

USTAWA

z dnia 2010 r.

o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz o zmianie niektórych innych ustaw¹⁾

Art. 1. W ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531, z późn. zm.²⁾) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) użyty w art. 6 w ust. 1, w ust. 2 w pkt 2 i w pkt 4, w art. 10 w ust. 4 oraz w art. 54 w ust. 1 i w ust. 2 w różnej liczbie i przypadku wyraz "nadawca" zastępuje się użytymi w odpowiednich liczbach i przypadkach wyrazami "dostawca usług medialnych";
- 2) użyty w art. 16b w ust. 1 w zdaniu wstępnym, w ust. 2 w zdaniu wstępnym i w ust. 3 w zdaniu wstępnym oraz w art. 20a w ust. 1 w pkt 1 i w pkt 2 w różnej liczbie i przypadku wyraz "reklama" zastępuje się użytymi w odpowiednich liczbach i przypadkach wyrazami "przekaz handlowy";

3) w art. 1:

a) po ust. 1 dodaje się ust. 1a w brzmieniu:

„1a. Zadania radiofonii i telewizji, o których mowa w ust. 1, realizowane są przez dostarczanie usług medialnych w postaci programów radiowych i telewizyjnych oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie.”,

b) ust. 2 otrzymuje brzmienie:

¹⁾ Niniejszą ustawą zmienia się ustawy: ustawę z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe, ustawę z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz ustawę z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.

²⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2005 r. Nr 17, poz. 141, Nr 85, poz. 728 i Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 51, poz. 377, Nr 83, poz. 574 i Nr 133, poz. 935, z 2007 r. Nr 25, poz. 162 i Nr 61, poz. 411, z 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 115, poz. 965 i Nr 201, poz. 1540 oraz z 2010 r. Nr 28, poz. 146.

„2. Odbiór krajowych i zagranicznych programów oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie przeznaczonych przez dostawców usług medialnych do powszechnego odbioru jest wolny, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa.”;

4) art. 1a otrzymuje brzmienie:

„Art. 1a. 1. Ustawę stosuje się do dostawców usług medialnych ustanowionych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub spełniających warunki określone w ust. 4.

2. Dostawcę usługi medialnej uważa się za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli spełnia on co najmniej jeden z warunków:

- 1) ma swoją siedzibę w Rzeczypospolitej Polskiej oraz:
 - a) decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, lub
 - b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, lub
 - c) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa zarówno na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jak i w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej;
- 2) decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a dostawca usługi medialnej ma swoją siedzibę w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej;
- 3) rozpoczął świadczenie usługi medialnej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub na podstawie prawa Rzeczypospolitej Polskiej i utrzymuje stabilne i efektywne związki gospodarcze z Rzecząpospolitą Polską, chyba że:
 - a) zarówno siedziba dostawcy usługi medialnej znajduje się w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, jak i decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, lub
 - b) istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, w którym dostawca usługi medialnej ma swoją siedzibę lub decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej.

3. Za ustanowionego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej uważa się także dostawcę usługi medialnej, jeżeli istotna część osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej przy świadczeniu usługi medialnej działa na jej terytorium oraz

dostawca ten:

- 1) ma swoją siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej, albo
- 2) ma swoją siedzibę w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej, a decyzje redakcyjne dotyczące usługi medialnej są podejmowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

4. Ustawę stosuje się także do dostawcy usługi medialnej, który:

- 1) korzysta ze stacji dosyłowej do satelity zlokalizowanej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, albo
- 2) nie korzysta z tej stacji, ale korzysta z łącza satelitarne należącego do Rzeczypospolitej Polskiej,

- pomimo że nie odpowiada on warunkom określonym w ust. 2-3 i nie został uznany za dostawcę usługi medialnej ustanowionego w państwie członkowskim Unii Europejskiej na podstawie przepisów prawa tego państwa odpowiadających warunkom określonym w ust. 2-3.”;

5) w art. 2:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Prawo rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych przysługuje jednostkom publicznej radiofonii i telewizji oraz osobom fizycznym, osobom prawnym i osobowym spółkom handlowym, które uzyskały koncesję na taką działalność, albo – wobec programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych – wpis do rejestru takich programów.”,

b) po ust. 1 dodaje się ust. 1a w brzmieniu:

„1a. Prawo udostępniania publicznego audiowizualnych usług medialnych na żądanie przysługuje osobom fizycznym, osobom prawnym i osobowym spółkom handlowym, które uzyskały wpis do wykazu takich usług.”,

c) w ust. 2 w pkt 3 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 4-8 w brzmieniu:

- „4) programów radiowych rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych oraz audialnych usług na żądanie;
- 5) stron internetowych prywatnych użytkowników, blogów, forów dyskusyjnych i korespondencji elektronicznej;
- 6) usług, w których treści audiowizualne wytworzone przez prywatnych użytkowników są dystrybuowane w celu udostępnienia lub wymiany w ramach wspólnoty zainteresowań;

- 7) elektronicznych wersji gazet i czasopism oraz prasy ukazującej się w formie dokumentu elektronicznego, pod warunkiem, że nie składa się w przeważającej części z audycji audiowizualnych;
- 8) gier losowych i zakładów wzajemnych, chyba że są częścią audycji usługi medialnej.”;

6) art. 3 otrzymuje brzmienie:

„Art. 3. Do usług medialnych stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe (Dz. U. Nr 5, poz. 24, z późn. zm.³⁾) dotyczące dostępu do informacji, praw i obowiązków dziennikarzy, sprostowań, komunikatów i ogłoszeń oraz odpowiedzialności prawnej i karnej.”;

7) po art. 3 dodaje się art. 3a w brzmieniu:

„Art. 3a. Dostawcy usług medialnych, mając na względzie realizację obowiązków określonych w ustawie, a w szczególności w art. 14a, art. 16b ust. 3a, art. 18a, art. 20d i art. 20e, mogą tworzyć i przystępować do kodeksów dobrych praktyk w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206).”;

8) art. 4 otrzymuje brzmienie:

„Art. 4. W rozumieniu ustawy:

- 1) usługą medialną jest usługa w postaci programu albo audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, za którą odpowiedzialność redakcyjną ponosi jej dostawca i której podstawowym zadaniem jest dostarczenie przez sieci telekomunikacyjne ogółowi odbiorców audycji, w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych; usługą medialną jest także przekaz handlowy;
- 2) audycją jest ciąg ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego (audycja audiowizualna), albo ciąg dźwięków (audycja radiowa), stanowiący, ze względu na treść, formę, przeznaczenie lub autorstwo, odrębną całość w stworzonym przez dostawcę usługi medialnej programie lub katalogu audycji udostępnianych publicznie w ramach audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, zwanym dalej „katalogiem”;
- 3) odpowiedzialnością redakcyjną jest sprawowanie faktycznej kontroli nad wyborem audycji i sposobem ich zestawienia w programie lub w katalogu; nie uchybia to zasadom odpowiedzialności prawnej za treść audycji lub świadczenie usługi;

³⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 1988 r. Nr 41, poz. 324, z 1989 r. Nr 34, poz. 187, z 1990 r. Nr 29, poz. 173, z 1991 r. Nr 100, poz. 442, z 1996 r. Nr 114, poz. 542, z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770, z 1999 r. Nr 90, poz. 999, z 2001 r. Nr 112, poz. 1198, z 2002 r. Nr 153, poz. 1271, z 2004 r. Nr 111, poz. 1181, z 2005 r. Nr 39, poz. 377 oraz z 2007 r. Nr 89, poz. 590.

- 4) dostawcą usługi medialnej jest osoba fizyczna, osoba prawna lub osobowa spółka handlowa ponosząca odpowiedzialność redakcyjną za wybór treści usługi medialnej i decydująca o sposobie zestawienia tej treści, będąca nadawcą albo dostawcą audiowizualnej usługi medialnej na żądanie;
- 5) nadawcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub osobowa spółka handlowa, która tworzy i zestawia program, i rozpowszechnia go lub przekazuje innym osobom w celu rozpowszechniania;
- 6) programem jest usługa medialna stanowiąca uporządkowany zestaw audycji, przekazów handlowych lub innych przekazów, rozpowszechniany w całości, w sposób umożliwiający jednoczesny odbiór przez odbiorców w ustalonym przez nadawcę układzie;
- 7) audiowizualną usługą medialną na żądanie jest usługa medialna umożliwiająca odbiór audycji audiowizualnych w wybranym przez odbiorcę momencie, na jego zamówienie, w oparciu o katalog ustalony przez dostawcę tej usługi;
- 8) dostarczaniem usługi medialnej jest rozpowszechnianie lub rozprowadzanie programu albo udostępnianie publiczne audiowizualnej usługi medialnej na żądanie;
- 9) rozpowszechnianiem jest emisja programu drogą bezprzewodową lub przewodową do odbioru przez odbiorców;
- 10) rozprowadzaniem jest przyjmowanie rozpowszechnionego programu w całości i bez zmian oraz równoczesne, wtórne jego rozpowszechnianie;
- 11) udostępnianiem publicznym jest świadczenie audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, w sposób umożliwiający odbiorcy w wybranym przez niego momencie, zapoznanie się z audycją z katalogu w ramach takiej usługi lub utrwalenie takiej audycji;
- 12) nadawcą społecznym jest nadawca:
 - a) którego program upowszechnia działalność wychowawczą i edukacyjną, działalność charytatywną, respektuje chrześcijański system wartości za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz zmierza do ugruntowania tożsamości narodowej,
 - b) w którego programie nie są rozpowszechniane audycje ani inne przekazy, o których mowa w art. 18 ust. 5,
 - c) który nie nadaje reklam lub telesprzedaży oraz sponsorowanych audycji lub innych sponsorowanych przekazów,
 - d) który nie pobiera opłat z tytułu rozpowszechniania, rozprowadzania lub odbierania jego programu;
- 13) osobą zagraniczną jest osoba zagraniczna w rozumieniu art. 5 pkt 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095, z późn. zm.⁴⁾);
- 14) zespołem twórczym jest zespół osób tworzących audycje, do którego zalicza się w szczególności: reżysera, autora scenariusza, scenografa, operatora, odtwórców głównych ról i

⁴⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2007 r. Nr 180, poz. 1280, z 2008 r. Nr 70, poz. 416, Nr 116, poz. 732, Nr 141, poz. 888, Nr 171, poz. 1056 i Nr 216, poz. 1367, z 2009 r. Nr 3, poz. 11, Nr 18, poz. 97, Nr 168, poz. 1323 i Nr 201, poz. 1540 oraz z 2010 r. Nr 47, poz. 278.

kompozytora;

- 15) programem wyspecjalizowanym jest program, w którym nie mniej niż 70 % czasu nadawania programu w ciągu miesiąca, w godzinach 6-23, stanowią audycje i inne przekazy realizujące przyjętą specjalizację programu;
- 16) audycją wytworzoną pierwotnie w języku polskim jest audycja spełniająca wymogi audycji europejskiej w rozumieniu niniejszej ustawy i powstała na podstawie scenariusza wytworzonego pierwotnie w języku polskim, której pierwotna rejestracja dokonana została w języku polskim;
- 17) audycją dla dzieci jest audycja, która ze względu na czas nadania i zawartość programową jest skierowana głównie do dzieci w wieku do 12 lat;
- 18) przekazem handlowym jest każdy przekaz, w tym obrazy z dźwiękiem lub bez dźwięku, albo tylko dźwięki, mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji towarów, usług lub renomy podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub zawodową, umieszczony w usłudze medialnej, w tym towarzyszący audycji lub włączony do niej, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, albo w celach autopromocji, w szczególności reklama, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu;
- 19) reklamą jest każdy przekaz w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, albo w celu autopromocji, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług;
- 20) sponsorowaniem jest każdy wkład w finansowanie usługi medialnej lub audycji, przez podmiot, który nie dostarcza usług medialnych i nie produkuje audycji, w celu promocji jego nazwy, firmy, renomy, działalności, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego;
- 21) telesprzedażą jest każdy przekaz zawierający bezpośrednią ofertę sprzedaży towarów lub odpłatnego świadczenia usług;
- 22) ukrytym przekazem handlowym jest przedstawianie w audycjach towarów, usług, nazwy, firmy, znaku towarowego lub działalności przedsiębiorcy będącego producentem towaru lub świadczącego usługi, jeżeli zamiarem dostawcy usługi medialnej, w szczególności związanym z wynagrodzeniem lub uzyskaniem innej korzyści, jest osiągnięcie skutku reklamowego oraz jeżeli możliwe jest wprowadzenie publiczności w błąd co do charakteru przekazu;
- 23) lokowaniem produktu jest przekaz handlowy polegający na przedstawieniu lub nawiązywaniu do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, w tym także w postaci nieodpłatnego udostępnienia towaru lub usługi znacznej wartości;
- 24) autopromocją jest każdy przekaz pochodzący od dostawcy usług medialnych mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji jego audycji, towarów lub usług;
- 25) przekazem tekstowym jest zbiór tekstów i nieruchomych obrazów, rozpowszechnianych za pomocą sygnału telewizyjnego równocześnie z programem;
- 26) producentem jest osoba fizyczna lub osoba prawna, lub jednostka organizacyjna, o której

mowa w art. 33¹ § 1 Kodeksu cywilnego, która podejmuje inicjatywę, faktycznie organizuje i ponosi odpowiedzialność za kreatywny, organizacyjny i finansowy proces produkcji utworu audiowizualnego;

- 27) producentem niezależnym wobec danego nadawcy jest producent niepozostający w stosunku pracy z danym nadawcą, niebędący sam nadawcą i nieposiadający udziałów w organizacji nadawcy oraz w którym nadawca ani żaden podmiot od niego zależny bądź należący do tej samej grupy kapitałowej nie posiada żadnych udziałów, a w zarządach nie zasiadają żadne osoby pozostające w stosunku pracy z danym nadawcą lub będące nadawcami;
- 28) przedsiębiorcą jest przedsiębiorca w rozumieniu ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej;
- 29) audiodeskrypcją jest werbalny, dźwiękowy opis obrazu i treści wizualnych zawartych w audycji audiowizualnej przeznaczony dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku, umieszczony w audycji lub rozpowszechniany równocześnie z audycją;
- 30) systemem teleinformatycznym jest system teleinformatyczny w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2002 r. Nr 144, poz. 1204, z późn. zm.⁵⁾);
- 31) siecią telekomunikacyjną jest sieć telekomunikacyjna w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800, z późn. zm.⁶⁾).”;

9) w art. 6 w ust. 2:

a) pkt 3 otrzymuje brzmienie:

„3) podejmowanie, w zakresie przewidzianym ustawą, rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie programów oraz związanych z wpisem do rejestru programów i wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie, jak również prowadzenie tego rejestru i wykazu;”

b) pkt 5 i 6 otrzymują brzmienie:

„5) organizowanie badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych oraz usług medialnych na żądanie;

6) ustalanie wysokości opłat za udzielenie koncesji oraz wpis do rejestru lub wykazu;”

⁵⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959 i Nr 173, poz. 1808, z 2007 r. Nr 50, poz. 331, z 2008 r. Nr 171, poz. 1056 i Nr 216, poz. 1371 oraz z 2009 r. Nr 201, poz. 1540.

⁶⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2004 r. Nr 273, poz. 2703, z 2005 r. Nr 163, poz. 1362 i Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 12, poz. 66, Nr 104, poz. 708 i 711, Nr 170, poz. 1217, Nr 220, poz. 1600, Nr 235, poz. 1700 i Nr 249, poz. 1834, z 2007 r. Nr 23, poz. 137, Nr 50, poz. 331 i Nr 82, poz. 556, z 2008 r. Nr 17, poz. 101 i Nr 227, poz. 1505, z 2009 r. Nr 11, poz. 59, Nr 18, poz. 97 i Nr 85, poz. 716 oraz z 2010 r. Nr 81, poz. 530, Nr 86, poz. 554 i Nr 106, poz. 675.

c) pkt 9 otrzymuje brzmienie:

„9) organizowanie i inicjowanie współpracy z zagranicą w dziedzinie radiofonii i telewizji, w tym współpracy z organami regulacyjnymi państw członkowskich Unii Europejskiej, właściwymi wobec usług medialnych;”

d) w pkt 10 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 11 i 12 w brzmieniu:

„11) podejmowanie działań zachęcających dostawców usług medialnych do samoregulacji lub współregulacji w zakresie świadczenia usług medialnych objętych ustawą, w tym przedstawianie, na wniosek dostawcy usługi medialnej, opinii o kodeksie, o którym mowa w art. 3a;

12) upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej).”;

10) w art. 10 ust. 2 i 3 otrzymują brzmienie:

„2. Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od dostawcy usługi medialnej przedstawienia materiałów, dokumentów i udzielenia wyjaśnień w zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania tego dostawcy z przepisami ustawy, warunkami koncesji, wiążącymi go aktami samoregulacji lub współregulacji.

3. Przewodniczący Krajowej Rady może wezwać dostawcę usługi medialnej do zaniechania działań w zakresie dostarczania usług medialnych, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały Krajowej Rady, warunki koncesji lub wiążące go akty współregulacji.”;

11) po art. 14 dodaje się art. 14a w brzmieniu:

„Art.14a. 1. Nadawca jest zobowiązany do zapewnienia odbiorcom łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy, a w szczególności do informacji o:

- 1) nazwie programu;
- 2) nazwisku, nazwie lub firmie tego nadawcy;
- 3) adresie jego siedziby;
- 4) danych kontaktowych, w tym adresu korespondencyjnego, adresu poczty elektronicznej oraz witryny internetowej.

2. Nadawca jest zobowiązany do wskazania Krajowej Rady jako organu właściwego w sprawach radiofonii i telewizji.

3. Krajowa Rada może, w drodze rozporządzenia, określić sposób zapewniania przez nadawców dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy oraz inne niż wskazane w ust. 1 pkt 1-4 informacje, uwzględniając potrzeby odbiorców, integralność

przekazów, sposób rozpowszechniania programu i oddziaływanie na interesy odbiorców oraz dążąc do nieobciążania dostawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami w związku z zapewnianiem informacji.”;

12) w art. 15 ust. 2 i 4 otrzymują brzmienie:

„2. Nadawcy programów radiowych przeznaczają co najmniej 33 % kwartalnego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 75 % w godzinach 6-23.

4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, niższy udział w programie radiowym lub telewizyjnym audycji, o których mowa w ust. 1, 2 i 3, dla:

- 1) nadawców w pierwszym roku rozpowszechniania przez nich programu;
- 2) programów wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji, o których mowa w ust. 1 i 3, lub utworów, o których mowa w ust. 2;
- 3) programów rozpowszechnianych wyłącznie w sposób satelitarny lub kablówkowy dostępnych w całości za opłatą, z wyłączeniem opłat abonamentowych w rozumieniu ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych (Dz. U. Nr 85, poz. 728, z późn. zm.⁷⁾) i podstawowych opłat pobieranych przez operatorów satelitarnych lub operatorów sieci kablówkowych;
- 4) programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych - uwzględniając konieczność zachowania proporcji audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich, wpływ danej kategorii programów na odbiorców i różnicowanie kulturowe audycji i utworów w programach.”;

13) w art. 15b:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Audycją europejską jest audycja:

- 1) pochodząca z państwa członkowskiego Unii Europejskiej, lub
- 2) pochodząca z innego państwa będącego stroną Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej, sporządzonej w Strasburgu dnia 5 maja 1989 r. (Dz. U. z 1995 r. Nr 32, poz. 160 oraz z 2004 r. Nr 28, poz. 250), zwanej dalej „Europejską konwencją o telewizji ponadgranicznej”, niestosującego środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej, lub
- 3) wytworzona w koprodukcji w ramach umowy dotyczącej sektora audiowizualnego zawartej pomiędzy Unią Europejską a innym państwem trzecim spełniająca wymagania

⁷⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2005 r. Nr 157, poz. 1314 oraz z 2010 r. Nr 13, poz. 70.

określone w tej umowie, jeżeli państwo to nie stosuje środków dyskryminacyjnych w stosunku do audycji pochodzących z państw członkowskich Unii Europejskiej.”,

b) uchyla się ust. 3 i 5;

14) art. 16 i 16a otrzymują brzmienie:

„Art. 16. 1. Przekazy handlowe powinny być łatwo rozpoznawalne. Reklamy i telesprzedaż powinny także być łatwo odróżnialne od materiału redakcyjnego.

2. Reklamy i telesprzedaż odróżnia się w programie przy pomocy środków wizualnych, dźwiękowych lub przestrzennych; obowiązek ten obejmuje również nowe techniki reklamowe, takie jak reklama na części ekranu, reklama wirtualna i reklama interaktywna.

3. Pojedyncze spoty reklamowe i telesprzedażowe są zakazane w programie, którego nadawca uzyskał koncesję na rozpowszechnianie rozświetlone naziemne.

4. Spoty reklamowe i telesprzedażowe, z zastrzeżeniem ust. 5 i 6, nie mogą zajmować więcej niż 12 minut w ciągu godziny zegarowej.

5. Ograniczenia określone w ust. 4 nie stosuje się do:

- a) ogłoszeń nadawcy niestanowiących autopromocji, zawierających jedynie informację o jego audycjach lub produktach towarzyszących, wywodzących się bezpośrednio z audycji.
- b) wymaganych prawem oznaczeń przekazów handlowych, w tym wskazań sponsorów.

6. Bloki programowe poświęcone wyłącznie telesprzedaży powinny być wyraźnie oznaczone w sposób wizualny i dźwiękowy, oraz nadawane w sposób nieprzerwany przez co najmniej 15 minut. Do bloków takich nie stosuje się ograniczenia określonego w ust. 4.

7. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, sposób prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży, z uwzględnieniem zasad określonych w ustawie i nowych technik reklamowych, kierując się ochroną interesu odbiorców i samodzielności nadawców. W rozporządzeniu Krajowa Rada określi:

- 1) szczegółowy sposób ustalania czasu, o którym mowa w ust. 4;
- 2) warunki nadawania, w tym wyodrębniania, oznaczania i umieszczania, reklam i telesprzedaży w programach;
- 3) wymagania dotyczące osób, których głos lub wizerunek jest wykorzystywany w reklamach, z uwzględnieniem zakresu ograniczeń w prowadzeniu przez nie innych audycji w programach radiowych i telewizyjnych;
- 4) zakres udostępniania przez nadawcę czasu wykorzystywanego na reklamy i telesprzedaż, w tym maksymalny wymiar czasu w okresie rocznym dla jednego przedsiębiorcy lub ugrupowania gospodarczego;
- 5) sposób prowadzenia i przechowywania przez nadawcę ewidencji czasu nadawanych reklam i telesprzedaży oraz zakres danych objętych tą ewidencją;
- 6) szczegółowe wymagania dla ogłoszeń nadawców nie stanowiących autopromocji, zawierających jedynie informację o ich audycjach lub produktach towarzyszących,

wywodzących się bezpośrednio z audycji.

Art.16a. 1. Umieszczanie reklam lub telesprzedaży podczas audycji nie może naruszać integralności audycji, przy uwzględnieniu naturalnych przerw w audycji, jej czasu trwania i charakteru, ani uprawnień podmiotów praw do audycji.

2. W transmisjach zawodów sportowych zawierających przerwy wynikające z przepisów ich rozgrywania oraz w transmisjach innych wydarzeń zawierających przerwy, reklamy lub telesprzedaż mogą być nadawane wyłącznie w tych przerwach.

3. Filmy fabularne i filmy telewizyjne, z wyłączeniem serii, seriali i audycji dokumentalnych, mogą zostać przerwane, w celu nadania reklam lub telesprzedaży, wyłącznie jeden raz podczas każdego okresu pełnych 30 minut przewidzianych w programie.

4. Audycje inne niż określone w ust. 2 mogą być przerywane w celu nadania reklam lub telesprzedaży, jeżeli okres pomiędzy kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi w programie telewizyjnym co najmniej 20 minut, a w programie radiowym co najmniej 10 minut.

5. Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży:

- 1) serwisów informacyjnych;
- 2) audycji o treści religijnej;
- 3) audycji publicystycznych i dokumentalnych o czasie krótszym niż 30 minut;
- 4) audycji dla dzieci.

6. Nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży audycji w programach publicznej radiofonii i telewizji, z wyjątkiem audycji, o których mowa w ust. 2.”;

15) w art. 16b:

a) w ust. 3 pkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć, narodowość, pochodzenie etniczne, wyznanie lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek czy orientację seksualną,”

b) po ust. 3 dodaje się ust. 3a w brzmieniu:

„3a. Krajowa Rada, w drodze rozporządzenia, po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw zdrowia, może określić sposób umieszczania w programach przekazów handlowych dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana, tak aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla małoletnich i nie były elementem takich audycji, dążąc do zachęcenia nadawców do przeciwdziałania promowaniu niezdrowego odżywiania wśród małoletnich oraz uwzględniając charakter programów, ich wpływ na kształtowanie opinii publicznej i oddziaływanie na interesy odbiorców, bez nakładania nieuzasadnionych obowiązków na nadawców.”

c) uchyla się ust. 4;

16) art. 16c otrzymuje brzmienie:

„Art. 16c. Zakazane są:

- 1) ukryte przekazy handlowe;
- 2) lokowanie produktów, z zastrzeżeniem art. 17a;
- 3) lokowanie tematów.”;

17) w art. 17 ust. 1 i 3 otrzymują brzmienie:

„1. Odbiorcy powinni zostać wyraźnie poinformowani o sponsorowaniu. Sponsorowane audycje lub inne przekazy są oznaczane przez wskazanie sponsora na ich początku, w trakcie ich trwania lub na końcu i nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów ani usług, zwłaszcza przez specjalne, promocyjne odniesienie do tych towarów lub usług. Wskazanie sponsora może zawierać tylko jego nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorcę lub jego działalność, odniesienie do jego towarów, usług lub ich znaku.

3. Sponsor nie może wpływać na treść audycji lub innego przekazu oraz ich miejsce w programie lub katalogu w sposób ograniczający samodzielność i niezależność redakcyjną nadawcy. Sponsorowanie nie zwalnia nadawcy od odpowiedzialności za treść audycji.”;

18) po art. 17 dodaje się art. 17a w brzmieniu:

„Art.17a. 1. Lokowanie produktu jest dopuszczalne wyłącznie:

- 1) w filmach kinematograficznych, filmach lub serialach wytworzonych na użytek audiowizualnych usług medialnych, a także w audycjach sportowych oraz audycjach rozrywkowych, z wyłączeniem audycji dla dzieci, lub
- 2) w postaci nieodpłatnego udostępniania towaru lub usługi do wykorzystania w audycji, w szczególności w charakterze rekwizytu lub nagrody, z wyłączeniem audycji dla dzieci.

2. Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, oznacza się za pomocą znaku graficznego informującego o fakcie lokowania produktu, na początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż. Neutralną informację o producencie lub sprzedawcy lokowanego produktu oraz o samym produkcie umieszcza się na końcu audycji. Obowiązek oznaczenia nie dotyczy audycji wytworzonych bez udziału lub zamówienia danego nadawcy.

3. Zastosowanie lokowania produktu nie może naruszać samodzielności i niezależności redakcyjnej nadawcy poprzez wpływ na treść lub miejsce audycji w programie oraz nie zwalnia nadawcy od odpowiedzialności za treść audycji.

4. Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, nie mogą:

- 1) nadmiernie eksponować danego produktu;
- 2) zachęcać bezpośrednio do nabycia lub najmu towarów lub usług, zwłaszcza przez promocyjne odniesienia do nich.

5. Zakazane jest lokowanie produktu dotyczące towarów lub usług, o których mowa w art.16b ust. 1.

6. Nadawca zobowiązany jest do prowadzenia i przekazywania Krajowej Radzie ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu.

7. W zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania nadawcy z przepisami ust. 1 - 6, Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od nadawcy przedstawienia dokumentacji w zakresie lokowania produktu. Przepis art. 10 ust. 2 stosuje się odpowiednio.

8. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia:

- 1) szczegółowe warunki oznaczania przez nadawcę audycji zawierających lokowane produkty, w tym wzór znaku graficznego, o którym mowa w ust. 2;
- 2) szczegółowe warunki ustalania znacznej wartości lokowanego produktu;
- 3) sposób prowadzenia, przechowywania oraz przekazywania przez nadawcę ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu oraz zakres danych objętych tą ewidencją

- uwzględniając interesy odbiorców, możliwość prowadzenia przez nadawcę ewidencji w formie elektronicznej, bez obciążania nadawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami.”;

19) w art. 18 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Audycje lub inne przekazy nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym, w szczególności nie mogą zawierać treści nawołujących do nienawiści lub dyskryminujących ze względu na rasę, niepełnosprawność, płeć, wyznanie lub narodowość.”;

20) po art. 18 dodaje się art. 18a w brzmieniu:

„Art.18a. 1. Nadawcy programów telewizyjnych są zobowiązani do zapewniania dostępności programów dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu, poprzez wprowadzanie odpowiednich udogodnień, w szczególności audiodeskrypcji, napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy, tak by co najmniej 10 % kwartalnego czasu nadawania programu, z wyłączeniem reklam i telesprzedaży, posiadało takie udogodnienia.

2. Krajowa Rada, może określić, w drodze rozporządzenia, niższy niż określony w ust. 1 udział w programie telewizyjnym audycji z udogodnieniami odbioru dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu, uwzględniając różnorodną ofertę programową w różnym czasie antenowym, możliwości techniczne, potrzeby odbiorców, sposób rozpowszechniania i specjalizację programu, bez nakładania nieuzasadnionych obowiązków na nadawców.”;

21) po art. 20b dodaje się art. 20c w brzmieniu:

„Art. 20c. 1. Nadawca programu telewizyjnego uprawniony do nadania na zasadzie wyłączności transmisji z wydarzenia budzącego istotne zainteresowanie społeczne, zwanego dalej „wydarzeniem”, zobowiązany jest umożliwić innym nadawcom telewizyjnym wykonanie prawa do krótkiego sprawozdania, na zasadach określonych w ust. 2-7.

2. Prawo do krótkiego sprawozdania przysługuje każdemu nadawcy ustanowionemu w:

- 1) Rzeczypospolitej Polskiej;
- 2) państwie członkowskim Unii Europejskiej lub państwie będącym stroną Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej, o ile żaden nadawca lub inny podmiot w państwie, w którym ustanowiony jest nadawca ubiegający się o dostęp, nie jest uprawniony do transmisji danego wydarzenia i nie może zapewnić dostępu do krótkiego sprawozdania z niego.

3. Dostęp do krótkiego sprawozdania zapewnia się przez udostępnienie nadawcy ubiegającemu się o dostęp wybranych przez niego krótkich fragmentów transmisji wydarzenia, łącznie nie dłuższych niż 90 sekund, z sygnału nadawcy, o którym mowa w ust. 1, za zapłatą kosztów udostępnienia.

4. Nadawca korzystający z krótkiego sprawozdania może:

- 1) nadać udostępnione mu zgodnie z ust. 3 fragmenty w okresie 24 godzin, trzykrotnie w danym programie, w ogólnych audycjach informacyjnych lub umieszczonych przy nich informacyjnych serwisach sportowych, w wymiarze krótkiej informacji o wydarzeniu, nie dłuższej niż 90 sekund;
- 2) udostępniać publicznie na żądanie te same fragmenty w ramach tej samej całej audycji po jej nadaniu zgodnie z pkt 1, w okresie nie dłuższym niż 7 dni
 - pod warunkiem wyraźnego podania źródła.

5. Nadawca, o którym mowa w ust. 1, jest zwolniony z obowiązku określonego w ust. 3, jeżeli nadawca ubiegający się o dostęp ma możliwość wstępu na miejsce wydarzenia i sporządzenia własnego sprawozdania. W takim wypadku ust. 4 stosuje się odpowiednio.

6. Postanowienia umowne czyniące niemożliwym wykonanie prawa do krótkich sprawozdań zgodnie z ust. 1-4 są nieważne.”;

22) po art. 20c dodaje się rozdział 3a w brzmieniu:

„Rozdział 3a

Audiowizualne usługi medialne na żądanie

Art.20d. 1. Zabronione jest udostępnianie publiczne w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie audycji lub innych przekazów zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, bez stosowania zabezpieczeń technicznych uniemożliwiających małoletnim ich odbieranie.

2. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do stosowania zabezpieczeń technicznych, o których mowa w ust. 1, w szczególności osobistych numerów identyfikacyjnych lub systemów filtrowania i oznaczania treści.

3. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie, uwzględniając stopień szkodliwości audycji lub innego przekazu dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych, obowiązani są do odpowiedniego kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów w taki sposób, aby odbiorca mógł z łatwością zapoznać się z oznaczeniem zarówno w chwili wyboru audycji jak i w trakcie jej trwania.

4. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do informowania Krajowej Rady o stosowanych zabezpieczeniach.

5. Krajowa Rada, po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw łączności, określi w drodze rozporządzenia, szczegółowe zasady ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, w tym:

- 1) cechy lub rodzaje zabezpieczeń technicznych, o których mowa w ust. 2;
- 2) sposób informowania Krajowej Rady o stosowanych zabezpieczeniach technicznych, w tym wzór oświadczenia o stosowanych zabezpieczeniach technicznych;
- 3) cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji lub innych przekazów w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie ze względu na stopień szkodliwości dla małoletnich przy odpowiednim podziale małoletnich na kategorie wiekowe - kierując się potrzebą zapewnienia skutecznej ochrony małoletnich przed szkodliwymi dla nich treściami, uwzględniając możliwości techniczne i stopień szkodliwości audycji lub innych przekazów dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych, oraz przy uwzględnieniu specyfiki tych usług.

Art.20e. 1. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do promowania audycji europejskich, w wybrany przez siebie sposób, w ramach świadczonych przez nich audiowizualnych usług medialnych na żądanie, przez:

- 1) przeznaczanie co najmniej 15% zawartości katalogu na audycje europejskie, 10% zawartości katalogu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, 5% zawartości katalogu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, oraz odpowiednie wyeksponowanie tych audycji w katalogu, lub
- 2) przeznaczanie na produkcję lub zakup praw do audycji europejskich co najmniej równowartości 10% wydatków roku poprzedzającego na wytwarzanie lub pozyskanie audycji dla celów ich udostępniania publicznego w ramach usługi medialnej na żądanie.

2. Podstawą do obliczania procentowego udziału, o którym mowa w ust. 1 pkt 1, jest liczba audycji zawartych w katalogu w danym kwartale kalendarzowym.

3. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do prowadzenia, przechowywania oraz przekazywania Krajowej Radzie ewidencji obejmującej informacje na temat określonych w ust. 1 sposobów promowania przez nich audycji europejskich.

4. Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe zasady promowania audycji, o których mowa w ust. 1, w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, w tym:

- 1) sposoby eksponowania takich audycji w katalogu;
- 2) sposób prowadzenia, przechowywania oraz przekazywania ewidencji, o której mowa w ust. 3, oraz zakres danych objętych tą ewidencją;
- 3) wzór oświadczenia o wybranym przez dostawcę sposobie promowania, o którym mowa w ust. 1

- dążąc do sprzyjania różnorodności kulturowej oferty audycji w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, uwzględniając charakter katalogów audycji, możliwość prowadzenia ewidencji w formie elektronicznej i konieczność zapewnienia przejrzystości oraz jawności informacji znajdujących się w ewidencji, bez obciążania dostawców nadmiernymi utrudnieniami i kosztami w związku z prowadzeniem ewidencji.

Art.20f. Do audiowizualnych usług medialnych na żądanie stosuje się odpowiednio przepisy art. 13-14a, art.16 ust.1 zd.1, art.16b-17a, art. 18 ust. 1, art.18a, art.19 ust.1, art.20 i art.20a.”;

23) w art. 21:

a) w ust. 1a w pkt 9 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 10 i 11 w brzmieniu:

„10) zapewnianie dostępności programów lub ich części, i innych usług, dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu;

11) prowadzenie działalności w zakresie upowszechniania edukacji medialnej.”,

b) w ust. 2:

- wprowadzenie do wyliczenia otrzymuje brzmienie:

„2. Programy i inne usługi publicznej radiofonii i telewizji powinny:”,

- w pkt 9 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 10 w brzmieniu:

„10) służyć edukacji medialnej.”;

24) w art. 33 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych, z wyjątkiem programów publicznej radiofonii i telewizji, oraz programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych, wymaga uzyskania koncesji.”;

25) w art. 39a w ust. 1 pkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) autopromocji.”;

26) tytuł rozdziału 6 otrzymuje brzmienie:

„Rejestracja rozpowszechniania niektórych programów, rozprowadzania programów oraz udostępniania publicznego audiowizualnych usług medialnych na żądanie”;

27) w art. 41 ust. 1 i 2 otrzymują brzmienie:

„1. Zgłoszenia do rejestru wymaga:

- 1) rozpowszechnianie programu telewizyjnego wyłącznie w systemie teleinformatycznym;
- 2) rozprowadzanie programu.

2. Obowiązek określony w ust. 1 pkt 2 nie dotyczy rozprowadzania ogólnokrajowych programów publicznej radiofonii i telewizji oraz innych programów nadawców krajowych, dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru.”;

28) po art. 41 dodaje się art. 41a w brzmieniu:

„Art. 41a. 1. Audiowizualna usługa medialna na żądanie wymaga zgłoszenia do wykazu prowadzonego przez Przewodniczącą Krajowej Rady.

2. Przepisy art. 41 ust. 4-5 stosuje się odpowiednio.”;

29) w art. 42 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Za wpis do rejestru lub wykazu pobiera się opłatę.”;

30) art. 44 i 45 otrzymują brzmienie:

„Art. 44. 1. Organ rejestracyjny dokonuje wpisu programu do rejestru na podstawie zgłoszenia.

2. Dostawcy usług medialnych, o których mowa w art. 41 ust. 1, dokonują zgłoszenia usługi medialnej do rejestru nie później niż na miesiąc przed rozpoczęciem jej dostarczania.

3. Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1, powinno:

- 1) wskazywać dostawcę usługi medialnej, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania, adres korespondencyjny, w tym poczty elektronicznej, zapewniający skuteczny i szybki kontakt;
- 2) określać program przewidziany do rozpowszechniania lub rozprowadzania i jego nadawcę;
- 3) określać sposób dostarczania usługi medialnej odbiorcom i obszar, na którym ma ona być dostarczana;

4. Operator rozprowadzający program dołącza do zgłoszenia:

- 1) dokumenty wskazujące, że rozprowadzanie programu nie będzie naruszało praw nadawcy programu;
- 2) dokumenty wskazujące, że program jest rozpowszechniany, a w przypadku programu przekazywanego przez nadawcę operatorowi - umowę z nadawcą programu;
- 3) oświadczenie o kolejności wprowadzania do systemu rozprowadzania programów dostępnych na terenie objętym rozprowadzaniem za pomocą urządzeń odbiorczych powszechnego odbioru, których rozprowadzanie nie podlega zgłoszeniu.

5. Wpis do rejestru zawiera dane, o których mowa w ust. 3, z wyjątkiem adresu zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.

6. Dostarczanie usług medialnych, o których mowa w art. 41 ust. 1, można rozpocząć, jeżeli organ rejestracyjny nie odmówił rejestracji w terminie miesiąca od daty zgłoszenia.

7. W sytuacji, gdy organ rejestracyjny wezwał dostawcę usług medialnych do uzupełnienia zgłoszenia, termin o którym mowa w ust. 6, biegnie od dnia wpływu uzupełnienia zgłoszenia.

8. Dostawca usługi medialnej jest obowiązany zgłaszać organowi rejestracyjnemu, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do rejestru, powstałe po dniu dokonania wpisu usługi medialnej do rejestru. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie do rejestru.

Art. 45. 1. Organ rejestracyjny odmówi wpisu do rejestru usługi medialnej, o której mowa w art. 41 ust.1 pkt 1, lub wykreśli taką usługę medialną z rejestru, jeżeli zachodzą łącznie następujące okoliczności:

- 1) jest to niezbędne ze względu na ochronę porządku, zdrowia lub bezpieczeństwa publicznego, lub ochronę konsumentów;
- 2) dostarczanie usługi medialnej stanowiłoby poważne zagrożenie tych wartości;
- 3) zagrożenia tego nie można usunąć poprzez zastosowanie przez organ rejestracyjny innych odpowiednich środków.

2. Organ rejestracyjny odmówi wpisu programu do rejestru rozprowadzanych programów, jeżeli w programie tym, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści rażąco i poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1, 4 i 5.

3. Organ rejestracyjny wykreśli wpis programów lub określonego programu z rejestru rozprowadzanych programów, jeżeli:

- 1) w programie tym, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści rażąco i poważnie naruszające przepisy art. 18 ust. 1, 4 i 5;
- 2) operator bez zezwolenia nadawcy wprowadza zmiany do programu, rozpowszechnia go nie w całości lub nierównocześnie;
- 3) operator nie przestrzega ustawowej kolejności wprowadzania programów, o której mowa w art. 43.

4. Odmowa wpisu lub jego wykreślenie, o których mowa w ust.1-3, następuje w drodze decyzji administracyjnej, do której stosuje się odpowiednio przepis art. 33 ust. 3.”;

31) po art. 45 dodaje się art. 45a w brzmieniu:

„Art. 45a. 1. Dostawca audiowizualnej usługi medialnej na żądanie dokonuje zgłoszenia do wykazu nie później niż w chwili rozpoczęcia jej udostępniania.

2. Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 1, powinno:

- 1) wskazywać dostawcę usługi medialnej, jego siedzibę lub miejsce zamieszkania, adres korespondencyjny, w tym poczty elektronicznej, zapewniający skuteczny i szybki kontakt;
- 2) określać audiowizualną usługę medialną na żądanie i sposób jej dostarczenia odbiorcom;
- 3) zawierać oświadczenie o stosowaniu zabezpieczeń technicznych, o których mowa w art.20d ust.2, i ich rodzaju,
- 4) zawierać oświadczenie o sposobie promowania audycji europejskich zgodnie z art.20e .

3. Wpis do wykazu zawiera dane, o których mowa w ust. 2, z wyjątkiem adresu zamieszkania, jeżeli jest on inny niż adres siedziby.

4. Dostawca usługi medialnej jest obowiązany zgłaszać Przewodniczącemu Krajowej Rady, w terminie 14 dni, zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do wykazu, powstałe po dniu dokonania wpisu usługi medialnej do wykazu. Do zgłaszania zmian stosuje się odpowiednio przepisy o wpisie do wykazu.

5. Przewodniczący Krajowej Rady wykreśli z wykazu audiowizualną usługę medialną na żądanie, jeżeli w usłudze tej w okresie ostatnich 3 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści rażąco i poważnie naruszające art. 18 ust. 1.

6. Wykreślenie z wykazu następuje w drodze decyzji administracyjnej, do której stosuje się odpowiednio przepis art. 33 ust. 3.”.

32) art. 46 otrzymuje brzmienie:

„Art. 46. Krajowa Rada określa, w drodze rozporządzenia, szczegółowy sposób i tryb

prowadzenia rejestru rozpowszechniania niektórych programów, rejestru rozprowadzania programów oraz wykazu udostępnianych publicznie audiowizualnych usług medialnych na żądanie, w tym:

- 1) wzór rejestru i wykazu;
- 2) wzór zgłoszenia o wpis do rejestru i wykazu

- uwzględniając możliwość prowadzenia rejestru i wykazu oraz zgłaszania do nich wniosków w systemie teleinformatycznym, konieczność zapewnienia przejrzystości i kompletności zapisu informacji znajdujących się w rejestrze i wykazie oraz sprawność postępowania rejestracyjnego i zgłoszeniowego, a także nieobciążanie dostawców usług medialnych utrudnieniami w zakresie wykonywanej działalności.”;

33) po art. 46 dodaje się art. 46a w brzmieniu:

„Art. 46a. 1. Jeżeli nadawca programu, o którym mowa w art. 45 ust. 3 pkt 1, jest ustanowiony w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, a jego program jest kierowany w całości lub w przeważającej części na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej w celu ominięcia przepisów obowiązujących na tym terytorium, Krajowa Rada zawiadamia tego nadawcę i Komisję Europejską o stwierdzonych naruszeniach oraz o zamiarze zakazania rozprowadzania programu. Decyzja o zakazie jest podejmowana, jeżeli w ciągu 30 dni od zawiadomienia, w wyniku konsultacji prowadzonych przez Krajową Radę z państwem, w którym ustanowiony jest nadawca, i z Komisją Europejską, nie nastąpi zaniechanie naruszeń.

2. Środki podjęte przez Krajową Radę muszą być obiektywnie niezbędne, stosowane w sposób niedyskryminacyjny i proporcjonalny do zamierzonych celów. Krajowa Rada może podjąć powyższe środki tylko wówczas, gdy spełnione zostały następujące warunki:

- 1) Krajowa Rada powiadomiła Komisję Europejską i państwo członkowskie, w którym nadawca ma swoją siedzibę, o zamiarze podjęcia takich środków i uzasadniło swoją ocenę, oraz
- 2) Komisja stwierdziła, że środki te są zgodne z prawem wspólnotowym, a zwłaszcza że oceny, których dokonała Krajowa Rada przed podjęciem tych środków są prawidłowe.

3. Oceniając, czy w konkretnym przypadku przekaz dostawcy usług medialnych mającego siedzibę w innym państwie członkowskim jest w całości lub w przeważającej części kierowany na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Krajowa Rada może się odwołać do takich kryteriów jak źródło dochodów z reklam telewizyjnych lub abonamentu, główny język danej usługi lub obecność audycji lub przekazów handlowych skierowanych bezpośrednio do widzów w państwie członkowskim, w którym są one odbierane.

4. Krajowa Rada może zakazać z przyczyn określonych w art. 45 ust. 1 dostarczania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej audiowizualnej usługi medialnej na żądanie, której dostawca jest ustanowiony w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej tylko po bezskutecznym wystąpieniu do tego państwa o podjęcie odpowiednich środków, oraz po zawiadomieniu tego państwa i Komisji Europejskiej o zamiarze wydania zakazu. Nie dotyczy to

sytuacji nagłych, w których organ regulacyjny niezwłocznie zawiadomi to państwo i Komisję Europejską o zakazie oraz przyczynach jego nagłego wydania.”;

34) uchyla się art. 47;

35) w art. 53 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Jeżeli dostawca usług medialnych narusza obowiązek wynikający z przepisów art. 14a ust. 1-2, art. 15 ust. 1-3, art. 15a ust. 1, art. 16 ust. 1-6, art. 16a 1-5, art. 16b ust. 1-3, art. 16c, art. 17 ust. 1-7, art. 17a ust. 1-6, art. 18 ust. 1-5b, art. 18a, art. 20 ust. 1, art. 20b ust. 1 i 6, art. 20c ust. 1-5, art. 20d ust. 1-4, art. 20e ust. 1-3, art. 43 lub z przepisów wydanych na podstawie art. 14a ust. 3, art. 15 ust. 4, art. 15a ust. 2, art. 16 ust. 7, art. 16b ust. 3a, art. 17 ust. 8, art. 17a ust. 8 i art. 18 ust. 6, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na dostawcę karę pieniężną w wysokości do 50 % rocznej opłaty za używanie częstotliwości przeznaczonej do dostarczania usługi medialnej, a w przypadku gdy dostawca nie uiszcza opłaty za częstotliwość, karę pieniężną w wysokości do 10 % przychodu dostawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym.”;

36) po art. 53 dodaje się art. 53a w brzmieniu:

„Art. 53a. Jeżeli dostawca usługi medialnej rozpowszechnia program telewizyjny w systemie teleinformatycznym lub udostępnia publicznie audiowizualną usługę medialną na żądanie bez wpisu do rejestru lub wykazu, Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na dostawcę karę pieniężną w wysokości do 10 % przychodu dostawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym. Przepisy art. 53 ust. 3 i 4 stosuje się odpowiednio.”;

37) art. 55 otrzymuje brzmienie:

„Art. 55. Kary, o których mowa w art. 53, 53a i 54, podlegają wpłacie do budżetu państwa.”;

38) w art. 56 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Od decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady wydanych na podstawie art. 10 ust. 4 oraz art. 53, 53a i 54 służy odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - sądu gospodarczego.”.

Art. 2. W ustawie z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe (Dz. U. Nr 5, poz. 24, z późn.

zm.⁸⁾) art. 24 otrzymuje brzmienie:

„Art. 24. Przepisy dotyczące rejestracji działalności prasowej nie mają zastosowania do działalności dostawców usług medialnych w rozumieniu ustawy o radiofonii i telewizji oraz do działalności Polskiej Agencji Prasowej, których działalność regulują odrębne przepisy.”.

Art. 3. W ustawie z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2002 r. Nr 144, poz. 1204, z późn. zm.⁹⁾) w art. 3 pkt 1 otrzymuje brzmienie:

„1) rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiowych lub programów telewizyjnych i związanych z nimi przekazów tekstowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531, z późn. zm.¹⁰⁾), z wyłączeniem programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie.”.

Art. 4. W ustawie z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095, z późn. zm.¹¹⁾) w art. 46 w ust. 1 pkt 5 otrzymuje brzmienie:

„5) rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych, z wyłączeniem programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym;”.

Art. 5. Dostawcy usług medialnych rozpowszechniający program telewizyjny wyłącznie w systemie teleinformatycznym lub udostępniający publicznie audiowizualną usługę medialną na żądanie, którzy w świetle dotychczasowych przepisów pozostawali poza regulacją ustawy, o której mowa w art. 1, zobowiązani są dokonać zgłoszenia świadczonych usług do rejestru lub wykazu, w terminie 3 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

⁸⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 1988 r. Nr 41, poz. 324, z 1989 r. Nr 34, poz. 187, z 1990 r. Nr 29, poz. 173, z 1991 r. Nr 100, poz. 442, z 1996 r. Nr 114, poz. 542, z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770, z 1999 r. Nr 90, poz. 999, z 2001 r. Nr 112, poz. 1198, z 2002 r. Nr 153, poz. 1271, z 2004 r. Nr 111, poz. 1181, z 2005 r. Nr 39, poz. 377 oraz z 2007 r. Nr 89, poz. 590.

⁹⁾ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959 i Nr 173, poz. 1808, z 2007 r. Nr 50, poz. 331, z 2008 r. Nr 171, poz. 1056 i Nr 216, poz. 1371 oraz z 2009 r. Nr 201, poz. 1540.

¹⁰⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2005 r. Nr 17, poz. 141, Nr 85, poz. 728 i Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 51, poz. 377, Nr 83, poz. 574 i Nr 133, poz. 935, z 2007 r. Nr 25, poz. 162 i Nr 61, poz. 411, z 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 115, poz. 965 i Nr 201, poz. 1540 oraz z 2010 r. Nr 28, poz. 146.

¹¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2007 r. Nr 180, poz. 1280, z 2008 r. Nr 70, poz. 416, Nr 116, poz. 732, Nr 141, poz. 888, Nr 171, poz. 1056 i Nr 216, poz. 1367 oraz z 2009 r. Nr 3, poz. 11, Nr 18, poz. 97, Nr 168, poz. 1323 i Nr 201, poz. 1540.

Art. 6. Przepisy dotyczące lokowania produktu stosuje się wyłącznie do audycji wyprodukowanych po dniu wejścia w życie niniejszej ustawy.

Art. 7. 1. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do promowania audycji europejskich, zgodnie z art. 20e ustawy, o której mowa w art. 1, w wybrany przez siebie sposób, w ramach świadczonych przez nich audiowizualnych usług medialnych na żądanie, poprzez:

- 1) przeznaczanie w roku 2011 co najmniej 5 % zawartości katalogu na audycje europejskie lub przeznaczanie na produkcję lub zakup praw do audycji europejskich co najmniej równoważności 3 % wydatków roku poprzedzającego na wytwarzanie lub pozyskanie audycji dla celów ich udostępniania publicznego w ramach usługi medialnej na żądanie;
- 2) przeznaczanie w roku 2012 co najmniej 10% zawartości katalogu na audycje europejskie lub przeznaczanie na produkcję lub zakup praw do audycji europejskich co najmniej równoważności 6 % wydatków roku poprzedzającego na wytwarzanie lub pozyskanie audycji dla celów ich udostępniania publicznego w ramach usługi medialnej na żądanie;
- 3) przeznaczanie od roku 2013 co najmniej 15 % zawartości katalogu na audycje europejskie lub przeznaczanie na produkcję lub zakup praw do audycji europejskich co najmniej równoważności 10 % wydatków roku poprzedzającego na wytwarzanie lub pozyskanie audycji dla celów ich udostępniania publicznego w ramach usługi medialnej na żądanie.

2. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są przeznaczać od 2013 roku 10 % zawartości katalogu na audycje europejskie, będące jednocześnie audycjami wytworzonymi pierwotnie w języku polskim oraz 5 % zawartości katalogu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych.

Art. 8. Nadawcy programów telewizyjnych są zobowiązani do zapewniania dostępności programów dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu, zgodnie z art. 18a ustawy, o której mowa w art. 1, poprzez wprowadzanie odpowiednich udogodnień, w szczególności audiodeskrypcji, napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy, tak aby:

- 1) w roku 2011 co najmniej 5 % kwartalnego czasu nadawania programu, z wyłączeniem reklam i telesprzedaży, posiadało takie udogodnienia;
- 2) od roku 2012 co najmniej 10 % kwartalnego czasu nadawania programu, z wyłączeniem reklam i telesprzedaży, posiadało takie udogodnienia.

Art. 9. Dotychczasowe przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 15 ust. 4, art. 16 ust. 7, art. 42 ust. 2 oraz art. 46 ustawy zmienianej w art. 1 zachowują moc do dnia wejścia w życie przepisów wykonawczych wydanych na podstawie art. 15 ust. 4, art. 16 ust. 7, art. 42 ust. 2 oraz

art. 46 w brzmieniu nadanym niniejszą ustawą, nie dłużej jednak niż przez 12 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

Art. 10. Ustawa wchodzi w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia.