

Piotr F. PIESIEWICZ

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa

## „*Narrowcasting*” w miejscach użyteczności publicznej

Dzisiejsze formy przekazu czy to obrazu, czy fonii przybierają różne formy. Każda nowa forma takiego przekazu jest nowym wyzwaniem nie tylko dla techników, informatyków analizujących na bieżąco problemy związane z bezpośrednią obsługą takowych przekazów, ale także dla prawników. Zarówno doktrynie, jak i judykaturze niezwykle trudno dokonać odpowiedniej klasyfikacji prawnej takich zjawisk. Pojawiają się nowe terminy czy też cała terminologia, która musi zostać poddana odpowiedniej analizie. W tym sensie prawo nie nadąży za dynamicznym rozwojem technologii, zaś aby w pełni zrozumieć istotę nowych zjawisk i dokonać odpowiedniej klasyfikacji należy niewątpliwie zrozumieć na czym te zjawiska polegają.

Do nowej formy przekazu treści audiowizualnych należy *narrowcasting*. Istnienie takiego zjawiska zostało zasygnalizowane w doktrynie przez J. Bartę i R. Markiewicza<sup>1</sup>. Jak słusznie zauważyli T. Goban-Klas i P. Sienkiewicz, „nowe formy rozpowszechniania przybierają postać tzw. *narrowcastingu*, czyli komunikowania skierowanego do wybranych odbiorców, segmentacji audytoriów. Autorzy podkreślili, „że zachodzi znaczna różnica między przemówieniem do wielu słuchaczy a bezosobowym komunikowaniem masowym (którą zaciera objęcie jednym pojęciem alokacji)”. Niewątpliwie to nowe medium stworzyło „szansę przewyższenia quasi-monopolu środków masowych w dziedzinie pośredniego komunikowania społecznego”. Z drugiej strony większa adresowalność nowych mediów (tj. *narrowcasting*, w odróżnieniu od *broadcasting*, czyli zbiorczość w opozycji do rozsiewczości) stwarza nowe dylematy dla komunikatorów<sup>2</sup>. Problematyka *narrowcastingu* poruszana jest w między-

---

<sup>1</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Telewizja interaktywna a prawo autorskie*, Warszawa 2007, s. 40.

<sup>2</sup> T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999; <http://media.miks.uj.edu.pl/~kkims/si.pdf>.

narodowej literaturze sporadycznie i to właściwie zawsze w kontekście funkcji, jaką może pełnić w przekazie społecznym<sup>3</sup>.

Także w języku reklamy *narrowcasting* przedstawiany jest w opozycji do *broadcasting* i ujmowany jest jako medium z możliwością kreowania bezpośredniego przekazu. Użytkownicy systemów *narrowcastingowych* mają możliwość zarządzać, zmieniać i kierować treść do ściśle określonej grupy docelowej. Działanie systemu *narrowcastingowego* oparte jest na „ekranach połączonych w centralnie zarządzaną sieć oraz emisji treści informacyjnych i reklamowych”<sup>4</sup>. Jednakże najważniejszą komercyjną funkcją systemu *narrowcastingowego* wydaje się być to, iż „system umożliwi różnicowanie treści przekazu w zależności od umiejscowienia punktu lub grupy punktów, w których zainstalowano ekrany, oraz od czasu”<sup>5</sup>. Dzięki temu istnieje możliwość personalizacji odbioru tj. tego, iż program zostaje przygotowany specjalnie pod określonego klienta, odpowiadając tym samym jego potrzebom. Należy także wspomnieć, że „*narrowcasting* jest terminem używanym przede wszystkim w Europie jego odpowiednikami mogą być *digital signage*, którego terminologia stosowana jest w USA, *out-of-home media networks*, *captive audience networks*, *digital displays networks*”<sup>6</sup>. *Narrowcasting* jest więc rozwiązaniem dla audiowizualnego przekazu kierunkowego. Forma takiego przekazu umożliwia emisję treści w myśl i zgodnie z preferencjami odbiorców, miejscem oraz określonym czasem. Systemy *narrowcastingowe* uważane są w reklamie, za nowoczesne i innowacyjne rozwiązania, korzystające z centralnego systemu zarządzania treścią i jej emisją na cyfrowych wyświetlaczach typu; ekrany plazmowe, LCD bądź LED. Użyteczność takiej formy dotarcia do grupy docelowej powoduje, iż *narrowcasting* wykorzystywany jest jako środek przekazu informacji, jak i skuteczne narzędzie marketingowe. Inaczej mówiąc to sieć komunikacji cyfrowej (*Digital Signage*), którą porównać można do prywatnego kanału telewizyjnego skierowanego do określo-

---

<sup>3</sup> M. S. Kang, *From Broadcasting to Narrowcasting: The Emerging Challenge for Campaign Finance Law*, „George Washington Law Review” 2005, vol. 73, nr 5/6, s. 1070; P. Farhi, *Voters Are Harder to Reach as Media Outlets Multiply*, „Washington Post”, June 16, 2004, s. A1; M. O’Keefe, *Conservative Media Worry Demos: Realities of Politics, Media Shift Slowly*, „Times-Picayune” (New Orleans), Nov. 28, 2002, s. 40.

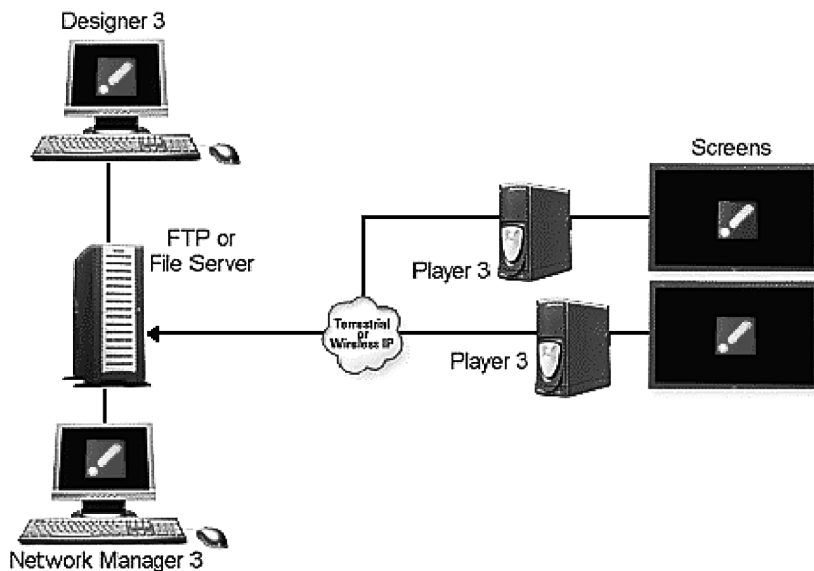
<sup>4</sup> <http://citytv.pl/onas.htm#narrowcasting>.

<sup>5</sup> Ibidem.

<sup>6</sup> <http://www.narrowcasting.pl/narrowcasting.pdf>.

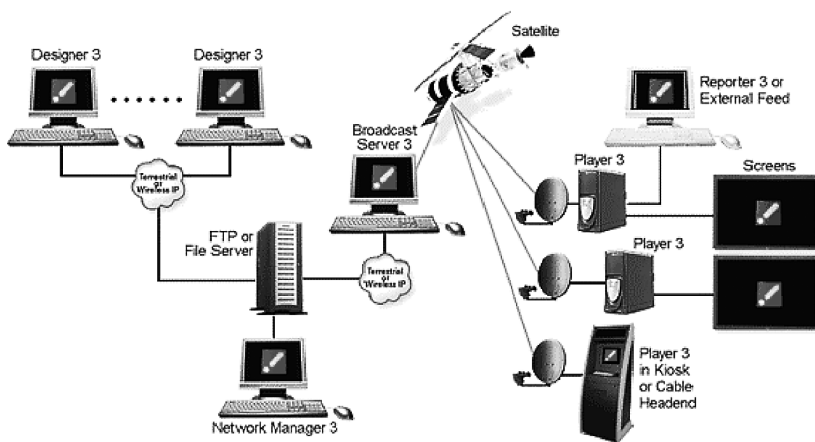
nych odbiorców Podkreślenia wymaga, iż przekazy *narrowcastingowe* zawierają różnorakie przekazy utworów audialnych i audiowizualnych.

Schematy sieci *narrowcastingowych* mogą wyglądać następująco:



Rys. 1. Schemat sieci prostej

Źródło: <http://citytv.pl/onas.htm#narrowcasting>.



Rys. 2. Schemat sieci rozbudowanej

Źródło: <http://citytv.pl/onas.htm#narrowcasting>.

Przedstawione powyżej ilustracje, obrazują jak w sensie technicznym funkcjonują systemy *narrowcastingowe*. Na uwagę zasługuje fakt, iż przekaz treści może odbywać się zarówno za pośrednictwem satelity, jak i jakiegokolwiek sieci naziemnej w tym także internetowej.

Mając na uwadze powyższe rozumienie *narrowcastingu* powstaje pytanie czy jest to nowa forma rozpowszechniania utworów i czy, a właściwie, kto zobowiązany jest do uiszczania wynagrodzenia na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.

**Innymi słowy, czy opłaty od praw autorskich na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania w sytuacji, w której nadawca sygnału emituje go do jednego odbiorcy winny odprowadzać oba podmioty czy jeden.**

Na uwagę zasługuje fakt, iż niezależnie od tego czy będziemy mieli do czynienia z formą sieci uproszczonej, czy bardziej złożonej (gdzie przekaz odbywa się za pośrednictwem satelity), zawsze istnieją trzy podmioty uczestniczące w przekazie, a mianowicie: 1) podmiot instalujący system *narrowcastingowy* i dokonujący bezpośredniego i technicznego nadania; 2) podmiot zamawiający usługę lub na terenie, którego przekaz jest dokonywany oraz 3) końcowy odbiorca treści (np. klient domu handlowego). Należy zwrócić uwagę, iż samo techniczne zarządzanie treścią z punktu ewentualnej kwalifikacji systemu *narrowcastingowego* nie ma większego znaczenia, albowiem jest to czynność wyłącznie techniczna.

Postawione na wstępie pytanie skłania do ustalenia, czy w przypadku przekazu takiego jakim jest przekaz satelitarny *narrowcastingowy* będący przedmiotem umowy pomiędzy podmiotem instalującym system *narrowcastingowy* a podmiotem zamawiającym usługę lub, na terenie którego przekaz jest dokonywany, zobowiązuje każdą ze stron uiszczania na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi opłatę za publiczne odtworzenie utworów. Należy przy tym zaznaczyć, iż w myśl takich umów zawieranych pomiędzy ww. podmiotami, działalność pierwszego polega na świadczeniu usługi polegającej na przygotowaniu i dostarczeniu programu audiowizualnego za pośrednictwem satelity lub za pośrednictwem sieci, do wykorzystania tego programu np. w lokalach sieci handlowej.

Art. 17 polskiej ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j.: Dz. U. 2006, Nr 90, poz. 631 ze zm. – dalej: pr.aut.) stanowi, że jeżeli ustawa nie stanowi inaczej, twórcy przysługuje wyłączne prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji oraz do wynagrodzenia za korzystanie z utworu. Istotnym elementem w konstrukcji omawianej tu sfery uprawnień autor-

skich jest pojęcie „pola eksploatacji”, przez które rozumie się pewną wyodrębnioną (pod względem technicznym lub ekonomicznym) formę wykorzystywania dzieła. Powszechnie przyjmuje się, iż z nowym (odrębnym) polem eksploatacji mamy do czynienia, gdy: dla rozpowszechniania lub zwielokrotniania utworu stosuje się inne (nowe) sposoby techniczne, pojawia się możliwość zaspokojenia potrzeb różnego kręgu odbiorców, określone rozpowszechnianie utworu ma odrębne znaczenie ekonomiczne, nowy zasięg terytorialny, rozpowszechniania dokonuje inny podmiot, niż ten, który rozpoczął rozpowszechnianie<sup>7</sup>.

Ustawą z dnia 28 października 2002 r. o zmianie ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. 2002.197.1662) znowelizowane zostały art. 6 i art. 50 pr.aut.

W myśl art. 50 pr.aut. za odrębne pola eksploatacji zostały uznane: 1) w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu – wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową; 2) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono – wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy; 3) w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony w pkt 2 – publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.

Jak słusznie zauważono w literaturze przedmiotu za najszerszą formę eksploatacji utworu ustawodawca uznał jego rozpowszechnianie. Utworem rozpowszechnionym jest utwór, który za zezwoleniem twórcy został w jakikolwiek sposób udostępniony publicznie. Ponadto jak bezpośrednio wynika z ust. 3 art. 50 pr.aut. **publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie**, a także **publiczne udostępnianie** są szczególnymi sposobami rozpowszechniania utworu. Ponadto należy zauważyć, iż w polskiej ustawie pr.aut definicja nadawania została uregulowana w art. 6 ust. 1 pkt 4 pr.aut. W myśl tej definicji nadawaniem utworu jest jego rozpowszechnianie drogą emisji radiowej lub telewizyjnej, prowadzonej w sposób bezprzewodowy (naziemny lub satelitarny) lub w sposób przewodowy.

---

<sup>7</sup> E. Traple, *Ustawowe konstrukcje w zakresie majątkowych praw autorskich i obrotu nimi w dobie kryzysu prawa autorskiego*, Kraków 1990, s. 94–95.

Postawione na wstępie pytanie skłania w pierwszej kolejności do sprecyzowania czy przekaz, jaki jest świadczony w ramach rozbudowanej sieci *narrowcastingowej*, stanowi „*satelitarny przekaz publiczny*” zarówno w rozumieniu ustawodawstwa polskiego, jak i art. 1 ust. 2 lit. a dyrektywy 93/83 (Koordynacja niektórych zasad dotyczących prawa autorskiego oraz praw pokrewnych stosowanych w odniesieniu do przekazu satelitarnego oraz retransmisji drogą kablową – dalej: dyrektywa 93/83)<sup>8</sup>, tj. czy jest on polem eksploatacji w rozumieniu art. 50 ust. 3 w zw. z art. 6 ust. 1 pkt 4 pr.aut., a także to czy w wyniku tego przekazu utwór zostaje odtworzony przez podmiot przekazujący.

Przepis art. 1 ust. 2 dyrektywy definiuje satelitarny przekaz publiczny jako „działanie, w wyniku którego sygnały będące nośnikami programu przeznaczonego do odbioru publicznego, pod kontrolą organizacji radiowej i telewizyjnej i na jej odpowiedzialność, wprowadzane są do zamkniętego łańcucha przekazu prowadzącego do satelity i z powrotem na Ziemię”. Jak słusznie zauważył Trybunał Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich z art. 1 ust. 1 dyrektywy 93/83 wynika, że: 1) taki satelita powinien działać w ramach przekazu na pasmach częstotliwości, które na mocy prawa telekomunikacyjnego zastrzeżone są dla wysyłania sygnałów do odbioru publicznego (zwanym dalej „*publicznymi pasmami częstotliwości*”) lub; 2) dla zamkniętych połączeń między dwiema stacjami (zwanym dalej „*zamkniętymi pasmami częstotliwości*”). Niemniej jednak w tym ostatnim przypadku, zgodnie z powołanym przepisem, jest „konieczne, aby odbiór indywidualny odbywał się w warunkach porównywalnych z warunkami odbioru publicznego”.

Jak wynika z istoty przekazu *narrowcastingowego* transmisja sygnałów nie odbywa się na publicznych pasmach częstotliwości. W związku z powyższym należy zbadać, czy w ramach przekazu indywidualny odbiór sygnałów może odbywać się w warunkach porównywalnych z warunkami przekazu na publicznych pasmach częstotliwości. Należy mieć na uwadze, iż z motywu trzynastego dyrektywy 93/83 wynika, iż dąży ona do zlikwidowania istniejącego w państwach członkowskich zróżnicowania w zakresie traktowania transmisji programów za pośrednictwem satelity telekomunikacyjnego – to znaczy satelity działającego w zamkniętych pasmach częstotliwości – w związku z czym kluczowe staje się rozróżnienie w całej Wspólnocie, **czy utwory i inne treści objęte ochroną są rozpowszechniane publicznie.**

---

<sup>8</sup> Dz. Urz. UE L. 1993.248.15.

Pierwotnie taki przekaz publiczny był możliwy bezpośrednio z satelity tylko poprzez sygnały wysyłane w pasmach częstotliwości zastrzeżonych prawnie dla odbioru publicznego. Przekaz taki nie był natomiast możliwy poprzez sygnały wysyłane w zamkniętych pasmach częstotliwości. Niemniej jednak w następstwie rozwoju technologicznego satelitów i anten odbiorczych przeznaczonych dla szerokich kręgów odbiorców możliwe stało się nadawanie bezpośrednio za ich pośrednictwem w zamkniętych pasmach częstotliwości. Nawet jeżeli te ostatnie zgodnie z prawem telekomunikacyjnym nie są formalnie zastrzeżone dla przekazu publicznego, w chwili przyjmowania dyrektywy 93/83 sygnały przekazujące programy mogły już być *de facto* odbierane przez odbiorców bezpośrednio z satelitów używających takich pasm częstotliwości. Prawodawca wspólnotowy pragnął, zatem ująć przekaz satelitarny w zamkniętych pasmach częstotliwości w celu uwzględnienia tego rozwoju technologicznego, a w konsekwencji przewidział poddanie tego przekazu przepisom dyrektywy 93/83 wyłącznie wtedy, jeżeli odbiorcy mogą odbierać te sygnały indywidualnie i bezpośrednio z tych satelitów<sup>9</sup>.

Konsekwencją powyższego jest fakt, iż ograniczona liczba osób, które mogą odbierać sygnały pochodzące z satelity wyłącznie dzięki profesjonalnemu wyposażeniu, nie może być postrzegana jako krąg odbiorców, ponieważ ten ostatni musi składać się z nieokreślonej liczby potencjalnych słuchaczy<sup>10</sup>. W niniejszym przypadku, sygnały przekazu satelitarnego wysyłane przez danego satelitę są kodowane i mogą być odbierane tylko i wyłącznie za pomocą urządzeń zastrzeżonych konkretnie oznaczonego i ściśle oznaczonego odbiorcy, a więc nie mogą być odbierane za pomocą urządzeń przeznaczonych dla szerokiego kręgu odbiorców. Konsekwencją powyższego jest fakt, iż indywidualny odbiór nie odbywa się w warunkach porównywalnych z warunkami przekazu w publicznych pasmach częstotliwości.

Jak słusznie podniesiono w literaturze przedmiotu, nie każdy, kto udostępnia dzieło publiczności za pomocą fal elektromagnetycznych, wkracza w prawo nadania. Nadawania w sensie **techniczno-prawnym** dokonuje

---

<sup>9</sup> Por. Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich (Trzecia Izba), Lagardere Active Broadcast przeciwko Société pour la perception de la rémunération équitable (SPRE) i Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL) z dnia 14 lipca 2005 r., Sprawa C-192/04; [www.curia.europa.eu](http://www.curia.europa.eu).

<sup>10</sup> Zob. w przedmiocie pojęcia kręgu odbiorców wyrok z dnia 2 czerwca 2005 r. w sprawie C-89/04 Mediakabel, Zb. Orz. 2005 r., str. I-04891, pkt 30.



tylko taki podmiot, który decyduje o przedmiocie, czasie i miejscu udostępnienia utworu. Zatem ten, kto przeprowadza jedynie techniczną operację przesyłania sygnałów nie jest traktowany jako nadawca. Nadawcą jest podmiot, który kontroluje proces udostępniania dzieła i za ten akt ponosi odpowiedzialność<sup>11</sup>. Nie ulega wątpliwości, iż w niniejszym stanie faktycznym podmiotem udostępniającym publicznie dzieła podlegające ochronie w rozumieniu prawa autorskiego i kontrolujący proces udostępniania utworu nieograniczonemu kręgowi odbiorców jest podmiot zamawiający usługę lub, na terenie którego przekaz jest dokonywany. Podkreślenia wymaga, iż w rozpatrywanym przypadku mamy do czynienia z udostępnianiem utworu przez inny podmiot niż ten, który dokonywał przekazu drogą satelitarną. Zgodnie z treścią stosunku, ten ostatni podmiot odpowiada tylko i wyłącznie za przygotowanie programu i jego dostarczenie drogą satelitarną do odbiorcy. Rozpowszechnianie i udostępnienie publiczne pozostaje już w domenie podmiotu zamawiającego usługę, albowiem to on posiada wyłączną kontrolę nad jakimkolwiek sposobem publicznego udostępniania utworu w rozumieniu art. 6 ust. 1 pr.aut. Należy przypomnieć, że sygnały dostarczane są kodowane i że mogą być odbierane tylko za pomocą urządzeń zastrzeżonych dla profesjonalistów. Tak więc nie jest możliwy odbiór publiczny tych sygnałów inaczej niż za pomocą infrastruktury przeznaczonej do odbioru i zainstalowanej w określonych przez zarządcę sieci miejscach. Zadaniem podmiotu dostarczającego sygnał, nie jest więc dotarcie bezpośrednio do odbiorców poprzez sygnały wysyłane do satelity i powracające na Ziemię, a jedynie świadczenie usług na rzecz osoby trzeciej.

Analizując istotę systemu *narrowcastingowego*, nie można pominąć także Dyrektywy 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 grudnia 2007 r. zmieniającej dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej<sup>12</sup>. W preambule ww. dyrektywy wskazano, iż nowe technologie transmitowania audiowizualnych usług medialnych

<sup>11</sup> E. Traple w: *System prawa autorskiego*, t. 13, Warszawa 2007, s. 180.

<sup>12</sup> Tytuł dyrektywy 89/552/EWG otrzymał brzmienie: „Dyrektywa 89/552/EWG Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych)”.



sprawiły, że niezbędne stało się dostosowanie ram regulacyjnych tak, aby uwzględniały one wpływ zmian strukturalnych, rozpowszechnienia technologii informacyjno-komunikacyjnych („ICT”) i rozwoju technologicznego na sposoby prowadzenia działalności gospodarczej, a w szczególności na finansowanie transmisji komercyjnych, oraz tak, aby zapewniały optymalne warunki konkurencyjności i pewność prawną w europejskich sektorach: technologii informacyjnych i mediów i aby zapewniały poszanowanie różnorodności kulturowej i językowej. W myśl pkt 16 cytowanej dyrektywy, do celów niniejszej dyrektywy definicja audiowizualnych usług medialnych powinna obejmować tylko audiowizualne usługi medialne – niezależnie od tego, czy jest to przekaz telewizyjny czy na żądanie – które są usługami masowego przekazu, to znaczy są przeznaczone do odbioru przez znaczną część ogółu odbiorców i mogłyby mieć na nią wyraźny wpływ. Jej zakres powinien być ograniczony do usług w rozumieniu Traktatu, a więc obejmować każdy rodzaj działalności gospodarczej, w tym działalność przedsiębiorstw świadczących usługi publiczne, lecz nie powinien obejmować działalności zasadniczo niekomercyjnej i niestanowiącej konkurencji dla rozpowszechniania telewizyjnego, takiej jak prywatne witryny internetowe oraz usługi polegające na dostarczaniu lub dystrybucji treści audiowizualnej wytworzonej przez prywatnych użytkowników w celu jej udostępnienia lub wymiany w ramach grup zainteresowań. Należy mieć także na uwadze, iż dla celów niniejszej dyrektywy definicja audiowizualnych usług medialnych objęła środki masowego przekazu jako nośnik informacji, rozrywki i edukacji dla ogółu odbiorców, w tym handlowy przekaz audiowizualny. Natomiast wyłączone zostały każde formy prywatnej korespondencji, takich jak wiadomości poczty elektronicznej wysyłane do ograniczonej liczby odbiorców (art. 18 preambuły)<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Definicja ta nie powinna także obejmować żadnych usług, których celem głównym nie jest dostarczanie audycji, to znaczy usług, w których przypadku przekaz treści audiowizualnej nie jest celem głównym, ale jedynie częścią uboczną usługi. Przykładem są strony internetowe zawierające elementy audiowizualne o charakterze jedynie pomocniczym, takie jak animowane elementy graficzne, krótkie spoty reklamowe lub informacje związane z produktem lub usługą niebędącą usługą audiowizualną. Dlatego też z zakresu zastosowania niniejszej dyrektywy powinno wyłączyć się także gry losowe, w których stawką są pieniądze, w tym loterie, zakłady i inne rodzaje usług hazardowych, a także gry i wyszukiwarki internetowe; z zakresu tego nie powinno się jednak wyłączyć przekazów poświęconych hazardowi lub grom losowym.

W myśl art. 1 ust. a cytowanej dyrektywy „audiowizualna usługa medialna” obejmuje także handlowy przekaz audiowizualny<sup>14</sup>, rozumiany jako obrazy z dźwiękiem lub bez niego, które mają służyć bezpośrednio lub pośrednio promowaniu towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą. Obrazy te towarzyszą audycji lub zostają w niej umieszczone w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie lub w celach autopromocji. Formy handlowego przekazu audiowizualnego obejmują między innymi: reklamę telewizyjną, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu. Skoro przekazywanie treści w systemach *narrowcasting* niewątpliwie obejmuje handlowy przekaz audiowizualny powstaje pytanie czy taki przekaz można uznać za linearną usługę medialną (tj. rozpowszechnianie telewizyjne lub przekaz telewizyjny) lub nielinearną audiowizualną usługę medialną (tj. audiowizualną usługę medialną na żądanie). W rozumieniu art. 1 ust. e dyrektywy „rozpowszechnianie telewizyjne” lub „przekaz telewizyjny” (tzn. linearna audiowizualna usługa medialna) oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez dostawcę usług medialnych, umożliwiającą równoczesny odbiór audycji na podstawie układu audycji, zaś „audiowizualna usługa medialna na żądanie”<sup>15</sup> (tzn. nielinearna audiowizualna usługa medialna) oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez do-

<sup>14</sup> W myśl Dyrektywy 89/552/EWG audiowizualna usługa medialna oznacza: usługę w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu, za którą odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca usług medialnych i której podstawowym celem jest dostarczanie ogółowi odbiorców – poprzez sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE – audycji w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych. Taka audiowizualna usługa medialna jest przekazem telewizyjnym w rozumieniu lit. e) niniejszego artykułu albo audiowizualną usługą medialną na żądanie w rozumieniu lit. g) niniejszego artykułu, lub handlowym przekazem audiowizualnym.

<sup>15</sup> Należy zauważyć, iż w stanowisku z dnia 31 maja 2006 r., Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznała, że „rozpowszechnianie (w tym wprowadzanie) bądź rozprowadzanie programów radiowych lub telewizyjnych, jak również świadczenie nielinearnych audiowizualnych usług medialnych w Internecie nie podlega obecnie regulacji ustawy o radiofonii i telewizji, w tym koncesjonowaniu – a zatem nie znajduje się w właściwości KRRiT. Sfera ta nie jest bowiem regulowana prawem medialnym i podlega swobodzie gospodarczej, przy ograniczeniach wynikających głównie z prawa prasowego, telekomunikacyjnego i przepisów o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a także prawa karnego”. Zob.: *Stanowisko regulacyjne Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie kwalifikacji prawnej usługi TV over DSL (TVoDSL) oraz kwestii właściwości KRRiT wobec regulacji usług telewizyjnych udostępnianych za pośrednictwem nowych platform*, <http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/nowe%20technologie/st060531.pdf>.

stawcę usług medialnych, umożliwiającą użytkownikowi odbiór audycji w wybranym przez niego momencie i na jego życzenie w oparciu o katalog audycji przygotowany przez dostawcę usług medialnych (art. 1 ust. g).

J. Barta i R. Markiewicz słusznie zauważają, iż w powyższym rozumieniu nielinearnej audiowizualnej usługi medialnej mieści się pojęcie *narrowcastingu*<sup>16</sup>. Jednakże z drugiej strony należy mieć na uwadze, iż w myśl pkt 30 preambuły, dyrektywa 89/552/EWG dotyczy usług udostępnianych ogółowi odbiorców w Unii Europejskiej i powinna mieć zastosowanie tylko do audiowizualnych usług medialnych, które mogą być odbierane bezpośrednio lub pośrednio za pomocą **standardowych urządzeń konsumenckich** przez widzów w co najmniej jednym państwie członkowskim. W art. 2 ust. 6 wprost wskazano, iż dyrektywy nie stosuje się do audiowizualnych usług medialnych, które są przeznaczone do odbioru wyłącznie w państwach trzecich i które nie są bezpośrednio lub pośrednio odbierane za pomocą standardowych urządzeń konsumenckich w żadnym z państw członkowskich<sup>17</sup>.

Oczywistym jest, iż w kontekście powyższego należy mieć na względzie treść brzmienia art. 21 ust. 1 i ust. 2(1) pr.aut. Normy zawarte cytowanych przepisach zobowiązują podmioty publicznie udostępniające utwory, w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, wyłącznie do udostępniania ich na podstawie umowy zawartej z organizacją zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, chyba że prawo do nadania utworów zamówionych przez organizację radiową lub telewizyjną przysługuje jej na podstawie odrębnej umowy. W tym miejscu należy wskazać, iż w myśl ust. 1 art. 6(1) pr.aut., rozpowszechnianiem utworu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, drogą emisji radiowej lub telewizyjnej, prowadzonej w sposób satelitarny jest jego rozpowszechnianie poprzez wprowadzenie przez organizację radiową lub telewizyjną i na jej odpowiedzialność, na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, do drogi przekazu prowadzącej do satelity i z powrotem na Ziemię. W literaturze przedmiotu wskazano, iż w przypadku emitowania reklam czy też utworów muzycznych, jak i audiowizualnych, gdzie klienci domu towarowego stykają się z reklamami emitowanymi za pośrednictwem paneli LCD rozmieszczonych w domu towarowym, mamy

---

<sup>16</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Telewizja interaktywna a prawo autorskie*, Warszawa 2007, s. 40

<sup>17</sup> Zdefiniowanie „standardowych urządzeń konsumenckich” pozostawiono właściwym organom krajowym.

do czynienia z pojedynczym źródłem przekazów, z którymi bezpośrednio może zaznajomić się liczna grupa osób, należy postrzegać jako publiczne odtwarzanie, ewentualnie wystawianie lub wyświetlanie w rozumieniu art. 50 pkt 3 pr.aut. W przypadku ustawy autorskiej, działalność tego rodzaju pozostaje poza zakresem pojęcia „nadawania” w rozumieniu ustawy o radiofonii i telewizji.

W konsekwencji należy stwierdzić, podmiot instalujący system *narrowcastingowy* i dokonujący bezpośredniego i technicznego nadania, nie dokonuje rozpowszechniania utworu, a także nie odtwarza utworów publicznie. Jego działalność ogranicza się tylko i wyłącznie do przygotowania „zestawu” utworów audiowizualnych, a następnie przekazaniu tych utworów za pośrednictwem sieci tylko i wyłącznie na rzecz podmiotu zamawiającego usługę, który jest jedynym podmiotem mogącym decydować o udostępnieniu tego przekazu w wybranym przez siebie miejscu i czasie. Dokonywany przekaz, jest tylko i wyłącznie przekazem o charakterze technicznym nie zaś nadaniem w rozumieniu pr.aut.

Reasumując powyższe, należy stwierdzić, że aby uznać, iż podmiot instalujący system *narrowcastingowy* i dokonujący bezpośredniego i technicznego nadania, jest zobowiązany do uiszczania jakichkolwiek opłat na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, organizacja taka w przypadku jakiegokolwiek sporu musiałaby wykazać, że podmiot ten dokonuje rozpowszechniania utworu poprzez publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym. Podkreślenia wymaga fakt, iż jedynym podmiotem, który może mieć dostęp do przekazu jest podmiot zamawiający i to on jako pośrednie ogniwo (choćby przez zamykanie restauracji na noc) decyduje o dostępie w określonym miejscu i czasie do przekazywanych mu treści.

W tym miejscu podkreślić należy, iż dostarczanie sygnału za pośrednictwem satelity z programem zawierającym utwory w rozumieniu pr.aut. jest tylko i wyłącznie środkiem do celu, jakim jest dostarczenie tych utworów odbiorcy. W tym sensie takie dostarczenie miałoby dokładnie taki sam charakter prawny, gdyby było dokonywane codziennie na tradycyjnych nośnikach CD, DVD. Przekaz (czy to satelitarny, czy za pomocą sieci internetowej) jest tylko i wyłącznie nowoczesnym sposobem przekazywania utworów nie zaś rozpowszechnianiem w rozumieniu pr.aut. W tym sensie działalność podmiotu instalującego system *narrowcastingowy* i dokonujący technicznego nadania, można porównać do działalności osoby

dostarczającej określony przez siebie zestaw (składankę) utworów. W takim przypadku jedynym podmiotem zobowiązanym do uiszczania opłat na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi jest podmiot prowadzący np. lokal gastronomiczny albowiem to w jego lokalu dochodzi do publicznego odtworzenia. Z „odtworzeniem” utworu mamy do czynienia wówczas, gdy utwory są udostępniane bądź przy pomocy nośników dźwięku, obrazu lub dźwięku i obrazu, na których utwór został zapisany, bądź przy pomocy urządzeń służących do odbioru programu radiowego lub telewizyjnego, w którym utwór jest nadawany (art. 6 pkt 9 pr.aut.). Z treści powołanej definicji wynika, że ustawodawca objął nią nawet takie formy eksploatacji, które nie odnoszą się do wykorzystywania nośnika materialnego (np. płyty CD, kasyety magnetofonowej lub kasyety video), lecz również te nie wiążące się z jakimkolwiek wcześniej utrwalonym egzemplarzem (np. w niniejszym przypadku przekaz za pośrednictwem satelity, nie będący nagraniem w rozumieniu art. 6 ust. 1 pkt 4). Wskazana wyżej bardzo szeroka definicja „odtworzenia” jest konsekwencją zobowiązań wynikających z konwencji międzynarodowych, których Polska jest stroną.

Na marginesie rozważań należy zaznaczyć, iż działalność podmiotu zamawiającego usługę *narrowcastingową*, nie nosi cech reemisji w rozumieniu art. 6 ust. 1 pkt 5 pr.aut. Warunkiem koniecznym do dokonywania reemisji jest poprzedzenie jej nadaniem w rozumieniu pr.aut., albowiem remitowaniem utworu jest jego rozpowszechnianie przez inny podmiot niż pierwotnie nadający, drogą przejmowania w całości i bez zmian programu organizacji radiowej lub telewizyjnej oraz równoczesnego i integralnego przekazywania tego programu do powszechnego odbioru (art. 6 ust. 1 pkt 5 pr.aut.). Skoro podmiot instalujący system *narrowcastingowy* i dokonujący bezpośredniego i technicznego nadania, nie nadaje w rozumieniu ustawy pr.aut., to brak jest możliwości reemisji przekazywanych treści przez podmiot zamawiający usługę *narrowcastingową*. Jedyną – choć wątpliwą – drogą do uznania, że podmiot instalujący system *narrowcastingowy* i dokonujący bezpośredniego i technicznego nadania, jest podmiotem zobowiązanym do uiszczania opłat z tytułu publicznego odtworzenia utworów, jest uznanie działalności podmiotu instalującego usługę i podmiotu zamawiającego usługę, jako działań łącznych, których konsekwencją jest odtworzenie utworów na terenie określonego lokalu. Jednakże i w takim przypadku kwota należna organizacjom zbiorowego zarządzania może być kwotą podwójną.

---

### Summary

The present forms of communication, whether via picture or sound, assume various forms. Every new form of such communication poses a new challenge, not only for technicians and computer scientists, who analyze issues regarding the direct servicing of such messages on a continuous basis, but also for lawyers. *Narrowcasting* is among the new forms of transmitting audiovisual messages. This phenomenon was mentioned in the doctrine of J. Barta and R. Markiewicz. T. Goban-Klas and P. Sienkiewicz were right when they observed that the new ways of delivering information take the form of a so-called *narrowcasting*, i.e. communication which is only targeted at selected recipients and involves segmentation of the audience. The authors stressed the difference which occurs between a speech delivered to numerous listeners and impersonal mass communication (the difference is erased by applying the single notion of allocution). The new medium has provided an opportunity to overcome the quasi-monopoly of the mass media in the field of indirect social communication. On the other hand, the higher level of addressability of the new media (i.e. *narrowcasting* as opposed to broadcasting, or collectiveness as opposed to dispersion) poses new dilemmas for the communicators.