

Streszczenie

Imię i nazwisko autora: Marta Małgorzata Florczak

Tytuł pracy: Ochrona małoletnich przed przekazami handlowymi w programach telewizyjnych

Celem rozprawy jest zdiagnozowanie zagrożenia związanego z emitowaniem reklam w trakcie emisji w telewizji audycji dla dzieci, a następnie udzielenie odpowiedzi na pytania badawcze: czy obowiązujące regulacje prawne skutecznie chronią prawa małoletnich przed przekazami handlowymi? Co faktycznie wiedzie prym: dobro dziecka czy wynikające z zasady wolności działalności gospodarczej dążenie dysponentów mediów do maksymalizacji zysku, nawet jeżeli miałyby ono narażać ich na konsekwencje prawne? Czy konsekwencje finansowe ponoszone przez nadawców w przypadku stwierdzenia emisji reklam w telewizji w sposób sprzeczny z prawem są wystarczająco dolegliwe i skutecznie egzekwowane, by przynieść spodziewany efekt?

Zagadnienia niwelowania oddziaływania przekazów handlowych na małoletnich reguluje przede wszystkim ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji wraz z aktami wykonawczymi. Ustawodawca w 2021 r. umożliwił jednak nadawcom przerywanie reklamami trwających dłuższej niż 60 minut audycji dla dzieci, wbrew interesowi małoletnich, kierując się interesem przedsiębiorcy.

Problem badawczy pracy jest zatem istotny w kontekście zagwarantowania prezentowania pożądaných treści w telewizji. Przedmiotowa praca, a także opublikowane w niej wyniki przeprowadzonych badań własnych dotyczących emisji reklam w trakcie audycji dla dzieci, mogą stanowić refleksję nad powrotem do zakazu przerywania audycji dla dzieci reklamami. Powiązanie analizy stanu normatywnego z tymi badaniami umożliwiło zweryfikowanie wpływu zliberalizowania ochrony małoletnich widzów na zasadę dobra dziecka.