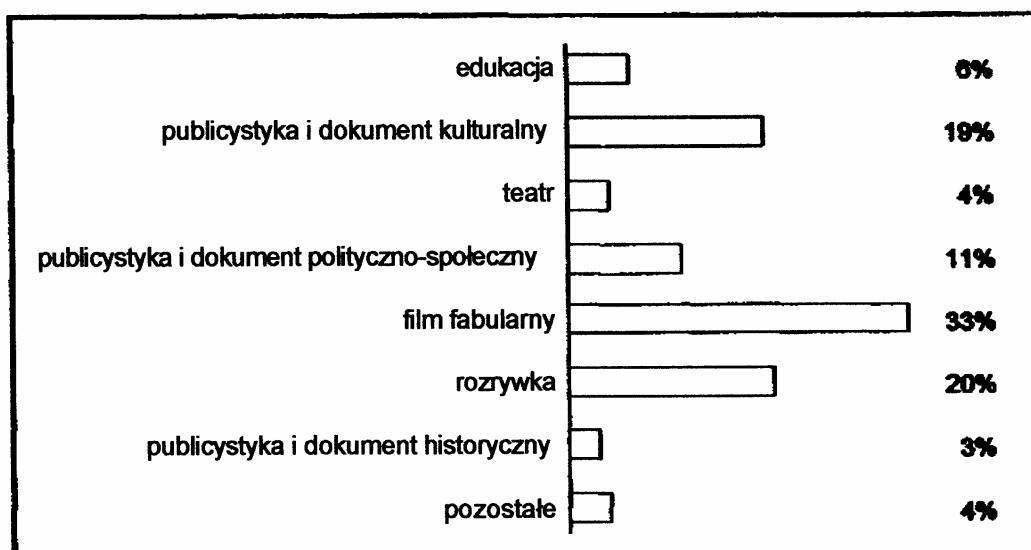


podstawie przedstawionych danych można już dostrzec pewne tendencje, np. nawet w tak krótkim czasie audycje misyjne w „jedyńce” osiągnęły wspólny czas prawie 56%, natomiast w „dwójce” 52%. W czasie najwyższej oglądalności rozkład gatunkowy wyglądał nieco odmiennie.

Rozkład poszczególnych gatunków w 1 programie TVP SA przedstawia tabela 23. Natomiast analogiczne dane dotyczące TVP2 przedstawia tabela 24.

W stosunku do TV Polonia nie prowadzono odrębnej analizy. Bardzo wyczerpujące badanie tego kanału zostało przeprowadzone przez Departament Programowy i Monitoringu KRRiT (patrz tabela 25).

Tabela 25. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TV Polonia.



Źródło: Analiza programu Telewizji Polonia, KRRiT, 1998, nr 6, s. 6.

W 1997 roku produkcje polskie wypełniały 68,8% czasu emisyjnego TVP; w 1998 roku zajmowały w „jedyńce” 66% całego czasu dziennego, w „dwójce” natomiast około 71%. W obu przypadkach audycje amerykańskie wypełniały 15% czasu, pozostawiając bardzo niewiele na jakiegokolwiek produkcje pochodzące z państw członkowskich Unii Europejskiej i „reszty świata”³⁸⁶. Te udziały wskazywały na nieznaczny wzrost w stosunku do lat poprzednich i wypełniały przypisane ustawowo 60% produkcji krajowej. Zapisane w nieznowelizowanej ustawie wyłączenia nie obejmowały jednak, jak ma to miejsce w dyrektywie, audycji informacyjnych.

Szczególne role programu TV Polonia skierowanego głównie do Polonii zagranicznej sprawia, że w jej programie ponad 95% audycji to programy wyprodukowane w Polsce.

Na podstawie badań uzyskano przedstawione niżej wyniki dotyczące pochodzenia poszczególnych audycji z państw należących do Unii Europejskiej lub państw trzecich będących sygnatariuszami konwencji Rady Europy o telewizji transgranicznej, z wyłączeniem audycji polskich. Zgodnie z zapisami zawartymi w dyrektywie, rozporządzeniu KRRiT z 13 listopada 1997 roku i obecnie w ustawie po nowelizacji z marca 2000 roku, z wyliczenia wyłączono programy informacyjne, sportowe, telezakupy oraz audycje informacyjne.

³⁸⁶ Dane liczbowe za: *Media w Polsce...*, wyd. cyt., s.191-192 oraz za: W. Sonczyk, wyd. cyt., s. 137-138.

W TVP1 udział produkcji europejskich w ogólnym czasie ramowym wynosił 9,5% i były to przede wszystkim filmy dokumentalne oraz fabularne. Bardzo niewielką część stanowiły filmy seryjne. Z kolei w czasie najwyższej oglądalności udział audycji europejskich spadał do 3,5%, z czego ponad 80% stanowiły filmy fabularne. Udział produkcji amerykańskich w całej ramówce wynosił 20%, a składały się nań kolejno: filmy fabularne, seryjne i dla dzieci. W *prime time* udział ten spadał do 7,3%, zmieniała się także kolejność udziału poszczególnych gatunków, przesuając filmy seryjne na trzecie miejsce.

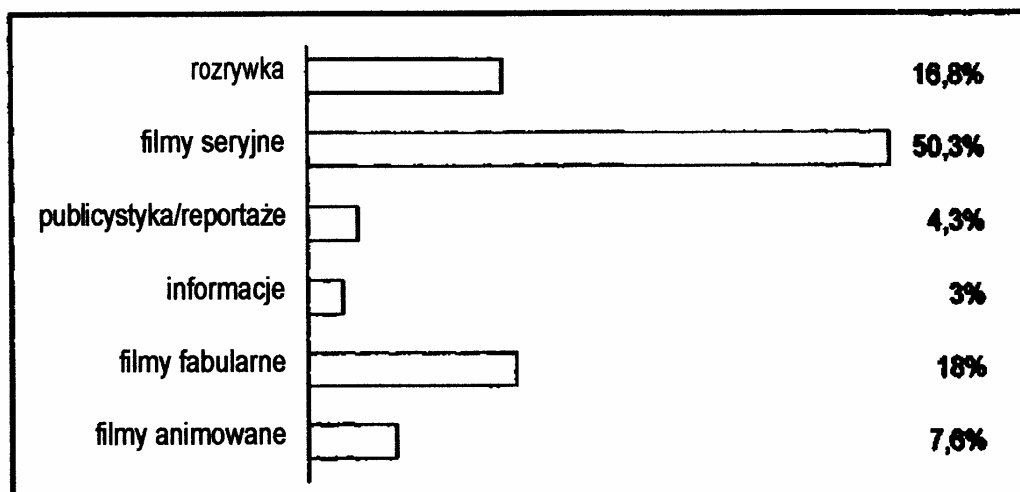
Analogiczne dane dotyczące TVP2 wyglądały nieco odmiennie. W przypadku produkcji europejskich dominowały niepodzielnie filmy fabularne i dokumentalne z udziałem 15,7% w całości ramówki i 1,8% w *prime time*. Z kolei produkcje amerykańskie, głównie seriale zajmowały odpowiednio 13% i 3,4%. Potwierdza to wskazany wcześniej wniosek dotyczący TVP2 o większym zróżnicowaniu zawartości programowej *prime time* wobec całkowitej ramówki tego programu, nie tylko na płaszczyźnie gatunkowej.

4.2.2. Wybrani nadawcy komercyjni

Polsat

Opierając się na badaniach przeprowadzonych w tym samym czasie i według tych samych założeń i zastrzeżeń, jak w przypadku telewizji publicznej, uzyskano wyniki, które zamieszczone są poniżej. Zarysowuje się tu wskazane uprzednio, pewne ograniczenie gatunkowe, które z jednej strony ułatwia badanie, z drugiej nas jasno wskazuje na odmienny charakter nadawców komercyjnych. Ze względu na problemy z jednoznacznym uznaniem niektórych filmów emitowanych przez nadawców prywatnych jako skierowanych do dzieci i młodzieży oraz pojawianiem się animacji niejednoznacznie przeznaczonych do odbioru przez tę grupę, zrezygnowano z wyodrębnienia audycji dla dzieci i wprowadzono odrębną kategorię filmów animowanych. Całkowity rozkład gatunkowy w telewizji Polsat we wskazanym dwutygodniowym okresie przedstawia tabela 26.

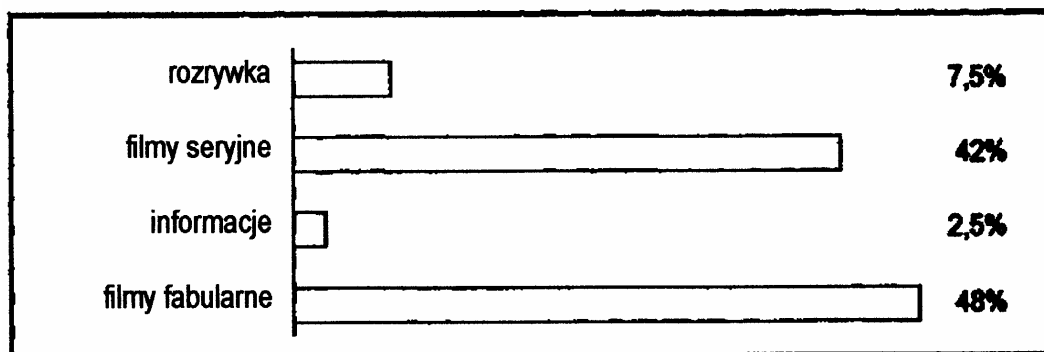
Tabela 26. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w Telewizji Polsat wg badań własnych.



Z kolei dane dotyczące czasu najwyższej oglądalności przedstawia tabela 27.

Wyraźnie widać brak publicystyki oraz reportaży w *prime time* to samo dotyczy filmów animowanych. Jest to zabieg uśrednienia przekazu

Tabela 27. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w Telewizji Polsat w *prime-time* wg badań własnych.



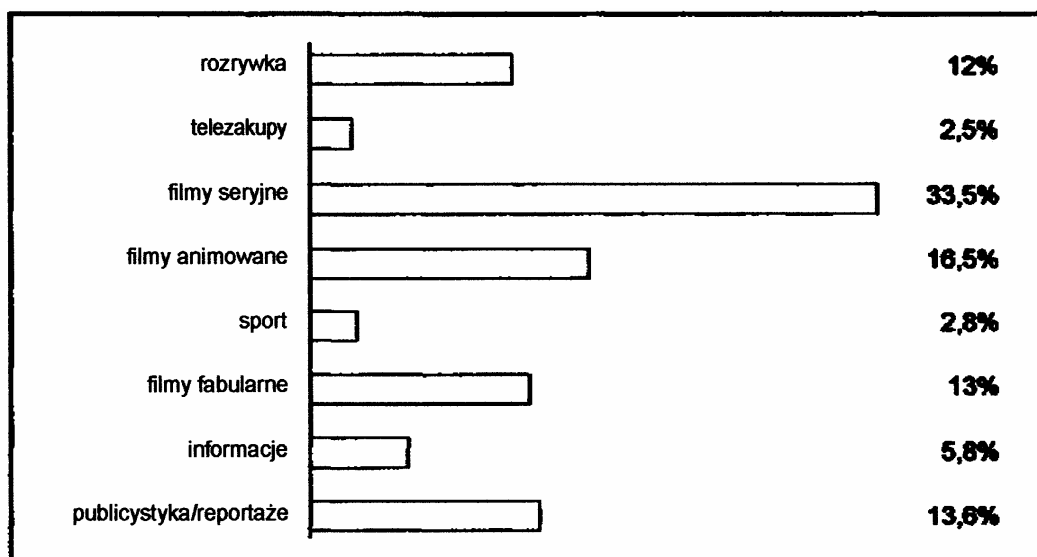
i trafiania do jak najszerzej grupy odbiorców. Także zmiana proporcji między liczbą seriali i filmów fabularnych na korzyść tych drugich wyraźnie wskazuje na jak najszerzy krąg odbiorców, do jakich skierowany jest program podczas czterech godzin największej oglądalności programów telewizyjnych. Znanym zjawiskiem jest fakt, że seriale wymagają publiczności o wiele bardziej wyspecjalizowanej, jeżeli chodzi o upodobania (wiąże się to bezpośrednio z poszczególnymi, zróżnicowanymi głównie wiekowo i płciowo, grupami odbiorczymi), natomiast filmy pełnometrażowe są odbierane przez bardziej niejednorodną, „uśrednioną” publiczność.

Liczba programów pochodzących z państw Unii Europejskiej osiąga w ogólnym czasie emisji programu Polsatu 14% i są to tylko filmy fabularne. W *prime time* liczba ta spada do zaledwie 3%, przy czym 25% z tego to seriale. Ogólny udział produkcji amerykańskich wynosi więcej niż 41%, natomiast w czasie najwyższej oglądalności jest to ponad 37%, a około 2/3 z nich to filmy fabularne. Poza *prime time* produkcje amerykańskie to niemalże wyłącznie filmy seryjne. Pozostały czas programu, odmiennie niż w programach telewizji publicznej, nie jest wypełniony w większości produkcjami rodzimymi, ale znajdują się w nim w największym wymiarze filmy seryjne pochodzenia południowoamerykańskiego.

TVN

W rozkładzie gatunkowym audycji TVN, w całkowitym czasie dziennym pojawia się kategoria, która nie występowała w przypadku Polsatu. Nie świadczy to jednak o wyższym stopniu organizacji programowej emisji tej stacji. Telezakupy, bo o nich mowa, nie pojawiały się także w telewizji publicznej. Są one szerzej omówione w części poświęconej dyrektywom unijnym.

Tabela 28. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVN wg badań własnych.

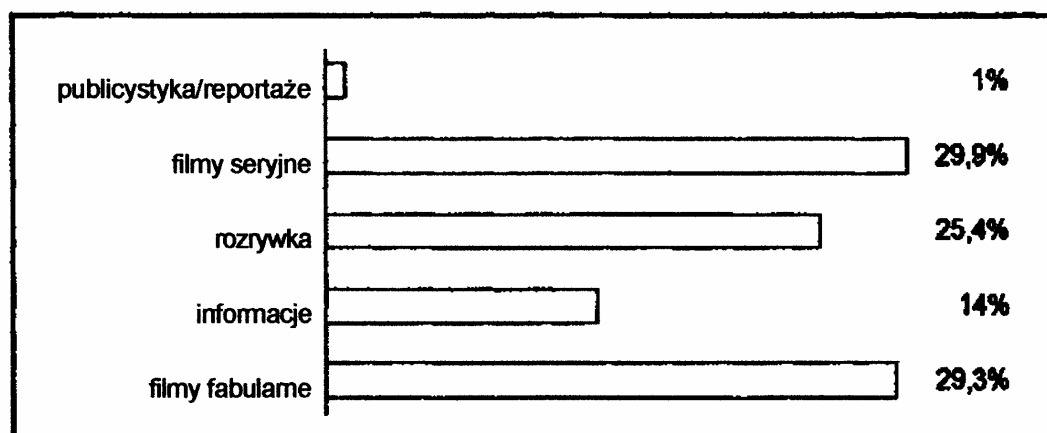


W przypadku tego kanału pojawiają się także w niewielkim stopniu audycje sportowe, które praktycznie nie występowały w Polsce.

Procentowy udział poszczególnych gatunków w całkowitym czasie dziennym programu TVN przedstawia tabela 28.

Natomiast w czasie *prime time* udział poszczególnych gatunków zaprezentowano w tabeli 29.

Tabela 29. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w TVN w *prime-time* wg badań własnych.



Bardzo wysoki udział audycji informacyjnych, zarówno w ramówce, jak i w czasie *prime time*, porównywalny z udziałem tego typu programów w TVP1, wskazuje na szczególne ukierunkowanie tej komercyjnej stacji. Nadawca potraktował obowiązkowe *newsy* jako jedną z typowych audycji, która może wydatnie zwiększyć jego oglądalność. Także stosunkowo wysoki odsetek programów publicystycznych sprawia, że TVN ma wyraźnie inny profil komercyjny od wypełnionego przede wszystkim serialami programu Polsatu. Rosnąca w czasie najwyższej oglądalności liczba filmów fabularnych nie osiąga takiej dominacji jak w przypadku Polsatu, równoważąc jedynie ilość czasu jaka przeznaczona jest na emisję filmów seryjnych. Nie świadczy to jednak o zaniechaniu prób podniesienia oglądalności przez przekaz jak najbardziej uśredniony, a jedynie wskazuje na odmienny typ serii emitowanych w tym czasie w TVN. Ogólnie niższy udział programów rozrywkowych jest kompensowany w dużym stopniu ich znacznym nagromadzeniem w *prime time*. Przyjmują one głównie postać teleturniejów, co i pod tym względem odróżnia tego nadawcę od Polsatu, w którego ofercie znajduje się więcej audycji typu *talk-show*.

Udział audycji europejskich w ramówce TVN przedstawia się jeszcze skromniej niż w Polsce. W całym programie uzyskują one udział bliski zeru,

natomiast w czasie najwyższej oglądalności ich zawartość zaledwie przekracza 0,5%. Przy tak skrajnie niskich danych należy pamiętać o małej próbie badawczej, jaka została poddana analizie. Udział audycji amerykańskich odpowiednio zamyka się udziałami 31,3% oraz 35%. Większość czasu emisyjnego TVN wypełniają produkcje własne oraz filmy seryjne pochodzące, podobnie jak w Polsce, z krajów południowoamerykańskich. Znacząca większość produkcji amerykańskich to filmy fabularne i stąd ich wyższy w stosunku do całkowitego, udział w *prime time*.

Canal+

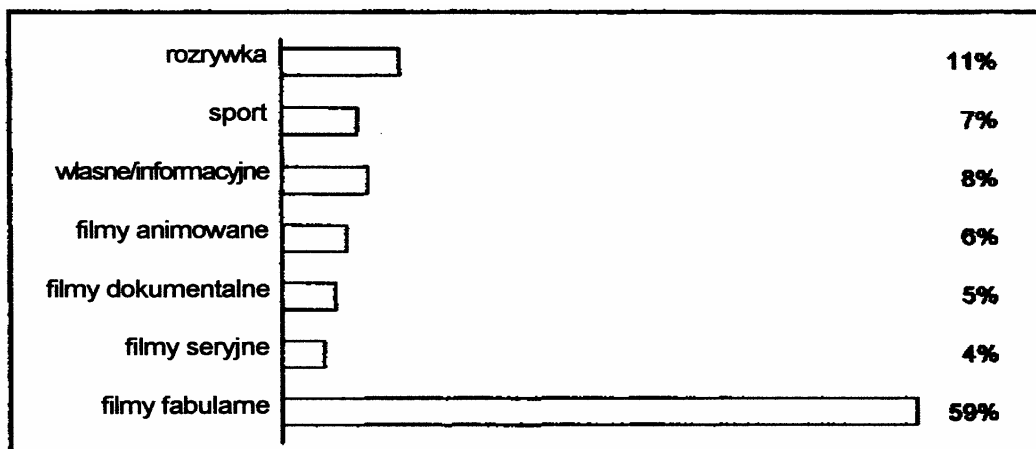
Cechą charakterystyczną Canal+ jest codzienna emisja dwóch godzin programu niekodowanego. W czasie niekodowanym charakter emisji zbliża się na płaszczyźnie programowej do zasad stacji typu ogólnego, odbiegając w dużej mierze od filmowego (z elementami sportu) charakteru tego nadawcy. Co więcej, między emisjami lub w trakcie emisji seriali oraz filmów emitowanych w paśmie niekodowanym pojawiają się reklamy, co w pozostałym czasie ramówki jest niedopuszczalne. Celem komercyjnym - osiąganym poprzez interesującą ofertę programową dostępną w tym czasie oraz dużą liczbą informacji na temat tego, co można oglądać w czasie kodowanym - jest promocja tego kanału. Jedną z audycji mieszczących się w tej konwencji jest codzienny, a w niedzielę stanowiący przegląd tygodnia, montaż wybranych wpadek (Łapu-capu - chochliki telewizyjne) innych stacji telewizyjnych. Jego emisja tuż przed godziną 20.00 pozwala na obejrzenie go nawet przez potencjalnych widzów „Wiadomości”.

Dzięki multidyfuzji widz ma możliwość obejrzenia wszystkich filmów, które spośród oferty Canal+ mogłyby go zainteresować.

Canal+ udostępnia różnorodne formy podania polskiego tłumaczenia określonych filmów: czytanie przez lektora, dubbing i napisy w języku polskim.

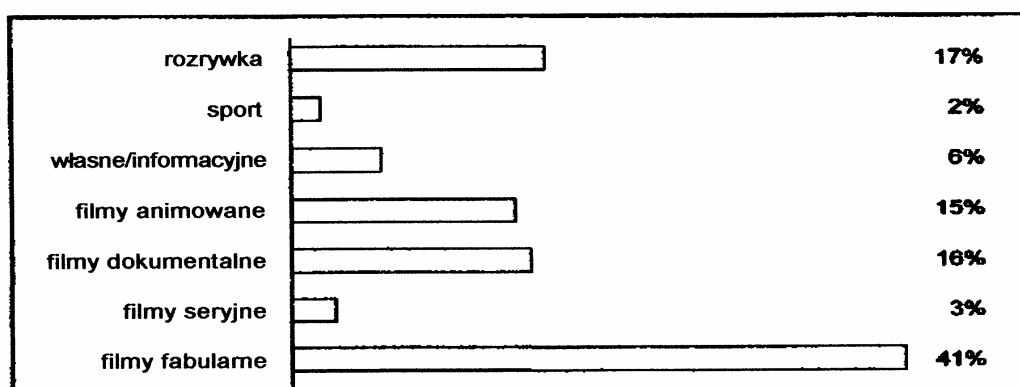
Analizie poddano wyłącznie podstawową wersję Canal+, jako tę najszerzej dostępną – także dla tej części abonentów, którzy nie mają odbiorników Cyfry+. W tym przypadku cechą charakterystyczną *prime time* jest to, że jego połowa jest dostępna w formie niekodowanej, dzięki czemu bardzo zbliża się do programu typu ogólnego, odbiegając w jeszcze większym stopniu od typowego tematycznego kanału filmowego. W całym czasie emisji udział poszczególnych gatunków przedstawia tabela 30.

Tabela 30. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w Canal+ wg badań własnych.



W czasie najwyższej oglądalności zmniejsza się liczba filmów fabularnych i sportowych, głównie ze względu na czas niekodowany. Z tego samego powodu wzrasta udział filmów dokumentalnych oraz programów rozrywkowych. Najwyraźniej widoczna modyfikacja ramówki ze względu na nieograniczony odbiór między godzinami 18.00 a 20.00 widoczna jest na przykładzie filmów animowanych, których udział rośnie niemal trzykrotnie. Poza tym zmienia się także ich struktura treściowa. Canal+ emituje wiele animacji dla dorosłych sygnowanych jako „Deser”. W czasie niekodowanym animacje skierowane są wyłącznie do dzieci. Szczegółowy rozkład udziałów gatunkowych w czasie najwyższej oglądalności zawarty jest w tabeli 31.

Tabela 31. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w Canal+ w *prime-time* wg badań własnych.



Należy zaznaczyć, że w dwugodzinnym czasie niekodowanym nigdy nie pojawiają się filmy fabularne.

Ze względu na odmienny od stacji publicznych i prywatnych charakter tego kanału przeprowadzono nieco inne badania dotyczące udziału produkcji pochodzących z poszczególnych grup państw.

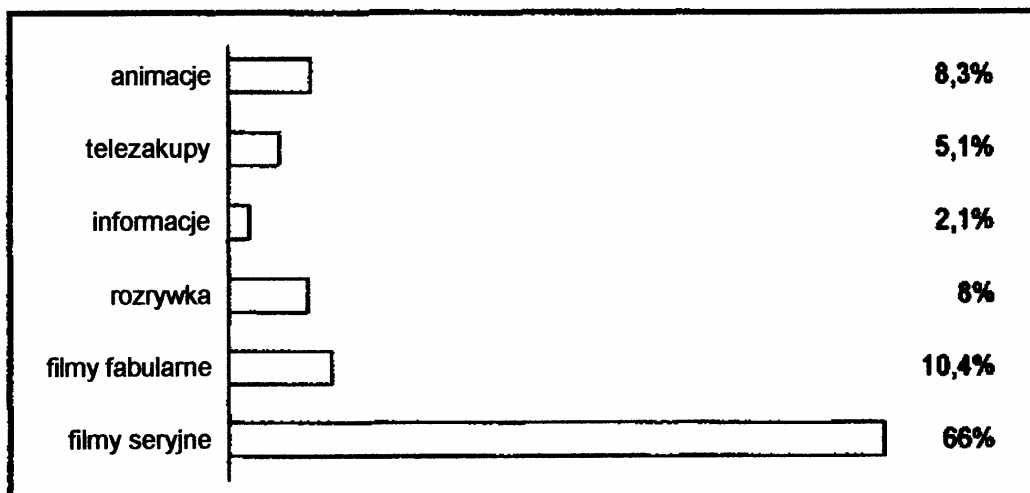
Średnio spośród około 10 filmów emitowanych codziennie przez Canal+, jeden jest produkcji polskiej, 3 pochodzą z obszaru Europy, natomiast 6 jest produkcji amerykańskiej. Całkowity udział polskich audycji, włącznie z filmami dokumentalnymi, programami rozrywkowymi, serialami i innymi pojawiającymi się w Canal+ audycjami, wyniósł 19%. Audycje europejskie wypełniły 27%, natomiast amerykańskie około 44%. Pozostałe 10% czasu poświęcono na programy promocyjne i informacyjne dotyczące własnego programu i jego zawartości oraz audycje sportowe. W *prime time* proporcje te nie odbiegają w znaczący sposób, poza wyraźnym zmniejszeniem się udziału audycji amerykańskich, które osiągają podczas tych czterech godzin 34%, gdy polskie rosną do 23%, a europejskie do 32%. Należy dodać, że niemal wszystkie produkcje europejskie i znaczna liczba produkcji polskich emitowanych w Canal+ zrealizowano przy jego produkcyjnym udziale.

4.2.4. Inni nadawcy polskojęzyczni

RTL7

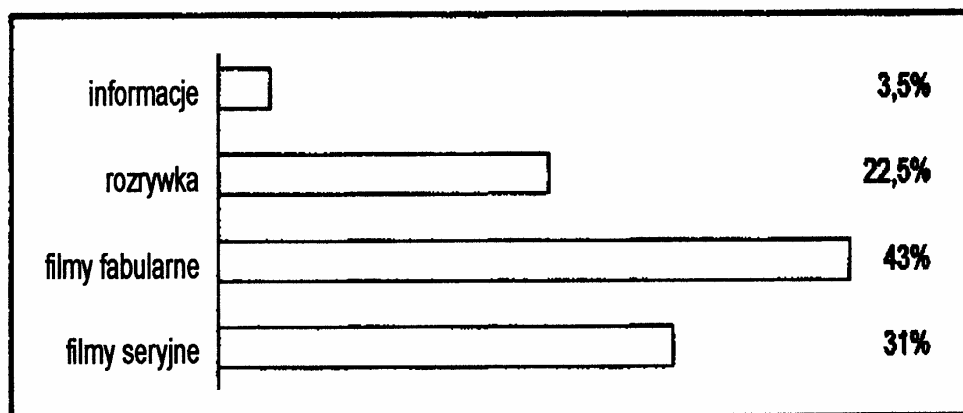
Jedną z bardziej typowych cech tej stacji był praktycznie 24-godzinny program dzienny, co niezbyt często zdarza się wśród nadawców niekodowanych, tak publicznych, jak i komercyjnych. Starając się wypełnić ten czas, RTL7 emituje liczne powtórki filmów fabularnych w godzinach wieczornych, np. około drugiej w nocy. Tym samym, oprócz możliwości wypełnienia rozbudowanej czasowo ramówki, pojawiła się także możliwość odbioru filmu w polskiej wersji językowej przez mieszkańców innych stref czasowych, o ile oczywiście mają oni dostęp do sygnału nadawanego z satelity. Poza tym te powtórki zacierały w pewnym stopniu udział gatunkowy poszczególnych audycji w całościowym programie tego nadawcy (patrz tabela 32).

Tabela 32. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w RTL7 wg badań własnych.



Na poziomie gatunkowym charakterystyczna dla RTL7 była bardzo bogata oferta serialowa, przekraczająca nawet wysokie wskaźniki Polsatu. To właśnie w tym programie, co w późniejszym czasie przejęli również inni nadawcy, pojawiła się duża liczba seriali s-f oraz horrorów. Innym typowym elementem RTL7 były programy informacyjne o dobrym poziomie dziennikarskim i konstrukcyjnym. Ich specyfiką były: skrótowość informacji, deklarowana bezstronność oraz niewielka liczba tematów dotyczących polityki. W czasie najwyższej oglądalności analogiczny rozkład gatunkowy przedstawia tabela 33.

Tabela 33. Procentowy udział poszczególnych typów audycji w RTL7 w *prime-time* wg badań własnych.



Proporcjonalnie do spadku udziału filmów seryjnych w czasie najwyższej oglądalności, rośnie liczba filmów fabularnych oraz rozrywki. Jednak nie są to przede wszystkim teleturnieje czy audycje typu talk-show. W RTL7 najczęściej były to magazyny sensacji i audycje parainformacyjne, podobnych do taniej prasy kobiecej

Poza pojawiającymi się w znacznej liczbie serialami amerykańskimi i południowoamerykańskimi, w RTL7 duży udział, w porównaniu z innymi stacjami komercyjnymi, miały tego typu produkcje pochodzące z Australii i Kanady. Równoważyły one w czasie poprzedzającym *prime time* dwie pierwsze grupy pochodzenia serii. Najmniej natomiast pojawiało się jakichkolwiek produkcji polskich.

Także udział filmów seryjnych pochodzących z krajów europejskich był dość wysoki. Spośród 11,7% udziału w całej ramówce stacji produkcji europejskich, prawie 50% to właśnie seriale. Ponad 60-procentowa dominacja filmów fabularnych zaznaczała się w 23,2% audycji europejskich dostępnych w *prime time*. Także wysoki był udział programów amerykańskich – wynosił on odpowiednio 56% i 58%.

Od 1999 roku RTL7 nadawał w technice stereo. Przez kilka miesięcy informował o tym napis zamieszczony poniżej logo stacji. W późniejszym okresie zrezygnowano z tej informacji.

4.3. Stopień eurozgodności płaszczyzny programowej polskich telewizji³⁸⁷

Bardzo trudno w wymierny sposób przeanalizować i zaprezentować, w szczególności biorąc pod uwagę krótki okres badawczy, jakiejkolwiek zależności zawartości programowej polskojęzycznych programów od programowych norm polskich oraz unijnych. Zawarte w odpowiednim rozporządzeniu KRRiT zasady dotyczą, na płaszczyźnie wyliczeniowej, okresu roku i są ustalone na 55-60% emisji nadawcy publicznego i 35-45% nadawcy koncesjonowanego. Podstawowe zasady odnoszące się do kwot europejskich, zawarte w rozdziale 3 dyrektywy oraz te dotyczące produkcji niezależnych, wyznaczają obowiązkowe normy ilościowe, liczone (domyślnie) w skali roku. Dlatego też jakiegokolwiek badanie krótszego

³⁸⁷ Jeśli nie podano inaczej, wszelkie dane podane w tej części pochodzą z kolejnych Sprawozdań KRRiT z rocznego okresu działalności.

okresu może jedynie wskazać, i w tym przypadku wskazuje, na pewne tendencje widoczne u poszczególnych nadawców. Jednak owe ogólne tendencje mogą jednocześnie być wymiernym wskaźnikiem ukazującym, jak kształtuje się sytuacja w polskich telewizjach.

Kwestie programowe, do których bezpośrednio odnoszą się zapisy zawarte w dyrektywie 97/36/WE, dotyczą:

- udziału programów europejskich (art. 4);
- udziału produkcji niezależnych (art. 5);
- programów przeznaczonych dla widzów dorosłych (art. 22);
- reklamy i teledruków (art. 10-16, 18, 18a);
- sponsoringu (art. 17).

Problem nieobrażania uczuć religijnych pojawia się w dyrektywie tylko w stosunku do reklam, jednak zgodnie z polskim prawodawstwem (art. 18, pkt 2 ustawy) dotyczy on wszystkich audycji i często jest łamany, o czym świadczą kolejne sprawozdania KRRiT. Obowiązki KRRiT w dziedzinie monitoringu i kontroli są określone w ustawie w art. 6, pkt 2: „Do zadań Krajowej Rady należy w szczególności: [...] sprawowanie w granicach określonych ustawą kontroli działalności nadawców”³⁸⁸. Właśnie takiej sytuacji dotyczyła uchwała KRRiT nr 12 z 25 maja 1993 roku dotycząca programu „Big Zbig Show”, wyemitowanego w Wielkanoc 1993 roku. Problem ten, w mniejszej lub większej skali, powtarzał się każdego roku. W 1994 roku wpłynęły do KRRiT dwie skargi grupowe na TVP SA dotyczące obrażania uczuć religijnych. Z kolei w 1999 roku podobna skarga dotyczyła reklamy platformy cyfrowej Wizja TV, w której wykorzystano postać Świętego Mikołaja, ukazując „obraźliwą reakcję dziecka i rodziców” na wręczone im prezenty.

Bardzo istotnym problemem jest zagadnienie, na podstawie jakich grup programów wylicza się odpowiednie udziały produkcji europejskich i niezależnych, a także jakich grup gatunkowych programów nie wolno przerywać reklamami i sponsorować.

W przypadku produkcji europejskich wyłączone z tych wyliczeń będą: „wiadomości, audycje sportowe, teleturnieje, reklamy, usługi teletekstowe oraz teledruki”. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku produkcji niezależnych.

³⁸⁸ Obowiązki te rozwinięte są w postaci 4 punktów w: *Sprawozdaniu KRRiT...*, Warszawa 1996, s. 49.

Także w przypadku reklam i telezakupów rozgraniczenie gatunkowe ma znaczenie, a to ze względu na różnorodne przepisy (opisane w rozdziale dotyczącym dyrektywy i polskiej ustawy) odnoszące się do poszczególnych form gatunkowych.

Sponsoring z kolei nie może dotyczyć programów informacyjnych i programów dotyczących najświeższych wydarzeń (publicystycznych).

Tabela 34. Procentowy udział audycji pochodzenia amerykańskiego i europejskiego w poszczególnych stacjach telewizyjnych wg badań własnych z 1999 roku.

	europejskie		amerykańskie	
	prime time	ogólnie	prime time	ogólnie
TVP1	3,5%	9,5%	7,3%	20%
TVP2	1,8%	15,7%	3,4%	13%
Polsat	1,0%	14%	37,6%	41,3%
RT17	23,2%	11,7%	58%	56%
TVN	0%	0,6%	35%	31,3%
Nasza TV	8,6%	9,2%	67,23%	42%
Canal+	36,2%	29,7%	37,4%	48,4%
HBO	16,0%	9%	78%	87%

Niewielki udział audycji pochodzących z Europy oraz USA w telewizji publicznej wynika z dominacji w tych kanałach produkcji polskich³⁸⁹. Jednakże, podobnie jak i w telewizjach komercyjnych, choć w znacznie mniejszym stopniu, pozostały czas wypełniają także seryjne produkcje południowoamerykańskie. Mimo to można mówić o dominacji audycji polskich w telewizji publicznej, co pozwala jej wypełniać kwoty europejskie.

Według danych KRRiT, dotyczących 1998 roku i obejmujących ofertę filmów (poza dokumentalnymi) poszczególnych nadawców, w TVP SA emitowano

³⁸⁹ W latach 1990, 1992 oraz 1994 w TVP1 udziały produkcji polskiej kształtowały się kolejno na poziomie: 73,9%, 60,9%, 57,4%, natomiast w TVP2 osiągały one 66,2%, 54,1% oraz 50%. Z kolei udział produkcji amerykańskich przedstawiał się odpowiednio dla tych dwóch kanałów w kolejnych latach następująco: 5,2%, 16,2%, 22,4%, 8,7%, 20,9%, 26,6%. Wskazuje

27,6% filmów europejskich oraz 21,4% filmów polskich. Oferta amerykańskich produkcji wypełniła ponad 40% wszystkich emitowanych filmów. Nadawcy komercyjni emitowali ogółem 60% filmów amerykańskich, natomiast w całej ofercie filmowej produkcje polskie zajęły zaledwie 3%. Udział filmów europejskich osiągnął u nadawców reklamowych zaledwie 8%. W ofercie Canal+ ilość filmów amerykańskich była analogiczna do średniej wyliczonej dla niekodowanych stacji komercyjnych. Jednak ze względu na brak produkcji południowoamerykańskich liczba filmów polskich i europejskich wynosiła odpowiednio 16 i 18%. Warto dodać, że w europejskiej ofercie filmowej Canal+ (46,5%) oraz TVP SA (43,7%) dominowały produkcje polskie, natomiast u nadawców komercyjnych angielskie (29%).

Z kolei badania dotyczące wszystkich emitowanych programów wykazały, że produkcje amerykańskie zajmują u nadawców komercyjnych od 35% do 50%. W emisjach TVP SA liczba ta wynosiła około 20%. Najwyższy wynik w udziale produkcji amerykańskich miało niepodlegające polskiej jurysdykcji HBO – 80%. Produkcje europejskie i polskie zajęły zaledwie 9% czasu emisyjnego tej stacji. W 1999 roku kontynuowano badania udziału produkcji polskich, europejskich i amerykańskich w programach nadawców krajowych. TVP SA emitowała w pełnej ofercie filmowej 31% filmów europejskich oraz około 15% filmów polskich. W porównaniu z rokiem poprzednim dane te wskazują na niewielki spadek udziału tego typu produkcji. Z kolei filmy amerykańskie stanowiły wśród filmów nadawanych przez TVP SA około 50%. Tu z kolei zaznaczył się wyraźny (blisko 10-procentowy) wzrost danych. Polsat, TVN i Nasza TV nadały odpowiednio 86%, 81% i 72% filmów amerykańskich, co daje średnią wyższą o około 20% w porównaniu z rokiem poprzednim. Polskie produkcje filmowe niemal nie pojawiały się wśród obrazów emitowanych przez nadawców komercyjnych (Polsat wyemitował zaledwie 2% filmów polskich w *prime time*, TVN – 6%, Nasza TV – 14%). Natomiast udział filmów europejskich w filmowej ramówce tych stacji wzrósł średnio do 15%. W 1999 roku zbadano także udział produkcji filmowych w zależności od czasu emisji. W czasie najwyższej oglądalności aż 80% stanowiły filmy amerykańskie. Najwięcej emitował ich Polsat – 96%, następnie TVN – 93% i Nasza TV – 79% oraz TVP1 – 73%. Tylko w TVP2 odsetek filmów

to wyraźnie na wzrost udziału produkcji amerykańskich kosztem dzieł polskich, za: P. Wąsala, *O amerykanizacji polskiej telewizji publicznej*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1996, nr 2, s. 86.

amerykańskich nadawanych w *prime time* był niski i wynosił 9%. W tym czasie kino polskie i europejskie zajęło w TVP SA jedynie około 31%. O wiele gorzej przedstawiała się jednak sytuacja u nadawców prywatnych – średnia dla trzech ramówek w *prime time* zamknęła się w 7%.

W 2000 roku udział filmowych produkcji europejskich wynosił w dwóch głównych programach telewizji publicznej (TVP1 oraz TVP2) 22%, polskie filmy zajęły 24% całej oferty filmowej, natomiast amerykańskie 44%. Z kolei udział produkcji filmowych pochodzenia amerykańskiego w ofercie programowej głównych nadawców komercyjnych przedstawiał się następująco: Polsat – 58%, TVN – 62%, TV4 – 82%. Najbardziej proeuropejski był program drugi telewizji publicznej. Niewielka liczba filmowych produkcji europejskich pojawiająca się u nadawców komercyjnych zajęła ogółem 6%, co i tak stanowi o 2% więcej, w stosunku do całej ich oferty filmowej niż liczba emitowanych przez te stacje filmowych produkcji pochodzenia polskiego. Na pochwałę w 2000 roku zasłużył Polsat, zwiększając, choć i tak nieznacznie, zawartość w ramówce produkcji polskich i europejskich.

Sytuacja w 2001 roku zmieniła się o tyle, że w kanałach telewizji publicznej liczba filmowych produkcji polskich wzrosła do 27% całej oferty filmowej. Niestety zawartość produkcji europejskich spadła do 19%. Z kolei wzrósł procent udziału filmów amerykańskich – do 47%. Nadawcy komercyjni także utrzymali (nieco go zmniejszając) udział filmowych produkcji amerykańskich w ofercie programowej. Dla poszczególnych nadawców udziały te wynosiły: dla Polsatu 56%, dla TVN 63% i dla TV4 74%. We wspólnie liczonej ofercie filmowej nadawców koncesjonowanych udział produkcji polskich wyniósł 6%, natomiast europejskich – 15%, co i tak stanowi o wiele lepszy wynik niż w roku poprzednim. Ponownie na pierwszym miejscu uplasował się TVP2 52% filmowych produkcji europejskich. Zarówno w telewizji publicznej, jak i w TVN dominowały produkcje angielskie i francuskie, natomiast w Polsce polskie, głównie seriale.

Zapisy zawarte w art. 6 dyrektywy nie wyłączają z grupy obowiązkowego 50-procentowego udziału produkcji europejskich utworów zrealizowanych w kraju, w którym są emitowane. W związku z tym polskie produkcje mogą być traktowane jako utwory europejskie. Stąd TVP SA bez większego problemu jest w stanie sprostać normom narzuconym przez dyrektywy unijne oraz przez polskie ustawodawstwo w stosunku do produkcji polskich, co zostało potwierdzone

udziałem polskich audycji w ramówkach kanałów nadawcy publicznego w 2001 roku. Podobnie nadawcy komercyjni w 2001 roku przeznaczyci na emisje audycji pierwotnie wytworzonych w języku polskim wystarczająco dużo czasu emisyjnego. Problemy pojawiły się w przypadku koncesjonowanych nadawców satelitarnych, takich jak Canal+ oraz Niepokalanów II.

Limit 10% czasu antenowego przeznaczonego na produkcje niezależne może zostać zastąpiony przez 10% rocznego dochodu stacji, co jeszcze bardziej utrudnia jakąkolwiek wymierną ocenę zawartości programowej. O wiele łatwiejszym do oceny jest potraktowana odrębnie kwestia udziału produkcji najnowszych (konkretnie najnowszych dzieł producentów niezależnych). W repertuarze filmowym wszyscy polscy nadawcy korzystają głównie z utworów wyprodukowanych co najmniej cztery lata przed ich emisją. Nie tylko na pamięć można nauczyć się powtarzanych na życzenie telewidzów seriali (nie tylko polskich), ale także wśród tygodniowej oferty filmów pełnometrażowych nadawców polskojęzycznych produkcje z ostatnich kilku lat można zamknąć w liczbie co najwyżej kilkunastu.

O wiele wyraźniej rysuje się kwestia ochrony nieletnich, w Polsce regulowana przez odpowiednie rozporządzenia – rozporządzenie KRRiT z 21 listopada 1994 roku i zapisy ustawowe rozszerzone po nowelizacji³⁹⁰. Jednak sami polscy nadawcy, poza przepisami prawnymi, z własnej woli podpisali 17 marca 2000 roku Porozumienie „Przyjazne Media”³⁹¹, które nakłada na nich obowiązek szczególnego oznaczania każdej z trzech wyróżnionych, pod względem oddziaływania na nieletnich, grup audycji. Wszyscy główni polscy nadawcy dostosowali się do tego systemu. Fakt, że zbyt ograniczony charakter informowania o kategorii audycji nie odpowiada bardziej szczegółowym zapisom znajdującym się w dyrektywie w rozdziale 5, art. 22, nie zmienia faktu, że nadawcy dostrzegają potrzebę tego typu regulacji i bez większych oporów, choć nie zawsze skutecznie, się do nich dostosowują³⁹².

³⁹⁰ O problemach związanych z emisją filmów niedozwolonych dla nieletnich w zakazanym czasie w świetle *Porozumienia Przyjazne Media*, czytaj więcej w: „Znaczek nie zwalnia”, „GW”, 12.06.00, s. 31.

³⁹¹ Informacje za: tekst Porozumienia Polskich Nadawców Telewizyjnych „Przyjazne media” oraz A. Kowalewska, *Kodeks dla nadawców*, „BIKRRiT”, 1998, nr 2, s. 3, a także: *Brutalność po 23*, „GW”, 21.02.00, s. 29.

³⁹² Na temat różnorodnych rozwiązań ochrony nieletnich czytaj w: H. Jędras, K. Badźmirowska-Masłowska, *System ochrony dzieci młodzieży w państwach Unii Europejskiej*, „BIKRRiT”, 2001, nr 10, s. 3-4, tychże, *Ochrona dzieci i młodzieży w systemie międzynarodowych aktów prawnych*, „BIKRRiT”, 2001, nr 8/9, s. 3-4, z kolei o dalszych losach porozumienia *Przyjazne media* i sprawności jego funkcjonowania więcej w: M. Wrzeszcz, *KRRiT wobec porozumienia „Przyjazne media”*, „BIKRRiT”, 2001, nr 6/7, s. 2-3.

Jednak niemal od początku swego funkcjonowania KRRiT otrzymywała wiele skarg na demoralizujące audycje. W 1994 roku zgłoszono 6 skarg na TVP, dotyczących różnorodnych programów emitowanych przez tego nadawcę (programy rozrywkowe, *talk show*, programy dla młodzieży, serial). W 1995 roku liczne protesty widzów, skierowane do KRRiT, dotyczące pornografii i przemocy w mediach odnosiły się głównie do Polsatu i Canal+.

Podczas krótkoterminowego monitoringu (od 6 maja do 9 maja 1996 roku) zawartości programowej stacji komercyjnych, wątpliwość KRRiT wzbudziła emisja w Canal+ filmu Oliviera Stona „Urodzeni mordercy” o godzinie 20.00. Na podstawie tak krótkiej próby ramówki można jedynie przypuszczać, czemu wyraziła KRRiT w sprawozdaniu za rok 1996, że takie sytuacje powtarzają się częściej. Znalazło to odzwierciedlenie w skargach widzów, tak zbiorowych, jak i indywidualnych. Protesty te dotyczyły przede wszystkim Polsatu i Canal+ i związane były z emisją w godzinach 6.00-23.00 programów zawierających sceny zagrażające psychicznemu, fizycznemu i emocjonalnemu rozwojowi dzieci i młodzieży.

Od 1997 roku, w związku z wciąż rosnącą liczbą skarg na masowe pojawianie się tego typu scen, KRRiT uznała ten problem za jedną z najistotniejszych kwestii dotyczących telewizji w Polsce. W tym roku 25% listów ze skargami dotyczyło pojawiania się scen erotycznych w telewizji (także publicznej). Na nadmiar przemocy w programach nadawców skarżono się aż w 60% listów. Wzrósł także sprzeciw środowisk nauczycielskich i samorządowych wobec nadmiaru wulgaryzmów pojawiających się w mediach. W wyniku skargi złożonej na Polsat za emisję filmu „Ostry poker w małym Tokio” (z 12 marca 1997 roku) KRRiT uznała, że naruszono prawo i decyzją 139/97 z 10 lipca 1997 roku nałożyła na Polsat karę pieniężną³⁹³. Polsat odwołał się od decyzji sądu, a ostatecznie w 1999 roku doszło do ugody.

W kolejnym roku roku KRRiT nałożyła karę pieniężną na osoby odpowiedzialne za emisję w TVP1 przed „Dobranocką” teledysku Micka Jaggera. Jednocześnie zasugerowała zwracanie większej uwagi przy doborze zwiastunów i teledysków emitowanych przed wieczornym programem dla dzieci. Skargi widzów skierowane do KRRiT dotyczyły także drastycznych scen

³⁹³ O szczegółach tej sprawy więcej w: *Ugoda łagodzi karę*, „RP”, 16.05.00, s. 1C.

pojawiających się w „Faktach” TVN, związanych z samobójstwem kobiety. W tym przypadku Rada Etyki Mediów wskazała na brak kultury dziennikarskiej.

Na nadawcę programu Canal+ decyzją 130/98 także nałożono karę pieniężną za emisję filmu „Crash” o godzinie 20.00, 21 kwietnia tego samego roku. W uzasadnieniu podano, że film ten był szczególnie brutalny, a drastyczne sceny nie były uzasadnione względami artystycznymi³⁹⁴.

Ta sama stacja nadała w nocy z 18 na 19 września film „Zazel” uznany przez KRRiT za pornograficzny. Mimo że opinie powołanych ekspertów były odmienne od stanowiska Krajowej Rady, przewodniczący nałożył na Polską Korporację Telewizyjną karę pieniężną.

W tym samym roku, ze względu na „promocję zachowań bezwstydných i nieobyczajnych”, KRRiT zwróciła się do nadawców o zaprzestanie emisji reklamy *American Jeans – 1962*.

Bardzo istotną kwestią jest sprawa emisji zapowiedzi i reklam programów dla widzów dorosłych. Poza wskazanymi już wyżej przykładami, także w 1999 roku doszło w tej materii do uchybień. Najjaskrawszym tego przykładem była emisja przez Polsat zapowiedzi audycji „Różowa landrynka” podczas porannego filmu dla dzieci. Ze zrozumieniem KRRiT nie spotkała się także emisja reklamy środków czystości, usług astrologicznych oraz piwa bezalkoholowego, nadana podczas filmu „Mała księżniczka” przez Naszą TV.

W kolejnym roku TVP1 wyemitowała w godzinach porannych, przed audycją dla dzieci zwiastun filmu „Księżę Jutlandii”, zawierającego sceny nieodpowiednie dla najmłodszej widowni. Osoba odpowiedzialna za omyłkową emisję tego zwiastuna została ukarana finansowo.

Również w 2000 roku Krajowa Rada nałożyła na Naszą TV oraz nadawcę kanału Canal+ kary za emisję filmu „Jungle Fever Spika Lee”. Film ten był emitowany przez obie stacje pod różnymi tytułami, co przecież nie zmieniło jego „wulgarnego i agresywnego” charakteru. Podobny skutek wywołała emisja filmu „W matni” w programie TVP1 o godzinie 19.00.

W roku 2001 KRRiT ukarała właściciela TV4 karą pieniężną za emisję w godzinach porannych animowanego filmu amerykańskiego „Przygody Freya w kosmosie”. Ze względu na drastyczne sceny oraz przemoc, mogące w negatywny sposób wpływać na rozwój psychiczny, została ona uznana za niedповідnią dla

³⁹⁴ Więcej na ten temat w: J.K.K., *Kara dla Canal+, „BIKRRiT”*, 1998, nr 7/8, s. 5.

dzieci i młodzieży. Kolejna kara nałożona na tego samego nadawcę dotyczyła emisji po południu filmu „Daleko od domu”, który, zrealizowany w konwencji filmu grozy, zawierał wiele scen brutalnych i pełnych przemocy. W tym samym roku ukarana została także stacja TVN za emisję bez odpowiedniego oznakowania, przed godziną 23.00 filmu „Psychopata”.

Kolejnym błędem związanym z emisją zwiastunów filmów przeznaczonych tylko dla widzów dorosłych, było wyemitowanie przez TVP1 w porze „Wieczorynki” zapowiedzi filmów „Gloria” oraz „Twarz”. W związku z tym niedopatrzeniem KRRiT wezwała nadawcę do wyjaśnień, a wobec redaktora odpowiedzialnego zostały wyciągnięte konsekwencje służbowe.

Wiele kontrowersji budziły także audycje typu *reality show*: – „Big Brother”, „Dwa Światy”, „Amazonki”, „Gladiatorzy”. Ze względu na konstrukcje tych audycji oraz promowane w nich postawy KRRiT w niektórych przypadkach podjęła decyzje o ukaranie nadawców wymienionych programów.

Także od 2001 roku KRRiT zaczęła kontrolować dopełnianie przez nadawców, nałożonych przez nich na siebie dobrowolnie, zapisów porozumienia „Przyjazne Media”. Problemy pojawiały się głównie w związku z kategoryzacją poszczególnych audycji³⁹⁵, z nieoznaczaniem magazynów kryminalnych i policyjnych, z brakiem kategoryzacji filmów emitowanych po godzinie 23.00, z emisją audycji typu *reality show* oraz niektórych seriali.

Kwestie wykroczeń przeciw zapisom ograniczającym emisję reklam w polskich telewizjach szczegółowo opisane są w kolejnych sprawozdaniach KRRiT. W praktyce każdy z nadawców niejednokrotnie złamał któryś z zapisów regulujących tę kwestię. Uwagi KRRiT dotyczą zarówno czasu nadawania reklamy, jej szczegółowego wyróżnienia oraz czasu i miejsca jej emisji w nadawanej audycji. Jednak żaden z nadawców nie prowadzi działalności reklamowej sprzecznej z przepisami w sposób ciągły, więc KRRiT ogranicza się do upomnień nadawców. W 1995 roku na 64 nieprawidłowości w działalności reklamowej nadawców radiowych i telewizyjnych, 11 spraw dotyczących naruszenia ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi zostało skierowanych do Kolegium ds. Wykroczeń.

³⁹⁵ Do 12 kwietnia 2002 roku nadawcy mieli obowiązek przekazania do KRRiT wewnętrznych regulaminów określających zasady kwalifikowania, do rozpowszechniania audycji lub innych przekazów, które ze względu na zawarte w nich treści lub formę mogą zagrażać fizycznemu, psychicznemu czy moralnemu rozwojowi niepełnoletnich.

Od 1996 roku monitoring działalności reklamowej nadawców przez KRRiT prowadzony był systematycznie przy współpracy z profesjonalnymi firmami zajmującymi się badaniami statystycznymi mediów³⁹⁶. Szczególnie istotnym wykroczeniem było w 1996 roku niejednokrotne przekraczanie przez Polsat 12-minutowego limitu reklam emitowanych w ciągu godziny. Poza tym spośród 94 interwencji podjętych przez KRRiT w stosunku do nadawców na podstawie danych uzyskanych z badań monitorujących, pokaźna część dotyczyła:

- braku lub nieprawidłowego oznaczenia bloków reklamowych;
- przedwczesnego przerywania audycji blokiem reklamowym przez nadawców publicznych;
- nieprawidłowego oznaczania sponsorów audycji;
- przekraczania dozwolonego czasu na reklamę w godzinie zegarowej;
- reklamy alkoholu i wyrobów tytoniowych.

Także część prywatnych skarg widzów, skierowanych do KRRiT, dotyczyła zbyt długiego czasu emisji reklam w telewizjach, zarówno prywatnych, jak i publicznych.

Od 1997 roku kontrola telemetryczna nadawców telewizyjnych prowadzona była w sposób ciągły. Monitorowano ramówkę wszystkich nadawców ogólnopolskich, łącznie ze strefą niekodowaną Canal+ oraz TV Wisłą, a od 3 października 1997 roku, także TVN. Podobnie jak w roku poprzednim, Polsat przekroczył limity emisji reklam w ciągu godziny. Analogicznie przedstawiała się sytuacja dotyczyła TVN. Ale ta stacja nie przestrzegała również obowiązkowych 20-minutowych przerw między blokami reklamowymi podczas emisji programów publicystycznych i filmów fabularnych. Obu nadawców upomniano i wezwano do przestrzegania prawa.

W 1998 roku, w wyniku monitoringu telemetrycznego programów telewizji publicznej, doszukano się uchybień w emisji TVP1 i TVP2 dotyczących sumarycznego czasu reklam emitowanych w ciągu godziny.

Także w związku ze sponsorowaniem programów TVP SA złamała zasady dotyczące tego zagadnienia w co najmniej trzech przypadkach. KRRiT ograniczyła się do informowania nadawcy o wykroczeniach i wezwania do przestrzegania prawa. Także telewizje komercyjne nie przestrzegały w 1998 roku zasad

³⁹⁶ OBOP, GfK Polonia, OP Polska oraz AGB Polska, która to firma prowadzi stały nadzór telemetryczny reklam w polskich telewizjach.

dotyczących emisji reklam i sponsoringu. TVN wielokrotnie naruszył 12-minutowy limit udziału reklam w pełnej godzinie zegarowej oraz limit 15% emisji reklam w dziennej ramówce. Nasza TV niezgodnie z prawem przerywała reklamami filmy fabularne, natomiast Polsat po raz kolejny (tym razem w jednym przypadku) przekroczył limit emisji reklam w ciągu godziny. Ten sam nadawca nie dopilnował także przestrzegania przepisów dotyczących właściwego wskazania sponsora w programie sportowym. Zastrzeżenia KRRiT budził również brak oznaczeń bloku reklamowego w TVN i Polsacie.

Problem emisji reklamy „Bols Sport” wywołał w 1998 roku reakcję nie tylko KRRiT, ale także Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta oraz Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych. Wezwanie do zaprzestania nadawania tej reklamy skierowane przez KRRiT do nadawców nie zostało zignorowane i w ciągu 11 dni ostatnia ze stacji zawiesiła emisję tej reklamy. Natychmiast na sugestie KRRiT w tej sprawie zareagował TVN, zaprzestając jej emisji, w związku z czym nie odnosiła się doń uchwała KRRiT wzywająca do zawieszenia nadawania tej reklamy.

Kwestia reklamy alkoholu powróciła ponownie w 1999 roku w związku z promocją opakowania wódki Smirnoff. KRRiT uznała ją za reklamę w rozumieniu ustawy i wezwała nadawców do zaprzestania emisji. W związku z wykorzystywaniem tej samej idei promocji do zamieszczania na billboardach, także tą sprawą zajął się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.

W 1999 roku nadawcy nie dotrzykali limitu 12 minut reklam w ciągu godziny (TVP2 – 2 razy, TVN – 6 razy, Nasza TV – 27 razy). Jak widać, Polsat, funkcjonujący najdłużej na rynku nadawców komercyjnych, ustrzegł się tego typu wykroczeń. Po raz pierwszy zwrócono uwagę na pojawienie się w programie TVP2 i Polsatu reklamy ukrytej (odpowiednio Radia PLUS i Otwartego Funduszu Emerytalnego Polsat). Nieprawidłowości ilościowe (czas lub liczba informacji) we wskazaniu sponsora występowały, choć były to pojedyncze przypadki, w programach TVP2, Canal+ oraz TVN. Ponadto Canal+, Polsat i TVN w sposób niewłaściwy wyodrębniały bloki reklamowe. Z kolei TVP1 popełniała błędy w przestrzeganiu przepisów dotyczących reklamy i sponsoringu. Nadawca ten dwukrotnie przerywał reklamami program sportow, a podczas emisji audycji informacyjnej w jednym z materiałów zamieścił element przekazu promocyjnego.

Dopatrzone zostały również uchybień (element sponsoringu) przy emisji audycji o charakterze religijnym.

Z kolei w 2000 roku nadawca publiczny dwukrotnie naruszył zasady dotyczące sponsorowania określonych audycji. Raz wyemitował reklamę skierowaną bezpośrednio do nieletnich i raz nie wyodrębnił reklamy kaset wideo. Nadawcy koncesjonowani także nie przestrzegali zapisów ustawowych oraz zawartych w rozporządzeniach. TVN przekroczył czas emisji reklam w godzinie zegarowej, przerywał programy dla dzieci reklamami, wprowadzał zbyt krótkie przerwy między blokami reklamowymi oraz popełnił wykroczenia w stosunku do zasad związanych ze sponsoringiem. Polsat także naruszył zapisy dotyczące sponsoringu oraz przerywał audycje dla dzieci reklamami. Wykroczenia TV4 doprowadziły do nałożenia nań kary pieniężnej za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam. Ten sam nadawca, podobnie jak Polsat i TVN nie zastosował przepisów dotyczących sponsorowania audycji. Wszystkie wymienione trzy stacje komercyjne, wraz z Canal+, emitowały reklamy nawołujące bezpośrednio nieletnich do nabywania produktów lub usług.

W 2001 roku TVP aż 22 razy przekroczyła dopuszczalny limit reklam w godzinie emisji programu. W jednym przypadku czas ten wynosił aż 61 sekund. Z tego powodu na TVP SA została nałożona kara pieniężna. Podobnie jak w latach ubiegłych, również nadawcy reklamowi przekroczyli limity udziału reklam w godzinnej emisji. Doszło do tego dwukrotnie, zarówno w przypadku TVN, jak i TV4. Przeciwko zapisom dotyczącym zasad sponsoringu wystąpił zarówno TVN, jak i Polsat. Także w Polsce pojawiła się kryptoreklama – podczas losowania LOTTO zachęcano do korzystania z innych loterii tej firmy. Jednorazowo TVN wyemitował reklamę piwa poza dozwołonym przedziałem godzinowym. Pojawiły się także i inne drobne uchybienia w związku z działalnością reklamową nadawców, ale za najistotniejsze – prowadzące w 2001 roku do nałożenia i egzekucji kar finansowych - należy uznać wykroczenia TVP.

W większości przedstawionych powyżej przypadków, poza kilkoma wskazanymi wyjątkami dotyczącymi emisji treści wpływających w sposób negatywnie na dzieci i młodzież oraz przekroczenia limitów czasowych emisji reklam, KRRiT ograniczyła się do wezwania nadawców do usunięcia uchybień lub kierowała do nich upomnienia.

4.4. Podsumowanie

Najistotniejszymi problemami związanymi z przepisami dyrektywy i z zagadnieniami programowymi są kwestie emisji programów europejskich i niezależnych. Niedrogie produkcje amerykańskie w znacznym stopniu wypełniają ramówkę poszczególnych stacji, z wyraźnie widoczną tendencją zwykłą. Kwoty europejskie są najczęściej wypełniane podczas emisji nocnych, a z pewnością nie pojawiają się w *prime time*. W takiej działalności przoduje Polsat, Nasza TV, TVN oraz HBO. Najmniejszą różnicę między emisjami europejskimi i amerykańskimi w czasie najwyższej oglądalności można dostrzec w programach telewizji publicznej. Jednak także i w tych programach *prime time* jest w większości wypełniony produkcjami amerykańskimi.

Także w okresowych raportach Komisji Europejskiej, dotyczących stosowania artykułów 4 i 5, pojawiają się stale dane wskazujące na niewypełnianie kwot europejskich i niezależnych przez państwa członkowskie.

Takie postępowanie powinno być uznawane za naganne. Każde z państw kandydujących, także Polska, jest zobligowane nie tylko do harmonizacji prawa w stopniu, który spośród obecnych państw członkowskich pozostawia wiele do życzenia, ale także do praktycznego wdrożenia tego prawa i stosowania go. Już na początku drogi do wspólnej Europy państwa kandydujące postawione zostały w o wiele gorszej sytuacji niż dotychczasowi uczestnicy wspólnej gry medialnej. Do przestrzegania przepisów przez przyszłych nowych członków przykładą się o wiele większą wagę niż do sprawnego funkcjonowania państw, które teoretycznie nie tylko przyjęły przepisy, ale także od dawna je stosują.

Brak zapisów w dyrektywie - określających szczegółowo, w jakim czasie programowym winny być wypełniane kwoty europejskie i niezależne - sprawia, że emisja ich poza *prime time* jest nie tylko praktyką polskich nadawców, ale także nadawców z innych krajów europejskich. W ten sposób to, co dla najczęściej o wiele bogatszych stacji pochodzących z Unii Europejskiej jest metodą na uzupełnienie brakujących limitów, dla polskich nadawców stało się podstawą ich wypełniania.

Przepisy te, mają przede wszystkim chronić europejskiego odbiorcę oraz europejski przemysł produkcyjny i dystrybucyjny, w bardzo małym stopniu

wypełniają swoje zadanie, stają się jedynie kolejnym, trudnym do implementacji składnikiem *acquis communautaire*.

W tej niezbyt optymistycznej praktyce pojawia się szansa dla polskich produkcji. W dalszym ciągu są one o wiele tańsze niż produkcje realizowane w Unii Europejskiej. Z kolei ich poziom, zarówno techniczny, jak i treściowy, może pozostawać wysoki. Oczywiście nie mamy szansy na osiągnięcie pułapu reprezentowanego przez BBC, ale polskie produkcje mogą wypełnić kwoty europejskie wielu stacji nadających w krajach Unii, bowiem zgodnie z zapisami art. 4 i 5 dyrektywy 97/36/WE już w tej chwili produkcje polskie mieszczą się w kategorii owych kwot. Jednak jak dotychczas nie doszło do szerszej ekspansji polskich produkcji telewizyjnych na rynki europejskie. Niestety, nic nie zapowiada, aby mogło się tak stać. Uwaga producentów koncentruje się na polskich superprodukcjach kinowych, które osiągając bardzo dobre wyniki finansowe w Polsce, nie mają jednak szansy na taki sam sukces za granicą.

Jak dotąd najbardziej wymiernym skutkiem prób implementacji prawa Wspólnoty do polskiego porządku prawnego w dziedzinie telewizji jest bałagan legislacyjny i brak konkretnych przepisów wykonawczych pozwalających na egzekwowanie prawa.

Konsekwencje na poziomie programowym pojawią się w sposób wyraźny i praktyczny dopiero w momencie pełnego przyjęcia dorobku Wspólnot w dziedzinie polityki audiowizualnej. Stanie się tak, jeśli do tego czasu powstaną także odpowiednie przepisy wykonawcze. Mimo obowiązywania w stosunku do polskiego systemu telewizyjnego części norm unijnych, nie są one w pełni przestrzegane.

Z pewnością udział Polski w strukturach wspólnotowych otworzy możliwość korzystania z różnorodnych form finansowania działalności audiowizualnej dostępnej państwom członkowskim. Być może fakt ten - wraz z szerszym otwarciem rynku audiowizualnego nie tylko na obecne państwa Unii Europejskiej, ale także na inne państwa kandydackie - pozwoli szerzej uczestniczyć polskim przedsiębiorstwom audiowizualnym w funkcjonowaniu jednolitego rynku.

Zakończenie

Przedmiotem tej książki jest przede wszystkim oparta na szeroko zarysowanym tle uwarunkowań zewnętrznych analiza konsekwencji harmonizacji polskiego prawa (i systemu) telewizyjnego do standardów unijnych oraz wykazanie znacznego wpływu, jaki proces integracji Polski ze strukturami unijnymi wywiera na funkcjonowanie polskiego systemu telewizyjnego, także w dziedzinie programowej.

W analizie tej musiał znaleźć się zatem opis uwarunkowań systemu unijnego i jego funkcjonowania, potraktowany możliwie szeroko, obejmujący te elementy, które głównie w zakresie legislacji najsilniej wpływają na politykę audiowizualną i jej funkcjonowanie. Także w przypadku opisu krajowych uwarunkowań konieczne było odwołanie się do podstawy prawnej determinującej w znacznym stopniu płaszczyznę programową. Regulacje prawne są praktycznie jedynym elementem polityki państwa dotyczącym systemu audiowizualnego. Także Unia Europejska oprócz uprawomocnionych form wspierania rozwoju mediów w żaden sposób nie rozszerza polityki państwa w tej dziedzinie.

Innym celem tego opracowania była analiza tendencji funkcjonowania telewizji polskich, wskazanie na zachodzące zmiany oraz ukazanie zbieżności przyszłych zadań i kierunków rozwoju systemu polskiego i unijnego. Ponadto istotne było wykazanie determinacji w funkcjonowaniu systemu telewizyjnego, tak w Unii Europejskiej, jak i w Polsce, wynikającej z regulacji prawnych.

Ponadto analiza ta miała ukazać z jednej strony telewizję jako pewien zwarty system, z drugiej zaś, należy brać pod uwagę otoczenie owego systemu w postaci wpływających nań innych systemów: prawnego, ekonomicznego, społecznego i ujmowanego w szerokim kontekście systemu europejskiego. Dlatego też ów wąsko rozumiany system telewizji został potraktowany jako otwarta na zewnętrzne wpływy struktura struktur.

Na wyższym poziomie taka struktura będzie obejmowała telewizję w świecie, wraz z jej licznymi powiązaniem i zależnościami, które w ujęciu systemowym obejmują samą telewizję oraz zewnętrzne przypisane jej układy bezpośrednio i pośrednio nań wpływające.

Na niższym poziomie system telewizyjny jest mocno powiązany siecią podrzędnych struktur, do których należą: dywersyfikacja form przekazu, typowe układy programowe, struktura układu analizowana na płaszczyźnie ramówki w stosunku do poszczególnych audycji i ich wewnętrznego układu.

W takim badaniu wystarczająco było wskazanie na międzysystemowe powiązania wybranych elementów, analizowanych, w miarę możliwości, na najniższym poziomie konstrukcji całego układu.

Przedstawiony tu system nie jest więc jednolity, zwarty i zamknięty. O wiele istotniejszym aspektem jest wskazanie na coraz to niższe poziomy jego organizacji i ukazywanie zależności pojawiających się między strukturami tego samego rzędu, elementami odległymi w hierarchicznie skonstruowanym układzie oraz zewnętrznymi czynnikami.

Poruszone w tej pracy zagadnienia instytucjonalne odwołują się bezpośrednio do takiegoż statusu telewizji, automatycznie przypisywanego także jej licznym składnikom³⁹⁷.

Instytucjonalnie uwarunkowana forma przekazu decyduje o jego zawartości. Uwarunkowania unijne polskiego systemu audiowizualnego stanowią tylko jeden z wielu elementów występujących na różnorodnych poziomach systemowej struktury. Elementy węższego kontekstu, w szczególności dotyczącego bezpośrednio samych programów i zawartych w nich audycji, są w o wiele większym stopniu uwarunkowane przez same formy i sposoby przekazu.

Oczywiście można wskazać na pewne istniejące od dawna elementy, także na poziomie programów i audycji, które są zgodne z systemem unijnym. Jednak w takim przypadku należy wskazać na fakt, że powstająca legislatura unijna opisująca tę dziedzinę nie zrodziła się z niczego, lecz stanowiła i stanowi w największym stopniu pewien zbiór zasad, wykreowanych przez lata funkcjonowania telewizji. Dzięki najlepszym wzorcom na poziomie unijnym zostały usankcjonowane pewne normy, które dotychczas też funkcjonowały, obejmując jednak swoim oddziaływaniem inne grupy³⁹⁸.

³⁹⁷ Należy także pamiętać o jednej z cech telewizji, która zawsze posługuje się, co stanowi element jej sukcesu komunikacyjnego i ekspresyjnego, pewnymi utrwalonymi w kulturze wzorami, które w toku kulturowych dziejów ludzkości zostały nie tylko utrwalone, ale wręcz zinstytucjonalizowane, por.: A. Bątkiewicz, wyd. cyt., s. 197-198.

³⁹⁸ Nie bez znaczenia jest fakt, iż pierwsza dyrektywa telewizyjna nosi nazwę bardzo podobną do analogicznego dokumentu opublikowanego wcześniej przez Radę Europy.

Kolejnym etapem funkcjonowania prawa telewizyjnego będzie, a właściwie już jest³⁹⁹, sukcesywne wprowadzenie zmian inicjowanych przez unijną praktykę. Tylko bowiem praktyczna weryfikacja przepisów pozwoli zachować wiarygodność tych przepisów. Nie ma zatem potrzeby wskazywać na elementy pojawiające się na płaszczyźnie programowej oraz wewnątrzprogramowej poziomie audycji, które są zgodne z prawem unijnym, gdyż ta płaszczyzna w kontekście polskich przepisów i zasad obowiązuje nie z przyczyn związanych z procesem integracji.

Konieczność częstych odwołań do sytuacji gospodarczej oraz do prawodawstwa wynikała z sytuacji oraz z licznych zewnętrznych uwarunkowań funkcjonowania kultury i samej telewizji, jako najbardziej jej urynkowionego i uregulowanego elementu. Bowiem obecnie to ekonomia decyduje o możliwości rozwoju składników kultury, a prawo bardzo ściśle wyznacza ramy ich funkcjonowania.

Opóźniony w Polsce o kilkanaście lat proces deregulacji okazał się trudnym do pokonania dystansem. Ustawa stworzona głównie po to, aby jak najszybciej wprowadzić demokratyczne zasady funkcjonowania telewizji, wpłynęła bardzo pozytywnie na rozwój telewizji komercyjnych w Polsce. Oczywiście podczas tworzenia funkcjonującego w obecnym stanie polskiego systemu audiowizualnego nie obeszło się bez kilku legislacyjnych potknięć. Jednak w ciągu dziesięciu lat ukształtował się on jako sprawnie działający mechanizm. Jego oferta, wypełniona emisjami nadawców komercyjnych i publicznych, nie odbiega standardami od analogicznych programów zachodnich stacji. Poziom techniczny także odpowiada wyposażeniu nadawców europejskich.

Istnieją pewne różnice między Polską i średnią unijną w sposobie dostarczania sygnału telewizyjnego. Wysoki stopień wyposażenia w Polsce w indywidualny sprzęt do odbioru telewizji satelitarnej sprawia, że za pośrednictwem tej drogi dostarczany jest program platform cyfrowych. W Unii Europejskiej, w dużej mierze za sprawą nacisku kładzionego na tę kwestię w ramach polityki audiowizualnej, funkcjonują już naziemne sieci przekazu sygnału cyfrowego. W Polsce pojawiły się dopiero zapowiedzi budowy takiego systemu. Także kablone platformy cyfrowe są często spotykane w państwach członkowskich. W Polsce ta droga przekazu ma jedynie postać analogowej redystrybucji.

³⁹⁹ Za sprawą przyjęcia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/36/WE.

Swoista izolacja polskiego systemu medialnego ustrzegła nas przed szeroko zakrojoną akcją próbnego wdrażania systemu HDTV. Nie należąc do Unii Europejskiej, polscy nadawcy nie otrzymali wsparcia na rozwój systemu 16:9. Jednak jak dotąd, poza sprzedażą odbiorników o tym formacie, nie poczyniono tam żadnych zdecydowanych działań wdrażających ten system na płaszczyźnie programowej.

W polskim systemie telewizyjnym brakuje z pewnością rdzennych programów tematycznych obecnych w systemach europejskich. Skromny i niezbyt interesujący programowo zestaw oferowany przez Polsat jest dostępny jedynie za pośrednictwem dekoderek. MTV pozostaje tylko polskim elementem międzynarodowej sieci. Nieudana próba podjęta z Tylko Muzyką przez TVP1 opóźnia powstanie zapowiadanego od dawna programu informacyjnego. Tę lukę wypełnia tylko TVN24. Można mieć nadzieję, że przygotowywana nowelizacja ustawy umożliwi tworzenie powszechnie dostępnych kanałów tematycznych Telewizji Polskiej.

Media audiowizualne i szerzej – informacja - są obecnie wielką siłą, prężnie rozwijającą się na całym świecie. Bardzo trudno jest nad tymi dziedzinami zapanować i umieścić je w ograniczonych ramach prawnych. Trudno jest je także ograniczyć wymogami ekonomii i podporządkować założeniom polityki kulturalnej. Ale jest to konieczne.

Unia Europejska nad wyraz sprawnie radzi sobie z tym zagadnieniem. Przy tak wielkiej liczbie nadawców w Europie trudno zaspokoić ich wszystkie wymagania, nie zapominając przy tym o odbiorcy. Jednak zainteresowanie mediami, jakie w ostatnich latach rozwinęło się w Unii Europejskiej, jest zjawiskiem pozytywnym, gdyż pozwala sądzić, że twórcy aktów normatywnych będą szybko reagować na zmieniającą się rzeczywistość. Z pewnością szybkie działania ze strony legislatury poprawi sytuację zarówno nadawców, jak i odbiorców.

Punktem wyjścia rozwoju i wszelkich zmian w dziedzinie audiowizualnej, a w szczególności telewizji, okazała się deregulacja. Od jej rozpoczęcia i w jej wyniku w ogromnym stopniu zmienił się stosunek Unii Europejskiej do mediów. Objawiło się to poprzez wzmożone zainteresowanie prawodawców i ekonomistów UE przemysłem kulturalnym i mediami. Zaowocowało również serią aktów

prawnych i dokumentów opisujących i regulujących kwestie audiowizualne w Europie.

Od rozpoczęcia procesu negocjacji członkowskich ustawodawca stara się dokonać harmonizacji polskiego prawa medialnego z zasadami wspólnotowymi. Wciąż opóźniające się wdrażanie przepisów unijnych wynika zarówno z niewystarczającego przygotowania tekstów ustaw (jak miało to miejsce przy ustawie zawetowanej przez prezydenta RP), jak i problemów wykraczających poza ściśle rozumiane kwestie telewizyjne (nierozstrzygnięta kwestia zawarta w art. 35 ustawy). Projekt ustawy rozwiązującej problem możliwości 100-procentowego udziału kapitału zagranicznego w polskich firmach medialnych jest już przygotowywany. W chwili gdy nowelizacja ta zostanie przyjęta pozostanie jedynie czekać na pełne uczestnictwo Polski w strukturach unijnych. Będą się z tym wiązały pewne znaczące zmiany, wykraczające poza sferę legislacyjnych ustaleń.

Za szczególny przykład przemian, do jakich doprowadził rozwój mediów, należy uznać przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Rozwój tej formacji, zwłaszcza na polu regulacji prawnych oraz rozwoju ekonomicznego, w znacznym stopniu podnosi jej atrakcyjność dla partnerów nie będących jej członkami. Poprzez umacnianie swej pozycji staje się UE pewnym celem, do którego dążą państwa nie przynależące do obecnych struktur europejskich. Zatem rozwój sfery medialnej jest, z jednej strony jedną z przyczyn akcesu Polski do Unii Europejskiej, z drugiej zaś jej bezpośrednim skutkiem. Co prawda, pierwszy proces zachodzi w ramach Wspólnot Europejskich, natomiast drugi w wymiarze polskim, ale w ścisłym powiązaniu z Unią Europejską, wobec jej statusu prawno-ekonomicznego i częściowo już w jej ramach.

Jako pełnoprawnemu członkowi Unii Europejskiej z pewnością będzie łatwiej przystosować się polskiemu przemysłowi audiowizualnemu do nowej cyfrowej ery przekazu i związanych z nią nowych zasad funkcjonowania rynku, co i bez integracji z Unią Europejską by nas czekało. Zmieniają się wówczas bilateralne stosunki z niektórymi organizacjami. Już widać zmniejszenie wpływu, jaki na polski system medialny wywiera działalność Rady Europy. O wiele istotniejsze stają się ustalenia dokonywane na poziomie Unii Europejskiej.

Wspomniane w pracy kwestie dotyczące naszych układów z GATS oraz OECD przestaną być jedynie naszym problemem. Zostaniemy włączeni w system, który wypracował własne rozwiązania dotyczące obu organizacji.

Będziemy także mogli w pełni uczestniczyć w programach wspierających rozwój systemu telewizyjnego w Europie. Przyjęcie przyszłych zmian zachodzących w polityce audiowizualnej Unii Europejskiej będzie naszym pełnym udziałem. Oprócz legislacji zawartej w dyrektywach, przejmimy całe orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości oraz dokumenty określające akcje programowe będące odpowiedzią na pojawiające się technologiczne i programowe tendencje kształtujące wizerunek mediów.

Polska jednak nie stanie się biernym uczestnikiem funkcjonowania systemu europejskiego. Wiele kwestii audiowizualnych jest rozwiązywanych na poziomie państwowym, a prawo krajowe może być o wiele bardziej rygorystyczne niż zasady wspólnotowe. Mimo iż takie próby, jak dotąd bez powodzenia, zostały podjęte przy okazji tworzenia najnowszej nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, to po ostatecznym zakończeniu procesu dostosowawczego kolejne nowelizacje ustawy będą mogły wreszcie się skoncentrować na takich kwestiach, jak: pełna regulacja ściągalności opłat abonamentowych, stworzenie prawa związanego z przekazem cyfrowym (także naziemnym) oraz nowymi technologiami łączącymi internetowe usługi interaktywne z telewizją. Być może w przyszłości polskie prawo audiowizualne będzie mogło się stać takim wzorem promocji własnych dokonań w tej dziedzinie jak obecnie jest prawo francuskie.

Telewizja ogarnęła świat poprzez jednostki, stając się „rodzinnym narkotykiem” końca XX wieku. Zarówno radio, prasa, książki, przez wynalazek przesyłania i odbioru powszechnie dostępnego obrazu połączonego z dźwiękiem, zostały zepchnięte na drugi plan. Telewizja, za sprawą treści przez nią przekazywanych, stała się najwyższym autorytetem. Nawet opinie naukowców dostrzegających w niej zagrożenie są właśnie przez nią rozpowszechniane.

Telewizja uczy, bawi, straszy, namawia i ostrzega, usiłując kierować życiem ludzi. Stara się nawet za nich myśleć, podsuwając gotowe schematy i wzorce, a nawet przeżycia i uczucia. Mimo że opisywany przez Georgea Orwella rok 1984 już minął, a świat, zdawałoby się, zdąża w odmiennym kierunku niż rzeczywistość przedstawiona w głośnej powieści to jednak wszechobecność i głęboka ingerencja telewizji w życie ludzi, w pełni zresztą przez nich

akceptowana, jest niepokojąco podobna do wizji przedstawionej we wspomnianej książce.

Telewizja wabi i przyciąga, oferując namiastkę prawdziwego życia, wypełnia czas, dostarczając wszystkiego czego chce widz. Sprowadza to telewidza do sytuacji jeńca w „platońskiej jaskini”. Jednak w tym przypadku zaledwie dwustopniowe zdeformowanie świata idei jest niczym w porównaniu z wielostopniowym zdeformowaniem rzeczywistości przekazywanej poprzez telewizję. Kolejne filtry o różnym stopniu natężenia i różnego typu (techniczne, ideologiczne, propagandowe) maksymalnie oddalają człowieka od realnego oglądu świata. Mimo to telewizja dawno już stała się podstawowym źródłem informacji o świecie⁴⁰⁰.

„Atakować telewizję to taki sam absurd jak rozpocząć kampanię przeciwko sile grawitacji” – te słowa Federico Felliniego⁴⁰¹ bardzo dobrze charakteryzują siłę, z jaką to medium, ze swoimi zaletami i wadami, wkroczyło do codziennego życia ludzi końca XX wieku. Jako remedium na niebezpieczeństwa, jakie niesie telewizja, można potraktować jej lepsze poznanie, zarówno mechanizmów jej działania, jak i samej natury. Jest to wręcz konieczne. I jest to chyba jedyna możliwa forma obrony i zabezpieczenia. Telewizja zapanowała bowiem nad ludzkością. Stało się to bezpośrednio za sprawą obrazu i dźwięku. W jaki sposób te dwie formy przekazu są uporządkowane? Jaka powinny być uporządkowane? Jaka jest doskonała recepta na konstrukcję przekazu telewizyjnego? Jak można konstruować program telewizyjny, co jest zakazane? Jakie są zasady budowania programu? Te i inne pytania nasuwają się nieodmiennie przy zetknięciu z potęgą przekazu telewizyjnego i samej telewizji. Dotyczą przy tym zaledwie małego wycinka zagadnień związanych z tajemnicami przekazu telewizyjnego. Odpowiedzi na część z tych pytań można znaleźć w tej książce.

⁴⁰⁰ Kwestia tego, w jak silny sposób oddziałuje ona na społeczeństwa i kształtuje modele zachowań odbiorców jest zagadnieniem odrębnym. Wpływ ten niejednokrotnie jest przeceniany, por.: K. T. Toeplitz, *Szkice...*, wyd. cyt., s. 17-18.

⁴⁰¹ Za: M. Winship, *Television*, New York 1988, s. IX.

Bibliografia*

1. *A New Boost for the MEDIA Programme?*, „MEDIA”, 1999, nr 18, s. 3.
2. *A Support Programme Adapted to the New Economy of the Audio-visual Sector*, „MEDIA”, 2000, nr 19, s. 2-4.
3. Adamczyk Wojciech, *Prawo do informacji*, [w:] *Media wobec integracji europejskiej*, red. Tadeusz Wallas, Poznań 2000.
4. Albinowska Małgorzata, *Media publiczne w USA walczą o przetrwanie*, „ATV”, 1995, nr 9, s. 34-35.
5. Amin Shakir Mahmoud, Justyński Janusz, *Instytucje i porządek prawny Unii Europejskiej na tle tekstów prawnych oraz orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości*, Toruń 1999.
6. *Analiza programu Telewizji Polonia*, „BIKRRIT”, 1998, nr 6, s. 6.
7. *Annuaire statistique 1997. Observatoire Européen de l'audiovisuel*, Paris 1997.
8. *Audiovisual Policy of the European Union*, red. Thierry Leclercq, Luxembourg 1997.
9. *Audiovisual Policy of the European Union. Green Paper*, Brussels-Luxembourg 1994.
10. *Audio-visual Statistics. Report 1995*, Bruksela-Luksemburg 1996.
11. Bailey Dave, *Worker's Control and the Media*, [w:] *Media, Politics and Culture: a Socialist View*, red. Carl Gardner, London 1979, s. 137-147.
12. Bajka Zbigniew, *Rynek mediów w Polsce*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kraków 2000, s. 83-102.
13. Banasiński Cezary, Rittler Robert, Kolasiński Marcin, *Prawo radiofonii i telewizji w Polsce w świetle standardów europejskich*, red. Cezary Banasiński, Warszawa 2001.
14. Banaszek Karina, *O człowieku uniwersalnym, człowieku kontekstu i reklamie telewizyjnej*, [w:] *Prędkość i przyjemność*, red. Andrzej Gwóźdź, Kielce 1994, s. 103-119.
15. Banaszek Karina: *O pewnej praktyce telewizyjnej – w stronę form parainformacyjnych*, [w:] *Między obrazem a narracją*, red. Andrzej Gwóźdź, Wrocław 1990, s. 87-94
16. Bartoszcze Roman, Słupek Lucyna, *Telewizja – dobro kultury czy element rynku*, Rzeszów 2001.
17. Bątkiewicz Andrzej, *Semiotyczne uwarunkowania transmisji telewizyjnej*, [w:] *Z zagadnień semiotyki sztuk masowych*, red. Alicja Helman, Maryla Hopfinger, Hanna Książek-Konicka, Wrocław 1977, s. 197-215.
18. Belka Marek, Hausner Jerzy, Jasiński Leszek J., Marody Mirosława, Zirk-Sadowski Marek, *Polska transformacja w perspektywie integracji europejskiej*, Warszawa 1997.
19. Benjamin Kim, *Kino po europejsku*, „Dialog Europejski”, 1999, nr 3, s. 2-5.
20. Bentele Günter, *Analiza audiowizualna oraz gramatyka form prezentacyjnych dzienników telewizyjnych. Uwagi o semiotyce środków masowego przekazu*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 1/2, s. 139-167, tłum. i oprac. Ireneusz Siwiński.
21. Berger Arthur Asa, *Semiotics and TV*, [w:] *Understanding Television*, red. Richard P. Adler, New York 1981, s. 91-114.
22. *Bibliografia prawa europejskiego i zagadnień dotyczących integracji europejskiej. Wybór za lata 1994 i 1995*, oprac. Maria Jaszczukowa, „Przegląd prawa europejskiego”, 1996, nr 1, s. 142-153

* Bibliografia nie uwzględnia artykułów prasowych ani witryn internetowych.

23. Biernat Stanisław, *Miejsce prawa pochodnego Wspólnoty Europejskiej w systemie konstytucyjnym Rzeczypospolitej Polskiej*, [w:] *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku a członkostwo Polski w Unii Europejskiej*, red. Cezary Mik, Toruń 1999, s. 171-187.
24. Blumler Jay G., *Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting*, London 1992.
25. Borecki Rudolf, *Przyczynek do zagadnień typologii programów telewizyjnych*, [w:] *Telewizja i społeczeństwo*, wybór Marcin Czerwiński, Warszawa 1980, s. 64-75.
26. Borkowski Robert, *Informacyjna bulimia i multimedialny smog*, „Transformacje” 1997, nr 1-4, s. 61-63.
27. Bratkowski Andrzej S., *Szok transformacji czy transformacja szoku?*, Warszawa 1993.
28. Bratkowski Stefan, Budzisz Marek, Nowakowski Jerzy Marek, Rutkiewicz Ignacy, *Rola mediów w edukacji obywatelskiej*, Warszawa 1996.
29. Brossard Jean Pierre, *Bitwa o audiowizję*, „Film na Świecie”, 1990, nr 376, s. 3-10, tłum. Grażyna Stryszowska.
30. Brown Adam Watson, *Advanced television between the lines*, „ITT Magazine”, 1994, nr 2, s. 6-9.
31. Brush Judith M., Brush Douglas P., *Private Television Communications: Into the Eighties*, Berkeley 1981.
32. Buchner-Jeziorska Anna, *Ludzie w gospodarce. Próba rekonstrukcji koncepcji nowego ładu społeczno-ekonomicznego w Polsce*, „Studia Socjologiczne”, 1993, nr 3/4, s. 21-37.
33. Buciarelli Paola, *Standards for the information society: greater role, greater issue*, „I&T Magazine”, 1994, nr 4, s. 17-20.
34. Carillo Javier, *Future chances of Television in Europe*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. Dieter Dörr, Berlin-München 1998, s. 121-130.
35. Chmielowski Franciszek, *Medialność jako problem filozoficzny*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 121-130.
36. Chruślińska Izabela, *Program MEDIA II*, „BIKRRiT”, 1997, nr 12, s. I-IV.
37. Collins Richard, *Audiovisual and Broadcasting Policy in the European Community*, London 1993.
38. Collins Richard, *Satellite Television in Western Europe*, London 1990.
39. Collins Richard, *Television News*, London 1976.
40. Contreras Eduardo, Larson James, Mayo John K., Spain Peter, *Cross-cultural broadcasting*, Paris 1976.
41. Corinne Cerf, „HDTV” – coming shortly to a screen near you?, „XII Magazine”, 1991, nr 7, s. 31.
42. Coss Simon, *Skąd biorą się dyrektywy?*, „Dialog Europejski”, 1999, nr 3, s. 17-19.
43. Crozier Mary, *Broadcasting. Sound and television*, London 1958.
44. Curyło Czesław, *Lata coraz tłustsze*, „ATV”, 1998, nr 9, s. 82-86.
45. Curyło Czesław, *Sygnal misyjny*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 23-28.
46. Czerwiński Marcin, *Telewizja i ludzie*, Warszawa 1979.
47. Czerwiński Marcin, *Telewizja wobec kultury*, Warszawa 1973.
48. Czerwiński Marcin, *Telewizja, radio, ludzie*, Warszawa 1979.
49. Davidson Donald, *Myśl i mowa*, [w:] *Język w świetle nauki*, wybór i tłum. Barbara Stanosz, Warszawa 1980, s. 340-362.
50. Dill Richard W., *Dlaczego warto umieszczać reklamy w stacjach publicznych?*, „ATV”, 1998, nr 3, tłum. Marcin Wiśniewski s. 84-87.

51. Długosz Andrzej, *Co zrobić z mediami publicznymi?*, „Tele@top”, 1999, nr 12, s. 6-7.
52. Dobrzańska-Kochanek Maria, *Światowy boom*, „ATV”, 1995, nr 11/12, s. 26-31.
53. Dohnalik Jacek, *Badania rekonstruujące ideologiczne przesłanie dzienników telewizyjnych*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 1/2, s. 96-111.
54. Dohnalik Jacek, *Ilościowe aspekty konstrukcji przesłania ideologicznego dziennika Telewizji Polskiej*, „Przekazy i Opinie”, 1989, nr 1, s. 84-105.
55. Dohnalik Jacek, *Typologia programów telewizyjnych. Propozycja OBOPiPS*, „Przekazy i Opinie”, 1983, nr 3/4, s. 73-96.
56. Doktorowicz Krystyna, Dudek Wiesław, *Brytyjski model komercjalizacji telewizji i początek transformacji telewizji w Polsce*, Katowice 1995.
57. Doktorowicz Krystyna, *Europejska definicja społeczeństwa informacyjnego*, „Transformacje”, 1997, nr 1-4, s. 54-60.
58. Doktorowicz Krystyna, *Transformacje telewizyjnych mediów europejskich, regulacja i technologia*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1996, s. 72-81.
59. Dommering Egbert, *Advertising and Sponsorship Law – Problems of Regulation in Partly Liberalised Markets*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. Dieter Dörr, Reinhold Kopp, Monachium-Berlin 1998, s. 49-60.
60. Dorfler Gillo, *Człowiek zwielokrotniony*, tłum. Teresa Jakiel, Irena Wojnar, Warszawa 1973.
61. Dudek Wiesław, *Koncepcja „społeczeństwa informacyjnego”*, [w:] *Tendencje rozwoju radia i telewizji w świecie*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1988.
62. Dyczewski Leon OFMConv, *Publiczna oraz społeczna telewizja i radiofonia terenowa w Polsce*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 74-82.
63. Dyer Richard, *Light Entertainment*, BFI, London 1973.
64. Dziennicka Anna Natalia, *Polityka audiowizualna Unii Europejskiej*, niepublikowana praca dyplomowa pod kierunkiem dr. Kazimierza Sobotki, Ośrodek Badań Europejskich Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
65. Dziki Sylwester, Chorążki Włodzimierz, *Media lokalne i regionalne*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kraków 2000, s. 121-140.
66. *Encyklopedia of the Arts*, red. Dagobert D. Runes, Harry G. Schrickel, New York 1946.
67. Esslin Martin, *The Age of Television*, Stanford 1981.
68. *Europejska Konwencja Praw Człowieka. Podstawowe Dokumenty*, wyb. i oprac. Anna Michalska, Warszawa 1995.
69. *Eurostat Yearbook at a Glance. Facts through Figures*, Luxembourg 1998.
70. Fredro-Boniecki Tadeusz, *Radiofonia i telewizja realizatorem prawa człowieka do informacji*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 17-23.
71. Frentzel-Zagórska Janina, *Demokracja, elity polityczne i nerwica transformacyjna*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1994, nr 4, s. 41-59, Warszawa.
72. Fulton A. R., *Motion Pictures*, Oklahoma 1968.
73. Gajlewicz Michał, *Telewizja kablowa*, „Przekazy i Opinie”, 1988, nr 1/2, s. 163-171.
74. Garnham Nicholas, *Structure of Television*, London 1973.
75. Garroni Emilio, *Język werbalny i elementy niewerbalne w przekazie filmowym i telewizyjnym*, [w:] *Panorama współczesnej myśli filmowej*, red. Alicja Helman, Kraków 1992, s. 33-54.
76. *Gatunki telewizyjne*, red. E. Bagirow, tłum. Zdzisław Awadziun, Józef Chlabicz, Warszawa 1970.
77. Giliciński Lech, *Wykonywanie praw własności intelektualnej w prawie Wspólnot Europejskich*, Warszawa 1997.

78. *Glossary*, Luxembourg 2000.
79. Goban-Klas Tomasz, *Media i komunikowanie masowe*, Kraków 1999.
80. Godzic Wiesław, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001.
81. Godzic Wiesław, *Telewizja. Ziemia jałowa czy pieszczota dla oczu?*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kraków 2000, s. 71-82.
82. Golka Bartłomiej, *System medialny Francji*, Warszawa 2001.
83. Gołębiowska Maria, *Telewizja w kinie*, „Kino”, 1991, nr 3, s. 24-25.
84. Grabowski Mariusz, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako instytucja nadzorcza, opiniotwórcza i programująca*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 103-107.
85. Gwóźdź Andrzej, *Dziennik telewizyjny – tekst i działanie komunikacyjne. Rekonesans*, [w:] *Między obrazem a narracją*, red. Andrzej Gwóźdź, Wrocław 1990, s. 9-26.
86. Gwóźdź Andrzej, *Pochwała widzialności. Ze studiów nad niemiecką myślą filmową do roku 1933*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1990.
87. Gwóźdź Andrzej, *Polskie badania nad telewizją. Stan obecny i perspektywy badawcze*, [w:] *Filmoznawstwo, film, telewizja*, red. Jan Trzynałowski, Wrocław 1992, s. 63-85.
88. Gwóźdź Andrzej, *Semiotyczne aspekty tekstu filmowego w telewizji*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 126-151.
89. Hawkins John, Foster Michael, *TV in 1992*, London 1989.
90. Helman Alicja, *Słownik pojęć filmowych*, tom I, II, III, V, X, Wrocław-Kraków 1991-1998.
91. Humphreys Peter J., *Mass Media and Media Policy in Western Europe*, Manchester 1996.
92. Hurard François, *The production Quota System of the EU-Television directive*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. Dieter Dörr, Reinhold Kopp, Monachium-Berlin 1998, s. 28-40.
93. *Instytucje kultury i środki masowego komunikowania w Polsce a rozwiązania przyjęte przez Unię Europejską i jej państwa członkowskie*, oprac. Joanna Wódke, Warszawa 1996.
94. Jakubowicz Karol, *Co o finansowaniu mediów publicznych wiedzieć należy*, „BIKRRiT”, 2002, nr 3/4, s. 9-14
95. Jakubowicz Karol, *Deregulacja i komercjalizacja radia i telewizji*, [w:] *Tendencje rozwoju radia i telewizji w świecie*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1988, s. 36-63.
96. Jakubowicz Karol, *Deregulacja i komercjalizacja radia i telewizji w Europie Zachodniej. Niektóre przyczyny i konsekwencje*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 3/4, s. 26-46.
97. Jakubowicz Karol, *Kierunki ewolucji radia i telewizji w Europie Zachodniej*, „Przekazy i Opinie”, 1984, nr 3/4, s. 88-112.
98. Jakubowicz Karol, *Kto jest nadawcą programu Telewizji Polskiej?*, „Przekazy i Opinie”, 1989, nr 1, s. 15-32.
99. Jakubowicz Karol, *Nowelizacja dyrektywy „o telewizji bez granic”*, „BIKRRiT”, 1997, nr 11, s.7-8.
100. Jakubowicz Karol, *Per aspera ad... Europa*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 5-9.
101. Jakubowicz Karol, *TVP: któredy do przodu?*, „ATV”, 1994, nr 3/4, s. 9.
102. Jałowiecki Boghdan, *Strukturalne i aksjologiczne uwarunkowania transformacji systemowej w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny”, tom XLI, s. 31-47, Łódź 1992.
103. Jaruga Andrzej, *Ocena samodzielności terenowej telewizji publicznej*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 92-94.
104. K. J. K., *Kara dla Canal+*, „BIKRRiT”, 1998, nr 7/8, s. 5.
105. *Kapitał zagraniczny w mediach*, „BIKRRiT”, 1998, nr 4, s. 4-5.
106. Keane John, *Media a demokracja*, tłum. Elżbieta Petrajtis-O'Neill, Londyn 1992.

107. Kindler-Jaworska Elżbieta, *16:9*, „ATV”, 1998, nr 2, s. 62-66.
108. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Domowa platforma multimedialna*, „ATV”, 1998, nr 12, s. 28-33.
109. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Droga do telewizji cyfrowej*, „ATV”, 1995, nr 9, s. 61-65.
110. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Naziemna cyfrowa*, „ATV”, 1998, nr 10, s. 64-69.
111. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Początek nowej ery*, „ATV”, 1998, nr 4, s. 66-70.
112. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Scenariusze wprowadzania telewizji cyfrowej*, „BIKRRiT”, 1997, nr 8, s. 2-3, 7.
113. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Start DTT!*, „ATV”, 1999, nr 2, s. 35-40.
114. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Telewizja ppv*, „ATV”, 1999, nr 4/5, s. 31-35.
115. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Zielona księga*, „ATV”, 1998, nr 7, s. 35-41.
116. Kisło Marian, *Uwarunkowania techniczne wprowadzenia naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce*, „BIKRRiT”, 1999, nr 12, s. 7-9.
117. Klauza Karol, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako instytucja nadzorcza, opiniotwórcza i programująca*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 108-114.
118. *Komentarz do Układu Europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi z drugiej strony sporządzonego w Brukseli dnia 16 grudnia 1991 roku*, Urząd Rady Ministrów – Biuro Integracji Europejskiej oraz Pomocy Zagranicznej, Warszawa 1994.
119. Komorowski Adam, *Media za granicą*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kraków 2000, s. 103-122.
120. *Koncepcja służby publicznej radia i telewizji brytyjskiej – główne zasady*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 3/4, s. 203-212, tłum. Anna H. Wasilewska.
121. *Konkurencja a regulacja w dziedzinie środków masowego przekazu*, red. Karol Jakubowicz, Tadeusz Kowalski, Stanisław Piątek, Warszawa 1995.
122. Konopacki Stanisław, *Integracja Europy w dobie postmodernizmu*, Poznań 1998.
123. Kowalewska Anna, *Kodeks dla nadawców*, „BIKRRiT”, 1998, nr 2, s. 3.
124. *Kronika miesiąca*, oprac. Lidia Olszewska, Elżbieta Zarzecka, „ATV”, 1996, nr 5, s. 119-123.
125. Krzemień-Ojak Sławomir, *Kłopoty z tożsamością*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 286-291.
126. Krzysztofek Kazimierz, *Nowe media: czy technika spłaca dług kulturze?*, „Zeszyty prasoznawcze”, 1989, nr 4, s. 49-64.
127. Krzysztofek Kazimierz, *Rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce - uwarunkowania, perspektywy, rekomendacje*, „Transformacje”, 1997, nr 1-4, s. 64-79.
128. Kuèera Jan, *Specyfika telewizji*, tłum. Stefan Dębski, Warszawa 1967.
129. *Kultura i media*, red. Bogusław Spurgjasz, Warszawa 1995.
130. *Kultura w procesie integracji europejskiej*, red. Kazimierz Sobotka, Łódź 1998.
131. Kumor Aleksander, *Kinowe i telewizyjne życie filmu*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 89-104.
132. Kumor Aleksander, *O krytyce telewizyjnej*, Warszawa 1976.
133. Kumor Aleksander, *Telewizja. Teoria – percepcja – wychowanie*, Warszawa 1976.
134. Kurek Tadeusz, *ABC dziennikarstwa telewizyjnego*, Warszawa 1978.
135. Kurek Tadeusz, *ENG-EFP*, Warszawa 1985.
136. Kuryłowicz Marek, *Słownik zwrotów i sentencji prawniczych łacińskich oraz pochodzenia łacińskiego*, Kraków 1998.

137. Kuszewski Stanisław, *Emancypacja małego ekranu. Problemy estetyki telewizyjnej*, Warszawa 1967.
138. Kuszewski Stanisław, *Widowisko telewizyjne*, Warszawa 1971.
139. Kuźniak Mieczysław, *Międzynarodowe organizacje telewizyjne oraz współpraca i wymiana radiowo-telewizyjna za ich pośrednictwem w latach 1925-1985*, Warszawa 1985.
140. Kuźniak Roman, *Polska strategia*, [w:] *Krajobraz po transformacji*, red. Roman Kuźniak, Warszawa 1992.
141. Lange Andre, Renaud Jean-Luc, *The Future of the European Audiovisual Industry*, Manchester 1988.
142. Lasota Tomasz, *Poetyka serwisu informacyjnego w telewizji*, niepublikowana praca magisterska pod kierunkiem prof. Teresy Cieślukowskiej, Instytut Teorii Literatury, Teatru i Filmu Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1996.
143. *Latest statistics on radio and television broadcasting*, nr 29, Paris 1987.
144. Leach Edmund, *Lévi-Strauss*, Warszawa 1973.
145. Lenaerts Koen, van Nuffel Piet, *Podstawy prawa europejskiego*, tłum. Joanna Bojko, Warszawa 1998.
146. Lepa Adam, *Świat propagandy*, Częstochowa 1994.
147. Lewicki Bolesław W., Rek Jan, *Język filmu*, [w:] *Kino i telewizja*, red. Bolesław W. Lewicki, Warszawa 1984, s. 98-127.
148. Levinson Paul, *Miękkie ostrze*, Warszawa 1999.
149. Loska Krzysztof, *Nowe media albo estetyka katastrofy*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 305-312.
150. Luttwak Edward, *Turbokapitalizm*, tłum. Ewa Kania, Wrocław 2000.
151. Maggiore Matteo, *La production audiovisuelle dans le Marché Unique*, Bruxelles-Luxembourg 1991.
152. Majkowska Grażyna, *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kraków 2000, s. 232-243.
153. Markiewicz Marek, *Ocena projektu nowelizacji ustawy zgłoszonej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do Sejmu*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 40-47.
154. Marszałek Antoni, *Suwerenność a integracja europejska w perspektywie historycznej*, Łódź 2000.
155. Martin Hans-Peter, Schumann Harald, *Pałapka globalizacji*, tłum. Marek Zybura, Wrocław 1999.
156. Mastroianni Roberto, *Assuring Diversity of Opinion in the Media in Europe – The Problem of Concentration of Ownership*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. Dieter Dörr, Berlin-München 1998, s. 61-71.
157. Mączyński Jacek F., *Ku społeczeństwu globalnej informacji*, „Transformacje”, 1997, nr 1-4, s. 33-53.
158. McLuhan Marshall, *Wybór pism*, tłum. Karol Jakubowicz, Warszawa 1975.
159. *Media. Leksykon*, red. Edyta Banaszkiwicz-Zygmunt, Warszawa 2000.
160. *MEDIA II: Positive Assessment at Half-way*, „MEDIA”, 1999, nr 18, s. 4-5.
161. *Media w Polsce w XX wieku*, red. Renata Gluza, Warszawa 1999.
162. Michałowska Grażyna, *Cywilizacyjna nowoczesność a narodowa tożsamość – dylematy późnoprzychodzące*, [w:] *Krajobraz po transformacji*, red. Roman Kuźniak, Warszawa 1992, s. 172-195.

163. Miczka Tadeusz: *Gatunek telewizyjny jako „tekst z pamięci”*, [w:] *Między obrazem a narracją*, red. Andrzej Gwóźdź, Wrocław 1990, s. 53-68.
164. Miczka Tadeusz, *Multimedia - oczywistości i domysły*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 46-61.
165. Mik Cezary, *Media masowe w europejskim prawie wspólnotowym*, Toruń 1999.
166. Mik Cezary, *Przekazanie kompetencji przez Rzeczypospolitą Polską na rzecz Unii Europejskiej i jego następstwa prawne*, [w:] *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku a członkostwo Polski w Unii Europejskiej*, red. Cezary Mik, Toruń 1998, s. 145-165.
167. Mik Cezary, *Radiofonia i telewizja w europejskim prawie wspólnotowym*, „Przegląd prawa europejskiego”, 1996, nr 1, s. 68-90.
168. Millerson Gerald, *Basic TV Staging*, London-New York 1974.
169. Miszczak Stanisław, *Radiofonia i telewizja w świecie. 1920-1970*, Warszawa 1971.
170. Moles Abraham, *Information Theory and Esthetic Perception*, London 1968.
171. Moles Abraham, *Kultura mozaikowa a środki komunikowania masowego*, „Kino”, 1977, nr 9, s. 30-31.
172. Morrison Carolyn, *The Right of Information – regulation of Access by the Media to Events of Major Interest to the Public*, [w:] *European Media Law – Television and European Community Law*, red. Dieter Dörr, Berlin-München 1998, s. 73-78.
173. Mrozowski Maciej, *Media masowe*, Warszawa 2001.
174. Mrozowski Maciej, *Między manipulacją a poznaniem*, Warszawa 1991.
175. Mrozowski Maciej, *Społeczny sens konwencji w telewizji*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 105-125
176. Mrozowski Maciej, *Stan badań nad telewizją w Polsce w zwierniku „Przekazów i Opinii”*, „Przekazy i Opinie”, 1984, nr 3/4, s. 37-44.
177. *Multimedia Rights Clearance Systems*. Brussels-Luxembourg 1999.
178. Nurczyńska Ewelina, *Rodzaje i gatunki filmowe*, [w:] *Kino i telewizja*, red. Bolesław W. Lewicki, Warszawa 1997, s. 128-149.
179. *Ocena stopnia realizacji Układu Europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi*, red. Elżbieta Kawecka-Wyrzykowska, Warszawa 1998.
180. *OECD a Polska*, red. naukowa Stanisław Michałowski, Mieczysław Szostak, Warszawa 1995.
181. *Omówienie „Rundfunk und Fernsehen” 35. Jg. 1987/4 i 36. Jg 1988/1*, oprac. Ilza Kowol, „Przekazy i Opinie”, 1988, nr 3/4, s. 225-231.
182. *Opinie o programie TVP S.A.*, oprac. Teresa Sczurowska, „ATV”, 1998, nr 12, s. 100-106.
183. Orłowski Władysław, *Cudowny świat rzeczy zwyczajnych (O teatrze telewizji)*, [w:] *Szkice o sztukach masowych w Polsce*, red. Alicja Helman, Maryla Hopfinger, Maria Raczewa, Wrocław 1974, s. 123-142.
184. Osadnik Waclaw M., *Uwagi na temat narracji werbalnej, filmowej i telewizyjnej*, [w:] *Prędkość i przyjemność*, red. Andrzej Gwóźdź, Kielce 1994, s. 185-193.
185. Palczewska Danuta, *Między informacją a sztuką*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 152-168.
186. Peach Joachim, *The Game with the Frame: O formacie obrazów technicznych*, [w:] *Prędkość i przyjemność*, red. Andrzej Gwóźdź, Kielce 1994, s.154-169.
187. Piątek Stanisław, *Projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji – po konsultacjach*, „BIKRRiT”, 1997, nr 5, s. 1-2.
188. Piotrowski Maciej, *Szkodzi czy pomaga?*, „ATV”, 1996, nr 4, s. 80-83.
189. Piotrowski Maciej, *Wojna ramówek*, „ATV”, 1998, nr 1, s. 5-12.

190. Piszczek Radosław, *Fotografia europejskiego rynku*, „ATV”, 1998, nr 8, s. 87-90.
191. Piszczek Radosław, *Komercja z ambicjami*, „ATV”, 1998, nr 2, s. 30-36.
192. Piszczek Radosław, *Rozruch z przeszkodami*, „ATV”, 1997, nr 4, s. 32-37.
193. Piszczek Radosław, „*Tylko Muzyka*”, „ATV”, 1997, nr 4, s. 20-26.
194. *Polacy o misji telewizji publicznej*, oprac. Jolanta Adelt, „ATV”, 1998, nr 9, s. 106-113.
195. *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. Józef Skrzypczak, Poznań 1999.
196. *Prasa, radio i telewizja w świecie*, red. Bartłomiej Golka, Warszawa 1980.
197. *Prawo mediów*, wybór i oprac. Jacek A. Żurawski, Warszawa 1997.
198. *Prawo reklamy*, oprac. Ryszard Skubisz, Robert Sagan, Lublin 1998.
199. *Princeton Encyclopedia of Poetry and Poetics*, red. Alex Preminger, New Jersey 1974.
200. *Proceedings of the European Audiovisual Conference Birmingham, UK 6-8 April 1998*, European Communities 1998.
201. *Program Media Unii Europejskiej. Sposób wykorzystania. Broszura informacyjna*, Bruksela 1996.
202. *Programy telewizyjne w Europie Zachodniej*, oprac. Beata Puszczewicz, „Przekazy i Opinie”, 1988, nr 3/4, s. 156-169.
203. *Programy dla polskich organizacji pozarządowych*, oprac. Renata Koźlicka, Klon/Jawor 2000.
204. Przybylski Henryk, *Spoleczno-polityczne uwarunkowania transformacji telewizji publicznej w Polsce*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. Wisław Dudek, Katowice 1996, s. 39-47.
205. *Raport Komisji Peacocka o finansowaniu BBC*, oprac. Tadeusz Kowalski, „Przekazy i Opinie”, 1988, nr 3/4, s. 237-247.
206. Jakubowicz Karol, *Telewizja publiczna i pieniądze*, „BIKRRiT”, 2000, nr 10, s. 4-6.
207. Jakubowicz Karol, *Wyniki debaty europejskiej o przyszłości mediów publicznych*, „BIKRRiT”, 2002, nr 7/8/9, s. 10-14.
208. Jędras Hanna, Badźmirowska-Masłowska Katarzyna, *System ochrony dzieci młodzieży w państwach Unii Europejskiej*, „BIKRRiT”, 2001, nr 10, s. 3-4.
209. Jędras Hanna, Katarzyna Badźmirowska-Masłowska, *Ochrona dzieci i młodzieży w systemie międzynarodowych aktów prawnych*, „BIKRRiT”, 2001, nr 8/9, s. 3-4.
210. Jędras Hanna, Woźniak Albert, *Przykłady europejskich regulacji*, „BIKRRiT”, 2001, nr 11/12, s. 12.
211. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Cyfrowa telewizja naziemna w Europie*, „BIKRRiT”, 2000, nr 1, s. 10-11.
212. Kindler-Jaworska Elżbieta, *Telewizyjne bramy cyfrowe*, „BIKRRiT”, 2000, nr 3, s. 9-11.
213. *Nowe media, nowe w mediach*, red. Igor Borkowski, Aleksander Woźny, Wrocław 2001.
214. Pęk Małgorzata, *Debata nad nowelizacją dyrektywy „O telewizji bez granic”*, „BIKRRiT”, nr 7/8/9, 2002, s. 8-9.
215. Pęk Małgorzata, *Polska w WTO*, BKRRiT, 2001, nr 4, s. 4.
216. *Polskie media u progu XXI wieku*, red. Janusz Adamowski, Marek Jabłonowski, Warszawa 2001.
217. *Raport Zespołu Wysokiego Szczebla na temat polityki audiowizualnej*, tłum. robocze udostępnione przez KRRiT.
218. Rastawicki Rafał, *Podział reklamowego tortu*, „ATV”, 1996, nr 11, s. 87-89.
219. Raszkowski Jerzy, *Telewizja kablowa*, Warszawa 1982.
220. Rochlin A., Szastin W., *Telewizja jako sztuka*, tłum. Jerzy Szeliński, Warszawa 1962.
221. *Rocznik statystyczny RP*, Warszawa 1999, s. 223.

222. *Rola i przyszłość mediów publicznych w dobie technologii cyfrowej*, „BIKRRiT”, 2001, nr 5, s. I-IV.
223. *Rola prasy, radia i telewizji. Przegląd badań zagranicznych*, wybór i oprac. Jerzy Kubin, Kraków 1963.
224. Roslan-Kuhn Krystyna, *Start naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce?*, „BIKRRiT”, 2002, nr 1, s. 6.
225. Rowe John Carlos, *Structure*, [w:] *Critical Terms for Literary Study*, red. Frank Lentricchia, Thomas McLaughlin, Chicago 1995, s. 23-38.
226. Rutkowska Teresa, *Telewizja a myśl filmowa*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 169-192.
227. Rychard Andrzej, *Ludzie i instytucje: kto tworzy nowy ład?*, „Studia Socjologiczne”, 1995, nr 1/2, s. 5-15.
228. Sadowska Iwona, *Chocholi taniec*, „Tele@top”, 1999, nr 19, s. 19.
229. *See/Hear. An Introduction to Broadcasting*, Iowa 1979.
230. Sherman Barry L., *Telecommunications Management. The Broadcasting and Cable Industries*, New York 1987.
231. Sieniutycz Tomasz, *Rok 1999*, „ATV”, 1999, nr 1, s. 89-91.
232. Sieniutycz Tomasz, *Równość czy przywileje*, „ATV”, 1998, nr 10, s. 78-81.
233. Malosse Henri, Fontaine Pascal, *Słownik instytucji i terminów Unii Europejskiej*, Komitet Integracji Europejskiej, tłum. Maria Celina Błaszczuk, Marian Stasiak, Joanna Wódke, Warszawa 1997.
234. Smoleńska Halina, *Kształtowanie rynków telewizji cyfrowej w krajach Unii Europejskiej*, „BIKRRiT”, 2002, nr 2, s. 14-15.
235. Smoleńska Halina, *Naziemna telewizja cyfrowa w krajach europejskich*, „BIKRRiT”, 2000, nr 11, s. 8-9.
236. Smoleńska Halina, *Nowe podejście do problemów radiodiffuzji cyfrowej*, „BIKRRiT”, 2002, nr 3/4, s. 7-8.
237. Sobczak Jacek, *Radiofonia i telewizja: komentarz do ustawy*, Kraków 2001.
238. Sobczyk Mieczysław, *Statystyka*, Warszawa 1998.
239. Sobotka Kazimierz, Szewczyk Marcin, *Unia Europejska. Informator o polityce kulturalnej*, Łódź 1999.
240. Sonczyk Wiesław, *Media w Polsce*, Warszawa 1999.
241. *Spółeczeństwo informacyjne*, „BIKRRiT”, 1997, nr 8, s. 4-5, 7.
242. *Sprawa Leclerc-Siplec (sprawa C-412/93: Société d'Importation Edouard Leclerc-Siplec przeciwko TV 1 Publicité SA i M6 publicité SA, ECR [1995] I-179) - zakaz telewizyjnej reklamy sektora dystrybucji paliw*, oprac. Przemysław Saganek, [w:] *Przegląd prawa europejskiego*, 1996, nr 1, s. 119-121.
243. *Stanowiska Polski w ramach negocjacji o członkostwo Rzeczypospolitej Polskiej w Unii Europejskiej*, red. Agnieszka Drop, Tomasz Czystek, Warszawa 2000.
244. Stębowska Magdalen, *Więcej niż fikcja – mniej niż rzeczywistość. O programach informacyjnych telewizji w Polsce*, niepublikowana praca magisterska pod kierunkiem dr. Kazimierza Sobotki, Instytut Teorii Literatury, Teatru i Filmu Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1996.
245. *Stosunek Polaków do mediów*, oprac. Teresa Szczurowska, „ATV”, 1999, nr 1, s. 110-120.
246. Sulik Bolesław, *Jak reformować telewizję publiczną?*, „BIKRRiT”, 1997, nr 5, s. 4-5.
247. Sulik Bolesław, *Wyzwania i dylematy polityki audiowizualnej w krajach Europy Środkowej i Wschodniej oraz Wspólnoty Niepodległych Państw (WNP)*, „BIKRRiT”, 1998, nr 7/8, s. 2-3.

248. Sułkowski Bogusław, *Rozrywka elektroniczna. Próba zastosowania perspektywy interakcyjnej i psychologii społecznej*, [w:] *Film i telewizja*, red. Aleksander Jackiewicz, Wrocław 1982, s. 65-88.
249. Sypiewski Stanisław, *Techniki produkcji, przesyłania i emisji programu telewizyjnego*, Warszawa 1960.
250. Sztompka Piotr, *Teorie zmian społecznych a doświadczenia polskiej transformacji*, „Studia Socjologiczne”, 1994, nr 1, s. 9-17.
251. Taylor John Russel, *Anatomy of a television play*, London 1962.
252. *Telekomunikacja i media audiowizualne w Unii Europejskiej*, red. Marek Pelski, Marcin K. Szewczyk, Łódź 1998.
253. *Telewizja cyfrowa i multimedia*, oprac. Cezary Rudnicki, „ATV”, 1996, nr 3, s. 74-79.
254. *Telewizja publiczna i prywatna*, oprac. Janina Sobczak, „ATV”, 1998, nr 1, s. 110-117.
255. *The Audio-visual Sector in the European Economic Area in the 1990s*, „Statistics in Focus”, 1998, nr 2, Luksemburg 1998.
256. *The European Community Policy in the Audiovisual Field*, Brussels, Luxembourg 1990.
257. Thomas Michael J., *Po upadku berlińskiego muru – czegośmy się nauczyli*, „Transformacje”, 1997, nr 1-4, 109-114.
258. Toeplitz Krzysztof Teodor: *Szkice edynburskie czyli system telewizji*, Warszawa 1979.
259. *Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 roku*, red. Bogusława Dobek-Ostrowska, Wrocław 2002.
260. Tran-Thiet Jean-Paul, Otheguy Pascal, *Telekomunikacja i media audiowizualne w Unii Europejskiej*, niepublikowane materiały z seminarium szkoleniowego, Łódź 1997.
261. *Unia Europejska o finansowaniu nadawców publicznych*, „ATV”, 1998, nr 1, s. 23-28.
262. *Usługi audiowizualne*, red. Eugeniusz Piontek, Warszawa 1998.
263. Voorhoof Dirk, *Critical perspectives on the scope and interpretation of Article 10 of the European Convention on Human Rights*, Strassbourg 1995.
264. Waclawik Maria Magdalena, *Środki komunikowania masowego a zarządzanie*, [w:] *Tendencje rozwoju radia i telewizji w świecie*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1988, s. 33.
265. Waluch Kazimierz, *Polityka kulturalna Unii Europejskiej*, Płock 2001.
266. Ward Ken, *Mass Communications and the Modern World*, London 1991.
267. Wascem Mahmood, *The Digital Revolution is Here*, „BMC Update”, 1999, nr 32, s. 8.
268. Wąsala Piotr, *O amerykanizacji polskiej telewizji publicznej*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1996, nr 2, s. 85-95.
269. *Which Adjustments?*, „MEDIA”, 1999, nr 18, s. 5-6.
270. Wert Pola, *Podstawy typologii widowiska telewizyjnego*, Wrocław-Warszawa-Kraków 1965.
271. Wert Pola, *Program telewizyjny, jego formy i funkcje*, [w:] *Kino i telewizja*, red. Bolesław W. Lewicki, Warszawa 1997 s. 78-195.
272. *Wiadomości dziennika telewizyjnego, Biuletyn*, Warszawa 1960, nr 11, tłum. Zbigniew Obniski.
273. *Wiadomości telewizyjne jako forma narracyjna*, oprac. Maciej Mrozowski, „Przekazy i Opinie”, 1984, nr 1, s. 254-258.
274. Wiewiórkowska Krystyna: *Bezpośrednia telewizja satelitarna. Studium prawnomiędzynarodowe*, Warszawa-Łódź 1981.
275. Wilk Eugeniusz, *Ku proksemice przekazów audiowizualnych*, [w:] *Prędkość i przyjemność*, red. Andrzej Gwóźdź, Kielce 1994, s.178-184.

276. Wilk Eugeniusz, *Nadzór a Internet*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 273-277.
277. Wilkoszewska Krystyna, *Estetyka nowych mediów*, [w:] *Piękno w sieci*, red. Krystyna Wilkoszewska, Kraków 1999, s. 7-25.
278. Williams Raymond, *Television. Technology and Cultural Form*, London 1974.
279. Williamson Judith, *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*, London 1995.
280. Winn David B., *European Community and International Media Law*, London 1994.
281. Winship Michael, *Television*, New York 1988.
282. Wiśniewski Marcin, *Jedynka kontra Polsat*, „ATV”, 1999, nr 3, s. 91-94.
283. Wojciechowski Krzysztof, *Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji w kontekście działalności telewizji publicznej*, [w:] *Medialne rozdroże*, red. Leon Dyczewski OFMConv, Lublin 1998, s. 66-73.
284. Wolf Martin L., *Dictionary of the Arts*, New York 1951.
285. *Wolne media dla Europy*, red. Ewa Dąbrowska, Rafał Kunaszyk, Grzegorz Lipiec, Lucyna Parczewska, Kraków 1995.
286. Wood Peter, *Telewizja jako sen*, [w:] *Interpretacja dzieła filmowego*, red. Wiesław Godzic, tłum. Jacek Ziemek, Kraków 1993, s. 135-149.
287. Worsley T.C., *Television – the Ephemeral Art*, London 1970.
288. *Wprowadzenie telewizji cyfrowej w Polsce. Polityka państwa a polskie i zagraniczne inicjatywy gospodarcze*, oprac. KRRiT, Warszawa 1998.
289. Wrzeszcz Maciej, *KRRiT wobec porozumienia „Przyjazne media”*, „BIKRRiT”, 2001, nr 6/7, s. 2-3.
290. Wulff-Nienhüser Marianne, *Wiadomości jako tekst: dramaturgia i inscenizacja*, „Przekazy i Opinie”, 1987, nr 1/2, s. 112-138, tłum. Barbara Hierowska-Gorzelik.
291. *Wybrane problemy integracji europejskiej*, red. Maria C. Błaszczyk, Janusz Świerkocki, Łódź 1998.
292. Wylęgowski Waclaw, Żebrowska Halina, *Międzynarodowe organizacje radiofoniczne i telewizyjne*, Warszawa 1979
293. Zabłocki Michał J., *Stan obecny i przewidywane kierunki rozwoju telewizji niepublicznej w Polsce*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1996, s. 95-105.
294. Zacher Lech W., *Telewizja jako społeczna forma przekazu informacji i wartości*, [w:] *Transformacja telewizji w Polsce*, red. Wiesław Dudek, Katowice 1996, s. 11-24.
295. Zajdel Jakub, *Rekonstrukcja pojęcia instytucji*, [w:] *Film w kulturze. Wokół kategorii instytucji kinematograficznej*, red. Ireneusz Opacki, Katowice 1991, s. 7-36.
296. Zajdel Jakub, *Telewizja jako mimesis drugiego stopnia*, [w:] *Prędkość i przyjemność*, red. Andrzej Gwóźdź, Kielce 1994, s. 67-83.
297. Zarecka-Zadykowicz Małgorzata, *Film seryjny w programie telewizji polskiej w latach 1980-1986*, niepublikowana praca magisterska pod kierunkiem dra. Kazimierza Sobotki, Instytut Teorii Literatury, Teatru i Filmu Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1988.
298. Żurawski Jacek A., *Casus HBO*, „ATV”, 1999, nr 4/5, s. 132-137.
299. Żurawski Jacek A., *O platformach cyfrowych*, „ATV”, 1999, nr 2, s. 134-140. Badźmirowska-Masłowska Katarzyna, *Kwoty europejskie – ocena przydatności dla promocji twórczości europejskiej w sektorze audiowizualnym*, „BIKRRiT”, nr 2, 2002, s. 12-13.

Aneks I

DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY nr 97/36/WE

z dnia 30 czerwca 1997

zmieniająca Dyrektywę Rady nr 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów prawnych i administracyjnych dotyczących prowadzenia działalności telewizyjnej*

PARLAMENT I RADA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH,

uwzględniając Traktat o utworzeniu Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej, a szczególnie artykuły 57 i 66 tego Traktatu, wniosek Komisji¹ oraz opinię Komitetu Ekonomiczno-Społecznego²,

działając zgodnie z procedurą ustanowioną w artykule 189b Traktatu³ w myśl wspólnego dokumentu zatwierdzonego przez Komitet Pojedynczy dnia 16 kwietnia 1997,

a także biorąc pod uwagę, że:

(1) Dyrektywa Rady nr 89/552/EWG⁴ stanowi podstawę prawną dotyczącą działalności telewizyjnej na obszarze wewnętrznego rynku;

(2) Zgodnie z postanowieniami artykułu 26 Dyrektywy nr 89/552/EWG, najpóźniej w końcu piątego roku od zatwierdzenia niniejszej Dyrektywy, Komisja powinna przedstawić Parlamentowi Europejskiemu, Radzie oraz Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu raport dotyczący realizacji niniejszej Dyrektywy oraz w razie potrzeby przedstawić dalsze wnioski w celu dostosowania jej do przemian w zakresie działalności telewizyjnej;

(3) Realizacja Dyrektywy 89/552/EWG oraz raport dotyczący jej zastosowania ujawniły potrzebę uściślenia niektórych definicji lub obowiązków Państw Członkowskich wynikających z tej Dyrektywy;

(4) W komunikacie wydanym 19 czerwca 1994, zatytułowanym *Europejska droga do społeczeństwa informacyjnego: plan przedsięwzięć*, Komisja podkreśliła znaczenie podstaw regulaminowych dotyczących treści usług audiowizualnych. Przepisy takie powinny być pomocne w zagwarantowaniu swobodnego przepływu tych usług we Wspólnocie oraz pozwalać na wykorzystywanie możliwości rozwoju w tym sektorze, jakie mogą pojawiać się w związku z nowymi technologiami. Jednocześnie powinny one uwzględniać szczególnie charakter programów audiowizualnych, a zwłaszcza ich oddziaływanie kulturowe i socjologiczne, niezależnie od sposobu transmisji tych programów;

* Tłumaczenie dyrektywy pochodzi z publikacji *Kultura w procesie integracji europejskiej*, red. K. Sobotka, Łódź 1998; i zostało udostępnione dzięki uprzejmości Instytutu Europejskiego w Łodzi.

¹ DzUWE nr C 185., z 19 lipca 1995 s. 4 oraz DzUWE nr C 221., z 30 lipca 1996 s. 10.

² DzUWE nr C 301., z 13 listopada 1995 s. 35.

³ Opinia Parlamentu Europejskiego z 14 lutego 1996 (DzUWE nr C 65., z 4 marca 1996 s. 113), wspólne stanowisko Rady z dnia 8 lipca 1996 (DzUWE nr C 264., z 11 września 1996 s. 52) oraz decyzja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 listopada 1996 (DzUWE nr C 362., z 2 grudnia 1996 s. 56).

⁴ DzUWE nr L 298., z 17 października 1989 s. 23. Dyrektywa zmieniona przez akt przystąpienia z 1994 roku.

(5) Rada przychylnie przyjęła wspomniany plan przedsięwzięć na zebraniu 28 września 1994 oraz podkreśliła potrzebę zwiększenia konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego;

(6) Komisja przedstawiła Zieloną Księgę w sprawie ochrony nieletnich oraz godności człowieka w dziedzinie usług audiowizualnych i związanych z przekazywaniem informacji oraz zobowiązała się przygotować Zieloną Księgę dotyczącą aspektów kulturowych tych nowych usług;

(7) Każdy zbiór przepisów prawnych w dziedzinie nowych usług audiowizualnych musi być zgodny z zasadniczym celem niniejszej Dyrektywy, którym jest stworzenie podstaw prawnych dla swobodnego przepływu tych usług;

(8) Jest rzeczą istotną, aby Państwa Członkowskie podjęły działania odnoszące się do sfery usług porównywalnych z działalnością telewizyjną w celu zapobiegania naruszeniu podstawowych zasad, które powinny rządzić procesem przekazywania informacji oraz występowaniu znacznych nierówności w zakresie swobodnego przepływu i konkurencji;

(9) Szefowie państw i rządów na spotkaniu Rady Europejskiej w Essen w dniach 9-10 grudnia 1994 wezwali Komisję do przedstawienia wniosku w sprawie rewizji Dyrektywy nr 89/552/EWG przed następnym spotkaniem Rady;

(10) Realizacja Dyrektywy 89/552/EWG ujawniła potrzebę uściślenia pojęcia jurysdykcji w odniesieniu do sektora audiowizualnego; zgodnie z orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości, kryterium siedziby powinno stanowić podstawę przy określaniu jurysdykcji danego Państwa Członkowskiego;

(11) Pojęcie siedziby, według kryteriów ustanowionych przez Trybunał Sprawiedliwości w Orzeczeniu z dnia 25 lipca 1991 dotyczącym sprawy *Factortame*⁵, obejmuje rzeczywiste prowadzenie działalności gospodarczej z ustaloną siedzibą przez czas nieokreślony;

(12) Siedziba organizacji prowadzącej działalność telewizyjną może być określona na podstawie szeregu praktycznych kryteriów, takich jak lokalizacja naczelnego biura dostawcy usług, miejsce, w którym zwykle podejmowane są decyzje dotyczące polityki programowej, miejsce, gdzie odbywa się ostateczny montaż i obróbka programu przeznaczonego do publicznego rozpowszechniania oraz miejsce, gdzie znajduje się znacząca część personelu konieczna do prowadzenia działalności telewizyjnej;

(13) Ustalenie szeregu praktycznych kryteriów służy temu, aby określić, po przeprowadzeniu dokładnego postępowania, że nadawca telewizyjny podlega jurysdykcji jednego i tylko jednego Państwa Członkowskiego w związku ze świadczeniem usług wchodzących w zakres niniejszej Dyrektywy; jednak uwzględniając orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości oraz w celu uniknięcia luk w zakresie jurysdykcji, należy odwołać się do kryterium siedziby zgodnie z określeniem podanym w artykule 52. i kolejnych artykułach Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską, jako ostatecznego kryterium ustalającego jurysdykcję danego Państwa Członkowskiego;

(14) Zdaniem Trybunału Sprawiedliwości⁶, Państwo Członkowskie zachowuje prawo do podejmowania środków przeciwko instytucji telewizyjnej posiadającej siedzibę w innym Państwie Członkowskim, lecz której działalność jest kierowana w całości lub częściowo na terytorium pierwszego z wymienionych Państw, jeżeli wybór siedziby dokonany został w celu omięcia uregulowań prawnych, które miałyby zastosowanie w przypadku zlokalizowania siedziby na terenie tego pierwszego Państwa;

⁵ Sprawa C-221/89 *Królowa przeciwko Sekretarzowi Stanu do spraw Transportu, na rzecz Factortame Ltd.*, Zb.Orz.TSWE 1991, s. I-3905, punkt 20.

⁶ Por. w szczególności wyroki w sprawie 33/74 *Van Binsbergen przeciwko Bestuur van de Bedrijfsvereniging*, Zb.Orz.TSWE 1974, s. 1299 i w sprawie C-23/93 *TV 10 SA przeciwko Commissariaat voor de Media*, Zb.Orz.TSWE 1994, s. I-4795.

(15) Zgodnie z ustaleniami artykułu F(2) Traktatu o Unii Europejskiej, Unia powinna przestrzegać podstawowych praw zagwarantowanych przez Europejską Konwencję o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, jako ogólnych zasad prawa wspólnotowego; wszelkie środki mające na celu ograniczenie odbioru lub zawieszenie prawa do retransmisji programów telewizyjnych podejmowane w myśl artykułu 2a. Dyrektywy nr 89/552/EWG ze zmianami wprowadzonymi niniejszą Dyrektywą, muszą być zgodne z tymi zasadami;

(16) Konieczne jest zapewnienie skutecznej realizacji przepisów zawartych w Dyrektywie nr 89/552/EWG na całym obszarze Wspólnoty w celu zachowania swobodnej i uczciwej konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami tego samego sektora;

(17) Bezpośrednio zainteresowane strony trzecie, w tym obywatele innych Państw Członkowskich, muszą posiadać możliwość dochodzenia swych praw zgodnie z przepisami prawa wewnętrznego, przed kompetentnymi władzami sądowymi lub innymi władzami tego Państwa Członkowskiego, którego jurysdykcji podlega instytucja telewizyjna, o ile ta instytucja nie przestrzega postanowień wynikających z zastosowania Dyrektywy nr 89/552/EWG ze zmianami wprowadzonymi niniejszą Dyrektywą;

(18) Konieczne jest, aby Państwa Członkowskie mogły podejmować środki w celu ochrony prawa do informacji oraz zapewniać publiczności szeroki dostęp do transmisji telewizyjnych dotyczących wydarzeń krajowych lub innych, mających szczególne znaczenie dla społeczeństwa, takich jak igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata oraz mistrzostwa Europy w piłce nożnej; w tym celu Państwa Członkowskie zachowują prawo do podejmowania środków zgodnych z przepisami prawa wspólnotowego zmierzających do uregulowania realizacji wyłącznych praw do transmisji tego rodzaju wydarzeń przez nadawców podlegających jurysdykcji tych Państw;

(19) W ramach systemu prawnego Wspólnoty należy podjąć kroki w celu uniknięcia potencjalnych niejasności prawnych i zniekształceń rynku oraz jednoczesnego zagwarantowania swobodnego przepływu usług telewizyjnych i zapobiegania możliwości obejścia przepisów wewnętrznych służących ochronie prawowitego interesu ogólnego;

(20) W ramach niniejszej Dyrektywy, należy w szczególności ustanowić przepisy dotyczące korzystania przez nadawców z praw do wyłączności rozpowszechniania, które mogli nabyć w odniesieniu do wydarzeń uważanych za posiadające szczególne znaczenie dla społeczeństwa w danym Państwie Członkowskim innym niż Państwo Członkowskie, którego jurysdykcji podlega nadawca; zatem w celu uniknięcia spekulacyjnego zakupu praw do wyłączności, zmierzającego do obejścia przepisów wewnętrznych, należy zastosować postanowienia niniejszej Dyrektywy do umów zawartych po jej opublikowaniu i dotyczących wydarzeń odbywających się po dacie jej wejścia w życie; ponadto, w przypadku odnowienia umów zawartych przed opublikowaniem niniejszej Dyrektywy, będą one traktowane jak nowe umowy;

(21) Dla celów niniejszej Dyrektywy, wydarzenia o szczególnym znaczeniu dla społeczeństwa powinny spełniać pewne kryteria, to znaczy powinny być wydarzeniami o szczególnym charakterze, budzącymi zainteresowanie ogólnej widowni na obszarze Unii Europejskiej lub danego Państwa Członkowskiego czy ważnej części składowej tego Państwa, przygotowywanymi z wyprzedzeniem przez organizatora imprezy, który jest upoważniony do sprzedaży praw związanych z tą imprezą;

(22) Dla celów niniejszej Dyrektywy, „niezależna stacja telewizyjna” oznacza nadawanie na kanale publicznym lub komercyjnym programów, które są dostępne dla widowni w formie nieodpłatnej, z wykorzystaniem sposobów finansowania działalności telewizyjnej, najczęściej występujących w każdym z Państw Członkowskich (takich jak opłaty licencyjne i/lub opłata abonamentowa za podstawowy pakiet usług w przypadku sieci kablowej);

(23) Państwa Członkowskie posiadają swobodę w zakresie podejmowania wszelkich środków, jakie uznają za stosowne, wobec programów telewizyjnych pochodzących z krajów trzecich, które nie spełniają warunków podanych w artykule 2. Dyrektywy nr 89/552/EWG ze zmianami wprowadzonymi niniejszą Dyrektywą, o ile

środki te są zgodne z przepisami prawa wspólnotowego i obowiązkami Wspólnoty wynikającymi z umów międzynarodowych;

(24) W celu usunięcia przeszkód wynikających z różnic w przepisach wewnętrznych dotyczących popierania utworów europejskich, Dyrektywa nr 89/552/EWG ze zmianami wprowadzonymi niniejszą Dyrektywą zawiera postanowienia zmierzające do harmonizacji tych przepisów; postanowienia, które ogólnie mają na celu liberalizację handlu, muszą zawierać przepisy umożliwiające ujednoczenie warunków konkurencji;

(25) Ponadto, zgodnie z wymogami artykułu 128.4. Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską, podejmując działania wynikające z innych przepisów Traktatu, Wspólnota powinna uwzględniać aspekty kulturowe;

(26) Zielona Księga na temat „Strategicznych opcji w zakresie wzmocnienia europejskiego przemysłu audiowizualnego w kontekście polityki audiowizualnej Unii Europejskiej”, wydana przez Komisję 7 kwietnia 1994, przedstawia między innymi środki służące popieraniu utworów europejskich w celu dalszego rozwoju tego sektora; program MEDIA II, który ma na celu popieranie szkolenia, rozwoju i dystrybucji w sektorze audiowizualnym, jest również opracowany dla umożliwienia rozwoju produkcji utworów europejskich; zgodnie z propozycją Komisji, produkcja utworów europejskich powinna być promowana również za pośrednictwem mechanizmu wspólnotowego, takiego jak Fundusz Gwarancyjny;

(27) Należy zachęcać instytucje telewizyjne, twórców programów, producentów, autorów oraz innych specjalistów do opracowywania bardziej szczegółowych projektów i strategii służących rozwijaniu produkcji europejskich filmów fabularnych skierowanych do międzynarodowej widowni;

(28) W uzupełnieniu uwag przedstawionych powyżej, należy stworzyć warunki dla zwiększenia konkurencyjności przemysłu telewizyjnego; komunikaty dotyczące zastosowania artykułów 4. i 5. Dyrektywy nr 89/552/EWG, wydane przez Komisję 3 marca 1994 i 15 lipca 1996 zgodnie z artykułem 4.3. tej Dyrektywy, przedstawiają wniosek, że środki mające na celu promocję utworów europejskich mogą przyczynić się do zwiększenia konkurencyjności, ale muszą one uwzględniać zmiany zachodzące w zakresie działalności telewizyjnej;

(29) Stacje telewizyjne nadające wyłącznie w języku innym niż języki Państw Członkowskich nie powinny być objęte przepisami zawartymi w artykułach 4 i 5; natomiast w przypadku, gdy programy w jednym lub kilku z takich języków stanowią znaczną część czasu transmisji danej stacji, ale nie obejmują całości tego czasu, przepisy zawarte w artykułach 4 i 5 nie będą stosowane wobec tej części czasu transmisji;

(30) Odpowiedni udział utworów europejskich w układzie programowym musi być uzyskiwany przy uwzględnieniu czynników ekonomicznych; w związku z tym realizacja tego celu musi przebiegać stopniowo;

(31) Mając na celu popieranie produkcji utworów europejskich, istotne jest, aby Wspólnota, przy uwzględnieniu potencjału sektora audiowizualnego w każdym z Państw Członkowskich oraz potrzebę ochrony mniej używanych języków na obszarze Unii Europejskiej, udzielała poparcia niezależnym producentom; określając pojęcie „niezależnego producenta” Państwa Członkowskie powinny odpowiednio uwzględnić takie kryteria, jak posiadanie firmy produkcyjnej, liczba programów dostarczana temu samemu nadawcy oraz posiadanie praw wtórnych;

(32) Sprawa dotycząca szczegółowych harmonogramów dla każdego rodzaju prezentacji utworów kinowych w telewizji powinna być rozstrzygana przede wszystkim na drodze porozumień pomiędzy zainteresowanymi stronami lub konkretnymi profesjonalistami;

(33) Reklamowanie środków leczniczych przeznaczonych dla ludzi podlega przepisom zawartym w Dyrektywie nr 92/28/EWG⁷;

⁷ DzUWE nr L 113., z 30 kwietnia 1992, s. 13.

(34) Dzienny czas transmisji przeznaczony na nadawanie zawiadomień dotyczących własnych programów nadawcy i pomocniczych produktów bezpośrednio wynikających z tych programów lub ogłoszeń organów państwowych czy apeli nadawanych nieodpłatnie w celach dobroczynnych, nie powinien wchodzić w zakres maksymalnych limitów dziennego lub godzinowego czasu transmisji, jaki może być przeznaczony na nadawanie reklam i telezakupy;

(35) W celu uniknięcia zniekształceń konkurencji, takie wyłączenie ogranicza się do informacji dotyczących produktów spełniających podwójny warunek polegający na tym, że mają one jednocześnie charakter pomocniczy względem wymienionych programów oraz bezpośrednio z nich wynikają; określenie „pomocniczy” odnosi się do produktów specjalnie przeznaczonych do tego, aby widownia mogła w pełni skorzystać z danych programów lub oddziaływać na nie;

(36) Z uwagi na rozwój telezakupów, które stanowią ważną formę działalności gospodarczej dla ogółu przedsiębiorców oraz rzeczywisty obszar wymiany dóbr i usług we Wspólnocie, należy dokonać zmian w przepisach dotyczących czasu transmisji i zapewnić wysoki poziom ochrony konsumenta poprzez wprowadzenie odpowiednich norm regulujących formę i treść takich programów;

(37) Jest istotne, aby właściwe władze krajowe, prowadząc kontrolę nad wykonywaniem stosownych przepisów, w odniesieniu do kanałów telewizyjnych nie przeznaczonych do wyłącznego nadawania telezakupów, mogły rozróżniać pomiędzy czasem transmisji poświęconym na prezentację telezakupów i różnego typu reklam z jednej strony, a z drugiej strony czasem transmisji przeznaczonym na witryny telezakupów; a zatem jest konieczne i wystarczające, aby każda witryna telezakupów była wyraźnie oznaczona za pomocą środków wizualnych i dźwiękowych, przynajmniej na początku i na końcu jej emitowania;

(38) W odniesieniu do kanałów telewizyjnych przeznaczonych wyłącznie do prezentacji telezakupów lub autopromocji, bez typowych elementów programowych, takich jak wiadomości, sprawozdania sportowe, filmy fabularne i dokumentalne oraz audycje teatralne, ma zastosowanie Dyrektywa nr 89/552/EWG ze zmianami wprowadzonymi niniejszą Dyrektywą, wyłącznie dla celów tych Dyrektyw i bez wpływu na objęcie takich kanałów zakresem obowiązywania innych instrumentów prawnych Wspólnoty;

(39) Należy wyjaśnić, że działalność autopromocyjna stanowi szczególną formę reklamy, w której nadawca popiera swoje własne produkty, usługi, programy lub kanały; w szczególności zapowiedzi składające się z fragmentów programów powinny być traktowane jak programy; z uwagi na to, że autopromocja jest nowym i względnie nieznanym zjawiskiem, przepisy, które jej dotyczą, mogą podlegać rewizji w szczególnym stopniu przy dokonywaniu przyszłych przeglądów niniejszej Dyrektywy;

(40) Konieczne jest uściślenie przepisów dotyczących ochrony fizycznego, psychicznego i moralnego rozwoju nieletnich; wprowadzenie wyraźnego rozróżnienia pomiędzy programami, które podlegają całkowitemu zakazowi oraz programami, które mogą być dozwolone pod warunkiem, że zostaną zastosowane odpowiednie środki techniczne, powinno zaspokoić troskę o dobro publiczne wyrażaną przez Państwa Członkowskie oraz Wspólnotę;

(41) Żadne z przepisów niniejszej Dyrektywy, dotyczących ochrony nieletnich i porządku publicznego, nie wymagają, aby środki, o których mowa, były koniecznie wykonywane na drodze wcześniejszej kontroli programów telewizyjnych;

(42) Analiza przeprowadzona przez Komisję, we współpracy z właściwymi władzami Państw Członkowskich, dotycząca możliwych korzyści i wad związanych z wprowadzeniem dalszych środków w celu ułatwienia rodzicom i opiekunom kontroli nad programami oglądanymi przez nieletnich, powinna uwzględnić między innymi zasadność następujących środków:

- konieczność wyposażenia nowych odbiorników telewizyjnych w urządzenia techniczne pozwalające rodzicom lub opiekunom na wyeliminowanie niektórych programów,

- ustalenie odpowiednich systemów oceny,

- popieranie polityki programów rodzinnych i innych metod edukacyjnych i uświadamiających,

- uwzględnienie europejskich i pozaeuropejskich doświadczeń w tej dziedzinie, jak również opinii zainteresowanych stron, takich jak nadawcy, producenci, specjaliści w zakresie wychowania, mediów, oraz stosowne organizacje,

w celu przedstawienia, w razie potrzeby przed upływem terminu podanego w artykule 26, stosownych wniosków dotyczących środków o charakterze prawnym lub innych;

(43) Należy wprowadzić zmiany w Dyrektywie nr 89/552/EWG w celu umożliwienia sponsorowania programów telewizyjnych osobom fizycznym lub prawnym, których działalność obejmuje wytwarzanie lub sprzedaż środków leczniczych i zabiegów medycznych dostępnych wyłącznie z przepisu lekarza, o ile sponsorowanie to nie prowadzi do obejścia zakazu reklamy telewizyjnej dotyczącej tych środków i zabiegów;

(44) Podejście przyjęte w Dyrektywie nr 89/552/EWG i w niniejszej Dyrektywie polega na dążeniu do zasadniczego ujednoczenia w stopniu koniecznym i wystarczającym do zapewnienia swobodnego przepływu programów telewizyjnych we Wspólnocie; Państwa Członkowskie zachowują swobodę w zakresie stosowania wobec nadawców podlegających ich jurysdykcji bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w obszarach koordynowanych niniejszą Dyrektywą, między innymi przepisów dotyczących osiągnięcia celów związanych z polityką językową, ochrony dobra publicznego z uwagi na rolę telewizji w zakresie informacji, edukacji, kultury i rozrywki, potrzeby zagwarantowania pluralizmu w przemyśle informacyjnym i środkach przekazu, oraz ochrony konkurencji w celu uniknięcia nadużywania dominującej pozycji i/lub ustanowienia czy wzmocnienia dominującej pozycji na drodze łączenia przedsiębiorstw, zawierania porozumień, nabywania praw lub podobnych inicjatyw; przepisy te muszą być zgodne z prawem wspólnotowym;

(45) Cel polegający na popieraniu produkcji audiowizualnej w Europie może być realizowany w Państwach Członkowskich w ramach istniejącej organizacji usług telewizyjnych, między innymi poprzez określenie zadań związanych z dobrem publicznym w odniesieniu do niektórych instytucji telewizyjnych, wraz z obowiązkiem znaczącego udziału w inwestycjach na rzecz produkcji europejskiej;

(46) Zgodnie z artykułem B Traktatu o Unii Europejskiej, jednym z celów Unii powinno być zachowanie całości dorobku prawnego Wspólnoty (*acquis communautaire*),

WYDAJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

ROZDZIAŁ I.

DEFINICJE

Artykuł 1.

Dla celów niniejszej Dyrektywy określa się następujące pojęcia:

(a) „nadawanie programów telewizyjnych” oznacza pierwotną transmisję programów telewizyjnych przeznaczonych do publicznego odbioru, odbywającą się drogą przewodową lub bezprzewodową, naziemną lub satelitarną, w formie kodowanej lub niekodowanej. Pojęcie to obejmuje przekazywanie programów innym przedsiębiorcom w celu ich publicznego rozpowszechniania, nie obejmuje natomiast usług komunikacyjnych polegających na dostarczaniu na indywidualne życzenie informacji lub innych przekazów, takich jak usługi telefaksowe, elektroniczne banki danych i inne podobne usługi;

(b) „nadawca” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ponosi odpowiedzialność redakcyjną za układ programów telewizyjnych zgodnie z określeniem podanym w punkcie (a), oraz transmituje te programy lub zleca ich transmisję stronom trzecim*;

(c) „reklama telewizyjna” oznacza wszelkie formy publicznego powiadamiania w celach promocyjnych, dokonywane przez przedsiębiorstwo prywatne lub państwowe w związku z prowadzeniem działalności handlowej, produkcyjnej, rzemieślniczej lub wykonywaniem wolnego zawodu i zmierzające do popierania sprzedaży dóbr lub usług, w tym również nieruchomości, praw i obowiązków, które są przedstawiane w telewizji na zasadach odpłatności lub innego rodzaju świadczenia;

(d) „kryptoreklama” oznacza przedstawienie w formie słownej lub obrazowej dóbr, usług, nazw, znaków firmowych lub działalności producenta towarów lub dostawcy usług, w przypadku, gdy nadawca programów telewizyjnych w sposób zamierzony dokonuje takiej prezentacji w celach reklamowych, zaś ogół publiczności może być wprowadzony w błąd co do jej prawdziwego charakteru. Prezentacja słowna lub w formie obrazu jest uważana za zamierzoną zwłaszcza jeżeli jest nadawana na zasadach odpłatności lub innego rodzaju świadczenia;

(e) „sponsorowanie” oznacza udział przedsiębiorstwa prywatnego lub państwowego nie prowadzącego działalności telewizyjnej i nie związanego z produkcją utworów audiowizualnych, w finansowaniu programów telewizyjnych w celu promowania własnej nazwy, znaku firmowego, wizerunku, działalności lub wytworów;

(f) „telezakupy” oznaczają bezpośrednie oferty przeznaczone do publicznego rozpowszechniania, dotyczące dostaw towarów lub usług, w tym również nieruchomości, praw i obowiązków, nadawane odpłatnie.

ROZDZIAŁ II. PRZEPISY OGÓLNE

Artykuł 2.

1. Każde Państwo Członkowskie dopilnuje, aby wszystkie programy telewizyjne transmitowane przez nadawców podlegających jego jurysdykcji, były zgodne z prawem obowiązującym wobec programów przeznaczonych dla ogółu publiczności.

2. Dla celów niniejszej Dyrektywy, nadawcami podlegającymi jurysdykcji danego Państwa Członkowskiego są:

- nadawcy posiadający siedzibę w tym Państwie Członkowskim zgodnie z punktem 3;

- nadawcy, do których stosuje się punkt 4.

3. Dla celów niniejszej Dyrektywy przyjmuje się, że nadawca posiada siedzibę w danym Państwie Członkowskim w następujących przypadkach:

(a) gdy naczelne biuro nadawcy znajduje się w tym Państwie Członkowskim, a decyzje redakcyjne dotyczące układu programowego są podejmowane na obszarze tego Państwa;

(b) jeżeli naczelne biuro nadawcy znajduje się w jednym z Państw Członkowskich, ale decyzje redakcyjne dotyczące układu programowego są podejmowane w innym Państwie Członkowskim, za siedzibę nadawcy uznaje się to Państwo Członkowskie, w którym; w przypadku, gdy w każdym z tych Państw Członkowskich działa znacząca część personelu zaangażowanego w prowadzenie działalności telewizyjnej, za siedzibę nadawcy uznaje się to Państwo Członkowskie, w którym znajduje się jego naczelne biuro; jeżeli w żadnym z

* Wszystkie modyfikacje wprowadzone przez Dyrektywę 97/36/WE w stosunku do tekstu Dyrektywy 89/552/EWG zostały wyróżnione podkreśleniem (przyp. aut.).

tych Państw Członkowskich nie działa znacząca część personelu zaangażowanego w prowadzenie działalności telewizyjnej, za siedzibę nadawcy uznaje się to Państwo Członkowskie, w którym po raz pierwszy rozpoczął on działalność telewizyjną zgodnie z przepisami prawa tego Państwa Członkowskiego, pod warunkiem, że utrzymuje on stabilną i efektywną pozycję ekonomiczną w tym Państwie:

(c) jeżeli naczelne biuro nadawcy znajduje się w danym Państwie Członkowskim, lecz decyzje dotyczące układu programowego są podejmowane w kraju trzecim, lub odwrotnie, za siedzibę nadawcy uznaje się wymienione Państwo Członkowskie, pod warunkiem, że znacząca część personelu zaangażowanego w prowadzenie działalności telewizyjnej działa na terenie tego Państwa.

4. Nadawcy, do których nie stosują się przepisy zawarte w punkcie 3, będą podlegać jurysdykcji danego Państwa Członkowskiego w następujących przypadkach:

(a) gdy korzystają z pasma częstotliwości przyznanego przez to Państwo Członkowskie;

(b) gdy nie korzystają z pasma częstotliwości przyznanego przez Państwo Członkowskie, natomiast używają kanału satelitarnego należącego do tego Państwa Członkowskiego;

(c) gdy nie korzystają z pasma częstotliwości ani kanału satelitarnego przyznanego przez Państwo Członkowskie, ale wykorzystują urządzenie nadające przez satelitę, które znajduje się w tym Państwie Członkowskim.

5. W przypadku, gdy nie jest możliwe określenie Państwa Członkowskiego jurysdykcji na podstawie punktów 3. i 4., za właściwe w tym względzie uznane będzie to Państwo Członkowskie, w którym nadawca posiada siedzibę zgodnie z artykułem 52. i następującymi po nim artykułami Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską.

6. Niniejsza Dyrektywa nie stosuje się do programów telewizyjnych przeznaczonych wyłącznie do odbioru w krajach trzecich i które nie są odbierane bezpośrednio lub pośrednio przez publiczność w jednym lub w kilku spośród Państw Członkowskich.

Artykuł 2.a.

1. Państwa Członkowskie zapewnią swobodę odbioru i nie będą stwarzały ograniczeń dla retransmisji na swoim terytorium programów telewizyjnych z innych Państw Członkowskich z przyczyn objętych zakresem koordynacji niniejszej Dyrektywy.

2. Państwa Członkowskie mogą przejściowo uchylić postanowienia punktu 1, jeżeli spełnione są następujące warunki:

(a) program telewizyjny pochodzący z innego Państwa Członkowskiego stanowi jawne, poważne i groźne naruszenie artykułu 22.1. lub 22.2. i/lub artykułu 22.a.;

(b) w okresie poprzednich 12 miesięcy nadawca co najmniej dwukrotnie spowodował naruszenie jednego lub kilku z postanowień wymienionych w podpunkcie (a);

(c) dane Państwo Członkowskie powiadomiło pisemnie nadawcę oraz Komisję o domniemanym naruszeniu, a także o środkach, jakie zamierza podjąć na wypadek powtórnego naruszenia;

(d) konsultacje pomiędzy Państwem Członkowskim dokonującym transmisji a Komisją nie doprowadziły do polubownego rozstrzygnięcia sporu w ciągu 15 dni od powiadomienia, o którym była mowa w podpunkcie (c) i domniemane naruszenie utrzymuje się.

W ciągu dwóch miesięcy od powiadomienia o środkach podjętych przez Państwa Członkowskie, Komisja zadecyduje, czy środki te są zgodne z przepisami prawa wspólnotowego. Jeżeli Komisja stwierdzi, że tak nie jest, dane Państwo Członkowskie zobowiązane jest niezwłocznie zaprzestać ich stosowania.

3. Punkt 2 obowiązuje bez względu na zastosowanie dowolnej procedury, środka prawnego lub sankcji wobec konkretnego naruszenia mającego miejsce w Państwie Członkowskim, którego jurysdykcji podlega zainteresowany nadawca.

Artykuł 3.

1. Państwa Członkowskie mogą wymagać od nadawców podlegających ich jurysdykcji podporządkowania się surowszym lub bardziej szczegółowym przepisom w dziedzinach wchodzących w zakres niniejszej Dyrektywy.
2. W ramach swoich przepisów prawnych, Państwa Członkowskie dopilnują, za pomocą odpowiednich środków, aby nadawcy programów telewizyjnych podlegający ich jurysdykcji skutecznie wykonywali przepisy niniejszej Dyrektywy.
3. Środki te obejmują odpowiednie procedury umożliwiające bezpośrednio zainteresowanym stronom trzecim, w tym również obywatelom innych Państw Członkowskich, zwracanie się do kompetentnych władz sądowych lub innych w celu skutecznej realizacji niniejszej Dyrektywy zgodnie z wewnętrznymi przepisami.

Artykuł 3.a.

1. Każde Państwo Członkowskie może podejmować kroki zgodnie z przepisami prawa wspólnotowego w celu zagwarantowania, że nadawcy podlegający ich jurysdykcji nie będą korzystali z wyłącznych praw do transmitowania wydarzeń o szczególnym znaczeniu społecznym, jeżeli ta wyłączenie powoduje pozbawienie znacznej części publiczności w tym Państwie Członkowskim możliwości śledzenia tych wydarzeń w drodze transmisji bezpośredniej lub pośredniej przez niezależne stacje telewizyjne. W takim przypadku Państwo Członkowskie opracuje wykaz określonych wydarzeń o charakterze krajowym lub innym, uważanych za wydarzenia o szczególnym znaczeniu społecznym. Wykaz ten powinien zostać sporządzony w sposób wyraźny i przejrzysty oraz przedstawiony w odpowiednim terminie. Jednocześnie dane Państwo Członkowskie określi, czy te wydarzenia powinny być dostępne w całości lub częściowo na drodze bezpośredniej transmisji, czy też jest konieczne lub właściwe, z obiektywnych powodów podyktowanych interesem ogólnym, aby wydarzenia te były transmitowane pośrednio, w całości lub częściowo.

2. Państwa Członkowskie niezwłocznie powiadomią Komisję o wszelkich środkach podejmowanych zgodnie z punktem 1. lub o zamiarze podjęcia takich środków. W okresie trzech miesięcy od powiadomienia, Komisja sprawdzi, czy takie środki są zgodne z przepisami prawa wspólnotowego i poinformuje o nich inne Państwa Członkowskie. Ponadto zasięgnie opinii Komitetu powołanego zgodnie z artykułem 23a. Następnie Komisja opublikuje podjęte środki w Dzienniku Urzędowym Wspólnot Europejskich i co najmniej raz w roku wyda całościowy wykaz środków podejmowanych przez Państwa Członkowskie.

3. W ramach swoich przepisów prawnych, Państwa Członkowskie dopilnują, za pomocą odpowiednich środków, aby nadawcy podlegający ich jurysdykcji nie korzystali z wyłącznych praw do transmisji nabytych po opublikowaniu niniejszej Dyrektywy, jeżeli ta wyłączenie powoduje pozbawienie znacznej części publiczności w innym Państwie Członkowskim możliwości śledzenia wydarzeń, wskazanych przez to Państwo Członkowskie zgodnie z postanowieniami wymienionymi w poprzednich punktach, nadawanych bezpośrednio w całości lub częściowo, albo, jeżeli jest to konieczne lub właściwe z obiektywnych powodów podyktowanych interesem ogólnym, w całości lub częściowo na drodze transmisji pośredniej, przez niezależne stacje telewizyjne, tak, jak zostało to określone przez to inne Państwo Członkowskie zgodnie z punktem 1.

ROZDZIAŁ III.

POPIERANIE ROZPOWSZEHNIANIA I PRODUKCJI PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

Artykuł 4.

1. Tam, gdzie będzie to praktycznie wykonalne, Państwa Członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że nadawcy zarezerwują dla utworów europejskich, w rozumieniu artykułu 6., większość czasu transmisji, z wyłączeniem czasu przeznaczanego na wiadomości, audycje sportowe, teleturnieje, reklamy, usługi teletekstowe oraz teledakupy. Odpowiednia proporcja czasu transmisji powinna być osiągnięta stopniowo, na podstawie stosownych kryteriów, przy uwzględnieniu zobowiązań nadawcy wobec widzów w dziedzinie informacji, edukacji, kultury i rozrywki.

2. W przypadku, gdy nie można osiągnąć takiej proporcji czasu transmisji, jaka jest wymieniona w punkcie 1., nie powinna ona być niższa niż jej średnia wartość dla danego Państwa Członkowskiego w roku 1988.

Jednak w odniesieniu do Republiki Greckiej i Republiki Portugalskiej, rok 1988 zostaje zastąpiony rokiem 1990.

3. Począwszy od października 1991, co dwa lata Państwa Członkowskie przedstawiają Komisji raport dotyczący realizacji niniejszego artykułu oraz artykułu 5.

Raport ten powinien zawierać w szczególności statystyczną ocenę dotyczącą proporcji czasu transmisji, o której była mowa w niniejszym artykule oraz w artykule 5., w odniesieniu do każdego z programów telewizyjnych podlegających jurysdykcji danego Państwa Członkowskiego. Ponadto powinien w każdym przypadku podać powody, dla których ta proporcja nie została osiągnięta oraz środki przyjęte lub przewidziane w celu jej uzyskania.

Komisja poinformuje inne Państwa Członkowskie oraz Parlament Europejski o treści tych raportów, w razie potrzeby dołączając do nich opinię. Komisja dopilnuje realizacji niniejszego artykułu oraz artykułu 5. zgodnie z postanowieniami Traktatu. W opinii Komisja może uwzględnić w szczególności postępy dokonane w porównaniu z poprzednimi latami, udział audycji premierowych w układzie programowym, specyficzny przypadek nowych stacji telewizyjnych oraz szczególną sytuację krajów o niskiej produkcji audiowizualnej lub ograniczonym zasięgu językowym.

4. Nie później niż w końcu piątego roku od wydania niniejszej Dyrektywy, Rada dokona przeglądu wykonywania niniejszego artykułu na podstawie raportu Komisji, w razie potrzeby uzupełnionego propozycjami dotyczącymi rewizji.

W tym celu raport Komisji w szczególności powinien uwzględnić, na podstawie informacji dostarczonych przez Państwa Członkowskie zgodnie z punktem 3, zmiany zachodzące na rynku Wspólnoty oraz na arenie międzynarodowej.

Artykuł 5.

Tam, gdzie będzie to praktycznie wykonalne, Państwa Członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że nadawcy zarezerwują co najmniej 10% czasu transmisji, z wyłączeniem czasu przeznaczanego na wiadomości, audycje sportowe, teleturnieje, reklamy, usługi teletekstowe oraz teledakupy, lub w zamian za to, do wyboru przez Państwo Członkowskie, co najmniej 10% budżetu przeznaczanego na cele programowe, dla utworów europejskich wyprodukowanych niezależnie od nadawcy. Odpowiednia proporcja czasu transmisji powinna być osiągnięta stopniowo, na podstawie stosownych kryteriów, przy uwzględnieniu zobowiązań nadawcy wobec widzów w dziedzinie informacji, edukacji, kultury i rozrywki. Należy przy tym uwzględnić właściwy udział utworów najnowszych, to znaczy utworów nadawanych przed upływem pięciu lat od ich wyprodukowania.

Artykuł 6.

1. Dla celów niniejszego Rozdziału, pojęcie „utwory europejskie” oznacza:

- (a) utwory pochodzące z Państw Członkowskich;
- (b) utwory pochodzące z europejskich państw trzecich będących stronami Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej opracowanej przez Radę Europy, o ile utwory te spełniają warunki podane w punkcie 2.;
- (c) utwory pochodzące z innych europejskich państw trzecich, o ile utwory te spełniają warunki podane w punkcie 3.

Przepisy zawarte w podpunktach b. i c. będą stosowane warunkowo w odniesieniu do utworów pochodzących z Państw Członkowskich, o ile te utwory nie podlegają dyskryminacji w zainteresowanych państwach trzecich.

2. Utwory wymienione w punkcie 1.a. i 1.b. oznaczają utwory będące głównie dziełem autorów i pracowników zamieszkałych w jednym lub kilku spośród państw wymienionych w punkcie 1.a. i 1.b., o ile spełniają jeden z trzech następujących warunków:

- (a) są dziełem jednego lub kilku producentów posiadających siedzibę w jednym lub kilku spośród tych państw;
- (b) produkcja tych utworów jest nadzorowana i podlega rzeczywistej kontroli ze strony jednego lub kilku spośród tych państw;
- (c) udział koproducentów z tych państw w łącznych kosztach produkcji jest przeważający, zaś koprodukcja nie jest kontrolowana przez jednego lub kilku koproducentów posiadających siedzibę poza tymi państwami.

3. Utwory wymienione w punkcie 1.c. oznaczają utwory będące wyłącznym dziełem producentów posiadających siedzibę w jednym lub w kilku spośród europejskich krajów trzecich, z którymi Wspólnota zawarła porozumienia odnośnie sektora audiowizualnego oraz utwory powstałe we współpracy z producentami mającymi siedzibę w jednym lub kilku spośród Państw Członkowskich, o ile te utwory są głównie dziełem autorów i pracowników zamieszkałych w jednym lub kilku spośród państw europejskich.

4. Utwory nie będące utworami europejskimi zgodnie z określeniem podanym w punkcie 1., ale które zostały wyprodukowane w ramach dwustronnych umów koprodukcyjnych zawartych pomiędzy Państwami Członkowskimi i krajami trzecimi, uważane są za utwory europejskie, jeżeli koproduttori ze Wspólnoty mają przeważający udział w całkowitych kosztach produkcji oraz pod warunkiem, że produkcja nie podlega kontroli jednego lub kilku spośród producentów posiadających siedzibę poza terytorium Państw Członkowskich.

5. Utwory nie będące utworami europejskimi zgodnie z określeniem podanym w punktach 1. i 4., ale które w przeważającej mierze są dziełem autorów i pracowników zamieszkałych w jednym lub kilku spośród Państw Członkowskich, uważane są za utwory europejskie proporcjonalnie do udziału koproducentów ze Wspólnoty w całkowitych kosztach produkcji.

Artykuł 7.

Państwa Członkowskie dopilnują, aby nadawcy podlegający ich jurysdykcji nie rozpowszechniali kinowych filmów fabularnych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw do tych utworów.

Artykuł 8. (skreślony)

Artykuł 9.

Niniejszy Rozdział nie dotyczy programów telewizyjnych przeznaczonych do odbioru lokalnego i nie wchodzących w skład krajowej sieci telewizyjnej.

ROZDZIAŁ IV

REKLAMA TELEWIZYJNA, SPONSOROWANIE I TELEZAKUPY

Artykuł 10.

1. Reklama telewizyjna i telezakupy powinny być łatwe do rozpoznania i wyraźnie oddzielone od innych pozycji programowych za pomocą środków wizualnych i/lub dźwiękowych.
2. Reklamy i telezakupy przedstawiane w sposób izolowany powinny stanowić wyjątek.
3. W reklamach i telezakupach nie mogą być wykorzystywane wykorzystujące przekaz podprogowy.
4. Niedopuszczalne są ukryte formy reklamy i telezakupów.

Artykuł 11.

1. Reklamy i telezakupy powinny być emitowane pomiędzy programami. Jeżeli spełnione są warunki określone w punktach 2.-5., reklamy i telezakupy mogą również być nadawane w trakcie programów w taki sposób, aby odbywało się to bez szkody dla ciągłości i wartości danej pozycji, biorąc pod uwagę naturalne przerwy w nadawaniu, czas trwania i charakter programu oraz bez szkody dla dobra posiadacza praw do tego programu.
2. W programach składających się z niezależnych części lub w programach sportowych i innych programach o podobnej strukturze, zawierających przerwy, reklamy telezakupy mogą być nadawane jedynie pomiędzy poszczególnymi częściami lub w przerwach.
3. Transmisja utworów audiowizualnych, takich jak pełnometrażowe filmy fabularne lub filmy wyprodukowane dla telewizji (z wyjątkiem seriali, programów rozrywkowych i filmów dokumentalnych), pod warunkiem, że przewidziany w programie czas emisji wynosi więcej niż 45 minut, może zostać przerwana tylko jeden raz podczas każdego okresu 45 minut. Kolejna przerwa jest dopuszczalna, jeżeli przewidziany czas nadawania programu jest dłuższy o co najmniej 20 minut niż dwa lub więcej pełnych okresów 45-minutowych.
4. W przypadku innych programów niż wymienione w punkcie 2, przerwy w celach nadawania reklamy lub telezakupy mogą występować nie częściej niż co 20 minut.
5. Reklamy i telezakupy nie mogą być włączane do żadnych transmisji z uroczystości religijnych. Wiadomości i programy dotyczące aktualnych wydarzeń, programy dokumentalne i religijne oraz audycje dla dzieci, jeśli trwają krócej niż 30 minut, nie powinny być przerywane w celu nadawania reklam lub telezakupów. Jeżeli przewidziany programem czas emisji jest dłuższy niż 30 minut, stosuje się postanowienia zawarte w poprzednich punktach.

Artykuł 12.

Reklama telewizyjna i telezakupy nie mogą:

- (a) stanowić uszczerbku dla godności ludzkiej;
- (b) zawierać treści świadczące o dyskryminacji z powodu przynależności rasowej, płci lub narodowości;
- (c) obrażać przekonań religijnych i politycznych;
- (d) zachęcać do zachowań szkodliwych dla zdrowia lub bezpieczeństwa;
- (e) zachęcać do zachowań szkodliwych dla środowiska naturalnego.

Artykuł 13.

Zabronione są wszelkie formy reklamowania i telezakupów papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Artykuł 14.

1. Zabroniona jest telewizyjna reklama środków leczniczych i metod leczenia, jeżeli na terenie danego Państwa Członkowskiego, którego jurysdykcji podlega nadawca, są one dostępne wyłącznie z przepisu lekarza.

2. Zabroniona jest emisja telezakupów dotyczących środków leczniczych, które wymagają uzyskania zezwolenia na prowadzenie działalności marketingowej zgodnie z Dyrektywą Rady nr 65/65/EWG z 26 stycznia 1965 w sprawie zbliżenia przepisów zawartych w ustawach, przepisach prawnych i administracyjnych dotyczących środków leczniczych⁸. Zabronione jest również przedstawianie telezakupów w dziedzinie metod leczenia.

Artykuł 15.

Reklama telewizyjna i telezakupy napojów alkoholowych powinny odpowiadać następującym kryteriom:

(a) nie mogą być w szczególny sposób adresowane do nieletnich, a zwłaszcza nie powinny przedstawiać nieletnich spożywających tego rodzaju napoje;

(b) nie mogą wiązać spożycia alkoholu ze zwiększoną sprawnością fizyczną lub prowadzeniem samochodu;

(c) nie mogą stwarzać wrażenia, że spożycie alkoholu przyczynia się do sukcesów towarzyskich lub seksualnych;

(d) nie mogą zawierać stwierdzenia, że alkohol posiada właściwości lecznicze lub że jest środkiem pobudzającym, uspokajającym lub umożliwiającym rozwiązywanie osobistych konfliktów;

(e) nie powinny zachęcać do nieumiarkowanego spożycia alkoholu lub przedstawiać abstynencji lub umiarkowania w niekorzystnym świetle;

(f) nie powinny podkreślać, że wysoka zawartość alkoholu stanowi o wartości tych napojów.

Artykuł 16.

1. Reklama telewizyjna nie może powodować szkód moralnych lub fizycznych u nieletnich i z tego względu powinna odpowiadać następującym kryteriom w celu ich ochrony:

(a) nie może bezpośrednio nakłaniać nieletnich do zakupu towaru lub usługi, wykorzystując ich brak doświadczenia i łatwowierność;

(b) nie może bezpośrednio zwracać się do nieletnich w celu nakłaniania do zakupu reklamowanych towarów lub usług przez ich rodziców lub inne osoby;

(c) nie może wykorzystywać szczególnego zaufania, jakim nieletni obdarzają rodziców, nauczycieli lub inne osoby;

(d) nie może w sposób nieuzasadniony pokazywać nieletnich w niebezpiecznych sytuacjach.

⁸ DzUWE nr 22., z 9 lutego 1965 s. 369. Z ostatnimi zmianami wprowadzonymi Dyrektywą 93/39/EWG (DzUWE nr L 214., z 24 sierpnia 1993 s. 22)

2. Telezakupy powinny odpowiadać wymaganiom wymienionym w punkcie 1. Ponadto nie mogą one nakłaniać nieletnich do składania zamówień dotyczących zakupu lub wynajmu towarów i korzystania z usług.

Artykuł 17.

1. Sponsorowane programy telewizyjne powinny spełniać następujące wymagania:

(a) w żadnych okolicznościach sponsor nie może wpływać na treść i układ programów w sposób naruszający odpowiedzialność i niezależność redakcyjną nadawcy w odniesieniu do programów;

(b) programy sponsorowane powinny być wyraźnie oznaczone nazwą i/lub znakiem firmowym sponsora umieszczonymi na początku i/lub na końcu programu;

(c) programy te nie mogą zachęcać do zakupu lub wynajmu towarów czy usług sponsora lub strony trzeciej, zwłaszcza poprzez wzmianki o charakterze promocyjnym na temat tych towarów lub usług.

2. Programy telewizyjne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których główną działalność stanowi wytwarzanie lub sprzedaż papierosów czy innych wyrobów tytoniowych.

3. Programy telewizyjne sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż środków leczniczych i zabiegów medycznych mogą promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, natomiast nie mogą promować konkretnych środków leczniczych i zabiegów, jeżeli w Państwie Członkowskim, którego jurysdykcji podlega nadawca, są one dostępne wyłącznie z przepisu lekarza.

4. Programy informacyjne i programy na temat aktualnych wydarzeń nie mogą być sponsorowane.

Artykuł 18.

1. Czas poświęcony nadawaniu różnych form reklam i telezakupom, z wyjątkiem witryn telezakupów w rozumieniu artykułu 18a., nie powinien przekraczać 20% dziennego czasu transmisji. Czas nadawania typowych reklam nie powinien przekraczać 15% dziennego czasu transmisji.

2. Udział reklam i telezakupów w ciągu jednej godziny nie może przekraczać 20%.

3. Dla celów niniejszego artykułu, do reklamy nie zalicza się:

- zawiadomień dotyczących własnych programów nadawcy i dodatkowych produktów lub usług bezpośrednio związanych z tymi programami;

- ogłoszeń organów państwowych oraz apeli nadawanych nieodpłatnie w celach dobroczynnych.

Artykuł 18.a.

1. Minimalny czas nieprzerwanej emisji witryny telezakupów w kanale telewizyjnym, który nie jest poświęcony wyłącznie prezentacji telezakupów, powinien wynosić 15 minut.

2. Maksymalna liczba witryn telezakupów prezentowanych w ciągu dnia powinna wynosić osiem. Łączny czas ich emisji nie może przekraczać trzech godzin dziennie. Telewystawy muszą być wyraźnie oznaczone za pomocą środków wizualnych i dźwiękowych.

Artykuł 19.

Rozdziały I., II., IV., V., VI., Via. i VII. stosowane są, z uwzględnieniem istniejących różnic, w odniesieniu do kanałów telewizyjnych nastawionych wyłącznie na prezentowanie teledziękupów. Nadawanie innych form reklamy przez takie kanały jest dozwolone w granicach dziennego czasu emisji ustalonego w artykule 18 stycznia Artykuł 18.2. nie ma zastosowania.

Artykuł 19.a.

Rozdziały I., II., IV., V., VI., Via. i VII. stosowane są, z uwzględnieniem istniejących różnic, w odniesieniu do kanałów telewizyjnych nastawionych wyłącznie na własną promocję. Prezentowanie innych form reklamy przez takie kanały jest dozwolone w granicach ustalonych w artykule 18 w punktach 1. i 2. Niniejszy przepis będzie w szczególności podlegał rewizji zgodnie z artykułem 26.

Artykuł 20

Bez wpływu na zastosowanie artykułu 3., Państwa Członkowskie mogą ustalić, uwzględniając przepisy prawa wspólnotowego, inne warunki niż wymienione w punktach 1.-5. artykułu 11. oraz w artykule 18. i 18a. w odniesieniu do audycji przeznaczonych do rozpowszechniania wyłącznie na ich terytorium krajowym i nie mogą być odbierane bezpośrednio lub pośrednio przez publiczność jednego lub więcej innych Państw Członkowskich.

Artykuł 21. (skreślony)

ROZDZIAŁ V. OCHRONA NIELETNICH I POSZANOWANIE PORZĄDKU PUBLICZNEGO

Artykuł 22.

1. Państwa Członkowskie powinny podjąć odpowiednie środki w celu zapewnienia, że programy telewizyjne transmitowane przez nadawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakichkolwiek treści, które mogą w poważnym stopniu zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi nieletnich, a zwłaszcza takich, jak pornografia i nieuzasadniona przemoc.

2. Środki przewidziane w punkcie 1. powinny również obejmować inne programy, które mogą być szkodliwe dla fizycznego, psychicznego lub moralnego rozwoju nieletnich, z wyjątkiem tych przypadków, gdzie poprzez wybór czasu emisji lub przy zastosowaniu innego środka technicznego zostało zagwarantowane, że nieletni znajdujący się na obszarze transmisji danego programu nie będą mogli go słuchać ani oglądać.

3. Ponadto, jeżeli takie programy są rozpowszechniane w formie niekodowanej, Państwa Członkowskie powinny dopilnować, aby były one poprzedzone ostrzegawczym sygnałem dźwiękowym lub oznaczone za pomocą wizualnego symbolu przez cały czas trwania emisji.

Artykuł 22.a.

Państwa Członkowskie powinny również dopilnować, aby programy telewizyjne nie prowokowały do nienawiści z uwagi na rasę, płeć, wyznanie lub narodowość.

Artykuł 22.b.

1. Komisja powinna poświęcić szczególną uwagę realizacji niniejszego Rozdziału w raporcie przygotowanym zgodnie z artykułem 26.

2. W okresie jednego roku od opublikowania niniejszej Dyrektywy, Komisja powinna przeanalizować, we współpracy z właściwymi władzami Państw Członkowskich, możliwe korzyści i wady związane z

wprowadzeniem dalszych środków w celu ułatwienia rodzicom i opiekunom kontroli nad programami ogladanymi przez nieletnich. Taka analiza powinna uwzględniać między innymi zasadność następujących środków:

- konieczność wyposażenia nowych odbiorników telewizyjnych w urządzenia techniczne pozwalające rodzicom lub opiekunom na wyeliminowanie niektórych programów.

- ustalenie odpowiednich systemów oceny.

- popieranie polityki programów rodzinnych i innych metod edukacyjnych i uświadamiających.

- uwzględnienie europejskich i pozaeuropejskich doświadczeń w tej dziedzinie, jak również opinii zainteresowanych stron, takich jak nadawcy, producenci, specjaliści w zakresie wychowania, mediów, oraz stosowne organizacje.

ROZDZIAŁ VI PRAWO DO SPROSTOWANIA

Artykuł 23.

1. Bez wpływu na zastosowanie innych przepisów zatwierdzonych przez Państwa Członkowskie w zakresie prawa cywilnego, administracyjnego lub karnego, każda osoba fizyczna lub prawna, bez względu na narodowość, musi mieć zapewnione prawo do sprostowania lub do skorzystania z innych porównywalnych środków prawnych, w przypadku, gdy jej prawowite interesy, a w szczególności reputacja i dobre imię, doznały uszczerbku w związku z przedstawieniem niewłaściwych faktów w programie telewizyjnym. Państwa Członkowskie powinny dopilnować, aby rzeczywiste korzystanie z prawa do sprostowania lub podobnych środków prawnych nie napotykało na przeszkody w postaci narzucania nieuzasadnionych warunków i terminów. Sprostowanie powinna zostać wyemitowana w rozsądnym terminie upływającym od przyjęcia wniosku w tej sprawie. Czas i sposób nadania sprostowania powinien być stosowny do programu, którego dotyczy wniosek.

2. Prawo do sprostowania lub do skorzystania z innych porównywalnych środków prawnych obowiązuje w stosunku do wszystkich nadawców podlegających jurysdykcji danego Państwa Członkowskiego.

3. Państwa Członkowskie powinny podjąć konieczne środki w celu ustanowienia prawa do sprostowania lub możliwości korzystania z porównywalnych środków prawnych oraz określić stosowną procedurę ich realizacji. W szczególności powinny zagwarantować odpowiednie limity czasowe oraz procedury umożliwiające skuteczne korzystanie z tego prawa lub innych środków przez osoby fizyczne lub prawne, zamieszkałe lub posiadające siedzibę na terenie innego Państwa Członkowskiego.

4. Wniosek o skorzystanie z prawa do sprostowania lub porównywalnych środków może zostać odrzucony w przypadku, gdy sprostowanie takie nie znajduje uzasadnienia w świetle warunków wymienionych w punkcie 1, gdy jego nadanie wiązałoby się z czynem karnym lub mogłoby prowadzić do odpowiedzialności cywilnej nadawcy, a także wówczas, gdy stanowi naruszenie dobrych obyczajów.

5. Należy zapewnić możliwość rewizji sądowej w przypadkach sporów dotyczących realizacji prawa do sprostowania lub porównywalnych środków prawnych.

ROZDZIAŁ VI.a. KOMITET KONTAKTOWY

Artykuł 23.a.

1. Pod przewodnictwem Komisji zostaje powołany Komitet Kontaktowy. W skład Komitetu wchodzi przedstawiciele właściwych władz Państw Członkowskich. Funkcje przewodniczącego pełni przedstawiciel Komisji. Spotkania Komitetu odbywają się na wniosek przewodniczącego lub delegacji danego Państwa Członkowskiego.

2. Do zadań Komitetu należy:

(a) ułatwienie skutecznego wykonywania niniejszej Dyrektywy na drodze regularnych konsultacji dotyczących praktycznych problemów wynikających z jej zastosowania, a zwłaszcza w związku z realizacją artykułu 2., jak również we wszelkich innych sprawach, gdzie wymiana poglądów wydaje się pożądana;

(b) wydawanie opinii z własnej inicjatywy lub na wniosek Komisji w sprawie realizacji przez Państwa Członkowskie przepisów niniejszej Dyrektywy;

(c) stworzenie możliwości do wymiany poglądów na temat zagadnień, jakie należy uwzględnić w raportach przedstawianych przez Państwa Członkowskie zgodnie z artykułem 4.3., metod opracowywania tych raportów, warunków przeprowadzania niezależnych badań wymienionych w artykule 25.a., oceny oficjalnych wniosków w tym zakresie oraz samego badania;

(d) dyskusje nad wynikami systematycznych konsultacji przeprowadzanych przez Komisję z przedstawicielami organizacji telewizyjnych, z producentami, konsumentami, dostawcami usług, oraz związkami zawodowymi i środowiskiem twórczym;

(e) ułatwianie wymiany informacji pomiędzy Państwami Członkowskimi i Komisją na temat aktualnego stanu i zmian w uregulowaniach dotyczących usług telewizyjnych, z uwzględnieniem polityki wspólnotowej w sektorze audiowizualnym, a także rozwoju techniki;

(f) ocena zmian zachodzących w tym sektorze, w zakresie których wymiana opinii wydaje się pożądana.

ROZDZIAŁ VII. PRZEPISY KOŃCOWE

Artykuł 24.

W obszarach nie podlegających koordynacji przez niniejszą Dyrektywę, nie wpływa ona na prawa i obowiązki Państw Członkowskich, wynikające z porozumień istniejących w dziedzinie telewizji i telekomunikacji.

Artykuł 25.

1. Państwa Członkowskie wprowadzą w życie ustawy oraz inne przepisy prawne i administracyjne konieczne do realizacji niniejszej Dyrektywy najpóźniej do 31 października 1991, niezwłocznie powiadamiając o tym Komisję.

2. Państwa Członkowskie dopilnują przekazania Komisji tekstów zasadniczych przepisów prawa wewnętrznego uchwalonych w zakresie objętym niniejszą Dyrektywą.

Artykuł 25.a.

Zgodnie z artykułem 4.4., dalszy przegląd niniejszej Dyrektywy zostanie przeprowadzony nie później niż w czerwcu 2002⁹. Powinien on uwzględnić wyniki niezależnie przeprowadzonych badań dotyczących oddziaływania wspomnianych przepisów na szczeblu wspólnotowym i krajowym.

⁹ Po upływie pięciu lat od daty wydania niniejszej Dyrektywy.

Artykuł 26.

Najpóźniej do 31 grudnia 2000¹⁰ oraz co dwa lata począwszy od tej daty, Komisja przedstawi Parlamentowi Europejskiemu, Radzie i Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu raport o stosowaniu niniejszej Dyrektywy w jej zmienionej wersji i w razie potrzeby przedstawi kolejne wnioski w celu dostosowania jej do zmian zachodzących w obszarze działalności telewizyjnej, w szczególności związanych z nowościami w dziedzinie technologii.

Artykuł 27.

1. Państwa Członkowskie wprowadzą w życie ustawy oraz inne przepisy prawne i administracyjne konieczne do realizacji niniejszej Dyrektywy najpóźniej do grudnia 1998¹¹. Bezzwłocznie powiadomią o tym Komisję.

Przy uchwalaniu wspomnianych przepisów Państwa Członkowskie zamieszczą odniesienia do niniejszej Dyrektywy, które będą zawarte w treści dokumentów lub będą towarzyszyły ich oficjalnej publikacji. Państwa Członkowskie powinny ustalić sposoby formułowania takich odniesień.

2. Państwa Członkowskie dopilnują przekazania Komisji tekstów zasadniczych przepisów prawa wewnętrznego uchwalonych w zakresie objętym niniejszą Dyrektywą.

Artykuł 28

Niniejsza Dyrektywa wejdzie w życie w dniu opublikowania w Dzienniku Urzędowym Wspólnot Europejskich.

Artykuł 29

Niniejsza Dyrektywa odnosi się do Państw Członkowskich.

¹⁰ W końcu trzeciego roku od daty wydania niniejszej Dyrektywy.

¹¹ Po upływie osiemnastu miesięcy od daty wydania niniejszej Dyrektywy.