

895

ROZPORZĄDZENIE KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI

z dnia 30 czerwca 2011 r.

w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży

Na podstawie art. 16 ust. 7 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226, Nr 85, poz. 459 i Nr 112, poz. 654) zarządza się, co następuje:

§ 1. Rozporządzenie określa:

- 1) warunki nadawania, w tym wyodrębniania, oznaczania i umieszczania reklam i telesprzedaży w programach;
- 2) szczegółowe wymagania dla ogłoszeń nadawców, o których mowa w art. 16 ust. 4 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, zwanej dalej „ustawą”, oraz sposób ich oznaczania i umieszczania 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.

§ 2. 1. Dzienny czas rozpowszechniania programu oznacza ilość godzin programu rozpowszechnianego przez nadawcę w okresie 24 godzin liczonych od godziny 6⁰⁰.

2. Godzina zegarowa oznacza jedną godzinę dziennego czasu rozpowszechniania programu, o którym mowa w ust. 1.

3. W przypadku rozpowszechniania programu przez niepełną godzinę zegarową dopuszczalny godzinowy czas nadawania reklam i telesprzedaży ulega proporcjonalnemu skróceniu.

§ 3. 1. Reklama i telesprzedaż powinny być wyodrębnione od innych części programu i oznaczone w sposób wizualny, dźwiękowy lub przestrzenny na początku i na końcu bloku.

2. Oznaczenie reklamy, z wyłączeniem autopromocji, powinno zawierać słowo „reklama” lub „ogłoszenie płatne”.

3. Oznaczenie autopromocji powinno zawierać słowo „autopromocja”, chyba że autopromocja nadawana jest łącznie z innymi reklamami w bloku oznaczonym zgodnie z ust. 1 i 2.

4. Oznaczenie telesprzedaży powinno zawierać słowo „telesprzedaż”, chyba że telesprzedaż nadawana jest łącznie z reklamami w bloku oznaczonym zgodnie z ust. 1 i 2.

§ 4. 1. Reklama lub telesprzedaż na podzielonym ekranie powinny być w wyraźny sposób wyodrębnione od reszty programu za pomocą środków wizualnych, a oznaczenie części ekranu zajmowanej przez reklamę lub telesprzedaż powinno zawierać słowo „reklama”, „autopromocja” lub „telesprzedaż” umieszczone przez cały czas jej trwania.

2. Przekazy, o których mowa w ust. 1, oznacza się zgodnie z zasadami określonymi w § 3 ust. 2–4.

3. Podczas emisji przekazu, o którym mowa w ust. 1, część ekranu zajmowana przez reklamę lub telesprzedaż nie może zajmować więcej niż 25% powierzchni ekranu.

§ 5. 1. W przypadku rozpowszechniania w programie telewizyjnym przekazu handlowego dotyczącego loterii audiotekstowych, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. Nr 201, poz. 1540, z 2010 r. Nr 127, poz. 857 oraz z 2011 r. Nr 106, poz. 622 i Nr 134, poz. 779), oraz publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej obejmującej usługę telekomunikacyjną z dodatkowym świadczeniem, o której mowa w art. 64 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. — Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800, z późn. zm.¹⁾):

- 1) napis informujący o koszcie połączenia umieszcza się każdorazowo podczas całego czasu rozpowszechniania informacji zawierającej numer telefonu;
- 2) wielkość napisu informującego o koszcie połączenia nie może być mniejsza niż informacji zawierającej numer telefonu;
- 3) napis, o którym mowa w pkt 2, powinien być emitowany w sposób czytelny, a jego forma graficzna powinna być zgodna z formą graficzną informacji zawierającej numer telefonu, w szczególności w zakresie:
 - a) kroju i koloru czcionki,
 - b) rodzaju i koloru tła,
 - c) rodzaju i koloru wypełnienia liter.

¹⁾ 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, z 2010 r. Nr 81, poz. 530, Nr 86, poz. 554, Nr 106, poz. 675, Nr 182, poz. 1228, Nr 219, poz. 1443, Nr 229, poz. 1499 i Nr 238, poz. 1578 oraz z 2011 r. Nr 102, poz. 586 i 587 i Nr 134, poz. 779.

2. W przypadku rozpowszechniania w programie radiowym przekazu handlowego, o którym mowa w ust. 1, komunikat informujący o koszcie połączenia czytany przez lektora umieszcza się bezpośrednio przed lub po komunikacie zawierającym numer telefonu.

§ 6. 1. Ogłoszenia nadawców telewizyjnych, o których mowa w art. 16 ust. 4 pkt 1 i 2 ustawy, powinny być oznaczone wizualnie lub dźwiękowo w sposób niebudzący wątpliwości, że pochodzą od nadawcy, oraz wyodrębnione od innych części programu i przekazów handlowych.

2. Ogłoszenia nadawców radiowych, o których mowa w art. 16 ust. 4 pkt 1 i 2 ustawy, powinny być oznaczone dźwiękowo w sposób niebudzący wątpliwości, że pochodzą od nadawcy, oraz wyodrębnione od innych części programu i przekazów handlowych.

3. Do ogłoszeń nadawców, o których mowa w art. 16 ust. 4 pkt 1 i 2 ustawy, stosuje się odpowiednio przepisy § 5.

4. Oznaczeń, o których mowa w ust. 1 i 2, nie wlicza się do czasu nadawania ogłoszeń, o których mowa w art. 16 ust. 5 ustawy.

§ 7. Nadawca, nadając reklamy lub telesprzedaż, w programie powinien uwzględnić charakter audycji poprzedzających ich nadanie i następujących po nich.

§ 8. W reklamach, z wyłączeniem autopromocji, zakazane jest wykorzystywanie głosu lub wizerunku osób, które prowadziły audycje informacyjne, publicystyczne lub audycje dla dzieci w programach radiowych lub telewizyjnych w okresie krótszym niż 3 miesiące przed nadaniem reklamy.

§ 9. Nadawca nie może udostępnić więcej niż 35% czasu wykorzystywanego na reklamy i telesprzedaż w okresie jednego roku na reklamę i telesprzedaż produktów i usług jednego przedsiębiorcy lub ugrupowania gospodarczego.

§ 10. 1. Poziom głośności emitowanych reklam i telesprzedaży nie powinien przekraczać poziomu głośności audycji je poprzedzających.

2. W celu spełnienia warunków, o których mowa w ust. 1, nadawca zobowiązany jest do porównania

poziomu głośności audycji nadawanych w okresie 20 sekund przed rozpoczęciem nadawania reklam i telesprzedaży z poziomem głośności poszczególnych nadawanych reklam i telesprzedaży.

3. Pomiaru, o którym mowa w ust. 2, dokonuje się w warunkach pomiarowych adekwatnych do warunków odbioru rozpowszechnianej audycji metodami określonymi w załączniku do rozporządzenia.

4. Pomiar głośności powinien być dokonywany z parametrami dźwięku i w warunkach technicznych odpowiadających odbiorowi audycji przez odbiorcę końcowego.

§ 11. 1. Nadawca prowadzi ewidencję czasu nadawanych reklam i telesprzedaży.

2. Ewidencja nadanych reklam i telesprzedaży zawiera następujące dane:

- 1) nazwę produktu lub usługi;
- 2) nazwę zleceniodawcy;
- 3) datę nadawania;
- 4) godzinę nadawania i czas trwania reklamy i telesprzedaży;
- 5) czas trwania bloku reklamowego i telesprzedaży;
- 6) łączny czas trwania reklam w godzinie zegarowej;
- 7) dzienną liczbę i czas wyemitowanych bloków telesprzedaży.

3. Nadawca przechowuje ewidencję, o której mowa w ust. 1, przez okres 1 roku od zakończenia roku kalendarzowego, w którym reklama lub telesprzedaż została nadana.

§ 12. Traci moc rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 czerwca 2004 r. w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych (Dz. U. Nr 148, poz. 1565 oraz z 2010 r. Nr 3, poz. 20).

§ 13. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji:
J. Dworak

Załącznik do rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 30 czerwca 2011 r. (poz. 895)

W celu umożliwienia, ułatwienia obróbki, wymiany, emisji programu radiowego lub telewizyjnego wymagany jest obiektywny pomiar głośności w kanale fonicznym – poprzez zastosowanie przyrządu spełniającego określone poniżej warunki, które zostały opracowane na podstawie zaleceń ITU: ITU-R, BS.1770-1: *Algorithms to measure audio programme loudness and true-peak audio level* i ITU-R, BS.1771: *Requirements for loudness and true-peak indicating meters*.

Wymagania dotyczące pomiaru głośności

Urządzenia do pomiaru subiektywnej całkowitej głośności przekazu, programu dźwiękowego, powinny mieć możliwość wykonywania bieżącego pomiaru w krótszym czasie oraz oceny głośności materiału dźwiękowego w dłuższym czasie pomiaru, w trybach wybieranych przez użytkownika określanych jako:

- tryb – szybki (Fast),
- tryb – uśredniania (Integrating).

Tryb uśredniania powinien zapewniać odczyt uśredniany w czasie pomiaru T o ustalonej, powtarzalnej długości. Odcinek czasu powinien być określany ręcznie lub w inny sposób.

Przy odwróceniu polaryzacji i pomiarze tego samego sygnału odczyt miernika głośności nie może zmienić wskazania o więcej niż 0,5 jednostki głośności.

Przy właściwej pracy przyrządu, gdy do wejścia kanału lewego, środkowego lub prawego zostanie doprowadzony sygnał fali sinusoidalnej o częstotliwości

1 kHz i o maksymalnym nieprzekraczalnym poziomie określonym jako 0 dBfs, to wskazywana głośność będzie wynosić -3.00 LU.

Głośność programu dźwiękowego stereofonicznego lub wielokanałowego dla celów regulacji powinna być pokazywana na pojedynczym wskaźniku, jak to przewiduje algorytm na rysunku 1.

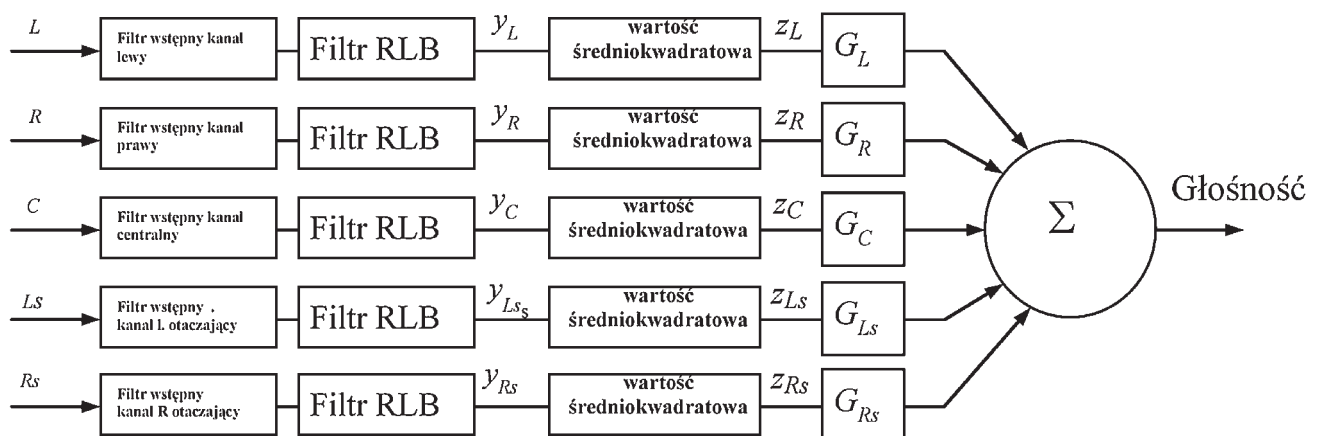
Wyjątkiem wyłączającym stosowanie metody pomiaru jest sytuacja, gdy algorytm ten nie nadaje się do szacowania subiektywnej głośności tonów takich jak pojedyncze sinusoidalne sygnały, co występuje w emisjach programów wyjątkowo rzadko.

W zakresie metod wizualizacji wyników pomiaru głośności dla celów zalecenia musi być zachowana możliwość powtarzalnego porównywania wskaźników głośności opartego na prezentowanych dalej założeniach, uśrednianych w przedziałach czasu pomiaru materiału dźwiękowego od 1 do 20 sekund.

Algorytm obiektywnego pomiaru głośności dźwięku wielokanałowego

Na rysunku 1 pokazano schemat blokowy algorytmu określający sposób wyznaczania głośności dźwięku. Możliwe jest monitorowanie głośności programów wyposażonych w kanały audio w liczbie od jednego do pięciu. Dla modulacji, która wykorzystuje mniej niż pięć kanałów, wejścia bez sygnału modulacji nie będą wykorzystane w czasie pomiaru. Kanał efektów niskoczęstotliwościowych (low frequency effects (LFE)) w ogóle nie jest uwzględniany w zalecanej metodzie pomiaru.

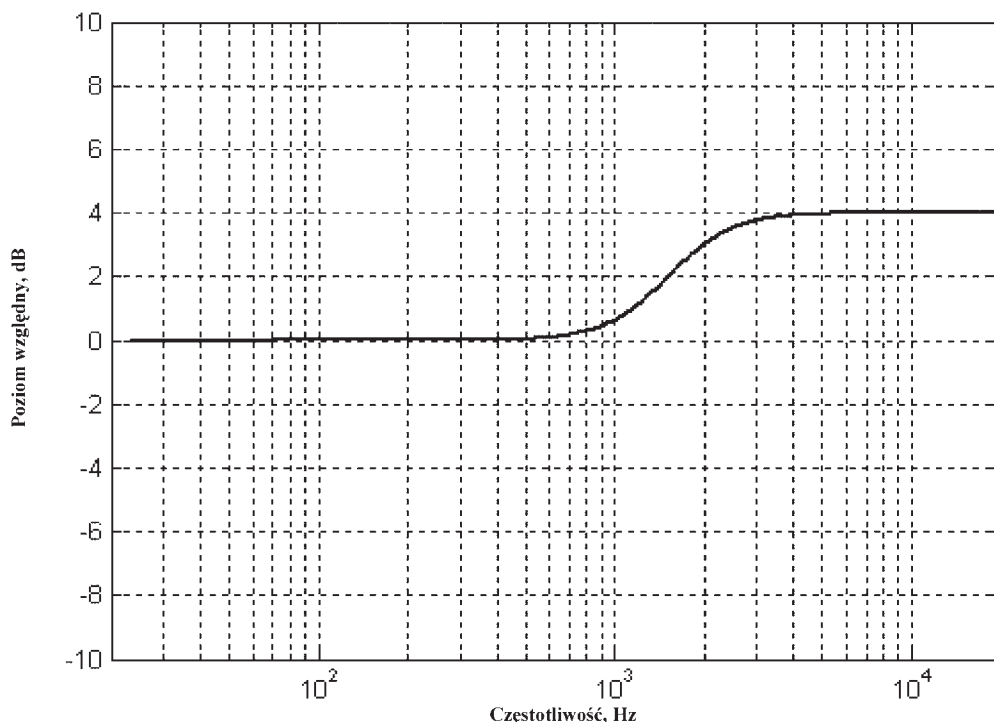
Rysunek 1. SCHEMAT BLOKOWY ALGORYTMU POMIARU GŁOŚNOŚCI W WIELU KANAŁACH



Pierwszy etap algorytmu to wstępna filtracja sygnału metodą pokazaną na rysunku 2. Filtr wstępny, przed następnym krokiem – pomiarem metodą Leq

(RLB), zakłada uwzględnienie wpływu kształtu głowy, przy czym modelem akustycznym głowy jest sztywna kula.

Rysunek 2. CHARAKTERYSTYKA FILTRU WSTĘPNEGO UŻYWANEGO DLA UWZGLĘDNIENIA AKUSTYCZNYCH WPŁYWÓW KSZTAŁTU GŁOWY



Filtrację wstępną z rysunku 2 realizuje filtr pokazany na rysunku 3, o współczynnikach podanych w tabeli 1.

Rysunek 3. SCHEMAT FILTRU DRUGIEGO RZĘDU, REALIZUJĄCEGO FILTRACJĘ WSTĘPNĄ

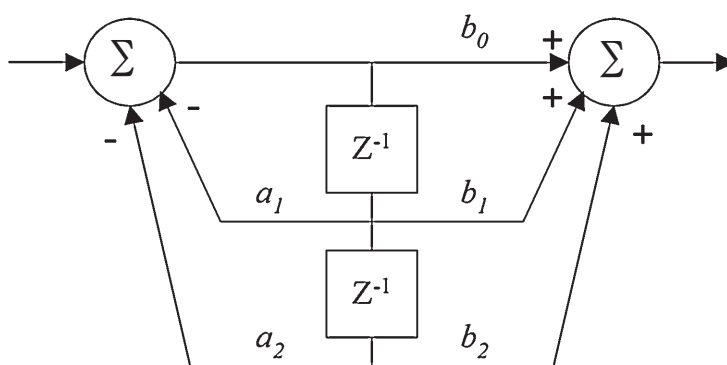


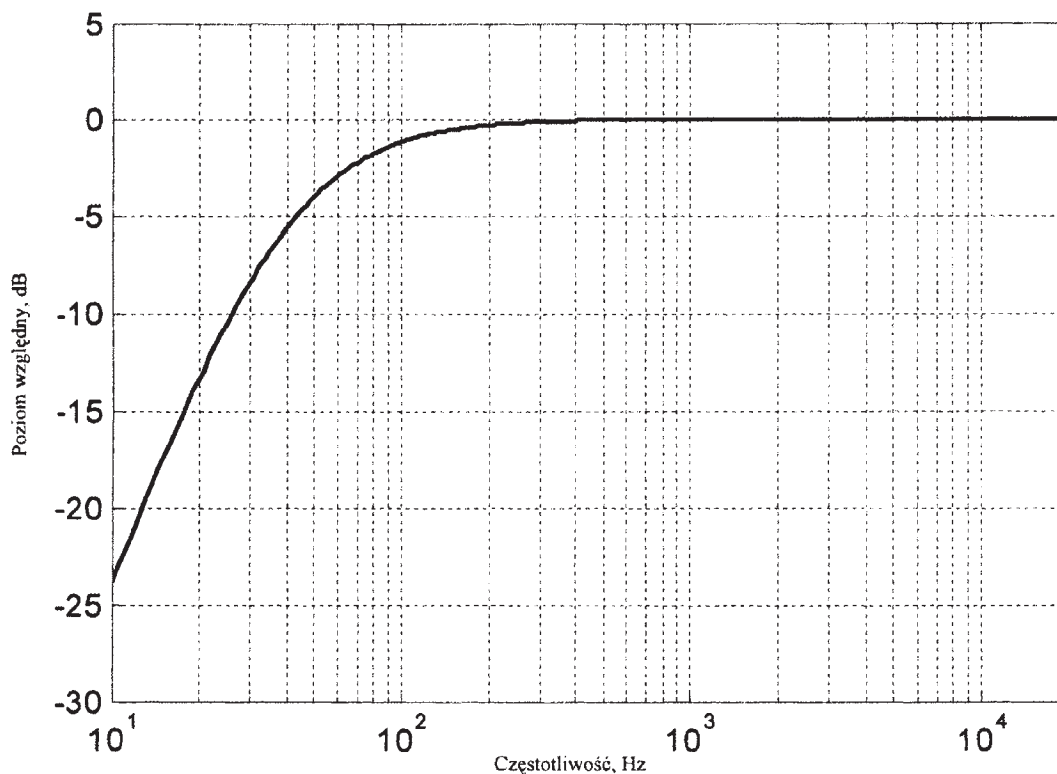
TABELA 1. WSPÓŁCZYNNIKI FILTRU DLA WSTĘPNEJ FILTRACJI, MODELUJĄCEJ WPŁYW KULISTEJ GŁOWY

–	–	b_0	1.53512485958697
a_1	-1.69065929318241	b_1	-2.69169618940638
a_2	0.73248077421585	b_2	1.19839281085285

Podane współczynniki filtra w tabeli 1 wymagają stosowania częstotliwości próbkowania sygnału równej 48 kHz.

Drugi etap realizacji algorytmu filtracja jest realizowany za pomocą prostego filtra górnoprzepustowego o charakterystyce krzywej RLB pokazanej na rysunku 4.

Rysunek 4. KRZYWA RLB DLA WAŻENIA SKŁADOWYCH SYGNAŁU



Krzywa RLB ważenia sygnału jest realizowana przez filtr pokazany na rysunku 3, o współczynnikach podanych w tabeli 2.

TABELA 2. WSPÓŁCZYNNIKI FILTRU DLA KRZYWEJ WAŻĄCEJ RLB

—	—	B_0	1.0
a_1	-1.99004745483398	B_1	-2.0
a_2	0.99007225036621	B_2	1.0

Podane współczynniki filtru w tabeli 2 obowiązują dla częstotliwości próbkowania równej 48 kHz.

Po wstępnej filtracji i przejściu przez filtr RLB zostaje wyznaczona średniokwadratowa wartość energii w okresie pomiaru T , określona poprzez obliczenia dla każdego kanału fonicznego wartości z_i :

$$z_i = \sqrt{\frac{1}{T} \int_0^T y_i^2 dt} \quad (1)$$

gdzie $i = L, R, C, Ls$ lub RS oraz y_i jest sygnałem wejściowym poddanym wcześniej filtracji zarówno poprzez filtr wstępny (uwzględniający skutki dla akustyki wynikające z kształtu głowy), jak i za pomocą

filtru o krzywej ważącej RLB (uwzględniający nieliniową wrażliwość słuchu na dźwięk w funkcji częstotliwości).

Po wyznaczeniu w każdym kanale wartości (z_i) ważonego średniokwadratowego poziomu sygnału, w ostatnim kroku dla określenia głośności całkowitej przekazu dźwiękowego sumuje się wartości otrzymane z N kanałów w podany niżej sposób:

Głośność

$$LU = -0.691 + 10 \log_{10} \sum_i^N G_i \cdot z_i \text{ [dB}_{LU}]$$

gdzie i to kolejne kanały L, R, C, Ls, RS , gdzie N jest liczbą wszystkich kanałów występujących w przekazie audiofonicznym objętym pomiarem. G_i jest wagą głośności przypisaną oddzielnie dla każdego kanału. Wartości G_i przedstawiono w tabeli 3.

TABELA 3. WAGI DLA POSZCZEGÓLNYCH KANAŁÓW FONICZNYCH

Kanał	Waga G_i
Lewy (G_L)	1.0 (0 dB)
Prawy (G_R)	1.0 (0 dB)
Środek (G_C)	1.0 (0 dB)
Lewy otaczający (G_{LS})	1.41 (~ +1.5 dB)
Prawy otaczający (G_{RS})	1.41 (~ +1.5 dB)

Objaśnienie:

LU (Loudness unit) – pomiarowa jednostka głośności. Wskaźnik przyrządu do oceny głośności powinien być kalibrowany w jednostkach głośności [LU]. Jest ona jednostką skali miernika głośności. Wartość głośności programu wyrażona w jednostkach głośności reprezentuje tłumienie lub wzmocnienie w decybelach, jakie jest wymagane do sprowadzenia poziomu sygnału programu do 0 LU. Na przykład sygnał programu o wartości -10 LU będzie wymagał wzmocnienia o +10 dB, aby osiągnął odczyt 0 LU.