

Stowarzyszenie Interesu Społecznego WIECZYSTE

Wpisane do ewidencji stowarzyszeń M.St. Warszawy pod nr 1254

Ul. Sobieskiego 64/8, 02-930 Warszawa

Tel. 517 741 154, <http://wiczyste.blogspot.com> , e-mail: infowiczyste@gmail.com

Warszawa, 2017/12/20

KANCELARIA SENATU

BIURO ANALIZ, DOKUMENTACJI I KORESPONDENCJI

Dział Petycji i Korespondencji

Wpłynęło dn. 2017 - 12 - 29

Nr. 32633/6 podpis. *Henryk Kuczyński*

Komisja Praw Człowieka, Praworządności i Petycji

Senat RP

w/m

Przedmiot petycji – zmiana ustawy o radiofonii i telewizji polegającej na ograniczeniu czasu reklamy i przekazów handlowych

P E T Y C J A

Stowarzyszenie Interesu Społecznego WIECZYSTE na podstawie art.2 pkt.3 ustawy o petycjach zwraca się – w interesie publicznym - z petycją dot. zmiany ustawy o radiofonii i telewizji. Poniżej stosowny projekt ustawy

Projekt Ustawy z dnr.
o zmianie ustawy radiofonii i telewizji

Art.1 W ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. (Dz.U. z 2017 r poz. 1414 z późn. Zm.) o radiofonii i telewizji wprowadza się następujące zmiany:

1. Art.16 ust.3 otrzymuje następujące brzmienie
3. *Reklamy i telesprzedaż nie mogą zajmować więcej niż 4 minuty w ciągu godziny zegarowej.*

Art.2

Ustawa wchodzi w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia

Uzasadnienie:

Celem projektu ustawy jest ograniczenie ilości reklam i telesprzedaży w stacjach radiowych i telewizyjnych. Zgodnie z dotychczasowymi regulacjami w ciągu godziny zegarowej może być emitowane aż 12 minut reklam i telesprzedaży. Do tego dochodzi 2 minuty ogłoszeń nadawcy, czyli łącznie aż 14 minut (czyli prawie ¼ czasu) stanowią reklamy, przekazy handlowe i ogłoszenia. Ograniczeniom tym nie podlegają bloki telesprzedaży.

W efekcie widzowie i słuchacze są bombardowani przekazami o charakterze reklamowym, nierzadko kilka razy w ciągu tej samej godziny. Nie jest to już klasyczna informacja handlowa, ale swoiste „pranie mózgu”, zwłaszcza jeżeli uwzględnimy, iż większość reklam jest kierowana do ludzi młodych, młodzieży, a nawet dzieci. Spowodowane jest to łatwością sugestii. Im ktoś młodszy, tym mu łatwiej wyperswadować, co jest dla niego najlepsze. Każdy specjalista od marketingu i reklamy wie, że odpowiednio dobrane grono odbiorców połączone z dogodnym czasem emisji i ciekawym pomysłem to 3/4 sukcesu. <http://zarobic-kase.pl/pranie-mozgu-w-reklamach>

Z tych powodów postulujemy ograniczenie reklam i telesprzedaży w ciągu godziny do 4 minut. Oznacza to, iż w ciągu godziny, reklamy i ogłoszenia nie przekroczyłyby 6 minut (10% czasu). Taki zapis w większym stopniu chroniłby ludzi widzów i słuchaczy, a zwłaszcza młodych przed tym „praniem mózgu”.

Ocena skutków regulacji

Oprócz mniejszej indoktrynacji reklamowej w konkretnych stacjach radiowych i telewizyjnych, ustawa spowoduje iż nadawcy reklamowi będą zmuszeni zwrócić się do mniejszych stacji telewizyjnych i radiowych (poza głównymi sieciami), co zrównoważy rynek radiowo telewizyjny i ograniczy wpływy wielkich komercyjnych koncernów medialnych.

Wyrażamy zgodę na ujawnienie na stronie internetowej podmiotu rozpatrującego petycję lub urzędu go obsługującego danych osobowych podmiotu wnoszącego petycję

PREZES ZARZĄDU
Daniel Alain Korona
Daniel Alain Korona