

## ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

Стаття присвячена аналізу законодавчої бази регулювання засобів масової інформації в Республіці Польща. Автор, зауважує, що від початку демократичних перетворень Польща створила нову правову базу для функціонування вільних та незалежних ЗМІ. Курс країни на європейську та євроатлантичну інтеграцію призвів до вдосконалення національних законів про ЗМІ у відповідності з європейськими стандартами у медіарегулюванні, зокрема, в таких сферах, як реклама (тривалість, різновиди рекламної продукції, етичні норми), спонсорство, захист нацменшин, право на відповідь, поширення європейських аудіовізуальних продуктів на польському медіаринку та інше.

**Ключові слова:** ЗМІ, медіаринок, правове регулювання, директива.

62

Стаття посвящена анализу законодательной базы регуляции средств массовой информации в Республике Польша. Автор, отмечает, что сначала демократических преобразований Польша создала новую правовую базу для функционирования свободных и независимых СМИ. Курс страны на европейскую и евроатлантическую интеграцию привел к совершенствованию национальных законов о СМИ в соответствии с европейскими стандартами в медиарегуляции, в частности, в таких сферах, как реклама (длительность, разновидности рекламной продукции, этические нормы), спонсорство, защита меньшинств, право на ответ, распространение европейских аудиовизуальных продуктов, на польском медиарынке.

**Ключевые слова:** СМИ, медиарынок, правовое регулирование, директива.

*This article deals with legislation framework analysis that governs media sphere in Poland. The author notes that since the beginning of democratic changes Poland has created a new legal framework of a free and independent media functioning. The European and Euro-Atlantic integration state course has led to the improvement of national laws on media in accordance with European standards of media regulation, particularly in such areas as advertising (duration, types of promotional products, ethical), sponsorship,*

---

---

*protection of minorities, the right to reply, spreading of European audio-visual products on the Polish media market etc.*

**Keywords:** *media, media market, regulation, directive.*

Глибокі формаційні зміни, що відбулися в 1990-ті рр. у Польщі не могли не торкнутися такої важливої сфери життя сучасного суспільства як масова комунікація. Система засобів масової інформації, що склалася в умовах «реального соціалізму», зазнала глибокої трансформації на шляху до створення інформаційних структур, що відповідають вимогам політичного плюралізму, демократії, ринкової економіки. Відбулася зміна форм власності в медійному секторі, сформувалися нові організаційно-економічні схеми функціонування засобів масової інформації.

Від початку демократичних перетворень Республіка Польща створила нову правову базу для функціонування вільних та незалежних ЗМІ. У країні правова база медіареформ була сформована відповідно до європейських та міжнародних стандартів. Взагалі, рамкові умови діяльності національної преси, радіо, телебачення є одним із найважливіших питань, які слід розв'язати для успішного розвитку демократичного суспільства.

У сучасній Польщі наступні законодавчі акти регулюють діяльність ЗМІ в країні: Закон «Про право преси» від 1984 р., «Про радіо та телебачення» (1992 р.) зі змінами та доповненнями від 1995 р., 2001 р. і 2004 р., а також Закон «Про пошту та телекомунікації» (1990 р.), Закон «Про авторські права» (1993 р.) та Закон «Про комунікації» (1990 р.).

Дана проблема частково розглядалася медіаспеціалістом факультету журналістики Московського державного університету імені М. Ломоносова Л. Євсєєвою, яка спеціалізувалася на дослідженні ЗМІ в Польщі до та після демократичних перетворень у державі [29]. Аналізом законодавства у сфері ЗМІ займалася і польська медіадослідниця Беата Космальська [27], котра проаналізувала зміни, що відбулися в 1989-2006 рр. на ринку друкованих та електронних медіа.

Метою даної статті є оцінка правової бази функціонування засобів масової інформації в Польській Республіці.

Закон від 2 січня 1984 р. «Про право преси» регулює діяльність періодичних видань та журналістів. За законом преса як нада-

вещ інформації користується свободою слова, правом доступу до публічної інформації. Закон також проголошує одночасно і право на захист інформації: «ніхто не може зазнати шкоди чи образи внаслідок публікації інформації, якщо діяв в межах закону [11]. Охорона інформації стосується також як журналіста, так і інформатора: журналіст (автор матеріалу) має право зберігати своє прізвище в таємниці (як і інформатора). Не можна надавати інформацію про приватне життя особи, якщо вона не дала на це згоди. Закон також регулює реєстрацію періодичних видань, функціонування головної ради управління пресою щодо розміщення реклами і платних оголошень [11].

64

19 грудня 1992 р. парламент прийняв новий Закон «Про радіо та телебачення» («за» – 198 голосів, «проти» – 172). Закон поділений на 9 розділів. Перший розділ присвячений завданням телерадіомовлення та умовам надання концесій на мовлення. Другий розділ визначає завдання, окреслює напрями діяльності та контроль над мовниками Національної Ради з питань радіомовлення і телебачення; окреслює абонплату а також стимулювання досліджень в сфері електронних ЗМІ. Третій розділ стосується радіо- та телепрограм, де зобов'язує надавців, щоб 33% поквартального часу їхніх програм складала вітчизняна продукція з першопочатковим польськомовним звучанням та щонайменше 10% європейських програм. Під час чергового доповнення закону запроваджено, щоб у теле- та радіоєфірі мають складати 33% квартального часу музичні твори виконані польською мовою, телевізійних мовників зобов'язують до 50% трансляції європейських програм [13]. Європейська програма за законом визначається як програма створена в одній з країн-членів ЄС або – в європейській країні, яка підписала Європейську Конвенцію про транскордонне телебачення від 5 травня 1989 р. Стаття 16 і 17 зазначає, що «реклама не повинна займати більше ніж 15%, а загальна реклама з телепродажем... більше ніж 20% денного часу трансляції програм і не більше ніж 12 хвилин протягом години» [13]. Рекламні блоки, які виставлені виключно на продаж не повинні займати в програмі не більше ніж 3 години денного часу, мінімальний час тривалості такого блоку 15 хвилин, а кількість таких блоків не повинна перевищувати 8.

Наступний розділ Закону стосується суспільного радіомовлення і телебачення. П'ятий розділ присвячений наданню концесій на

мовлення. Ліцензію може тримати польський громадянин чи юридична особа, яка має постійне місце перебування в Польщі. Першопочатково частка зарубіжного капіталу в акціонерній спілці не могла перевищувати 33%, а після доповнення 2004 р. – 49%. До 2004 р. ліценція видавалася на 5 років, але не довше ніж на 10 років на телебаченні і 7 років – радіомовлення, після доповнення 2004 р. – ліцензії видаються на 10 років [13]. Належним чином в Законі врегульовано питання розподілення програм в кабельних мережах та чітко вказується, що така діяльність вимагає реєстрації (6 розділ). Уточнено основи абонентських оплат (7 розділ). Восьмий розділ розглядає правову відповідальність за порушення положень закону, дев'ятий – містить зміни раніше зобов'язуючих норм.

До 1999 р. до Закону про радіомовлення і телебачення приймалося п'ять поправок. Незважаючи на це документ відставав від блискавичного розвитку електронних ЗМІ, тому Нарада розпочала в 1996 р. роботу над його адаптацією закону до вимог Конвенції про транскордонне телебачення, авторського права та оцифрування мовлення. Результатом праці стало комплексна поправка, яку парламент прийняв у 1998 р., однак вона не була визнана Президентом, підставою відмови стало порушення конституційного порядку в державі, що полягає в забезпеченні відкритого, плюралістичного характеру ЗМІ та незалежності їх від влади [8].

2 квітня 2004 р. запроваджено поправку до Закону, яку можна назвати європейською. Акт остаточно регулював такі проблеми, як поняття польського, європейського і зарубіжного мовника, польські та європейські програмні квоти, реклама, спонсорство, надання ліцензій та резервування частот на отримання концесій [16]. Чергова поправка була прийнята 29 грудня 2005 р. [12]. Новий правовий акт *de facto* підпорядковував Нацраду виконавчій владі, піднімав проблеми суспільного мовника, надання ліцензій та резервування частот для отримання ліцензій. Закон був поданий на розгляд конституційного Суду – Речнику Громадянських Прав. На його думку, поправка аж в п'яти пунктах суперечила Конституції. Конституційний Суд підтримав Речника лише в одному випадку, визнаючи в червні 2006 р., що суперечить Основному закону, спосіб обрання Голови Нацради, який призначався Президентом [18]. Сейм у прискореному порядку прийняв нову поправку, за якою Голова Нацради обирається її членами [17].

26 серпня 2005 р. Міжвідомча Комісія з питань стратегії розвитку радіомовлення і телебачення (за розпорядженням Голови Ради Міністрів з листопада 2004 р.) прийняла «Стратегію Польської держави в сфері електронних ЗМІ на 2005-2020 рр.», яка була розроблена Нацрадою та пройшла громадське обговорення. Потім за поданням Міністра культури взята до уваги Радою міністрів у листопаді 2005 р. [19]. Цей документ є першим після 1989 р. комплексним опрацюванням, що висвітлює політику держави щодо електронних ЗМІ. «Стратегія» виконує потрібну функцію: з одного боку визначає політику держави щодо електронних ЗМІ на найближчі 15 років, з другого – визначає перспективи для суб'єктів діяльності в цій сфері, а також дає істотні підстави для правового регулювання. В «Стратегії» стверджується, що електронні ЗМІ не обмежуються лише радіомовленням і телебаченням, а охоплюють також інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), що спрямовані на реалізацію завдань електронної комунікації. Фактично цей документ реалізовує мету ЄС – творення політики побудови інформаційного суспільства інтегрованої з політикою для аудіовізуальних ЗМІ [9].

66

—

Підставою до вироблення «Стратегії» стала Біла Книга, або «Політика польської держави в галузі електронних ЗМІ в контексті європейської аудіовізуальної політики – передумови нового закону про електронні ЗМІ» [2].

«Стратегія» описує бажану модель аудіовізуального ринку, що базується на існуванні трьох категорій мовників, для яких точно визначає їхній статус, завдання та джерела фінансування. Визначає різні рівні системи електронних медіа – загальнонаціонального, надрегіонального, регіонального і локального – і формулює мету політики держави до кожного з них. Черговим питанням, яке розглядається в документі є впровадження цифрових стандартів, а також функціонування ринку цифрового телерадіомовлення. Чимало положень «Стратегії» спрямовані на реалізацію захисту свободи слова та інформації в електронних ЗМІ, їх незалежності та ролі в демократичній системі.

Структурний плюралізм телерадіоринку та плюралізм програмної пропозиції – це одна з ключових цілей «Стратегії». В цьому контексті розглядаються питання охорони місцевих ЗМІ, ліцензійна політика, захист доступу до електронних ЗМІ нац-

меншин, та пропонує конкретні кроки на користь розвитку аудіовізуальної продукції в Польщі. Розглядає також участь Польщі в формуванні міжнародної медіаполітики.

Багато уваги в документі присвячено моделі регулювання електронних ЗМІ, тому окреслює бажану форму, роль і компетенцію інтегрованого регуляційного органу в сфері електронних медіа та мережі і послуг електронної комунікації [9]. Регулювання електронних ЗМІ входило до компетенції наступних органів:

- Національної Ради з питань радіомовлення і телебачення (KRRiT);
- Управління з регулювання телекомунікації і пошти (Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty (URTiP));
- Управління захисту конкуренції та консументів (Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentow (UOKiK)).

В умовах поступової інтеграції та взаємозалежності вимагається тісна співпраця Нацради з Управлінням регулювання телекомунікації з різних питань функціонування цифрового телерадіомовлення. В багатьох країнах відбулося об'єднання регулюючих органів телекомунікації та телебачення і радіомовлення. І в документі наголошується на потребі створення такого органу і в Польщі, який для забезпечення ефективної діяльності суспільної законності повинен дотримуватися двох умов:

- Збереження цілковитої безсторонності і незалежності;
- Збереження прозорої внутрішньої структури та хорошої зовнішньої і внутрішньої комунікації як умови необхідної для швидкого реагування на технологічний розвиток та ринкові зміни.

«Стратегія» пропонує три варіанти нового інтегрованого органу управління: багатоособового, одноособового та одноособовий орган, що співпрацює з Народою [9].

В зв'язку з цим 30 грудня 2005 р. Президент Польщі підписав Закон від 29 грудня 2005 р. про перетворення і зміни в поділі завдань та компетенції державних органів зі справ зв'язку, радіо та телебачення [12]. Згідно з цим законом ліквідується Управління з регулювання телекомунікації і пошти і створюється новий центральний орган урядової адміністрації – Управління з електронної комунікації ( (УЕК ) Urząd Komunikacji Elektronicznej). До компетенції Голови УЕК належать попередні компетенції і завдання Голови Управління з регулювання телекомунікації і пошти, а та-

кож деякі повноваження головуючого Нацради. Стосується це, зокрема, питань пов'язаних з:

- веденням реєстру телекомунікаційних підприємств у забезпеченні системи умовного доступу, електронних гідів по програмах й мультиплексування цифрових сигналів;
- аналізом відповідних ринків, підтримка, зміна або видалення нормативних зобов'язань щодо операторів у наданні систем умовного доступу;
- бронюванням частоти для поширення або поширення радіо- і телевізійних програм (у консультації з головою Нацради);
- проведенням конкурсу для резервування частот на поширення цифрових радіо-і телевізійних програм.

Голова Управління призначається та звільняється Головою Ради Міністрів з трьох кандидатів, які йому пропонує Народа, його каденція триває 5 років.

68 — Аналізуючи правову базу польської медіаполітики, не можна не згадати європейські нормативні документи, до яких долучилася Польща, обравши стратегію на вступ до ЄС. Одним із перших документів, до яких долучилася Польща в 1995 р. стала Директива про телебачення без кордонів (Television Without Frontiers Directive TVWF 89/552) прийнята в 1989 р. [5].

Підписавши Європейську Конвенцію «Телебачення без Кордонів», Польща взяла на себе зобов'язання удосконалити національні закони про ЗМІ у відповідності з європейськими. Цей документ мав на меті організацію вільного переміщення телевізійних програм у межах Євроспільноти шляхом встановлення свободи ретрансляції програм інших держав-членів відповідно до гармонізованих Директивою положень національних законодавств. Директивою було також здійснено мінімальну гармонізацію діяльності телекомпаній у таких сферах як реклама (тривалість, різновиди рекламної продукції, етичні норми), спонсорство, захист меншин, право на відповідь; ця гармонізація стосується діяльності компаній з поширення європейських аудіовізуальних продуктів.

Крім того, вона вимагала від транслуючих компаній резервування, за можливості та для певних різновидів продукції (за винятком часу тривання новин, спортивних передач, реклами та телеігор), переважної більшості (не менше 50%) ефірного часу саме для європейських програм. Зазначеним документом також перед-

бачалося, що при формуванні бюджету телекомпанії 10% ефірного часу має бути відведено для програм незалежних виробників.

Ця Директива, була доповнена в 1997 році положеннями, які містили чіткі визначення таких понять, як «телевізійна реклама» та «європейська продукція». Це було зроблено задля запровадження правил телевізійної комерції й мовлення з метою власної реклами, а також для захисту прав меншин шляхом забезпечення відповідного інформування перед початком незакодованої програми, яка може їх не влаштовувати [28].

Чергова поправка внесена в 2005 р., а 11 грудня 2007 р. Рада і Європарламент прийняли нову Директиву «Аудіовізуальні медіа-послуги без кордонів» 2007/65 ЄС (DSAVM). Директива ЄС «Про аудіовізуальні медіапослуги» вступила в силу в кінці 2007 р., і з цього часу її регуляторні положення впродовж двох років мають бути впроваджені у законодавство країн-членів ЄС, але щонайпізніше 19 грудня 2009 р. Директива «Аудіовізуальні медіапослуги» (2007) спрямована на всі аудіовізуальні медіапослуги в цифрову еру в ЄС. Головною метою ревізії аудіовізуальної політики ЄС є її відповідність технологічній революції: можливість конкуренції у рівних умовах різних постачальників аудіовізуальних послуг. Документ запроваджує нові дефініції – такі як аудіовізуальні медіа-послуги, розміщення продукту або так званій «продакт-плейсмент»<sup>1</sup> («product placement»). Product placement не розміщується в дитячих, інформаційних, документальних та публіцистичних програмах. Нова Директива охоплює ряд нових, інноваційних медіа – таких як Інтернет-телебачення, мобільне телебачення, чи послуги на замовлення, що дають змогу глядачу обирати що і коли з доступного каталогу переглядати. Надає більш широке визначення того, у чому полягає реклама, включаючи спонсорство, розміщення продукції, телевізійного магазину тощо [3]. Так зберігається існуючий до цих пір максимальний 12-хвилинний ліміт передбаченого часу на рекламу впродовж години, однак знімається попередній 20 хв. ліміт між одним і іншим блоком реклами. Інформаційні програми, і про-

---

<sup>1</sup> Продакт плейсмент (англ. product placement, дослівний переклад розміщення продукції; прихована реклама) – рекламний прийом, який полягає в тому, що реквізит у фільмах, телевізійних передачах, комп'ютерних іграх, музичних кліпах або книгах має реальний комерційний аналог. Зазвичай демонструється сам рекламований продукт або його логотип, або згадується про його гарну якість.



грами для дітей, а також фільми (за виключенням серіалів) можна переривати рекламою не більше, як один раз за 30 хв. Це означає, що розважальні програми чи документальні можна переривати рекламними блоками без обмежень, головне щоб їх тривалість не перевищила 12 хв. на годину, не дозволено переривати релігійні трансляції.

Також нова Директива зобов'язує постачальників медіа-послуг дотримуватися законодавства не лише тієї країни в якій надають послуги, але і в якій перебувають [3]. З цього приводу Нацрадою в 2008 р. було опубліковано «Рапорт з публічних консультацій що стосуються імплементації Директиви 2007/65 ЄС» [7]. Як вже зазначалося, країни-члени ЄС для впровадження положень Директиви у національне законодавство мали час до 19 грудня 2009 р. В термін вклалися лише три країни – Бельгія, Румунія та Словаччина. До вказаного терміну 12 держав, в тому числі і Польща, не виконали покладених на них зобов'язань, або формально не повідомили про це Єврокомісію. В цій ситуації ЄК прийняла рішення про надсилання своєї позиції до 12 країн-членів. Відсутність відповіді могло б призвести до подання скарги до Суду справедливості [20]. 10 березня 2010 р. було опубліковано уніфікований варіант Директиви про аудіовізуальні медіапослуги [4].

Нагадаємо, що в 26 червня 2010 р. Комісія прийняла рішення про подання скарги щодо Польщі до Суду справедливості ЄС. Вона полягає в тому, що польське керівництво лише частково впровадили положення Директиви з 2003 р. щодо забезпечення широкого і рівного доступу до різного роду інформації, якою розпоряджається польська влада. Мова йшла про інформацію публічного сектору: цифрові карти, прогнози погоди, правову інформацію, економічну, фінансову інформацію [21]. Загалом в польському праві відсутні приписи щодо оплати за користуванням інформації суспільного сектору, недискримінації споживачів, прозорість щодо віднесення інформації до певного виду, яка може бути використана [21].

У Польщі з 2007 р. ведуться дебати щодо прийняття нового закону про ЗМІ та джерела фінансування суспільних мас-медіа. Громадянська платформа (Platforma Obywatelska), Польська селянська партія (Polskie Stronnictwo Ludowe), Союз лівого Демократичного Угрупування (Sojusz Lewicy Demokratycznej) виступили із спільним проектом реформування ЗМІ.

Зміни на телебаченні Польщі не принесуть значних успіхів, якщо не буде прийнята нова редакція Закону з радіомовлення й телебачення, над якою вже багато років працюють групи експертів і Національна Рада /КРРТ/.

Лише 30% глядачів сплачують за абонент, таким чином, суспільне телебачення лише на 30% є суспільним, тому воно фінансово залежне. З іншого боку, ціни за рекламу визначаються бюрократичними структурами, що не мають прямого відношення до телебачення. Як видно, найважливіші питання розвитку телебачення не вирішені, а тільки поставлені [29].

В квітні 2009 р. відбулося перше читання в сеймі цього законопроекту. Він, має на меті змінити наступні положення:

- скасування абоненту і фінансування з бюджету держави;
- суспільні ЗМІ будуть фінансуватися Фондом Суспільної Місії (Fundusz Misji Publicznej), а кошти розподілятися Нацрадою;
- окремі регіональні ТБ будуть перетворені в нові спілки (16). Їх очолять одноособові правління і три особові контролюючі ради, що обираються шляхом відкритого конкурсного відбору. Реалізація цього положення відкладалася до 2011 р.;

- Національна рада буде складатися з семи осіб: 3 представники рекомендує сейм, сенат і Президент по два члени. Передбачалася також ротація членів KRRiT: що два роки змінюються представники сейму, що три роки – сенату і Президента. Щоб стати членом Ради необхідно мати хоча б дві рекомендації вищих закладів чи творчих товариств;

- При KRRiT створюється Програмова Рада з 15 осіб [22].

Згідно нового закону щорічно державний бюджет повинен був би виділяти квоту на аудіовізуальні ЗМІ не меншу, ніж абонент зібраний в 2007 р. близько 900 млн. злотих. Однак у самому законопроекті чітко не вказувалася мінімальна квота, за словами Голови Ради Міністрів Дональда Туска, «в період кризи це було б великим тягарем для бюджету держави» [23]. Перед впровадженням в життя нова система фінансування повинна була отримати погодження Єврокомісії. 10% витрат на суспільні ЗМІ будуть розподілятися у відкритих конкурсах, у яких могли брати участь і приватні медіа. З 31 грудня 2009 р. втрачає дію Закон від 2005 р. Про абонентську плату [14].

В кінці червня 2009 р. сейм ухвалив закон, але в липні цього ж року Лех Качинський вотивав його. Польський правник Анджей Дуда нагадав, що головним звинуваченням Президента щодо закону було відсутність гарантій стабільного фінансування суспільних ЗМІ, що, на його думку, унеможлиблювало реалізацію місії і загрожувало функціонуванню громадських медіа. Крім того, закон було прийнято без консультацій з Єврокомісією [24]. Тобто, поряд з критикою закону, громадськість та політичні партії невдоволені діяльністю Нацради і Польського ТБ. Цей законопроект викликав неоднозначну реакцію в суспільстві та вимогу провести дискусію та відповісти на питання – «Які суспільні медіа потрібні полякам?». На думку Польського товариства журналістів, цей закон ставить під знак питання подальше існування суспільних ЗМІ. Єдиним плюсом закону, за висловлюваннями професора медіознавця В. Годзіца є «...ліквідація того ненормального теперішнього стану: можливість виключення з управління суспільних ЗМІ некомпетентних осіб та ліквідація Національної ради у теперішньому її складі» [14].

72

Сейм підтримав вето президента Л. Качинського щодо закону про ЗМІ. Це означає що закон не буде впроваджено в дію. За скасування вето проголосувало 217 депутатів, 169 було проти, 47 – утрималися. Для зняття вето необхідна була кількість 3/5 голосів (від 460 депутатів це становить 276 голосів) [25].

З ініціативи Польського товариства журналістів (Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich) 29 березня 1995 року журналісти, видавці, виробники і надавці, розуміючи значення ЗМІ в житті суспільства, підписали Етичний Кодекс ЗМІ. В своїй роботі вони зобов'язуються дотримуватися наступних принципів: правдивості, об'єктивності, відокремлення інформації від коментаря, ввічливості, поваги і толерантності, свободи і відповідальності за зміст і форму повідомлення [26].

Отже, Конституція Республіки Польща зафіксували право кожного на свободу думки, слова, переконань. Міжнародні договори з прав людини, що включають в себе право на свободу слова, які ратифікувала Польща, є частиною національного законодавства й, відповідно, обов'язковими до виконання. Курс Республіки Польща на європейську та євроатлантичну інтеграцію вимагав удосконалити національні закони щодо ЗМІ у відповідності з європейськими з метою гармонізації положень зі стандартами ЄС у медіасфері.

**Джерела та література:**

1. «i2010-A European Information Society for growth and employment». COM(2005) 229 final. Brussels:

2. Biała Księga: «Polityka państwa polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych w kontekście europejskiej polityki audiowizualnej - założenia nowej ustawy o mediach elektronicznych» [Електронний ресурс]. – KRRiT, Warszawa, 2004 r. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Publikacje/Strategie/tabid/113/Default.aspx>

3. Dyrektywa 2007/65/WE PE I RADY z dnia 11 grudnia 2007 r. zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/prawo/ue/dyrektywy/Dir07\(65\)-pol.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/prawo/ue/dyrektywy/Dir07(65)-pol.pdf)

4. Dyrektywa 2010/13/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 marca 2010 r. (wersja ujednolicona) w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Regulacjeprawne/UniaEuropejska/tabid/77/Default.aspx>

5. Dyrektywa Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pl/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-pl.pdf>

6. European Commission, 1.6.2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri...2005:0229](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri...2005:0229)

7. Raport z konsultacji publicznych dotyczących implementacji Dyrektywy 2007/65/EC [Електронний ресурс]. – Warszawa, 2008. – 91 s. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/komunikaty/Raport\\_z\\_konsultacji\\_dyrektywa2007\\_65\\_ec.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/komunikaty/Raport_z_konsultacji_dyrektywa2007_65_ec.pdf)

8. Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności [Електронний ресурс]. - Warszawa, marzec 2000 r. – S. 14-16. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/sprawozdania/spr2000/spr2000.pdf>

9. Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005 – 2020 [Електронний ресурс]. – KRRiT, Warszawa, sierpień 2005 r. – S. 11. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia\\_050826.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf)

10. Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005 – 2020 [Електронний ресурс]. – KRRiT, Warszawa, sierpień 2005 r. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia\\_050826.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf)

11. Ustawa «Prawo prasowe z dnia 26 stycznia 1984 r.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://users.id.uw.edu.pl/~mzaremba/ustawa-prawoprasowe.pdf>

12. Ustawa o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności, radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 2005 [Електронний ресурс] // Dz. U. Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 51, poz. 377, Nr 220, poz. 1600. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2005/267/2258>

74

13. Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediarun.pl/files/attach/2007/05/1178535980.pdf>

14. Ustawa o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych z dnia 2009 r. Projekt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1\\_12\\_03.pdf](http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1_12_03.pdf)

15. Ustawa o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych z dnia 2009 r. Projekt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1\\_12\\_03.pdf](http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1_12_03.pdf)

16. Ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 2 kwietnia 2004 r. [Електронний ресурс] // Dz. U. z dnia 30 kwietnia 2004 r. Nr 91, poz. 874. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2004/91/874>

17. Ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 25 kwietnia 2006 r. [Електронний ресурс] // Dz. U. z dnia 16 maja 2006 r. Nr 83, poz. 574. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2006/83/574>

18. Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 23 marca 2006 r. sygn. akt K 4/06 [Електронний ресурс] // Dz. U. Nr 51, poz. 377. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2006/51/377>

19. Hannah Arendt. Pluralizm mediów – definicja, historia, przyszłość,

mo\_liwosci i ograniczenia z perspektywy jednostki /Arendt Hannah [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [swiatmaji.prv.pl/moje/badura.pdf](http://swiatmaji.prv.pl/moje/badura.pdf)

20. Chudziński M. Polska wezwana do wdrożenia dyrektywy medialnej. 29-06-2010 [Електронний ресурс] /M. Chudziński – Режим доступу: [http://di.com.pl/news/32362,0,Polska\\_wezwana\\_do\\_wdrozenia\\_dyrektywy\\_medialnej.html](http://di.com.pl/news/32362,0,Polska_wezwana_do_wdrozenia_dyrektywy_medialnej.html)

21. Polska jako pierwszy kraj UE pozwana za blokowanie dostępu do informacji rządowych [Електронний ресурс] // GazetaPrawna.pl, 25-06-2010. – Режим доступу: [http://di.com.pl/news/32307,0,Polska\\_jako\\_pierwszy\\_kraj\\_UE\\_pozwana\\_za\\_blokowanie\\_dostepu\\_do\\_informacji\\_rzadowych](http://di.com.pl/news/32307,0,Polska_jako_pierwszy_kraj_UE_pozwana_za_blokowanie_dostepu_do_informacji_rzadowych)

22. Nowa ustawa medialna od czerwca bez abonamentu. 13 marca 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stopklatka.pl/narzedzia/drukuj.asp?typ=wydarzenie&id=53169>

23. Lewica podtrzyma weto do ustawy medialne [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wirtualnemedialna.pl/artykul/lewica-podtrzyma-weto-do-ustawy-medialnej>

24. Zmarnowali czas. 9/9/2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ustawa.medialna-pl/754/>

25. Koniec mediów publicznych 12/9/2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ustawa.medialna-pl/757/>

26. Karta Etyczna Mediów [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.radaetykimediow.pl/dokumenty\\_kmp.html](http://www.radaetykimediow.pl/dokumenty_kmp.html);

27. Kosmalska Beata. Model współczesnej telewizji publicznej // Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP /redakcja naukowa Marek Sokołowski/ Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o., 2007. – S. 95.

28. Гриценко О.А. Дослідження проблем узгодження законодавчої бази культури України із законодавством для сфери культури Європейського Союзу / О.А. Гриценко, В.В. Солодовник, Н.К. Гончаренко, Є.А. Мягка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.culturalstudies.in.ua/2008\\_zv1\\_menu.php](http://www.culturalstudies.in.ua/2008_zv1_menu.php)

29. Евсева Л.П. Польские медиа в конкурентной борьбе [Електронний ресурс] / Евсева Л.П. // Медиаскоп. – 2005. – № 1. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/134>.