

**ROZPORZĄDZENIE
KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI**

z dnia 2011 r.

w sprawie terminów przedkładania oraz zakresu planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej opracowywanych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji

Na podstawie art. 21 ust. 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226) zarządza się, co następuje:

§ 1. Rozporządzenie określa:

1) terminy przedkładania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, zwanej dalej „ustawą”, wymagających finansowania ze środków publicznych, zwanych dalej „planami finansowo-programowymi”;

2) zakres planów finansowo-programowych.

§ 2. Jednostki publicznej radiofonii i telewizji przedkładają corocznie plany finansowo-programowe na następny rok kalendarzowy w terminie do dnia 15 marca.

§ 3. Jednostki publicznej radiofonii i telewizji przedkładają corocznie plany finansowo-programowe dla każdego z rozpowszechnianych programów.

§ 4. 1. Plany finansowo-programowe obejmują w szczególności:

1) tworzenie i rozpowszechnianie programów, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt. 1 i 2 ustawy:

a) ogólnokrajowych,

b) regionalnych,

c) dla odbiorców za granicą,

d) dla społeczności lokalnych, rozpowszechnianych przez spółki radiofonii regionalnej,

e) wyspecjalizowanych, rozpowszechnianych przez spółkę „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna” na podstawie koncesji;

2) budowę i eksploatację nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych;

3) prace nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych.

2. Plany finansowo-programowe uwzględniają koszty funkcjonowania i rozwoju jednostek publicznej radiofonii i telewizji planowanych przez te jednostki na realizację zadań, o których mowa w ust. 1, wymagających finansowania ze środków, o których mowa w art. 31 ust. 1 i 2 ustawy.

§ 5. Jednostki publicznej radiofonii i telewizji sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów uwzględniają zadania wynikające z realizacji misji publicznej, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, o których mowa w § 6 - 13.

§ 6. 1. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów ogólnokrajowych uwzględnia audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust 1 i 1a ustawy, w tym:

- 1) w zakresie informacji, w szczególności:
 - a) polityczne, gospodarcze, społeczne, kulturalne ukazujące całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i zagranicą,
 - b) nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy (Dz. U. Nr 21, poz. 112 i Nr 26 poz. 134);
- 2) w zakresie publicystyki - sprzyjające swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli i formowaniu się opinii publicznej oraz umożliwiające obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym, w szczególności:
 - a) publicystyki krajowej i międzynarodowej: politycznej, gospodarczej, społecznej i kulturalnej,
 - b) reportaże telewizyjne i filmy dokumentalne o tematyce społecznej i politycznej,
 - c) debaty, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy;
- 3) w zakresie kultury, w szczególności:
 - a) prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki,
 - b) informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze,
 - c) filmy dokumentalne, w tym filmy twórców, którzy nie przekroczyli 30 roku życia,
 - d) reportaże i inne formy prezentujące różnorodność polskiej kultury,
 - e) filmy fabularne: telewizyjne, w tym seriale fabularne oraz kinowe powstałe w koprodukcji spółki „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna”,
 - f) spektakle teatralne, w tym spektakle teatru telewizji i spektakle sceniczne utrwalone na nośniku audiowizualnym, z uwzględnieniem spektakli twórców, którzy nie przekroczyli 30 roku życia,

- g) omówienia i transmisje ważnych wydarzeń artystycznych w dziedzinie muzyki klasycznej i współczesnej,
 - h) prezentacja wykonań utworów muzyki klasycznej i współczesnej,
 - i) ułatwiające odbiór dzieł kultury i sztuki,
 - j) transmisje i relacje z uroczystości i wydarzeń artystycznych związanych ze świętami narodowymi i innymi ważnymi wydarzeniami;
- 4) w zakresie edukacji – popularyzujące wiedzę z różnych dziedzin, w szczególności:
- a) filmy dokumentalne, reportaże telewizyjne i audycje popularnonaukowe dotyczące różnych dziedzin nauki i techniki, w tym omawiające nowe technologie,
 - b) filmy dokumentalne, audycje popularnonaukowe i poradnicze dotyczące przyrody i ekologii,
 - c) filmy i seriale dokumentalne oraz fabularyzowane dotyczące historii Polski,
 - d) popularnonaukowe i poradnicze dotyczące języka polskiego i poprawnej polszczyzny,
 - e) poświęcone edukacji obywatelskiej,
 - f) poradnicze z zakresu prawa,
 - g) poradnicze z zakresu zdrowia,
 - h) służące rozwojowi intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu dzieci i młodzieży;
- 5) w zakresie sportu – służące promowaniu zdrowego stylu życia oraz prezentujące wydarzenia o znaczeniu narodowym, w tym w szczególności:
- a) poświęcone aktywnemu wypoczynkowi oraz wspierające inicjatywy z zakresu sportu powszechnego,
 - b) transmisje wydarzeń sportowych o ważnym znaczeniu narodowym;
- 6) w zakresie rozrywki – różnorodne formy rozrywkowej twórczości audiowizualnej ze szczególnym uwzględnieniem wkładu artystycznego polskich twórców i wykonawców.

2. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w zakresie, o którym mowa w ust. 1 pkt. 1 i 2, uwzględnią w szczególności audycje informacyjne i publicystyczne dokumentujące funkcjonowanie społeczeństwa polskiego w sferze politycznej, gospodarczej i kulturowej, proces demokratycznego samoorganizowania się społeczeństwa w organizacjach i stowarzyszeniach, proces demokratycznego sprawowania władzy przez samorząd terytorialny.

3. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe, o których mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 7. 1. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programu dla odbiorców za granicą uwzględnią audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

- 1) w zakresie informacji, w szczególności:
 - a) dzienniki i inne audycje informacyjne o wydarzeniach w Polsce, tworzone dla odbiorców za granicą,
 - b) nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy,
 - c) informujące o życiu Polaków za granicą,
 - d) retransmisje dzienników i innych audycji informacyjnych o wydarzeniach w Polsce z innych programów rozpowszechnianych przez spółkę „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna”;
 - 2) w zakresie publicystyki, w szczególności:
 - a) dotyczące Polski, tworzone dla odbiorców za granicą,
 - b) poświęcone różnorodnym problemom Polaków zamieszkujących za granicą,
 - c) retransmisje z innych programów rozpowszechnianych przez spółkę „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna”.
2. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe, o którym mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 8. 1. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych uwzględnia audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

- 1) w zakresie informacji, w szczególności:
 - a) prezentujące różnorodność wydarzeń w regionie,
 - b) polityczne, gospodarcze, społeczne i kulturalne, oraz nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy,
 - c) dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym, tworzone w językach tych mniejszości i społeczności,
 - d) o sytuacji na drogach, o różnego typu zagrożeniach i zjawiskach pogodowych;
- 2) w zakresie publicystyki - sprzyjające swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli i formowaniu się opinii publicznej oraz umożliwiające obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym w regionie, w szczególności:
 - a) politycznej, gospodarczej, społecznej, i kulturalnej,
 - b) reportaże o tematyce społeczno-kulturalnej,
 - c) dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym, tworzone w językach tych mniejszości i społeczności;
- 3) w zakresie kultury, w szczególności:
 - a) prezentujące lub popularyzujące dzieła i wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki regionu,
 - b) informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury w regionie oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze,
 - c) popularyzujące twórców regionalnych,
 - d) dotyczące historii i kultury regionu,

e) reportaże i inne formy.

2. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w zakresie, o którym mowa w ust. 1 pkt. 1 i 2, uwzględni w szczególności audycje informacyjne i publicystyczne dokumentujące funkcjonowanie społeczności regionu w sferze politycznej, gospodarczej i kulturalnej, proces demokratycznego samoorganizowania się społeczności regionu w organizacjach i stowarzyszeniach, proces demokratycznego sprawowania władzy przez samorząd terytorialny.

3. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe, o których mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 9. Spółka „Telewizja Polska - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów wyspecjalizowanych uwzględniają rodzaje audycji realizujące specjalizację określoną w koncesji.

§ 10.1. Spółka „Polskie Radio - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów ogólnokrajowych uwzględnia audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

- 1) w zakresie informacji, w szczególności:
 - a) polityczne, gospodarcze, społeczne, kulturalne, ukazujące całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i zagranicą,
 - b) nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy;
- 2) w zakresie publicystyki - sprzyjające swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli i formowaniu się opinii publicznej oraz umożliwiające obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym, w szczególności:
 - a) publicystykę krajową i międzynarodową: polityczną, gospodarczą, społeczną i kulturalnej,
 - b) reportaże o tematyce społecznej i politycznej;
- 3) w zakresie kultury, w szczególności:
 - a) prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki,
 - b) informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze,
 - c) reportaże radiowe i inne formy prezentujące różnorodność polskiej kultury,
 - d) słuchowiska i inne spektakle Teatru Polskiego Radia,
 - e) bajki i słuchowiska dla dzieci i młodzieży,
 - f) proza i poezja czytana na antenie,
 - g) radiowy reportaż artystyczny,
 - h) koncerty muzyki klasycznej i współczesnej oraz transmisje i omówienia ważnych wydarzeń artystycznych w dziedzinie muzyki klasycznej i współczesnej,
 - i) prezentacja wykonań utworów muzyki klasycznej i współczesnej,

- j) ułatwiające odbiór dzieł kultury i sztuki,
- k) transmisje i relacje z uroczystości i wydarzeń artystycznych związanych ze świętami narodowymi i innymi ważnymi wydarzeniami;

5) w zakresie edukacji – popularyzujące wiedzę z różnych dziedzin, w szczególności:

- a) popularnonaukowe dotyczące różnych dziedzin nauki i techniki, w tym omawiające nowe technologie,
- b) radiowy reportaż artystyczny dotyczący historii Polski,
- c) popularnonaukowe i poradnicze dotyczące języka polskiego i poprawnej polszczyzny,
- d) poświęcone edukacji obywatelskiej,
- e) poradnicze z zakresu prawa, ekologii i zdrowia,
- f) służące rozwojowi intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu dzieci i młodzieży;

5) w zakresie sportu – służące promowaniu zdrowego stylu życia oraz prezentujące wydarzenia o znaczeniu narodowym, w szczególności:

- a) poświęcone aktywnemu wypoczynkowi oraz wspierające inicjatywy z zakresu sportu powszechnego,
- b) transmisje wydarzeń sportowych o ważnym znaczeniu narodowym;

6) w zakresie rozrywki - różnorodne formy twórczości rozrywkowej ze szczególnym uwzględnieniem wkładu artystycznego polskich twórców i wykonawców.

2. Spółka „Polskie Radio - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w zakresie, o którym mowa w ust. 1 pkt. 1 i 2, uwzględnia w szczególności audycje informacyjne i publicystyczne dokumentujące funkcjonowanie społeczeństwa polskiego w sferze politycznej, gospodarczej i kulturowej, proces demokratycznego samoorganizowania się społeczeństwa w organizacjach i stowarzyszeniach, proces demokratycznego sprawowania władzy przez samorząd terytorialny.

3. Spółka „Polskie Radio - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe, o których mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 11. 1. Spółka „Polskie Radio - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programu dla odbiorców za granicą, uwzględnia audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

- 1) w zakresie informacji, w szczególności:
 - a) dzienniki i inne audycje informacyjne o wydarzeniach w Polsce, tworzone specjalnie dla odbiorców za granicą, w językach narodowych krajów rozpowszechniania programu,
 - b) nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy,
 - c) informujące o życiu Polaków za granicą;

2) w zakresie publicystyki, w szczególności audycje publicystyczne o aktualnych wydarzeniach w Polsce, tworzone w językach narodowych krajów rozpowszechniania programu.

2. Spółka „Polskie Radio - Spółka Akcyjna” sporządzając plany finansowo-programowe, o których mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 12. 1. Spółki radiofonii regionalnej sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych uwzględniają audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

1) w zakresie informacji, w szczególności:

- a) ukazujące różnorodność zdarzeń i zjawisk w regionie,
- b) informacje polityczne, gospodarcze, społeczne i kulturalne,
- c) dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym, tworzone w językach tych mniejszości i społeczności,
- d) nieodpłatne audycje wyborcze, o których mowa w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy,
- e) o sytuacji na drogach, o różnego typu zagrożeniach i zjawiskach pogodowych;

2) w zakresie publicystyki - sprzyjające swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli i formowaniu się opinii publicznej oraz umożliwiającą obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym w regionie, w szczególności:

- a) poświęcone problematyce: politycznej, gospodarczej, społecznej i kulturalnej,
- b) reportaże o tematyce społeczno-kulturalnej,
- c) dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym, tworzone w językach tych mniejszości i społeczności;

3) w zakresie kultury, w szczególności:

- a) prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o kulturze i sztuce regionu,
- b) informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury i sztuki oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze,
- c) popularyzujące twórców regionalnych,
- d) reportaże radiowe i inne formy prezentujące kulturę i sztukę regionu,
- e) bajki i słuchowiska dla dzieci i młodzieży,
- f) proza i poezja czytana na antenie,
- g) radiowy reportaż artystyczny,
- h) koncerty muzyki klasycznej i współczesnej oraz transmisje i omówienia ważnych wydarzeń artystycznych w dziedzinie muzyki klasycznej i współczesnej,
- i) prezentacja wykonań utworów muzyki klasycznej i współczesnej,
- j) ułatwiające odbiór dzieł kultury i sztuki,

- k) transmisje i relacje z uroczystości i wydarzeń artystycznych związanych ze świętami narodowymi i innymi ważnymi wydarzeniami,
- l) prezentacja muzyki ludowej regionu;

4) w zakresie edukacji - popularyzujące wiedzę z różnych dziedzin, w szczególności:

- a) popularnonaukowe dotyczące różnych dziedzin nauki i techniki, w tym omawiające nowe technologie,
- b) reportaże i inne formy audycji dotyczące historii regionu,
- c) popularnonaukowe i poradnicze dotyczące języka polskiego i poprawnej polszczyzny,
- d) poświęcone edukacji obywatelskiej,
- e) poradnicze z zakresu prawa, ekologii i zdrowia,
- f) służące rozwojowi intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu dzieci i młodzieży;

4) w zakresie sportu – służące promowaniu zdrowego stylu życia poprzez aktywność ruchową oraz prezentujące wydarzenia o znaczeniu narodowym, w szczególności:

- a) audycje poświęcone aktywnemu wypoczynkowi oraz wspierające inicjatywy z zakresu sportu powszechnego,
- b) relacje z wydarzeń sportowych o ważnym znaczeniu narodowym odbywających się na terenie objętym zasięgiem rozpowszechniania program;

6) w zakresie rozrywki - różnorodne formy twórczości rozrywkowej ze szczególnym uwzględnieniem wkładu artystycznego polskich twórców i wykonawców, w tym regionalnych.

2. Spółki radiofonii regionalnej sporządzając plany finansowo-programowe w zakresie, o którym mowa w ust. 1 pkt. 1 i 2, uwzględniają w szczególności audycje informacyjne i publicystyczne dokumentujące funkcjonowanie społeczności regionu w sferze politycznej, gospodarczej i kulturalnej, proces demokratycznego samoorganizowania się społeczności regionu w organizacjach i stowarzyszeniach, proces demokratycznego sprawowania władzy przez samorząd terytorialny.

3. Spółki radiofonii regionalnej sporządzając plany finansowo-programowe, o których mowa w ust. 1, powinna uwzględnić audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

§ 13.1. Spółki radiofonii regionalnej sporządzając plany finansowo-programowe w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów dla społeczności lokalnych uwzględniają audycje realizujące misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, w tym:

1) w zakresie informacji, w szczególności:

- a) polityczne, gospodarcze, społeczne i kulturalne, prezentujące różnorodność wydarzeń w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania,

b) o sytuacji na drogach, o różnego typu zagrożeniach i zjawiskach pogodowych;

2) w zakresie publicystyki, w szczególności:

- a) poświęcone problemom politycznym, gospodarczym, społecznym i kulturalnym miasta i okolic objętych zasięgiem nadawania,
- b) reportaże społeczno-kulturalne dotyczące miasta i okolic objętych zasięgiem nadawania;

2) w zakresie kultury, w szczególności:

- a) informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury i sztuki oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze, uwzględniające zmieniające się formy odbioru kultury,
- b) popularyzujące artystów i zespoły artystyczne działające w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania,
- c) reportaże radiowe i inne formy prezentujące kulturę i sztukę miasta i okolicach objętych zasięgiem nadawania.

2. Spółki radiofonii regionalnej sporządzając plany finansowo-programowe w zakresie, o którym mowa w ust. 1 pkt. 1 i 2, uwzględniają w szczególności audycje informacyjne i publicystyczne dokumentujące funkcjonowanie społeczności lokalnych w sferze politycznej, gospodarczej i kulturalnej, proces demokratycznego samoorganizowania się tych społeczności w organizacjach i stowarzyszeniach, proces demokratycznego sprawowania władzy w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania.

§ 14. Plany finansowo-programowe jednostek publicznej radiofonii i telewizji w części dotyczącej tworzenia i rozpowszechniania programów zawierają następujące informacje:

- 1) nazwę programu;
- 2) planowaną w ciągu roku kalendarzowego liczbę godzin wytworzonych lub zakupionych i rozpowszechnionych audycji, jednostkowych i cyklicznych łącznie, w audycjach, o których mowa w § 6 – 13, oraz procentowy udział tych audycji w programie w ciągu roku kalendarzowego;
- 3) planowaną częstotliwość oraz czas trwania w ciągu tygodnia audycji, o których mowa w § 6, 8 - 10, 12 i 13;
- 4) planowane godziny rozpowszechniania audycji, o których mowa w § 6, 8 - 10, 12 i 13;
- 5) tytuł, temat lub krótki opis charakterystycznych cech audycji lub cyklu audycji planowanych w ramach audycji, o których mowa w § 6, 8 - 10, 12 i 13;
- 6) planowani adresaci audycji, o których mowa w § 6 – 13, w tym audycji dla małoletnich z uwzględnieniem kategorii wiekowych, określonych w rozporządzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 23 czerwca

2005 r. w sprawie kwalifikowania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich oraz audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii wiekowej małoletnich, stosowania wzorów symboli graficznych i formuł zapowiedzi (Dz. U. Nr 130, poz. 1089);

- 7) w odniesieniu do jednostek publicznej telewizji: planowane audycje, spośród wskazanych w § 6 – 9:
 - a) powstałe na podstawie scenariusza wytworzonego pierwotnie w języku polskim i których pierwotna rejestracja została dokonana w języku polskim,
 - b) produkcji własnej nadawcy,
 - c) europejskie,
 - d) europejskie wytworzone przez producentów niezależnych;
- 8) zestawienie środków technicznych i inscenizacyjnych potrzebnych do realizacji danego przedsięwzięcia.

§ 15. 1. W ramach planu finansowo-programowego jednostki publicznej radiofonii i telewizji przedstawiają do każdego przedsięwzięcia, o którym mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, informacje liczbowe dotyczące:

1) kosztu całkowitego przedsięwzięcia ze wskazaniem kosztów bezpośrednich, kosztów pośrednich i kosztów ogólnego zarządu, w rozumieniu art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2009 r. Nr 152, poz. 1223, z późn. zm¹⁾);

2) źródeł finansowania kosztów przedsięwzięcia ze wskazaniem poszczególnych rodzajów przychodów w rozumieniu rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 22 kwietnia 2008 roku w sprawie sposobu prowadzenia przez spółki publicznej radiofonii i telewizji dokumentacji w oparciu o zasady rachunkowości oraz sposobu sporządzania sprawozdań składanych przez zarządy tych spółek Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji (Dz. U. Nr 84, poz. 515 i z 2010 r. Nr 259 poz. 1776);

3) uzasadnionego kosztu związanego z remontem i eksploatacją środków technicznych, służących tworzeniu i rozpowszechnianiu programów oraz realizacji działań pozostałych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji, realizujące zadania misji publicznej, przypisanego do określonego miejsca wykorzystania w procesie produkcji;

4) uzasadnionych nakładów związanych z nowymi inwestycjami, w tym rozbudowa, modernizacja i zakupy, koniecznych do utrzymania środków technicznych i lokalowych, służących tworzeniu i rozpowszechnianiu programów oraz realizacji działań pozostałych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji,

¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2009 r. Nr 157, poz. 1241, Nr 165, poz. 1316 oraz z 2009 r. Nr 47 poz. 278.

realizujące zadania misji publicznej, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, przypisanych do określonego miejsca wykorzystania w procesie produkcji.

2. Koszty bezpośrednie, pośrednie i ogólnego zarządu przedsięwzięcia wykazuje się z podaniem najważniejszych składników kosztów.

§ 16. W 2011 roku jednostki publicznej radiofonii i telewizji przedkładają plany finansowo-programowe, o których mowa w §1, na 2012 rok w terminie do dnia 15 maja 2011 roku.

§ 17. Rozporządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

UZASADNIENIE

Projekt rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie terminów przedkładania oraz zakresu planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej opracowywanych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji przygotowany został na podstawie upoważnienia zawartego w art. 21 ust. 4 ustawy z dnia 29 grudnia o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz.2261).

Zgodnie z art. 21 ust.3 ustawy o radiofonii i telewizji jednostki publicznej radiofonii i telewizji opracowują corocznie w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji plany finansowo-programowe przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań wynikających z realizacji misji publicznej, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, wymagających finansowania ze środków publicznych, z uwzględnieniem części kosztów funkcjonowania i rozwoju tych jednostek. Jednocześnie ustawa zobowiązuje Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, by rozwiązania zawarte w rozporządzeniu zachowywały swobodę nadawców publicznych w kształtowaniu programów.

Przedmiotowy projekt rozporządzenie określa zakres planów, które mają obejmować – zgodnie z art. 21 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji przedsięwzięcia w zakresie realizacji zadań, o których mowa a art. 21 ust. 1 i 1a ustawy. Zadania określone w wymienionych przepisach obejmują w szczególności oferowanie powszechnych, zróżnicowanych programów i innych usług spełniających określone w art. 21 ust. 1 warunki jakościowe. Ma je cechować pluralizm, bezstronność, wyważenie i niezależność oraz innowacyjność, wysoka jakość i integralność przekazu. Finansowania ze środków publicznych wymagają więc przedsięwzięcia realizujące zadania szeroko określone w przepisach ustawy o radiofonii i telewizji, pod warunkiem, że zadania te zrealizowane będą z zachowaniem wskazanych wymagań jakościowych.

Plany tworzone przez nadawców publicznych będą więc obejmować z jednej strony przedsięwzięcia, z drugiej ramowy projekt programu, w ramach którego planowane przedsięwzięcia będą realizowane. Przedsięwzięciem może być cały program, pasmo programu, audycje określonego gatunku (np. reportaż radiowy, film dokumentalny), cykl audycji, audycja, usługa dostępna w określonych programach, pasmach, cyklach i audycjach (np. audiodeskrypcja, napisy dla niesłyszących, tłumaczenie na język migowy), przedsięwzięcia produkcyjne lub archiwizacyjne oraz nowe usługi (np. serwis internetowy).

Ostateczny kształt planów będzie wynikiem porozumienia między nadawcą a Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. W procesie ich uzgadniania Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie dbała o to, by zostały w nich ujęte przedsięwzięcia, które będą służyły zarówno całemu społeczeństwu, jak i różnym jego grupom.

Porozumienia mają służyć zapewnieniu, że misja publiczna określona w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji będzie realizowana przez nadawców oraz będą podstawą do finansowania lub dofinansowania przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji ze środków publicznych objętych nimi audycji, cykli oraz gatunków. Pozwolą także na szczegółową ewidencję wydatkowania tych środków.

Jednostki publicznej radiofonii i telewizji, w ramach planu finansowo-programowego, obowiązane będą przedstawiać do każdego przedsięwzięcia:

- koszt całkowity przedsięwzięcia z wyspecyfikowaniem kosztów bezpośrednich, kosztów wydziałowych i kosztów ogólnozakładowych,
- źródła finansowania kosztów przedsięwzięcia z wyspecyfikowaniem poszczególnych przychodów.

Ponadto jednostki publicznej radiofonii i telewizji zobowiązane będą wyodrębniać najważniejsze pozycje kosztów bezpośrednich, wydziałowych i ogólnozakładowych danego przedsięwzięcia.

Przyjęte w projekcie rozporządzenia rozwiązania realizują w całości treść przepisu upoważniającego.

Rezygnacja z czternastodniowego *vacatio legis* i wprowadzenie przepisu, o tym że rozporządzenie wchodzi w życie z dniem jego ogłoszenia jest uzasadnione pilną potrzebą przygotowania planów finansowo-programowych przed jednostki publicznej radiofonii i telewizji tj. do dnia 15 maja 2011 r. Rozwiązanie takie nie narusza zasad demokratycznego państwa prawnego.

Ocena skutków regulacji

1. Podmioty objęte rozporządzeniem

Projekt rozporządzenia dotyczy spółek publicznej radiofonii i telewizji.

2. Konsultacje

Projekt rozporządzenia został udostępniony w Biuletynie Informacji Publicznej, zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingskiej w procesie stanowienia prawa (Dz.U. Nr 169, poz. 1414, z późn. zm.).

3. Wpływ regulacji na dochody i wydatki budżetu i sektora publicznego.

Wejście w życie przepisów rozporządzenia nie spowoduje skutków finansowych dla budżetu państwa.

4. Wpływ regulacji na rynek pracy

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów, które mogą mieć wpływ na rynek pracy.

5. Wpływ regulacji na konkurencyjność gospodarki

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów, które mogą mieć wpływ na konkurencyjność gospodarki.

6. Wpływ regulacji na sytuację i rozwój regionów

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów mających wpływ na sytuację i rozwój regionów.

7. Zgodność regulacji z prawem Unii Europejskiej

Projekt rozporządzenia nie jest sprzeczny z prawem Unii Europejskiej.