

# REKLAMY ŻYWNOSCI W TELEWIZYJNYCH PROGRAMACH I AUDYCJACH DLA DZIECI

Analiza KRRiT na podstawie danych z badania telemetrycznego AGB Nielsen Media Research

---

*dr Agnieszka Wąsowska – dyrektor*

*Departamentu Monitoringu Biura KRRiT*

*Monika Trochimczuk – p.o. naczelnika*

*Departamentu Monitoringu Biura KRRiT*

Regulacje dotyczące rynku programów telewizyjnych związane z reklamami żywności mają na względzie dobro najmłodszych widzów, którzy są szczególnie podatni na przekaz reklamowy.

Liczne badania wskazują, że nadwaga i otyłość wśród dzieci stają się coraz bardziej powszechne. W Polsce odsetek dzieci i nastolatków z nadmierną masą ciała wynosi 22% (dane z 2020 r.). Dla porównania w latach 70. XX wieku nadwaga i otyłość dotyczyły zaledwie 10% uczniów<sup>1</sup>. Nadmierna masa ciała prowadzi do wielu zaburzeń zdrowotnych, w szczególności rozwoju cukrzycy, chorób układu krążenia, chorób nowotworowych, a także wpływa na kondycję psychiczną, szczególnie w przypadku młodych osób przyczyniając się do niskiej samooceny, depresji, czy też problemów w relacjach rówieśniczych.

Specjaliści zwracają uwagę, że na rozwój otyłości u dzieci mają wpływ czynniki biologiczne, behawioralne, społeczne, środowiskowe i ekonomiczne, a także złożone interakcje między nimi, które promują nieprawidłowe nawyki żywieniowe i dodatni bilans energetyczny. Warunkiem prawidłowego rozwoju psychofizycznego dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym jest odpowiedni sposób żywienia. Dzieci w wieku szkolnym należą do grupy osób najbardziej narażonych na skutki nieprawidłowego żywienia. W tym okresie na kształtowanie nawyków żywieniowych wpływ wywierają – oprócz środowiska rodzinnego – rówieśnicy i media, które promują m.in. żywność typu *fast food*, słodkie, gazowane napoje oraz słodczyce. Do najczęściej wymienianych błędów żywieniowych w tej grupie wiekowej należą:

- nieregularność spożywanych posiłków, omijanie śniadań,
- duże spożycie słodkich napojów oraz słodkich i słonych przekąsek,

---

<sup>1</sup> Za „Zalecenia żywienia dzieci – profilaktyka otyłości”, prof. dr hab. n. med. Jarosław Kierkuś, mgr Paulina Mika-Stępkowska. Maj 2020

- małe spożycie warzyw, owoców, mleka i produktów mlecznych oraz pełnoziarnistych produktów zbożowych,
- zwiększające się spożycie żywności wysokoprzetworzonej typu *fast food*,
- niewystarczające spożycie ryb.<sup>2</sup>

Według badań publikowanych przez WHO, codziennie po słodczyce sięga 26% polskich nastolatków (badanie w grupach 11, 13 i 15 latków), a 16% pije codziennie słodkie napoje gazowane<sup>3</sup>. Raport stwierdza, że odsetek nastolatków, u których występuje otyłość wzrósł z 19,9% w 2014 r. do 21,7% w 2018 r. Podobnie sytuacja wygląda u młodszych. W grupie wiekowej 6-9 lat słodkie napoje gazowane pije codziennie 15% dzieci, a 30% dzieci pije je częściej niż 3 razy w tygodniu. Jednocześnie co trzecie (!) dziecko z tej grupy ma nadwagę a u 13,6% stwierdzono otyłość.<sup>4</sup>

Nadawcy programów telewizyjnych, którzy mają w swojej ofercie audycje adresowane do dzieci, mają obowiązek zapewnienia, aby audycjom tym nie towarzyszyły przekazy handlowe dotyczące artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana. Taki zapis został zawarty w ustawie o radiofonii i telewizji (dalej zamiennie: u.r.t.)<sup>5</sup> (art. 16b 3a), zaś swoje uszczegółowienie znalazł w akcie samoregulacyjnym *Porozumienie nadawców telewizyjnych w sprawie zasad rozpowszechniania reklam i wskazań sponsorskich dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana*.<sup>6</sup> Porozumienie to jest efektem współpracy Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (dalej jako: KRRiT), nadawców telewizyjnych, Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy oraz Polskiej Federacji Producentów Żywności Związek Pracodawców (dalej jako: porozumienie).

## ■ ZASADY ZAWARTE W POROZUMIENIU

Wypracowany system samoregulacyjny precyzuje zasady dotyczące emisji reklam i wskazań sponsorskich towarzyszących audycjom dla dzieci. Sygnatariusze porozumienia zobowiązali się, że audycjom dla dzieci nie będą towarzyszyć reklamy oraz wskazania sponsorskie dotyczące artykułów spożywczych lub napojów, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana. W treści porozumienia zostały przyjęte definicje, z których kluczową jest definicja **audycji dla dzieci**. Przyjęto, że jest to audycja, która ze względu na porę nadawania (w godzinach 6.00 do 20.00) i treść jest adresowana (skierowana) głównie do odbiorców (dzieci) w wieku od 4 do 12 lat. Definicja ta

<sup>2</sup> tamże

<sup>3</sup> *Spotlight on adolescent health and well-being - Findings from the 2017/2018 Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) survey in Europe and Canada. International report*

<sup>4</sup> *WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI) Report on the fifth round of data collection, 2018–2020*

<sup>5</sup> Ustawa z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r., poz. 1722 z późn. zm), dalej jako u.r.t.

<sup>6</sup> <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-chroni-dzieci-przed-reklamami-tzw-niezdrowej-zywnosci>

sprecyzowała porę nadawania właściwą dla widowni dziecięcej jako godziny między 6.00 a 20.00, a także zawężyła grono odbiorców dziecięcych do grupy w wieku między 4 a 12 rokiem życia, co stanowi istotną 7777różnicę pomiędzy zapisami porozumienia a przepisem ustawowym. Należy w tym miejscu podkreślić, że powyższa, przyjęta porozumieniu definicja audycji dla dzieci różni się od definicji ustawowej oraz wykładni tej definicji stosowanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Kwestia ustawowych kryteriów definicji audycji dla dzieci oraz przyjętego przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji pojęcia „dziecko” została omówiona w kolejnym rozdziale.

Trzonem omawianej samoregulacji są *Kryteria Żywnościowe reklamy żywności skierowanej do dzieci do lat 12*<sup>7</sup> opracowane przez Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców w oparciu o *White Paper EU Pledge Nutrition Criteria*<sup>8</sup>. Kryteria żywieniowe zawierają wytyczne dla różnych kategorii produktów żywnościowych, ze wskazaniem poziomu zawartości składników odżywczych wymagających ograniczenia, takich jak: wartość kaloryczna, sód, kwasy tłuszczowe nasycone oraz cukry, a także ze wskazaniem składników, których obecność należy promować. Przykładowe kryteria dla jednej z kategorii produktów żywnościowych, jaką są majonezy, sosy sałatkowe, marynaty, sosy winegret:

<b>MAJONEZ, SOSY SAŁATKOWE, MARYNATY, SOSY WINEGRET...</b>			
<b>WARTOŚĆ KALORYCZNA (KCAL/100 G LUB 100 ML)</b>	<b>SÓD (MG/100 G LUB 100 ML)</b>	<b>TŁUSZCZE NASYCONY (G/100G LUB 100 ML)</b>	<b>CUKRY OGÓŁEM (G/100G LUB 100ML)</b>
≤ 607 kcal/100 g lub ≤ 566 kcal/100 mg	≤ 750	≤ 33% tłuszczu ogółem jest SFA (w tym TFA)	≤ 5
<b>SKŁADNIKI, KTÓRYCH OBECNOŚĆ NALEŻY PROMOWAĆ</b>			
≥ 25% tłuszczów jest PUFA			

Aby móc reklamować dany produkt przy audycjach dla dzieci, produkt musi zawierać wymaganą ilość „składników, których obecność należy promować”, a także niższe od progowych wartości „składników odżywczych wymagających ograniczenia”.

<sup>7</sup> Zob. <https://www.gov.pl/attachment/de05aa4d-8134-4918-b09b-73389de7508e>

<sup>8</sup> Zob. <https://eu-pledge.eu/eu-pledge-nutrition-criteria/>

W ramach opracowanych wytycznych wyodrębniono również kategorie produktów żywnościowych, dla których **nie przewidziano żadnych kryteriów pozwalających na reklamę przy audycjach dla dzieci**. Dotyczy to następujących kategorii produktów żywnościowych:

1. **cukier i produkty na bazie cukru**, obejmujące:
  - czekoladę i wyroby czekoladowe,
  - dżem lub marmoladę,
  - nieczekoladowe słodczyce i inne produkty cukrowe;
2. **napoje bezalkoholowe**;
3. **chipsy ziemniaczane i przekąski na bazie ziemniaków, w tym produkty z ciasta**.

W dalszej części raportu produkty z powyższych trzech kategorii są przywoływane odpowiednio jako: **słodczyce**, **napoje** oraz **stłone przekąski**.

**Zawarte w porozumieniu kryteria żywieniowe uzyskały akceptację Instytutu Żywności i Żywienia, zostały również zatwierdzone przez Ministerstwo Zdrowia.**

Sygnatariusze porozumienia zobowiązali się wymagać od reklamodawców złożenia oświadczenia o zgodności z kryteriami żywieniowymi reklamowanych oraz prezentowanych we wskazaniach sponsorskich produktów rozpowszechnianych przez nadawców telewizyjnych przed, po lub w trakcie audycji dla dzieci.

Porozumienie zostało podpisane przez następujących nadawców telewizyjnych: CANAL+ Polska S.A., Telewizja Polsat sp. z o.o., Telewizja Polska S.A., Telewizja Puls sp. z o.o., TVN S.A., VIMN Poland sp. z o.o., The Walt Disney Company Limited, Music TV sp. z o.o., Lemon Records sp. z o.o. (której programy są obecnie nadawane przez Polo TV Sp. z o.o.), Stavka sp. z o.o., Superstacja sp. z o.o., TVS sp. z o.o., Telewizja Republika S.A. Warto zauważyć, że spółka The Walt Disney Company Limited, będąca nadawcą trzech programów w języku polskim dla dzieci, przystąpiła do porozumienia mimo, że jej programy nie mają polskiej koncesji.

KRRiT oraz Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy zatwierdziły porozumienie oraz monitorują stopień realizacji przyjętych postanowień. Porozumienie obowiązuje od 1 stycznia 2015 r., zaś system samoregulacji został uznany przez Europejskie Stowarzyszenie Standardów Reklamowych EASA Alliance za największe dokonanie roku 2015.

## ■ KRYTERIA DEFINICJI AUDYCJI DLA DZIECI

**1. Audycja dla dzieci – definicja zawarta w u.r.t.** Zarówno dyrektywa 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dalej jako: dyrektywa 2010/13/UE), jak i dyrektywa 2018/1808/UE zmieniająca dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych ze względu na zmianę sytuacji na rynku (dalej jako: dyrektywa 2018/1808/UE),

nie zawierają definicji legalnej pojęcia „audycja dla dzieci”. Takie audycje zostały jedynie wymienione przez ustawodawcę unijnego w art.1 ust. 1 pkt b obu ww. dyrektyw – obok innych gatunków i rodzajów – jako jeden z przykładów audycji. Ustawodawca krajowy, dokonując transpozycji przyjętych w dyrektywie 2010/13/UE regulacji do polskiego porządku prawnego, zdecydował się na zdefiniowanie audycji dla dzieci. Uczynił to w art. 4 pkt 15 u.r.t. Przepis ten stanowi, że audycją dla dzieci jest audycja, która ze względu na czas nadania i treść jest skierowana głównie do dzieci. Wykładnia przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t prowadzi do wniosku, że sama tylko treść audycji nie przesądza czy dana audycja jest audycją dla dzieci w rozumieniu u.r.t. Dopiero treść audycji oceniana łącznie z czasem jej nadania, o ile według każdego z tych kryteriów głównym odbiorcą audycji są dzieci, pozwala na zakwalifikowanie danej audycji jako audycji dla dzieci. W konsekwencji audycja, której treść jest w sposób oczywisty skierowana do dzieci (odnośnie do kryterium wiekowego – patrz: pkt. 2 poniżej), jeżeli zostanie rozpowszechniona w godzinach wieczornych (odnośnie do kryterium czasu nadania – patrz: pkt. 4 poniżej), nie będzie audycją dla dzieci w rozumieniu u.r.t.

Taka dystynkcja ma czasami praktyczny wpływ na strukturę programów telewizyjnych. Jest to ściśle związane z istotnymi ograniczeniami ustawowymi dotyczącymi przekazów handlowych w kontekście audycji dla dzieci. Przykładowo: (i) art.16a ust. 6a u.r.t. zakazuje przerywania audycji dla dzieci trwających krócej niż godzinę, w celu nadania reklamy lub telesprzedaży, (ii) zgodnie z art. 16b ust. 3a u.r.t. audycjom dla dzieci nie powinny towarzyszyć przekazy handlowe dotyczące artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana, (iii) art. 17a ust. 1 u.r.t. formułuje zakaz lokowania produktu w audycjach dla dzieci. Podstawą aksjologiczną wskazanych wyżej ograniczeń jest potrzeba zapewnienia zwiększonego poziomu ochrony małoletnich odbiorców – z uwagi na ograniczone w tym wieku zdolności do krytycznego myślenia i postrzegania rzeczywistości oraz niewykształcone w pełni umiejętności analizy i interpretacji – przed niekorzystnym wpływem przekazów handlowych. Przywołane ograniczenia przestają wiązać nadawcę, gdy audycję, której treść jest skierowana głównie do dzieci, rozpowszechni w godzinach wieczornych, w takim bowiem przypadku, o czym była już mowa, audycja nie będzie mogła zostać uznana za audycję dla dzieci. Zabraknie zatem wyczerpania jednego z kryteriów normatywnych, które muszą zostać spełnione, aby dana audycja stanowiła audycję dla dzieci w rozumieniu u.r.t. To właśnie z uwagi na opisane powyżej otoczenie prawne, istotne w omawianym wątku dla nadawców programów telewizyjnych (w szczególności dotyczące zakazu z art. 16b ust. 3a u.r.t.), niejednokrotnie popularne filmy stworzone głównie z myślą o młodej widowni (np. *Król lew*, *Kraina lodu*, *Iniemamocni*) znajdują dla siebie miejsce w ramówkach programów telewizyjnych dopiero po godzinie 20.00, która to pora może budzić zdziwienie u odbiorców programów. Uzupełniająco warto w tym wątku zauważyć, że w świetle art. 4 pkt 15 u.r.t. ta sama audycja (np. jeden z ww. filmów) nadana przed godz. 20.00 będzie audycją dla dzieci i w związku z tym musi zostać wyemitowana bez żadnych reklam promujących artykuły spożywcze lub napoje zawierające składniki, których obecność w

nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana, zaś nadana po godzinie 20.00 nie będzie mogła zostać uznana za audycję dla dzieci, co pozwoli już nadawcy na zamieszczenie przy lub w trakcie trwania takiej audycji reklam słodczy, *fast foodów*, słodkich, gazowanych napojów lub tzw. energetyków) zgodnie przepisami odnoszącymi się do tych przekazów handlowych.

**2. Dzieci.** Pojęcie dziecka nie zostało zdefiniowane w przepisach u.r.t. Treść normatywna tego pojęcia jest relewantna dla stosowania przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t., gdyż właściwe subsumowanie pod zakres tej normy, tj. rozstrzygnięcie czy dana audycja jest audycją dla dzieci, wymaga między innymi odkodowania granicy wieku, do której odbiorcy usług medialnych są uznawani za dzieci. Trzeba zaznaczyć, że u.r.t. w szeregu przepisów, obok pojęcia „dziecko”, posługuje się także pojęciem „małoletni”; patrz np.: art. 18 ust. 4-5 i 5a, art. 18 ust. 6 i art. 47e ust. 1-4 u.r.t. Użycie przez ustawodawcę w jednym akcie prawnym dwóch różnych pojęć: „dziecko” i „małoletni” w odniesieniu do tego samego przedmiotu regulacji, a mianowicie ochrony przed szkodliwym wpływem niektórych rozpowszechnianych treści na prawidłowy rozwój nieukształtowanych w pełni, z racji wieku, odbiorców, i w konsekwencji relacja znaczeniowa między tymi pojęciami, może budzić pewne wątpliwości interpretacyjne w procesie dekodowania normy z art. 4 pkt 15 u.r.t. Dla prawidłowego ustalenia zakresu znaczeniowego pojęcia dziecko na gruncie u.r.t. należy rozpoznać czy polski porządek prawny posługuje się w innych ustawach tym pojęciem i jakie temu pojęciu nadaje znaczenie. Taka formuła poszukiwania odpowiedzi na pytanie kogo należy w rozumieniu u.r.t. uznawać za dziecko znajduje mocne uzasadnienie w zakazie wykładni homonimicznej, zgodnie z którym tym samym zwrotom nie należy przypisywać różnych znaczeń. Doniosłość tej reguły wykładniczej potwierdził Trybunał Konstytucyjny w uchwale z dnia 29 stycznia 1992 r., wskazując, że w sytuacji, gdy ustawodawca chce nadać tym samym wyrażeniom występującym w różnych ustawach odmienne znaczenie, a tym samym odstąpić od zakazu wykładni homonimicznej, wówczas powinien to w tekście prawnym wyraźnie zaznaczyć (W 14/91 OTK 1992, nr 1) (zob. G. Wierczyński, *Redagowanie i ogłaszanie aktów normatywnych. Komentarz*, Oficyna 2009, LEX/el).

Konstytucja RP w art. 70 ust. 3, zawierającym rozwinięcie przewidzianego w art. 70 ust. 1 prawa do nauki połączonego tam z obowiązkiem nauki do 18 roku życia, stanowi m.in., że rodzice mają wolność wyboru dla swoich dzieci szkół innych niż publiczne. Z treści przepisów art. 70 Konstytucji RP można wnioskować, że ustawa zasadnicza przyjmuje, iż dziećmi są osoby, które nie ukończyły 18 lat. Prawo rodzinne przyjmuje, że do osiągnięcia pełnoletności dziecko podlega władzy rodzicielskiej (art. 92 kodeksu rodzinnego i opiekuńczego). Zakres znaczeniowy pojęcia „pełnoletni” wyjaśniają przepisy prawa cywilnego materialnego. Stosownie do art. 10 § 1 k.c. pełnoletnim jest, kto ukończył lat osiemnaście. Wyjątkiem od tej zasady jest uzyskanie pełnoletności w następstwie zawarcia małżeństwa przez małoletniego (10 § 2 k.c.). Zatem w rozumieniu prawa cywilnego małoletnim jest osoba, która nie ukończyła 18 lat i nie zawarła małżeństwa. Ustawa z dnia 6 stycznia 2000 r. o Rzeczniku Praw Dziecka w art. 2 ust. 1 stanowi, że w jej rozumieniu dzieckiem jest każda istota ludzka od



poczęcia do osiągnięcia pełnoletności. Analiza powyższych unormowań, pochodzących z różnych aktów prawnych rangi ustawowej, prowadzi do wniosku, że w polskim porządku prawnym pojęcie „dziecko” oznacza osobę do 18 roku życia, z uwzględnieniem, że za dziecko przestaje być uznawana osoba, która przed ukończeniem 18 lat zawarła związek małżeński. Wobec braku wyraźnego wskazania w przepisach u.r.t., że na gruncie tej ustawy pojęciu dziecka należy przypisywać inne od istniejącego już w systemie prawnym znaczenie oraz mając na uwadze zakaz wykładni homonimicznej, należy przyjąć, że dziecko na gruncie u.r.t. oznacza osobę, która nie ukończyła 18 roku życia (stany faktyczne, w których osiągnięcie pełnoletności jest skutkiem zawarcia małżeństwa przez małoletniego pozostają bez znaczenia dla wykładni przepisów u.r.t.). Taką właśnie wykładnię pojęcia „dziecko” stosuje Przewodniczący KRRiT w ramach sprawowania kontroli nad przestrzeganiem przez dostawców usług medialnych przepisów u.r.t. (m.in. w decyzjach nr DM-5/2017 z 21.07.2017 r., DM-7/2017 z 18.08.2017 r., DM-10/2017 z 14.09.2017 r., DM-11/2017 z 14.09.2017 r., DM-12/2017 z 14.09.2017 r., DM-13/2017 z 14.09.2017 r., 4/DPz/2017 z 26.10.2017 r., DM-8/2019 z 19.07.2019 r., DM-9/2019 z 19.07.2019 r., 5/DPz/2019 z 22.07.2019 r.). Poprawność tej wykładni potwierdziła judykatura, posiłkując się w procesie rekonstrukcji normy z przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. przepisem art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 6 stycznia 2000 r. o Rzeczniku Praw Dziecka, w świetle którego dzieckiem jest każda istota ludzka od poczęcia do osiągnięcia pełnoletności i przyjmując, że definicja dziecka z ustawy o Rzeczniku Praw Dziecka powinna mieć zastosowanie dla ocen dokonywanych w sprawach regulowanych przez przepisy u.r.t. (zob. wyrok SA w Warszawie z 25 lutego 2021 r., sygn. akt VII AGa 364/20).

Niezależnie od argumentacji odwołującej się do regulacji krajowych, wykładnia pojęcia „dziecko” dokonywana w świetle prawa unijnego prowadzi również do wniosku, że obejmuje ono osoby, które nie ukończyły 18 lat (por. wyrok SA w Warszawie z 25 czerwca 2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18). Dyrektywa 2010/13/UE, o czym była już mowa, posługuje się wyrażeniem „dziecko” nie definiując jego znaczenia. Wobec powyższego pojęcie „dziecko” winno być interpretowane tak, aby zapewnione były prawa dzieci wymienione w motywach od 59 do 62 dyrektywy 2010/13/UE, służące ochronie rozwoju fizycznego, umysłowego i moralnego małoletnich odbiorców. Ani w przepisach ani w motywach ww. dyrektywy nie ma przesłanek, aby granice wiekowe ustalać inaczej, niż wynika to z art.1 Konwencji o prawach dziecka przyjętej przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych 20 11. 1989 r. (Dz. U. z 1991 r. Nr 120, poz. 526), według którego dzieckiem jest każda istota ludzka w wieku poniżej osiemnastu lat. Pominięcie przez ustawodawcę zdefiniowania odbiorcy dziecięcego jest wynikiem implementacji dyrektywy 2010/13/UE (również nie określającej w tym kontekście żadnego przedziału wieku), co uzasadnia posłużenie się uniwersalną granicą wiekową przyjętą w podstawowym akcie prawnym, będącym punktem odniesienia w prawie europejskim dotyczącym praw dziecka (zob. wyrok SA w Warszawie z 21 lutego 2020 r., sygn. akt VII AGa 2043/18, wyrok SA w Warszawie z 25 czerwca 2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18)).

Uzupełniająco należy dodać, że wyroki wskazane w zdaniu poprzedzającym zapadły w sprawach zainicjowanych przez nadawców ukaranych decyzjami Przewodniczącego KRRiT, którzy w odwołaniach od wydanych przeciwko nim decyzji argumentowali, że Przewodniczący KRRiT, przyjmując, że dzieckiem jest każda istota ludzka od poczęcia do osiągnięcia pełnoletności, zastosował niedopuszczalną na gruncie prawa administracyjnego rozszerzającą wykładnię pojęcia „audycja dla dzieci”, w sytuacji gdy prawidłowa wykładnia tego pojęcia powinna objąć nim tylko „młodsze” dzieci, np. osoby do lat 7. Z kolei w literaturze przedmiotu został zaprezentowany pogląd, zgodnie z którym za dzieci w rozumieniu przepisów u.r.t. należy uznać osoby do 16 roku życia (tak: K. Wojciechowski [w:] *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, S. Piątek (red.), W. Dziomdziora, K. Wojciechowski, C.H.Beck, 2014, s. 52). Dla przywołanych powyżej poglądów zawężających zakres znaczeniowy pojęcia „dziecko” w świetle przepisów u.r.t. trudno jest jednak znaleźć argumenty normatywne. Brak stosownej definicji legalnej pojęcia „dziecko” na gruncie dyrektywy 2010/13/UE, 2018/1808/UE i u.r.t. nie upoważnia bowiem do prób odtworzenia jego znaczenia w oparciu o kryteria pozaprawne, wypracowane przez takie dziedziny nauki, jak np. psychologia czy medioznawstwo. Kryteria te mają charakter pozanormatywny, w związku z czym nie jest uprawnione posługiwanie się nimi do dekodowania znaczenia pojęć ustawowych. Rozważania odwołujące się do innych, niż prawo, dziedzin nauki mają niewątpliwie wkład w rozumienie rozwoju procesów poznawczych człowieka, ale terminologia aktów prawnych powinna podlegać wykładni prawa (zob. wyrok SA w Warszawie z dnia 25 czerwca 2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18, wyrok SA w Warszawie z 21 lutego 2020 r., sygn. akt VII AGa 2043/18, wyrok SA w Warszawie z 4 listopada 2020 r., sygn. akt VII AGa 2299/18).

W świetle aktualnego dorobku orzecznictwa (patrz też: wyrok SN z 18 października 2019 r., sygn. akt I NSK 60/18) zasadne jest zatem twierdzenie, że wykładnia przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. w zakresie pojęcia „dziecko” jest ugruntowana a zgodnie z nią nie ma podstaw do ograniczenia zakresu podmiotowego tego pojęcia do tzw. „dzieci młodszych” i należy pod pojęciem „dziecko” rozumieć osoby w wieku poniżej 18 lat (podobnie: G. Tylec [w:] *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, A. Niewęłowski (red. nauk.), K. Chałubińska-Jentkiewicz, M. Chrzanowski, T. Demendecki, T. Drab, E. Duda-Staworko, M. Konstankiewicz, G. Koziół, W. Lis, G. Lubeńczuk, A. Niewęłowski, D. Ossowska-Salamonowicz, S. Patyra, M. Salamonowicz, J. Sobczak, G. Tylec, C. Zapała, Wolters Kluwer, Warszawa 2021, s. 112; E. Czarny-Drożdziejko, *Komentarz. Ustawa o radiofonii i telewizji*, LexisNexis, Warszawa 2014, s. 68).

**3. Kategoryzacja dzieci w świetle aktów wykonawczych do u.r.t.** Art. 18 ust. 6 i art. 47e ust. 1-4 u.r.t. zawierają upoważnienie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania aktów wykonawczych rangi rozporządzeń. I tak: art. 18 ust. 6 u.r.t. zawiera delegację dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania rozporządzenia m.in. określającego podział małoletnich na kategorie wiekowe oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i rozpowszechniania audycji lub innych przekazów, o których mowa w art. 18 ust. 5b u.r.t.



z uwzględnieniem godzin nadawania audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii. Z kolei art. 47e ust 4 u.r.t. upoważnia Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do wydania rozporządzenia określającego cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów oraz wzory odpowiednich symboli graficznych, uwzględniając stopień szkodliwości audycji dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych oraz specyfikę audiowizualnych usług medialnych na żądanie, a na podstawie art. 47p ust. 3 u.r.t. rozporządzenia w ww. obszarze w odniesieniu do platform udostępniania wideo.

Dla porządku warto wskazać, że w związku z brakiem definicji pojęcia „małoletni” w przepisach u.r.t., przy interpretacji przesłanki małoletniości na gruncie u.r.t. należy, podobnie jak w przypadku rekonstrukcji pojęcia „dziecko”, odwołać się do wynikającego z innych przepisów rangi ustawowej znaczenia pojęcia „małoletni” (patrz: pkt 2 powyżej). Zastosowanie tej metody wykładniczej w połączeniu z zakazem stosowania interpretacji homonimicznej prowadzi do wniosku, że na gruncie u.r.t. pojęcie małoletni oznacza osobę nie mającą ukończonych 18 lat; wypada w tym miejscu powtórzyć, że stany faktyczne, w których osiągnięcie pełnoletniości jest skutkiem zawarcia małżeństwa przez małoletniego pozostają bez znaczenia dla wykładni przepisów u.r.t. Odnosząc powyższe do relacji, jaka zachodzi pomiędzy użytym w art. 4 pkt 15 u.r.t. pojęciem „dzieci” a stosowanym w innych przepisach u.r.t. oraz przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji w ww. aktach wykonawczych pojęciem „małoletni”, trzeba stwierdzić, że są to wyrażenia mające tożsame zakresy znaczeniowe – każde z nich obejmuje osoby, które nie ukończyły 18 roku życia.

W rozporządzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 13 kwietnia 2022 r. w sprawie kwalifikowania, rozpowszechniania i sposobu zapowiadania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich (dalej jako „rozporządzenie KRRiT”) prawodawca przyjął, w kontekście zasad kwalifikowania audycji lub innych przekazów, o których mowa w art. 18 ust. 5 u.r.t., cztery kategorie wiekowe osób małoletnich: bez ograniczeń wiekowych, od lat 7, od lat 12 i od lat 16. Natomiast w wydanym na podstawie upoważnienia z art. 47e ust. 4 u.r.t. rozporządzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 13 kwietnia 2022 r. w sprawie szczegółowych zasad ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, przyjęte zostały, odnośnie do audiowizualnych usług medialnych na żądanie, trzy kategorie wiekowe osób małoletnich: bez ograniczeń wiekowych, od lat 12 i od lat 16. Analogiczny podział kategorii małoletnich organ regulacyjny przyjął w akcie wykonawczym adresowanym do platform udostępniania wideo. Należy zatem stwierdzić, mając na uwadze, że na gruncie u.r.t. i przepisów wykonawczych do u.r.t., pojęcia „dziecko” i „małoletni” są tożsame znaczeniowo, że dzieci objęte zostały przez prawodawcę kategoryzacją ze względu na szczególne cechy rozwojowe właściwe dla danej kategorii wiekowej (od najmłodszych odbiorców po grupę widzów/słuchaczy w wieku od 16 do ukończonych 18 lat) i konieczność dostosowania do tych cech poziomu ochrony przed szkodliwymi treściami. Uzupełniająco warto dodać, że prawodawca, bazując na tożsamości zakresów znaczeniowych omawianych pojęć, posłużył się nimi wymiennie w załączniku do

rozporządzenia KRRiT. Przykładowo: przy opisie II kategorii wiekowej w tym samym zdaniu użyte zostały wyrażenia „dzieci w wieku od 7 lat i „małoletni z tej grupy wiekowej.

**4. Czas nadania audycji** jest jednym z kryteriów, przy pomocy którego dokonuje się oceny czy dana audycja jest skierowana głównie do dzieci, przy czym z oczywistych względów można go analizować wyłącznie w kontekście audycji rozpowszechnionych w usługach linearnych (np. w programach telewizyjnych), ponieważ cechą charakterystyczną usług nielinearnych (np. audiowizualnych usług medialnych na żądanie – serwisów VOD) jest to, że umożliwiają użytkownikom odbiór audycji w wybranym przez nich momencie i na ich życzenie.

Przy interpretacji tej przesłanki można się posłużyć regulacjami rozporządzenia KRRiT. W rozporządzeniu tym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, nie tylko dokonała podziału na kategorie wiekowe małych odbiorców (patrz: pkt. 3 powyżej), ale także określiła warunki oceny i kwalifikacji audycji (i innych przekazów) w powiązaniu z czasem ich rozpowszechnienia. Na podstawie tego podziału audycje i inne przekazy kierowane do małych przypisanych do kategorii I-III (tj. odbiorców do lat 12) mogą być emitowane bez ograniczeń czasowych, zaś audycje i inne przekazy kierowane do małych przypisanych do kategorii IV, czyli małych od lat 16 – po godzinie 20.00. Jednocześnie audycje zakwalifikowane, zgodnie z art. 18 ust. 5 u.r.t. oraz załącznikiem nr 3 do ww. rozporządzenia, jako zawierające sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małych, mogą być rozpowszechniane wyłącznie w godzinach od 23.00 do 6.00. O ile ww. podział na kategorie wiekowe małych wraz z przypisanymi do tych kategorii przedziałami czasowymi, jest wskazówką pomocną w procesie kwalifikacji czy dana audycja, ze względu na czas jej emisji, jest kierowana głównie do dzieci, to nie powinno się na potrzeby dokonywania takiej kwalifikacji stosować, jak czynią to niektórzy przedstawiciele doktryny, analogii prostej z regulacji u.r.t. mających za przedmiot ochronę małych przed szkodliwymi dla ich prawidłowego rozwoju treściami (w szczególności dotyczy to przywołanego powyżej przepisu art. 18 ust. 5 u.r.t.). Taka wykładnia prowadziłaby bowiem do wniosku, że ponieważ audycje nieprzeznaczone dla dzieci mogą być emitowane w godzinach od 23.00 do 6.00, to audycje dla dzieci mogą znajdować się w przedziale od 6.00 do godziny 23.00 (tak: m.in. G. Tylec [w:] *Ustawa... 2020*, s. 112, E. Czarny-Drożdziejko, *Komentarz... s. 69*). W konsekwencji należałoby przyjąć, że nawet jeśli audycja zostanie nadana w godzinach nocnych, np. po godzinie 22.00, to – o ile druga z przesłanek, tj. treść audycji wskazywałaby, że jest dostosowana do dziecięcego audytorium – powinna zostać uznana za audycję skierowaną głównie do dzieci. Powyższe wnioskowanie wydaje się nietrafione gdyż przepis art. 18 ust. 5 u.r.t. statuuje generalny zakaz rozpowszechniania w godz. 6.00-23.00 scen lub treści mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy rozwój małych, bez określania jakich rodzajów lub gatunków audycji on dotyczy ani grona ich adresatów. Z tej normy nie da się przecież wywieść, że wszystkie audycje rozpowszechnione w ww. godzinach są skierowane głównie do dzieci. Jest oczywiste, że w tych godzinach nadawane są także audycje, które nie są kierowane głównie

do dzieci, ale do zróżnicowanej pod względem wieku widowni, czy wręcz wyłącznie do osób pełnoletnich (przy czym taka kwalifikacja nie wynika z powodu zawartych w nich scen lub treści mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich, ale z uwagi na tematykę danej audycji lub przyjęty w niej sposób przekazu treści). Każdą audycję należy więc analizować odrębnie, biorąc pod uwagę konkretne okoliczności związane z emisją danej audycji, chociaż można się w tym przypadku pokusić się o zakreślenie pewnych przedziałów czasowych, które z dużym prawdopodobieństwem mogą wskazywać w jakich godzinach (i dniach) dzieci są zwyczajowo odbiorcami audycji i przekazów rozpowszechnianych w usługach linearnych. Opierając się na doświadczeniu życiowym należy przyjąć, że są to pory dnia, w których dzieci wykazują się typową dla ich wieku biologiczną aktywnością związaną z rytmem dnia i co do zasady mają możliwość, aby same – bez kontroli rodziców czy opiekunów odpowiedzialnych za ich edukację medialną i wychowanie – oglądać audycje nadawane w telewizji czy odpowiednio słuchać je w radiu. Z pewnością należą do nich dni wolne od zajęć szkolnych i nauki, w szczególności okres od godzin porannych do godz. 20.00 (np. niedzielne przedpołudnie jest czasem, który pozwala przyjąć, że audycja, według kryterium czasu jej nadania, jest kierowana głównie do dzieci) oraz dni powszednie w godzinach popołudniowych, kiedy to dzieci zwykle spędzają swój wolny czas w domu, po powrocie ze szkoły bądź przedszkola. Co do zasady audycjami, które nie są kierowane do dzieci w kontekście omawianej przesłanki czasu emisji, będą zatem takie audycje, które rozpowszechniane są po godzinie 20.00, kiedy to dzieci z reguły nie powinny już same odbierać nadawanych po tej porze treści programowych. Zgodnie bowiem z rozporządzeniem KRRiT., po tej godzinie dopuszcza się rozpowszechnianie audycji od lat 16, a więc treści w nich zawarte nie są kierowane głównie do dzieci, ale przede wszystkim do pełnoletnich odbiorców. Nawet jeśli wśród widzów takiej audycji będą dzieci, w tym przede wszystkim małoletni powyżej 16 lat, nie oznacza to, że są one jej głównymi adresatami, do których treści audycji są kierowane z uwagi na ww. uwarunkowania związane z trybem funkcjonowania i zwyczajową aktywnością dzieci powiązaną z rytmem dnia.

Nie znajduje uzasadnienia, w świetle przyjętej w u.r.t. definicji audycji dla dzieci, powiązanie przesłanki pory emisji takiej audycji z czasem najwyższej oglądalności. Taka próba interpretacji przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. odwołuje się do kryterium pozanormatywnego i prowadzi do uzależnienia oceny czy dana audycja jest audycją dla dzieci od stopnia atrakcyjności oferty programowej, a nie od tego, czy dziecięcy odbiorca ma swobodne możliwości do zapoznania się z wyemitowaną audycją; odmiennie: K. Wojciechowski [w:] *Ustawa...* 2014, s.52.

Z przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. wynika, że oba kryteria ustawowe definiujące audycję dla dzieci należy badać łącznie, a to oznacza, że jeżeli audycja została wyemitowana w czasie, w którym emitowane audycje nie są skierowane głównie do dzieci, to taka ocena znosi potrzebę badania drugiego kryterium, jakim jest treść audycji. W następstwie przyjęcia stanowiska, że audycje nadane po godzinie 20.00 nie są kierowane głównie do dzieci, należy uznać, że

każda audycja wyemitowana po tej godzinie, w tym audycje, które ze względu na treść mogłyby zostać uznane za skierowane głównie do widowni dziecięcej (czyli osób do 18 lat), nie może zostać zakwalifikowana jako audycja dla dzieci (patrz też: pkt 1 in fine powyżej).

**5. Treść audycji.** Audycja z uwagi na jej treść jest skierowana głównie do dzieci jeżeli poruszana w niej tematyka oraz sposób jej przedstawienia są dostosowane z jednej strony do oczekiwań i zainteresowań tej grupy odbiorców, z drugiej – do ich uwarunkowań percepcyjnych oraz możliwości przetwarzania i rozumienia rozpowszechnianych obrazów i treści. O tym, czy audycja ze względu na jej treść jest skierowana głównie do dzieci, decyduje zarówno forma przekazu, jak i fabuła. Sama forma audycji, np. animacja, nie jest samodzielnym kryterium i nie przesądza jeszcze o tym, że audycja jest kierowana głównie do dzieci (zob. wyrok SA w Warszawie z dnia 23 marca 2022 r., sygn. akt VII Aga 913/20), choć w praktyce właśnie tego rodzaju technika najczęściej jest wykorzystywana w produkcjach dla dzieci i powszechnie jest odbierana jako cecha charakterystyczna audycji dziecięcych. Można wymienić wiele przykładów filmów i seriali animowanych adresowanych do widzów pełnoletnich (np. *Włatcy móch*, *Rick i Morty*, *Persepolis*, niektóre rodzaje anime). I odwrotnie: forma pełnometrażowego filmu fabularnego z udziałem znanych aktorów nie przesądza, że mamy do czynienia z audycją przeznaczoną dla widzów pełnoletnich. O treści audycji, jako kierowanej do dzieci, nie decyduje bowiem aktorstwo czy zastosowana technika realizacyjna, lecz podjęta w niej tematyka i sposób jej opowiedzenia (tj. język, scenariusz, wybór bohaterów, charakterystyka postaci, zastosowane poczucie humoru, etc.), które powinny być przystosowane do poziomu rozwoju psychicznego, intelektualnego i emocjonalnego dziecięcego audytorium. Są to audycje prezentujące zasadniczo pozytywny obraz świata, o łagodnym klimacie emocjonalnym, jednoznaczny moralnie (dobro zostaje nagrodzone, złe postępowanie napiętnowane) i wyzbyty z jakichkolwiek scen drastycznych. Brak jest w tego rodzaju audycjach potencjalnie stresujących sytuacji, a jeśli nawet w scenariuszu są zarysowane pewne konflikty, to są one łatwe do rozwiązania i zawsze następuje pomyślny koniec, który często zawiera również bardzo czytelny dla małoletnich odbiorców morał. Fabuła audycji ma na celu przykucie uwagi dzieci i w sposób dla nich interesujący przedstawia i promuje właściwe wzorce zachowania. Charakterystycznym elementem tego rodzaju produkcji jest też obecność licznych elementów magicznych – główni bohaterowie audycji często są wyposażeni w nadprzyrodzone zdolności, a otaczający ich świat jest pełen magii, czarów i tajemniczych zdarzeń. Innym, równie częstym zabiegiem artystycznym, wyróżniającym audycje dla dzieci, jest antropomorfizacja. W wielu bowiem audycjach dla dzieci występują zwierzęta lub przedmioty, którym twórcy tych produkcji nadali cechy człowieka i przypisali ludzkie motywy postępowania.

Nie można przy tym przyjąć, że audycjami dla dzieci są tylko proste, krótkie bajki (zwyczajowo nieprzekraczające 30 minut), niewymagające zbyt dużej koncentracji od widza i zasadniczo nieskomplikowane pod względem treści i formy. Istnieje szereg pełnometrażowych filmów, które mają bardziej rozbudowaną i skomplikowaną fabułę, ale ich adresatem są w dalszym ciągu dzieci (np. pełnometrażowe filmy pt. *Mulan* – zob. decyzja

Przewodniczącego KRRiT nr DM-7/2017 z 18.08.2017 r. czy *Ratatuj* – zob. decyzja Przewodniczącego KRRiT nr DM-9/2019 z 19.07.2019 r., *Shrek 2* – zob. decyzja Przewodniczącego KRRiT nr 5/ DPz/2019 z 22.07.2019 r. ).

Obojętna dla oceny czy z uwagi na treść dana audycja jest przeznaczona głównie dla dzieci jest okoliczność, że oprócz elementów, charakterystycznych dla produkcji dziecięcych (tj. określona tematyka, baśniowa konwencja, zrozumiały dla dzieci język, nieskomplikowana fabuła oraz dodatkowo często stosowana technika animacji, etc.), w audycji znalazły się również treści, które z uwagi na ich szerszy kontekst kulturowy (świadoma gra z konwencją i stereotypami, przewrotny komizm sytuacyjny, odwracanie utartych znaczeń, etc.) mogły nie być wprost czytelne i zrozumiałe dla dziecka, ale wyłącznie dla dorosłego widza. Zamieszczanie w audycji np. żartów, parodii, karykatury, pastiszu, nawiązujących do starszych wzorców kultury, nierozpoznawalnych przez dzieci, nie odbiera takiej audycji charakteru dziecięcego, o ile nie zmienia głównego adresata (tak też K. Wojciechowski [w:] *Ustawa...* 2014, s. 52; wyrok SA w Warszawie z 25 lutego 2021 r., sygn. akt VII AGa 364/20).

Bez znaczenia dla oceny audycji w świetle przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. jest fakt, że wśród odbiorców audycji znajdują się (lub mogą się znaleźć) również osoby dorosłe. Skierowanie audycji głównie do dzieci kładzie bowiem nacisk na adresowanie audycji, a nie jej rzeczywisty odbiór (zob. wyrok SA w Warszawie z 21 lutego 2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18; wyrok SA w Warszawie z 4 listopada 2020 r., sygn. akt VII AGa 2299/18, wyrok; wyrok SA w Warszawie z 25 lutego 2021 r., sygn. akt VII AGa 364/20 ). To przeznaczenie audycji (ocena *ex ante*), a nie krąg jej odbiorców (ocena *ex post*), rozstrzyga o zakwalifikowaniu audycji, ze względu na jej treść (inaczej E. Czarny-Drożdziejko, *Komentarz...* s. 69; w ocenie tej autorki audycja przeznaczona dla dzieci to taka audycja, której 50,01% widowni stanowią dzieci). Przesądza o powyższym użyty w omawianym przepisie zwrot „jest skierowana [audycja – przyp. AW] głównie do dzieci”. Okoliczność, że znaczną czy nawet przeważającą część odbiorców danej audycji stanowią osoby pełnoletnie jest, w obszarze omawianej problematyki, irrelevantna; często odbiorcami audycji są rodzice lub opiekunowie oglądający daną audycję wspólnie z dziećmi. Struktura oglądalności programu nie wpływa zatem na ocenę audycji w świetle przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t. np. audytorium niektórych filmów, które zostały uznane, przez Przewodniczącego KRRiT, a następnie przez sądy I i II instancji, za audycje dla dzieci, stanowili głównie pełnoletni odbiorcy (widownia audycji *Niania i wielkie bum* w dniu 26 grudnia 2018 r. o godzinie 16.00 oraz 1 stycznia 2019 r. o godz. 15.45 składała się w ponad 87% z osób dorosłych, *Toy Story* wyemitowana 2 października 2016 r. o godzinie 16.15 – odpowiednio ok. 82% widzów dorosłych, a widownia filmu *Shrek 2* nadanego 16 września 2018 r. o godz. 17.00 składała się w 84% z osób dorosłych; dane podane za badaniem widowni telewizyjnej AGB Nielsen Media Research). W tym kontekście należy zaznaczyć, że pośród nadawców telewizyjnych formułowany jest pogląd, że na gruncie przepisów u.r.t. zasadne jest wyodrębnienie pozaustawowej kategorii tzw. kina rodzinnego. Miałaby ona obejmować pełnometrażowe filmy skierowane do widowni rodzinnej. Pogląd ten zakłada, że o charakterze takiej produkcji decydowałoby kryterium struktury widowni takiej audycji (tzw.



audytorium rodzinne) w połączeniu z czasem jej trwania (pełnometrażowe filmy). W myśl tej koncepcji w razie zakwalifikowania danej audycji do kategorii kina rodzinnego nie miałaby do takiej audycji zastosowanie art. 16b ust. 3a u.r.t., statuujący bezwzględny zakaz zamieszczania przy (lub w trakcie) audycji dla dzieci przekazów handlowych dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana. Przywołana powyżej koncepcja musi zostać oceniona jako pozbawiona uzasadnienia normatywnego. Jeżeli bowiem dana audycja spełnia przesłanki wskazane w art. 4 pkt 15 u.r.t., to należy ją zakwalifikować jako audycję dla dzieci, ze wszystkimi tego konsekwencjami wynikającymi z u.r.t. Widownia rodzinna (rozumiana jak krąg rodzinny, który zakłada aktywny udział rodzica w edukacji medialnej dzieci) nie jest kryterium prawnym oceny audycji dla dzieci. O tym, że odbiorcami audycji dla dzieci mogą być także pełnoletni była już mowa powyżej, a okoliczność, iż wśród odbiorców tzw. kina rodzinnego są także osoby dorosłe, sprawujące pieczę nad edukacją medialną swoich dzieci, nie zmienia faktu, że zasadniczym (głównym) adresatem takich filmów są dzieci. Również czas trwania audycji (w omawianym wątku filmu z gatunku tzw. kina rodzinnego) jest zaś irrelevantny dla oceny audycji w świetle art. 4 pkt 15 u.r.t. Nie ma w związku z tym podstaw do uznania, że wobec pewnej pozaustawowej podkategorii nie znajduje zastosowanie zakaz z art. 16b ust. 3a u.r.t. Za taką wykładnią przemawia również *ratio legis* wprowadzonego unormowania (tak też Przewodniczący KRRiT m.in. w decyzjach nr DM-5/2017 z 21.07.2017 r., DM-7/2017 z 18.08.2017 r., DM-10/2017 z 14.09.2017 r., DM-11/2017 z 14.09.2017 r., DM-12/2017 z 14.09.2017 r., DM-13/2017 z 14.09.2017 r., 4/DPz/2017 z 26.10.2017 r., DM-8/2019 z 19.07.2019 r., DM-9/2019 z 19.07.2019 r., 5/DPz/2019 z 22.07.2019 r.). Celem zakazu zamieszczania przy audycjach dla dzieci przekazów reklamowych promujących artykuły spożywcze lub napoje zawierające składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana jest bowiem ochrona dzieci przed negatywnym wpływem reklamy, uzasadniona tym, że najmłodszy widzowie nie są jeszcze w stanie w pełni krytycznie ocenić przekazów reklamowych. Omawiany zakaz obowiązuje niezależnie od tego, czy audycja dla dzieci ma postać pełnometrażowego filmu kierowanego do rodzinnego audytorium czy też jest innego rodzaju audycją audiowizualną (zob. wyrok SA w Warszawie z 21 lutego 2020 r., sygn. akt VII AGa 2043/18 i wyrok SA w Warszawie z 25 lutego 2021 r., sygn. Akt VII AGa 364/20).

Za nietrafione, na gruncie przepisu art. 4 pkt 15 u.r.t., należy uznać pomocnicze odwoływanie się przez nadawców, przy rozstrzyganiu czy dana audycja jest audycją dla dzieci na gruncie u.r.t., do ocen i opisów prezentowanych na temat audycji w portalach internetowych, w tym branżowych, oraz przez dystrybutorów tych audycji. Sposób, w jaki zakwalifikowano tam daną audycję (najczęściej film), pozostaje bez wpływu na ocenę czy audycja ta stanowiła audycję dla dzieci w rozumieniu art. 4 pkt 15 u.r.t. Kryteria oceny dokonywanej na podstawie ww. przepisu u.r.t. są bowiem odmienne niż stosowane przez dystrybutorów czy na branżowych portalach internetowych na potrzeby scharakteryzowania audycji (zob. wyrok SA w Warszawie z 21.02.2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18). Za



bezwartościową dla powyższej oceny należy uznać także kwalifikację wiekową audycji dokonaną w innych krajach (zob. wyrok SA w Warszawie z 10 czerwca 2008 r. sygn. akt: VI ACa 1555/07). Analogicznie irrelevantna pozostaje również w świetle omawianej definicji u.r.t. kwalifikacja przeznaczenia audycji dokonana przez jej producenta (odmiennie: E. Czarny-Drożdziejko, *Komentarz...* s. 69).

W odniesieniu do praktyki rozpoznawania sporów sądowych pomiędzy nadawcami a Przewodniczącym KRRiT, zaistniałych na tle oceny czy dana audycja jest audycją dla dzieci w rozumieniu art. 4 pkt 15 u.r.t., warto przywołać wyrażony w orzecznictwie pogląd, zgodny ze stanowiskiem procesowym Przewodniczącego KRRiT, w myśl którego dla dokonania takiej oceny nie są wymagane wiadomości specjalne; wystarczające jest oparcie się w tym zakresie na doświadczeniu życiowym (zob. wyrok SA w Warszawie z 25 lutego 2021 r., sygn. Akt VII AGa 364/20, wyrok SA w Warszawie z 21 lutego 2020 r., sygn. akt VII AGa 2102/18). Z tego względu brak jest uzasadnienia do dopuszczenia dowodu z opinii biegłego celem wydania opinii, która miałaby rozstrzygnąć czy dana audycja, ze względu na jej treść, jest audycją przeznaczoną głównie do dzieci (wymóg wiadomości specjalnych jest w świetle art. 278 § 1 k.p.c. warunkiem koniecznym dla dopuszczenia dowodu z opinii biegłego). Powołanie biegłego w celu wydania opinii byłoby nieuzasadnione również z uwagi na to, że rolą biegłego nie jest rozstrzyganie zagadnień prawnych. Takie rozstrzygnięcie należy do sądu i powinno zostać dokonane na podstawie kryteriów ustawowych oraz, w niezbędnym zakresie, wskazań doświadczenia życiowego.

## ■ ZAKRES MONITORINGU

Monitoring jest kontynuacją poprzednio prowadzonych kontroli, objął 6 półrocznych okresów:

2020 r.		2021 r.		2022 r.		2023 r.	
2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze		

Analizie poddano reklamy żywności towarzyszące audycjom dla dzieci w następujących **programach uniwersalnych i filmowych**:

- TVP1 i TVP2 nadawane przez TVP S.A.,
- Polsat, TV4 nadawane przez Polsat sp. z o.o.,
- TVN, TVN7 nadawane przez TVN S.A.,
- TV Puls, Puls 2 nadawane przez Telewizja Puls sp. z o.o.

Sprawdzono także reklamy w **programach dla dzieci**:

- TVP ABC, nadawany przez TVP S.A.,
- MiniMini+, teleTOON+ nadawane przez CANAL+ Polska S.A.,

- Disney Channel, Disney Junior, Disney XD nadawane przez The Walt Disney Company Limited,
- Nickelodeon nadawany przez ViacomCBS Networks International Czech s.r.o. (a do 21 grudnia 2021 przez VIMN POLAND Sp. z o.o.),
- Nicktoons, Nick Jr nadawane przez VIMN NETHERLANDS B.V.,
- Cartoon Network i Cartoonito nadawane przez HBO EUROPE, S.R.O. (w ramach grupy TVN WarnerBros Discovery),
- Polsat JimJam, nadawany przez Polsat JimJam Limited,
- 4Fun Kids nadawany przez 4FUN Sp. z o.o. należący do grupy Polsat,
- Top Kids nadawany przez Michała Winnickiego,
- Junior Music nadawany przez MWE Teleport sp. z o.o.

Analizowano reklamy emitowane w godzinach 6.00-20.00 (co wynika z zapisów porozumienia oraz z ustawowej definicji audycji dla dzieci) pochodzące bezpośrednio od producentów produktów żywnościowych, jak i reklamy sklepów, oferujących takie produkty. Uwzględniono również reklamy barów/restauracji *fast food*, które, mimo że nie są *sensu stricte* reklamami produktów żywnościowych, ponieważ promują usługi, to jednak silnie kojarzą się z oferowaną w tych miejscach żywnością.

## ■ WIDZOWIE DZIECIĘCY

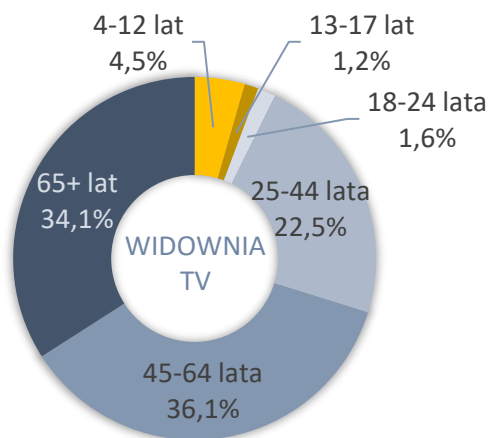
Najmłodsze pokolenie odbiorców usług audiowizualnych zdecydowanie chętniej wybiera treści dostępne przez internet i na platformach VOD niż w tradycyjnej telewizji. Według badania Ofcom z 2022 r.<sup>9</sup> 78% dzieci w wieku 3-17 lat ogląda treści dostępne w serwisach, takich jak Netflix, Amazon, Prime Video czy Disney+ a tylko 47% z nich ogląda programy telewizyjne. Nie oznacza to jednak, że pozostałe 53% dzieci nie ma styczności z audycjami dostępnymi w usługach linearnych – oglądają one bowiem te same audycje odtwarzając je na platformach VOD nadawców telewizyjnych (dotyczy to 35% dzieci w wieku 3-17 lat) lub w serwisach, takich jak YouTube (55% dzieci w wieku 3-17 lat).

W Polsce, dzieci w wieku 4-12 lat, czyli z grupy wyszczególnionej w porozumieniu nadawców, stanowią obecnie 4,5% widowni telewizyjnej. Kolejne 1,2% to młodzież między 13 a 18 rokiem życia. Pozostali widzowie to osoby pełnoletnie.

---

<sup>9</sup> *Children and parents: media use and attitudes report 2022*, Ofcom, 30 marca 2022 r.

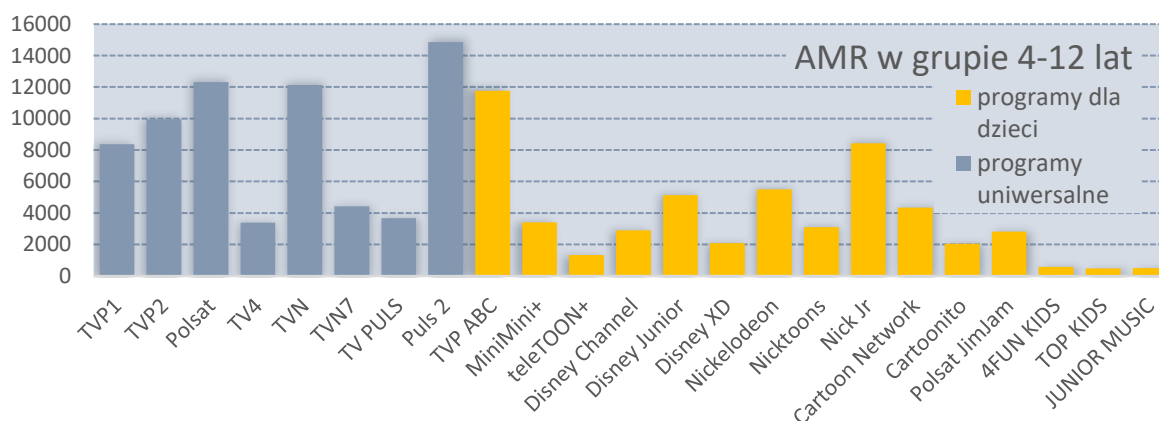
Wykres 1 Struktura wiekowa widowni telewizyjnej, 1 półrocze 2023.



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

Wśród analizowanych programów najwięcej widzów w wieku 4-12 lat ma Puls 2, w którym nadawanych jest dużo filmów dla dzieci. Jego średnia oglądalność minutowa<sup>10</sup> wśród dzieci wynosi blisko 15 tys. Na drugim i trzecim miejscu plasują się programy uniwersalne – Polsat i TVN. Dopiero na czwartym miejscu znalazł program adresowany specyficznym do dzieci – TVP ABC. Jego średnia oglądalność minutowa wśród 4-12 latków wyniosła niecałe 12 tys.

Wykres 2. Średnia oglądalność minutowa badanych programów wśród widowni dziecięcej, 1 półrocze 2023 r.



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

<sup>10</sup> AMR - Average Minute Rating - średnia oglądalność minutowa - w tym przypadku średnia liczba osób, które oglądały telewizję.

## WYNIKI MONITORINGU

### PROGRAMY UNIWERSALNE I FILMOWE

Monitorowane programy uniwersalne i filmowe charakteryzowały się dużym zróżnicowaniem pod względem oferty kierowanej do dziecięcej widowni. Aby wyodrębnić audycje dla dzieci spośród ponad 3 tys. tytułów rozpowszechnionych w badanych programach, w toku analizy wyselekcjonowano filmy i seriale animowane oraz filmy i seriale familijne, komediowe i zaliczające się do fantastyki. Tak powstała lista blisko 1300 audycji została zweryfikowana, według kryteriów opisanych w części „Kryteria definicji audycji dla dzieci” i zakwalifikowana odpowiednio do kategorii audycje dla dzieci bądź audycje kierowane do niedziecięcej widowni. Szczegółową listę tytułów, które zostały uznane za audycje dla dzieci zamieszczono na końcu opracowania.

Najmniej audycji dla dzieci, w ramach programów uniwersalnych, oferował nadawca publiczny, który posiada w swoim portfolio programowym program telewizyjny kierowany *stricte* do małoletnich odbiorców – TVP ABC (uwzględniony w tej analizie). Najwięcej audycji dla dzieci zamieszczał nadawca programu Puls 2, który w swojej koncesji ma zaplanowany co najmniej 11% udział tych audycji w miesięcznym okresie nadawania programu.

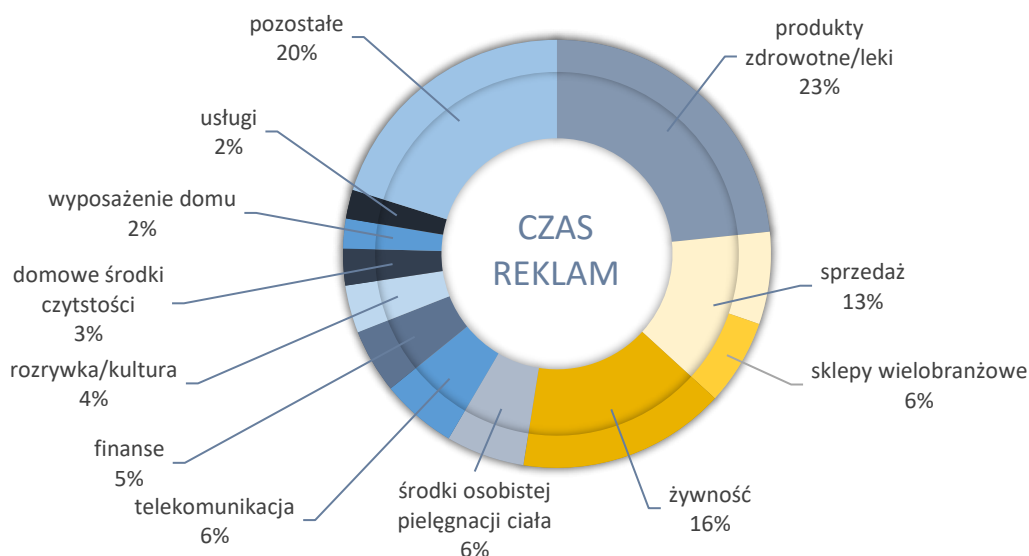
Tabela 1. Liczba audycji dla dzieci w kontrolowanych programach w kolejnych półroczach.

LICZBA AUDYCJI DLA DZIECI	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP1	24	8	5	6	23	42
TVP2	12	11	7	6	16	5
Polsat	100	91	84	120	88	103
TV4	187	154	138	152	7	14
TVN	72	14	23	37	34	66
TVN7	87	104	79	113	129	119
TV PULS	60	79	85	64	31	23
Puls 2	5675	4269	4593	4705	4626	4675

Źródło: opracowanie Biura KRiIT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

Produkty żywnościowe były drugą co do wielkości grupą produktów reklamowaną w analizowanych programach uniwersalnych i filmowych. Zajęły one 16% czasu reklamowego. Na pierwszym miejscu pod względem czasu reklamowego znalazły się reklamy produktów zdrowotnych i leków zajmując 23% czasu reklam, a na trzecim miejscu reklamy punktów sprzedaży – 13%, z czego 6% czasu zajęły reklamy sklepów wielobranżowych, które promując sprzedawane przez siebie produkty reklamują również żywność.

Wykres 3 Udział branż w czasie reklamowym w programach TVP1, TVP2, Polsat, TV4, TVN, TVN7, TV Puls, Puls 2, 1 półrocze 2023.



Źródło: opracowanie Biura KRiIT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

Większość (ponad 4 tys.) reklam produktów, dla których nie przewidziano żadnych kryteriów pozwalających na zamieszczanie reklam przy audycjach dla dzieci poniżej 12 roku życia, a które jednak znalazły się w blokach reklamowych towarzyszących audycjom dla dzieci, pochodziło od producentów tych produktów. Reklamy wielobranżowych punktów sprzedaży<sup>11</sup>, w których promowano wyroby, takie jak czekolady, lody, napoje, czy chipsy były stosunkowo nieliczne – łącznie we wszystkich analizowanych okresach, przy audycjach dla dzieci zostało wyemitowanych 261 takich reklam. W prezentowanym materiale zostały one zakwalifikowane odpowiednio do jednej z kategorii: słodczy, napoje lub słone przekąski.

## SŁODYCZE

Reklamy słodczy przy audycjach dla dzieci w analizowanych programach uniwersalnych i filmowych występowały sporadycznie. Średnio nadano jedną taką reklamę na 20 audycji dla dzieci. W tabeli poniżej zestawiono liczbę reklam słodczy w poszczególnych programach telewizyjnych w kolejnych półroczach.

Przykładowe reklamowane marki słodczy: 7 days, Algida, ETI, Ferrero Rocher, Haribo, Lindt, M&M, Orbit, Toffifee, Wedel.

<sup>11</sup> Sieci sklepów: Aldi, Auchan, Biedronka, Carrefour, Eurocash, Kaufland, Lewiatan, Lidl, Selgros, Stokrotka, Tesco i Żabka.

Tabela 2. Liczba reklam słodczy wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00 przy audycjach dla dzieci.

SŁODYCZE	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP1	5	13	10	6	13	11
TVP2	6	14	5	3	7	15
Polsat	11	45	25	63	15	11
TV4	4	25	66	75	0	38
TVN	44	3	0	6	29	1
TVN7	5	29	2	90	8	61
TV PULS	56	0	2	2	2	0
Puls 2	129	86	78	117	87	212

Źródło: opracowanie Biura KRRI na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

### NAPOJE BEZALKOHOLOWE

Liczba reklam napojów bezalkoholowych wyemitowanych przy audycjach dla dzieci była zbliżona do liczby reklam słodczy. Tu również wypadła średnio jedna taka reklama na 20 audycji dla dzieci.

Wśród reklamowanych marek znalazły się między innymi: Coca Cola, Hellena, Pepsi, RedBull, Tymbark i Zbyszko 3 Cytryny oraz reklamy sklepów spożywczych promujące dostępne w tych sklepach napoje.

Tabela 3. Liczba reklam napojów wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00 przy audycjach dla dzieci.

NAPOJE BEZALKOHOLOWE	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP1	0	0	2	0	0	1
TVP2	3	3	2	3	6	1
Polsat	15	16	14	31	11	24
TV4	8	13	12	35	0	18
TVN	22	2	0	0	26	1
TVN7	9	23	4	45	7	30
TV PULS	8	1	5	4	3	8
Puls 2	162	146	28	215	319	214

Źródło: opracowanie Biura KRRI na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.



## SŁONE PRZEKĄSKI

Reklamy słonych przekąsek towarzyszyły audycjom dla dzieci w analizowanych programach uniwersalnych i filmowych znacznie rzadziej niż reklamy słodczy. Reklama tego typu produktów zdarzała się raz na 100 filmów dla dzieci.

Tabela 4. Liczba reklam słonych przekąsek w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00 przy audycjach dla dzieci.

SŁONE PRZEKĄSKI	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP1	0	0	0	0	0	1
TVP2	2	0	0	0	0	0
Polsat	6	17	11	10	0	11
TV4	16	11	15	36	36	17
TVN	34	2	3	0	46	0
TVN7	0	19	12	31	5	20
TV PULS	3	17	0	1	1	0
Puls 2	4	31	14	15	14	31

Źródło: opracowanie Biura KRRIIT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

Typowymi, obecnymi w reklamach produktami z tej kategorii były chrupki Cheetos oraz chipsy Crunchips, Doritos, Lays, czy Pringles. Część z nich promowano w ramach reklam sklepów spożywczych.

## FAST FOOD

Oprócz omówionych wyżej reklam produktów niewskazanych w codziennej diecie, sprawdzono również występowanie przy audycjach dla dzieci reklam restauracji oferujących dania typu *fast food*. Były to reklamy pizzerii Da Grasso, Domino's Pizza i Pizza Hut oraz barów KFC i McDonalds. Statystycznie, w analizowanych programach wypadała jedna tego typu reklama na 50 audycji dla dzieci.

Tabela 5. Liczba reklam barów typu fast food w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00 przy audycjach dla dzieci.

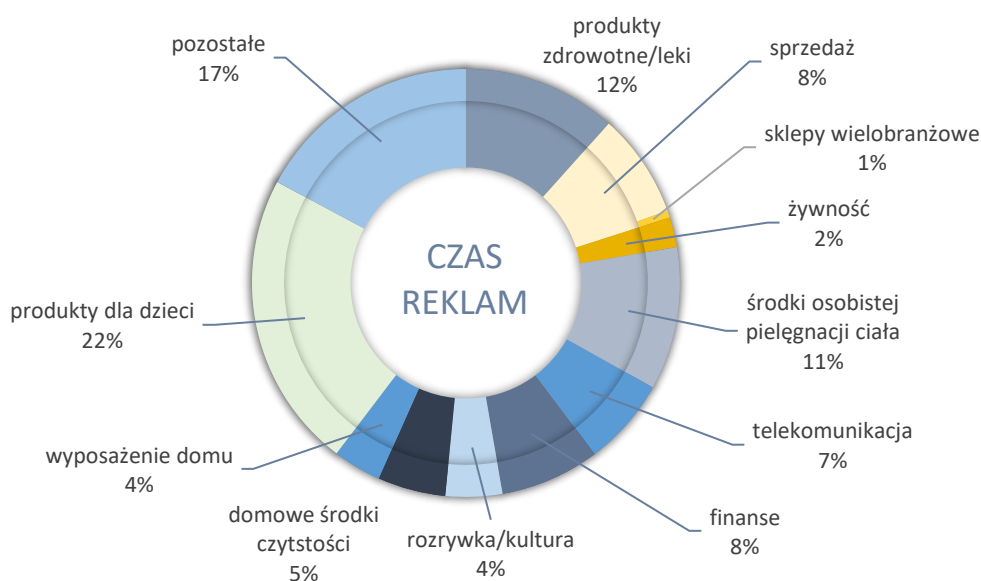
FAST FOOD	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP1	0	0	0	0	0	0
TVP2	0	0	0	0	0	0
Polsat	1	35	8	5	11	8
TV4	2	5	5	13	0	18
TVN	31	1	0	1	48	0
TVN7	0	10	4	17	3	79
TV PULS	0	0	0	0	0	1
Puls 2	0	104	89	10	28	67

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

## PROGRAMY DLA DZIECI

W programach dla dzieci udział poszczególnych branż w czasie reklamowym był inny niż w programach uniwersalnych. Dominowały tu reklamy produktów dla dzieci. Zajęły one 22% czasu reklamowego, mniejszy niż w programach uniwersalnych był natomiast udział czasu reklam z branży farmaceutycznej.

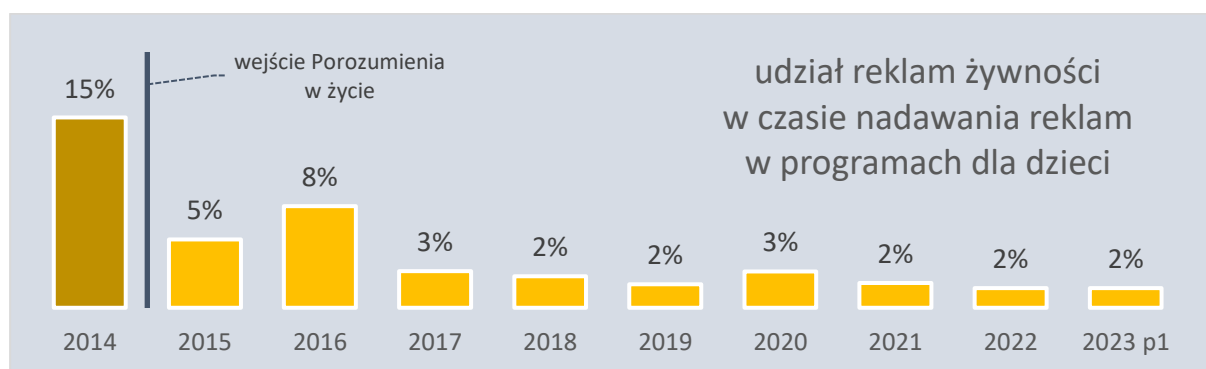
Wykres 4. Udział branż w czasie reklamowym w programach dla dzieci, 1 półrocze 2023.



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

Reklamy żywności oraz sklepów wielobranżowych również zajmowały znacznie mniej czasu niż w programach uniwersalnych, co najprawdopodobniej wynika z zastosowania przez nadawców postanowień porozumienia, ponieważ udział tych reklam w programach dla dzieci zmalał z chwilą wejścia w życie ww. aktu samoregulacyjnego, co miało miejsce w 2015 r.

Wykres 5. Udział reklam żywności w czasie reklamowym w programach dla dzieci.



Źródło: opracowanie Biura KRRI na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

## SŁODYCZE

Reklamy słodyczy w programach dla dzieci wystąpiły tylko w pierwszym z badanych okresów, czyli w drugiej połowie 2020 r. Wyemitowano wówczas 1238 reklam promujących słodycze, przy czym we wszystkich programach, poza 4Fun Kids, była to jedna, ta sama kreacja – reklama sklepu Biedronka z ofertą cukierków TicTac. Nadano ją łącznie 735 razy. Wszystkie pozostałe reklamy słodyczy były obecne tylko na antenie programu 4Fun Kids, głównie w drugiej połowie 2020 r. Wśród nich najczęściej reklamowano żelki Haribo (84 razy). Ponadto w drugiej połowie 2021 r. 10-krotnie wyemitowano w tym programie reklamę batoników Kinder Bueno. Należy jednak uwzględnić, że do połowy lipca 2020 r. program ten nie był w sposób szczególny kierowany do dzieci. Nadawano go pod nazwą 4Fun Gold i dopiero po 15 lipca 2020 r. nadawca dokonał zmian programowych, poprzez wprowadzenie do tego programu audycji dla dzieci i młodzieży, a także zmianę jego nazwy na 4Fun Kids.

Poza wskazanymi wyjątkami widzowie programów dla dzieci, w godzinach między 6.00 a 20.00, nie mieli okazji oglądać reklam słodyczy.

Tabela 6. Liczba reklam słodczy wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00.

SŁODYCZE	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP ABC	38	0	0	0	0	0
Polsat JimJam	43	0	0	0	0	0
Disney Channel	91	0	0	0	0	0
Disney Junior	54	0	0	0	0	0
Disney XD	56	0	0	0	0	0
MiniMini+	41	0	0	0	0	0
teleTOON+	42	0	0	0	0	0
Nickelodeon	77	0	0	0	0	0
Nicktoons	46	0	0	0	0	0
Nick Jr	70	0	0	0	0	0
Cartoonito	62	0	0	0	0	0
Cartoon Network	115	0	0	0	0	0
Top Kids	0	0	0	0	0	0
Junior Music	0	0	0	0	0	0
4Fun Kids	503	0	10	0	0	0

Źródło: opracowania Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

## NAPOJE BEZALKOHOLOWE

Podobnie jak w przypadku reklam słodczy również reklamy napojów bezalkoholowych były obecne w programach dla dzieci jedynie w programie 4Fun Kids, w drugim półroczu 2020 r. Najczęściej były to reklamy napojów Pepsi, OSHEE i Mirinda.

Tabela 7. Liczba reklam napojów bezalkoholowych wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00.

NAPOJE BEZALKOHOLOWE	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP ABC	0	0	0	0	0	0
Polsat JimJam	0	0	0	0	0	0
Disney Channel	0	0	0	0	0	0
Disney Junior	0	0	0	0	0	0
Disney XD	0	0	0	0	0	0
MiniMini+	0	0	0	0	0	0
teleTOON+	0	0	0	0	0	0
Nickelodeon	0	0	0	0	0	0
Nicktoons	0	0	0	0	0	0
Nick Jr	0	0	0	0	0	0
Cartoonito	0	0	0	0	0	0
Cartoon Network	0	0	0	0	0	0
Top Kids	0	0	0	0	0	0
Junior Music	0	0	0	0	0	0
4Fun Kids	1124	0	1	0	0	0

Źródło: opracowania Biura KRRI na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

## SŁONE PRZEKĄSKI

W monitorowanych programach, z wyjątkiem programu 4Fun Kids, nie występowały reklamy słonych przekąsek. Nadawca 4Fun Kids zamieścił w drugiej połowie 2020 r. m. in. reklamy chipsów Lays, Doritos i Pringles.

Tabela 8. Liczba reklam słonych przekąsek wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00.

SŁONE PRZEKĄSKI	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP ABC	0	0	0	0	0	0
Polsat JimJam	0	0	0	0	0	0
Disney Channel	0	0	0	0	0	0
Disney Junior	0	0	0	0	0	0
Disney XD	0	0	0	0	0	0
MiniMini+	0	0	0	0	0	0
teleTOON+	0	0	0	0	0	0
Nickelodeon	0	0	0	0	0	0
Nicktoons	0	0	0	0	0	0
Nick Jr	0	0	0	0	0	0
Cartoonito	0	0	0	0	0	0
Cartoon Network	0	0	0	0	0	0
Top Kids	0	0	0	0	0	0
Junior Music	0	0	0	0	0	0
4Fun Kids	655	0	2	0	0	0

Źródło: opracowania Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research.

## FAST FOOD

Analogicznie, jak w przypadku audycji dla dzieci nadanych w programach uniwersalnych i filmowych, również w programach adresowanych do dzieci można było napotkać na reklamy restauracji typu *fast food*. Najwięcej takich reklam wyemitowano w programach Cartoon Network (583 emisje) oraz 4Fun Kids (491 emisji) ale też można było je napotkać w programie nadawcy publicznego TVP ABC (159 emisji). Były to reklamy sieci McDonalds (wyemitowane łącznie w programach dla dzieci 1295 razy) oraz sieci KFC (wystąpiły 42 razy).



Tabela 9. Liczba reklam barów typu fast-food wyemitowanych w kolejnych półroczach, w godzinach 6.00-20.00.

FAST FOOD	2020-P2	2021-P1	2021-P2	2022-P1	2022-P2	2023-P1
TVP ABC	0	54	105	0	0	0
Polsat JimJam	0	0	0	0	0	0
Disney Channel	0	0	0	0	0	0
Disney Junior	0	0	0	0	0	0
Disney XD	0	0	0	0	0	0
MiniMini+	0	0	0	0	0	0
teleTOON+	0	0	0	0	0	0
Nickelodeon	0	0	63	0	0	0
Nicktoons	0	0	41	0	0	0
Nick Jr	0	0	0	0	0	0
Cartoonito	0	0	0	0	0	0
Cartoon Network	0	192	335	56	0	0
Top Kids	0	0	0	0	0	0
Junior Music	0	0	0	0	0	0
4Fun Kids	491	0	0	0	0	0

Źródło: opracowania Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research

## ■ PODSUMOWANIE

Należy stwierdzić, że funkcjonujące już od 9 lat *Porozumienie nadawców telewizyjnych w sprawie zasad rozpowszechniania reklam i wskazań sponsorskich dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana* skutecznie i trwale wyeliminowało reklamy niewskazanych produktów z programów dla dzieci.

Co istotne, porozumienie pozwoliło uregulować te kwestie w stosunku nie tylko do nadawców programów pozostających pod jurysdykcją KRRiT, ale także tzw. programów zdelocalizowanych – nadawanych na terenie Polski, ale na podstawie licencji przyznanej w innym państwie.

Można pokusić się o sformułowanie tezy, że popularyzacja postanowień porozumienia (konferencje prasowe, publikowane monitoringi KRRiT, publikacje prasowe, etc.) mogła mieć pozytywny wpływ na praktykę innych nadawców programów dla dzieci, niebędących przy tym sygnatariuszami porozumienia, ponieważ ta grupa nadawców również zrezygnowała z zamieszczania reklam słodczych, słodkich napojów gazowanych oraz słonych przekąsek. W pierwszej połowie 2021 r., przez cały rok 2022 i w pierwszej połowie 2023 roku, nie pojawiła się w programach dla dzieci ani jedna reklama produktów, dla których nie przewidziano żadnych kryteriów pozwalających na reklamę przy audycjach dla dzieci. Dotyczy to zarówno programów pochodzących od nadawców, którzy przystąpili do porozumienia, jak i pozostałych, obecnych na polskim rynku telewizyjnym programów adresowanych do dzieci. Można więc w tym przypadku cieszyć się ze **100% skuteczności**.

Przypadki reklamowania słodczych, napojów i słonych przekąsek w programach dla dzieci wystąpiły głównie w drugiej połowie 2020 r. w programie 4Fun Kids, co najprawdopodobniej ma związek z wprowadzoną w lipcu 2020 r. zmianą nazwy (z 4Fun Gold na 4Fun Kids) oraz modyfikacjami programowymi wynikającymi ze zmiany docelowego odbiorcy tego programu oraz z zawartymi wcześniej zobowiązaniami handlowymi dotyczącymi emisji reklam. W kolejnych półroczach, nadawca 4Fun Kids, mimo, że nie przystąpił do porozumienia, nie zamieszczał reklam omawianych produktów.

Sporadyczne reklamy produktów, takich jak słodczych, napoje i słone przekąski, występowały przy audycjach dla dzieci w programach uniwersalnych i filmowych. Na ponad 31 tys. audycji dla dzieci rozpowszechnionych w monitorowanych programach w okresie lipiec 2020 – czerwiec 2023 r. reklamy tego rodzaju produktów wystąpiły przy 1536 audycjach i nadano łącznie 3925 takich reklam. Oznacza to, że **95% audycji dla dzieci** rozpowszechnionych w programach uniwersalnych i filmowych, **nie towarzyszyły reklamom słodczych, napojów, słonych przekąsek ani fast foodów**.

Kluczową kwestią dla zbadania reklam towarzyszących audycjom dla dzieci w programach uniwersalnych i filmowych jest właściwa identyfikacja tychże audycji. W niniejszej analizie po raz pierwszy została zaprezentowana **wykładnia definicji audycji dla dzieci**, która jest stosowana przez organ regulacyjny (poprzez m.in. wydane decyzje) i została potwierdzona przez bogate orzecznictwo. W ramach tej wykładni szczegółowo i jednoznacznie zostały omówione kryteria przesądzające o uznaniu danej audycji za audycję dla dzieci. Dodatkowym elementem, istotnym, jak się wydaje z punktu widzenia praktyki nadawców, jest zamieszczona na końcu lista tytułów, które przy zastosowaniu ww. kryteriów, w toku niniejszej analizy KRRiT uznała za audycje dla dzieci.

*Tabela 10. Lista tytułów audycji dla dzieci nadanych w okresie od początku II półrocza 2020 r. do końca pierwszego półrocza 2023 r. w programach TVP1, TVP2, Polsat, TV4, TVN, TVN7, TV PULS, Puls 2.*

NAZWA AUDYCJI /TYP I PRODUKCJA
100 LAT DISNEYA /KONCERT/
101 DALMATYNCZYKOW /FILM ANIM.USA/
101 DALMATYNCZYKOW /FILM KOM.USA/
101 DALMATYNCZYKOW /SER.ANIM.USA/
102 DALMATYNCZYKI /FILM KOM.USA/
AGENCJA DETEKTYWISTYCZNA TKKG /FILM PRZYG.NIEM./
AGENT CODY BANKS 2: CEL LONDYN /FILM KOM.USA/
AGI BAGI /SER.ANIM.POL./
ALADYN /FILM FANT.USA/
ALADYN I KROL ZLODZIEI /FILM ANIM.USA/
ALEKSANDER OKROPNY STRASZNY NIEZBYT DOBRY BARDZO ZLY DZIEŃ /FILM KOM.USA/
ALEX I SPOLKA JAK DOROSNAC POD OKIEM RODZICOW /FILM KOM.WL./
ALICJA PO DRUGIEJ STRONIE LUSTRA /FILM FANT.W.BRYT.USA/
ALICJA W KRAINIE CZAROW /FILM FANT.USA 2010/
ALVIN I WIEWIORKI /FILM FAM.USA/
ALVIN I WIEWIORKI /SER.ANIM.USA/
ALVIN I WIEWIORKI 2 /FILM FAM.USA/
ALVIN I WIEWIORKI 3 /FILM FAM.USA/
ALVIN I WIEWIORKI WIELKA WYPRAWA /FILM FAM.USA/
ANGRY BIRDS 2 FILM /FILM ANIM.FIN.KAN.USA/
ANGRY BIRDS FILM /FILM ANIM.USA/
ANGRY BIRDS TOONS /SER.ANIM.FIN./
ANNIE /FILM MUZ.USA/
ARKTYCZNA PRZYGODA /FILM FAM.KAN.WL./
ARTUR I MINIMKI /FILM ANIM.FR./
ARTUR I MINIMKI 3 DWA SWIATY /FILM ANIM.FR./
ARTUR I ZEMSTA MALTAZARA /FILM ANIM.FR./
ARTUR RATUJE GWIAZDKĘ /FILM ANIM.W.BRYT.USA/
ARYSKOTRACI /FILM ANIM.USA/
ASTERIX GAL /FILM ANIM.FR./
ASTERIX I KLEOPATRA /FILM ANIM.FR./
ASTERIX I OBELIX OSIEDLE BOGOW /FILM ANIM.BEL.FR./
ASTERIX I OBELIX TAJEMNICA MAGICZNEGO WYWARU /FILM ANIM.BEL.FR./
ASTERIX I WIKINGOWIE /FILM ANIM.DAN.FR./

ASTERIX PODBIJA AMERYKE /FILM ANIM.W.BRYT.FR./

ASTRO BOY /FILM ANIM.JAP.USA HONGK./

ATRAMENTOWE SERCE /FILM FANT.NIEM.USA/

AUTA /FILM ANIM.USA/

AUTA 2 /FILM ANIM.USA/

AUTA 3 /FILM ANIM.USA/

BABE SWINKA W MIESCIE /FILM FAM.AUSTRAL.USA/

BABE SWINKA Z KLASA /FILM FAM.AUSTRAL.USA/

BAJKI BOLKA I LOLKA /SER.ANIM.POL./

BALERINA /FILM ANIM.FR.KAN./

BANANOWA LIGA /FILM KOM.KAN.USA/

BARANEK SHAUN /FILM ANIM.USA FR./

BARANEK SHAUN /SER.ANIM.W.BRYT./

BARBIE & CHELSEA THE LOST BIRTHDAY /FILM ANIM.USA/

BARBIE DELFINY Z MAGICZNEJ WYSPY /FILM ANIM.USA/

BARBIE DREAMHOUSE ADVENTURES: TAJEMNICA MAGICZNEJ SYRENY /FILM ANIM.USA/

BARBIE GWIEZDNA PRZYGODA /FILM ANIM.USA/

BARBIE I PODWODNA TAJEMNICA /FILM ANIM.USA/

BARBIE I PODWODNA TAJEMNICA 2 /FILM ANIM.USA/

BARBIE I SIOSTRY NA TROPIE PIESKOW /FILM ANIM.USA/

BARBIE I SIOSTRY W KRAINIE KUCYKOW /FILM ANIM.USA/

BARBIE I TAJEMNICZE DRZWI /FILM ANIM.USA/

BARBIE PERLOWA KSIEZNICZKA /FILM ANIM.USA/

BARBIE PRZYGODY KSIEZNICZEK /FILM ANIM.HOL./

BARBIE ROCKOWA KSIEZNICZKA /FILM ANIM.USA/

BARBIE SUPER KSIEZNICZKI /FILM ANIM.USA/

BARBIE TAJNE AGENTKI /FILM ANIM.USA/

BARBIE W SWIECIE GIER /FILM ANIM.USA/

BARBIE WIELKIE MIASTO WIELKIE MARZENIA /FILM ANIM.USA/

BASIA /SER.ANIM.POL./

BASN O SZESCIU LABEDZIACH /FILM OBYCZ.NIEM./

BAYALA I OSTATNI SMOK /FILM ANIM.LUKS.NIEM./

BEE MOVIE /FILM ANIM.USA/

BELLA I SEBASTIAN /FILM FAM.FR./

BELLA I SEBASTIAN 2 /FILM FAM.FR./

BELLA I SEBASTIAN 3 /FILM FAM.FR./

BFG BARDZO FAJNY GIGANT /FILM FAM.INDIE USA/

BIALY KIEL /FILM ANIM.LUKS.USA FR./

BING /SER.ANIM.W.BRYT./

---

BIURO DETEKTYWISTYCZNE LASSEGO I MAI PIERWSZA TAJEMNICA /FILM FAM.SZWEC./

---

BLAZE I MEGA MASZYNY /SER.ANIM.USA/

---

BOCIANY /FILM ANIM.USA/

---

BOLEK I LOLEK /SER.ANIM.POL./

---

BOLEK I LOLEK NA DZIKIM ZACHODZIE /FILM ANIM.POL./

---

BOLEK I LOLEK NA WAKACJACH /SER.ANIM.POL./

---

BOLEK I LOLEK W EUROPIE /SER.ANIM.POL./

---

BOLEK I LOLEK WSROD GORNIKOW /SER.ANIM.POL./

---

BOLEK I LOLEK WYRUSZAJA W SWIAT /SER.ANIM.POL./

---

BUDDY PIES NA GOLE /FILM FAM.USA/

---

BYLO SOBIE ZYCIE /SER.ANIM.FR./

---

BYSTRY BILL /FILM ANIM.AUSTRAL.USA/

---

CAFE MYSZKA CAFE SZWARC /FILM ANIM.USA/

---

CALKOWICIE NOWE PRZYGODY ALADYNA /FILM KOM.FR./

---

CAVE CLUB /SER.DLA DZIECI USA/

---

CHARLIE I FABRYKA CZEKOLADY /FILM FANT.USA/

---

CHIP I DALE /SER.ANIM.USA/

---

CHLOPIEC Z BURZY /FILM PRZYG.AUSTRAL./

---

CIAGNIE SWINKI DO WILKOLAKA /FILM ANIM.USA/

---

CIEKAWSKI GEORGE /SER.ANIM.USA/

---

CIEKAWSKI GEORGE POWROT DO JUNGLI /FILM ANIM.USA/

---

CIEKAWSKI GEORGE WITAJ WIOSNO /FILM ANIM.USA/

---

CO W TRAWIE PISZCZY /FILM ANIM.LUKS.FR./

---

COCO /FILM ANIM.USA/

---

CORGI PSIAK KROLOWEJ /FILM ANIM.BEL.USA/

---

CRY BABIES MAGIC TEARS /SER.ANIM.HISZP./

---

CZARODZIEJKA LILI PRZYGODA W KRAINIE MANDOLAN /FILM FANT.NIEM.WL./

---

CZARODZIEJKA LILI SMOK I MAGICZNA KSIEGA /FILM FANT.NIEM.WL./

---

CZARY MARY /FILM FANT.USA/

---

CZERWONY KAPTUREK PRAWDZIWA HISTORIA /FILM ANIM.USA/

---

DALEKO JESZCZE? /FILM KOM.USA/

---

DANGER MOUSE /SER.ANIM.USA/

---

DAWNO TEMU W TRAWIE /FILM ANIM.USA/

---

DENIS ROZRABIKA /FILM KOM.USA/

---

DENNIS ZNOW ROZRABIA /FILM KOM.USA/

---

DENVER OSTATNI DINOZAUUR /SER.ANIM.FR./

---

DIABEL Z TRZEMA ZLOTYMI WLOSAMI /FILM PRZYG.AUSTRIA NIEM./

---

DINOPOCIAG /SER.ANIM.W.BRYT.KAN.USA/

---

DINOZAUUR /FILM ANIM.USA/

---

---

DOBRY DINOZAUR /FILM ANIM.USA/  
DOLINA MUMINKOW /SER.ANIM.W.BRYT.FIN./  
DOM /FILM ANIM.USA/  
DOM PRZYGODY OHA I TIP /SER.ANIM.USA/  
DOMOWIK /FILM FAM.ROS./  
DON CHICHOT /FILM ANIM.HISZP.WL./  
DRUZYNA BUDDIEGO /FILM KOM.USA/  
DUDI CALA NAPRZOD /FILM ANIM.HISZP.USA W.BRYT.SZWAJ.BEL./  
DUMBO /FILM ANIM.USA/  
DUMBO /FILM FAM.KAN.USA AUSTRAL.W.BRYT./  
DWANASCIE PRAC ASTERIXA /FILM ANIM.FR./  
DZIADEK DO ORZECHOW I CZTERY KROLESTWA /FILM FANT.USA/  
DZIECIAK RZADZI /FILM ANIM.USA/  
DZIECIAK RZADZI ZNOWU W GRZE /SER.ANIM.USA/  
DZIECIAKI MOJEJ SIOSTRY NA TROPIE ZLOTA /FILM PRZYG.KAN.DAN./  
DZIELNY KOGUT MANIEK /FILM ANIM.MEKS./  
DZIELNY SZERYF LUCKY LUKE /FILM ANIM.FR.USA/  
DZIENNIK CWANIACZKA /FILM KOM.USA/  
DZIENNIK CWANIACZKA 2 /FILM KOM.USA/  
DZIEWCZYNA I CHLOPAK WSZYSTKO NA OPAK /FILM FAM.USA/  
DZWONECZEK I TAJEMNICA PIRATOW /FILM ANIM.USA/  
DZWONNIK Z NOTRE DAME /FILM ANIM.USA/  
DZWONNIK Z NOTRE DAME /FILM ANIM.W.BRYT./  
EDZIO I LUSIA /SER.ANIM.FR./  
EGIPSKIE PSIAKI /FILM FAM.KAN.USA/  
EKSPRES POLARNY /FILM ANIM.USA/  
ELLA ZAKLETA /FILM FANT.IRL.USA/  
ELOISE W HOTELU PLAZA /FILM FAM.USA/  
EMOTKI /FILM ANIM.USA/  
EPOKA LODOWCOWA /FILM ANIM.USA/  
EPOKA LODOWCOWA 2 - ODWILZ /FILM ANIM.USA/  
EPOKA LODOWCOWA 3: ERA DINOZAUROW /FILM ANIM.USA/  
EPOKA LODOWCOWA MOCNE UDERZENIE /FILM ANIM.USA/  
EPOKA LODOWCOWA WEDROWKA KONTYNENTOW /FILM ANIM.USA/  
FANTASTYCZNE LATO MIKOLAJKA /SER.ANIM.FR./  
FERNANDO /FILM ANIM.USA/  
FIKSIKI SCISLE TAJNE /FILM ANIM.ROS./  
FINEASZ I FERB /SER.ANIM.USA/  
FINEASZ I FERB- PODROZ W DRUGIM WYMIARZE /FILM ANIM.USA/

---



FLINTSTONOWIE /SER.ANIM.USA/  
FLUSHED AWAY /FILM ANIM.W.BRYT.USA/  
FRED CLAUS BRAT SWIETEGO MIKOLAJA /FILM KOM.USA/  
FUTRZAKI RUSZAJA NA RATUNEK /FILM ANIM.ROS./  
GANG SZKLANYCH KULEK /FILM PRZYG.HISZP./  
GANG WIEWIORA /FILM ANIM.KOR.PLD.KAN.USA/  
GANG WIEWIORA 2 /FILM ANIM.KOR.PLD.KAN./  
GARBI - SUPER BRYKA /FILM FAM.USA/  
GARBI SZYBKI JAK BLYSKAWICA /FILM KOM.USA/  
GDZIE JEST DORY /FILM ANIM.USA/  
GDZIE JEST NEMO /FILM ANIM.USA/  
GEORGE PROSTO Z DRZEWA 2 /FILM KOM.USA/  
GNOMEO I JULIA /FILM ANIM.W.BRYT.USA/  
GNOMEO I JULIA TAJEMNICA ZAGINIONYCH KRASNALI /FILM ANIM.W.BRYT.USA/  
GOOFY W COLLEGE'U /FILM ANIM.USA/  
GORACE SWIETA /FILM FAM.USA/  
GRINCH /FILM ANIM.JAP.USA FR./  
GRINCH SWIAT NIE BEDZIE /FILM KOM.USA/  
GRIZZY I LEMINGI /SER.ANIM.FR./  
GRU DRU I MINIONKI /FILM ANIM.USA/  
GRZMOTOMOCNI /SER.KOM.USA/  
GUMISIE /SER.ANIM.USA/  
GUS MALY-WIELKI RYCERZ /SER.ANIM.FR./  
HALVDAN PRAWIE WIKING /FILM PRZYG.SZWEC./  
HANNI I NANNI 2 /FILM FAM.NIEM./  
HAPPY FEET: TUPOT MALYCH STOP /FILM ANIM.AUSTRAL.USA/  
HAPPY FEET: TUPOT MALYCH STOP II /FILM ANIM.AUSTRAL.USA/  
HAPPY WKRET 2 /FILM ANIM.USA/  
HARRY POTTER I CZARA OGNI /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I INSYGNIA SMIERCI CZ.1 /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I INSYGNIA SMIERCI CZ.2 /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I KAMIEN FILOZOFICZNY /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I KOMNATA TAJEMNIC /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I KSIAZE POLKRWI /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I WIEZIEN AZKABANU /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HARRY POTTER I ZAKON FENIKSA /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
HEIDI /FILM FAM.W.BRYT./  
HERKULES /FILM ANIM.USA/  
HOP /FILM FAM.USA/

HORTON SLYSZY KTOSIA /FILM ANIM.USA/  
HOTEL TRANSYLWANIA /FILM ANIM.USA/  
HOTEL TRANSYLWANIA 2 /FILM ANIM.USA/  
HOTEL TRANSYLWANIA 3 /FILM ANIM.USA/  
IGRAJAC Z OGNIEM /FILM KOM.USA/  
INDIANIN W KREDENSIE /FILM PRZYG.USA/  
INIEMAMOCNI /FILM ANIM.USA/  
INIEMAMOCNI 2 /FILM ANIM.USA/  
JAK DLUGO JESZCZE? /FILM KOM.KAN.USA/  
JAK UKRASC KSIEZYC /FILM ANIM.USA/  
JAK WYTRESOWAC SMOKA /FILM ANIM.USA/  
JAK WYTRESOWAC SMOKA 2 /FILM ANIM.USA/  
JAK WYTRESOWAC SMOKA SWIETA W DOMU /FILM ANIM.USA/  
JAKE I PIRACI Z NIBYLANDI /SER.ANIM.USA/  
JASKINIOWIEC /FILM ANIM.USA/  
JEJ WYSOKOSC ZOSIA /SER.ANIM.USA/  
JEZDZCY SMOKOW /SER.ANIM.USA/  
JEZDZCY SMOKOW NA KONCU SWIATA /SER.ANIM.USA/  
JEZYK I SPREZYNKI /SER.ANIM.POL./  
K-9 /FILM KOM.USA/  
K9 LOWCY SKARBOW /FILM PRZYG.USA/  
K-9 PIES KTORY URATOWAL SWIETA /FILM FAM.USA/  
KACZE OPOWIESCI /SER.ANIM.USA/  
KACZKI Z GESIEJ PACZKI /FILM ANIM.W.BRYT.USA CHIN./  
KAPITAN MAJTAS PIERWSZY WIELKI FILM /FILM ANIM.W.BRYT.INDIE FR.KAN.USA/  
KARATE KID /FILM FAM.CHIN.USA/  
KARATE KID /FILM FAM.USA/  
KIT KITTREDGE AMERYKANSKA DZIEWCZYNA /FILM FAM.KAN.USA/  
KLARA MUU! /FILM ANIM.NORW./  
KLINIKA DLA PLUSZAKOW /SER.ANIM.USA/  
KLOPSIKI KONTRATAKUJA /FILM ANIM.USA/  
KLUB DETEKTYWOW I KLATWA CZARNEGO KROLA /FILM FAM.NIEM.WL./  
KLUB PRZYJACIOL MYSZKI MIKI /SER.ANIM.USA/  
KLUB WLOCZYKIOW I TAJEMNICA DZIADKA HIERONIMA /FILM PRZYG.POL./  
KOCHANY URWIS /FILM KOM.USA/  
KOCHANY URWIS 2 /FILM KOM.USA/  
KOKO SMOKO 2 PRZYGODA W DZUNGLI /FILM ANIM.NIEM./  
KOKO SMOKO HISTORIA PLOMIENNEJ PRZYJAZNI /FILM ANIM.NIEM./  
KON WODNY LEGENDA GLEBIN /FILM FANT.W.BRYT.USA/

KOPCIUSZEK /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
KOPCIUSZEK /FILM MUZ.USA/  
KOPCIUSZEK 3 CO BY BYLO GDYBY /FILM ANIM.USA/  
KOPCIUSZEK BUCIK NA MIARE /FILM KOM.MUZ.USA/  
KOPCIUSZEK HISTORIA PRAWDZIWA /FILM ANIM.USA/  
KOPCIUSZEK SPELNIONE MARZENIA /FILM ANIM.USA/  
KOSMICZNY WYKOP /SER.ANIM.POL./  
KOSZYKARZ BUDDY /FILM PRZYG.USA/  
KOTOCIAKI /SER.ANIM.ROS./  
KRAINA LODU /FILM ANIM.USA/  
KRAINA LODU II /FILM ANIM.USA/  
KRAINA SMOKOW /FILM ANIM.NIEM.BEL./  
KROL I JA /FILM ANIM.USA/  
KROL LEW /FILM ANIM.RPA W.BRYT.USA/  
KROLEWNA SNIEZKA /FILM FAM.NIEM.KAN.USA/  
KROLEWNA SNIEZKA /FILM FANT.USA/  
KROLEWNA SNIEZKA I SIEDMIU KRASNOLUDKOW /FILM ANIM.USA/  
KROLIK BUGS GWIAZDA GWIAZD /FILM ANIM.USA/  
KROLOWA SNIEGU PO DRUGIEJ STRONIE LUSTRA /FILM ANIM.ROS./  
KRUDOWIE /FILM ANIM.USA/  
KRZYSIU GDZIE JESTES? /FILM KOM.W.BRYT.USA/  
KSIAZE CZARUS /FILM ANIM.KAN.USA/  
KSIEGA DZUNGLI /FILM ANIM.USA/  
KSIEGA DZUNGLI /FILM PRZYG.W.BRYT.USA/  
KSIEGA DZUNGLI II /FILM ANIM.USA/  
KSIEGA DZUNGLI OPOWIESC MOWGLIEGO /FILM PRZYG.USA/  
KSIEGA ZYCIA /FILM ANIM.USA/  
KSIEZNICZKA I ZABA /FILM ANIM.USA/  
KSIEZNICZKA LABEDZI /FILM ANIM.USA/  
KSIEZNICZKA LABEDZI I PIRACI /FILM ANIM.INDIE USA/  
KSIEZNICZKA LABEDZI: SKARB CZARNOKSIEZNIKA /FILM ANIM.USA/  
KSIEZNICZKA LABEDZI: TAJEMNICA ZAMKU /FILM ANIM.USA/  
KSIEZNICZKA NA ZIARNKU GROCHU /FILM KOM.NIEM./  
KUBUS I POGROMCY GOBLUNOW /FILM ANIM.USA/  
KUBUS I PRZYJACIELE ODWOLUJA WALENTYNKI /FILM ANIM.USA/  
KUBUS PUCHATEK - PUCHATKOWEGO NOWEGO ROKU /FILM ANIM.USA/  
KUDLATY I SCOOBY-DOO NA TROPIE /FILM ANIM.USA/  
KUMBA /FILM ANIM.RPA/  
KUMPLE Z DZUNGLI /FILM ANIM.FR./

---

KUMPLE Z DZUNGLI NA RATUNEK /SER.ANIM.FR./

---

KUNG FU PANDA /FILM ANIM.USA/

---

KUNG FU PANDA 2 /FILM ANIM.USA/

---

KUNG FU PANDA 3 /FILM ANIM.USA/

---

LASSIE /FILM FAM.W.BRYT.USA IRL.FR./

---

LEGENDA LONGWOOD /FILM PRZYG.NIEM.HOL.IRL./

---

LEGENDA O GORSKIM OLBRZYMIE /FILM PRZYG.NORW./

---

LEGENDY SOWIEGO KROLESTWA: STRAZNICY GA'HOOLE /FILM ANIM.AUSTRAL.USA/

---

LEGO BATMAN THE MOVIE /FILM ANIM.USA/

---

LEGO PRZYGODA /FILM ANIM.AUSTRAL.DAN.USA/

---

LEMONY SNICKET-SERIA NIEFORTUNNYCH ZDARZEN /FILM FAM.NIEM.USA/

---

LISTONOSZ PAT I WIELKI SWIAT /FILM ANIM.W.BRYT./

---

LITTLE PEOPLE MALI ODKRYWCY /SER.ANIM.W.BRYT.KAN.USA/

---

LORAX /FILM ANIM.USA/

---

LOWCA OSTATNIE STARCIE /FILM FANT.POL./

---

LUCKY LUKE /FILM ANIM.BEL.FR./

---

LUCKY LUKE NA DZIKIM ZACHODZIE /FILM ANIM.FR./

---

LUCKY LUKE. BALLADA O DALTONACH /FILM ANIM.FR./

---

LUCKY LUKE. MIASTECZKO DAISY /FILM ANIM.FR.BEL./

---

LUIS I OBCY /FILM ANIM.LUKS.NIEM.DAN./

---

LWIA STRAZ /SER.ANIM.USA/

---

MADAGASKAR /FILM ANIM.USA/

---

MADAGASKAR 3 /FILM ANIM.USA/

---

MADAGASKAR II /FILM ANIM.USA/

---

MADAGWIAZDKA /FILM ANIM.USA/

---

MAGICZNA GWIAZDKA MIKIEGO: ZASYPANI W CAFE MYSZKA /FILM ANIM.USA/

---

MAGICZNE DRZEWO /FILM FANT.POL./

---

MALA KSIEZNICZKA /FILM FAM.USA/

---

MALA SYRENKA II POWROT DO MORZA /FILM ANIM.USA/

---

MALA WIELKA STOPA /FILM ANIM.BEL.FR.USA/

---

MALENSTWO I PRZYJACIELE /FILM ANIM.USA/

---

MALPI SZPIEG /FILM FAM.KAN./

---

MALPY W KOSMOSIE /FILM ANIM.USA/

---

MALY KSIAZE /FILM ANIM.FR./

---

MARMADUKE /FILM FAM.USA/

---

MARTA MOWI /SER.ANIM.USA/

---

MEGAMOCNY /FILM ANIM.USA/

---

MERIDA WALECZNA /FILM ANIM.USA/

---

MIA I BIALY LEW /FILM PRZYG.NIEM.FR.RPA/

---

---

MICKEY DONALD GOOFY TRZEJ MUSZKIETEROWIE /FILM ANIM.USA/  
MICKEY I RAZNI RAJDOWCY /SER.ANIM.USA/  
MIKI BARDZIEJ BASNIOWE SWIETA /FILM ANIM.USA/  
MIKOLAJ I SPOLKA /FILM FAM.BEL.FR./  
MIKOLAJEK /FILM KOM.BEL.FR./  
MILO /SER.ANIM.W.BRYT./  
MINIONKI /FILM ANIM.USA/  
MINIONKI ROZRABIAJA /FILM ANIM.USA/  
MIRACULUM SMOZYCA Z SZANGHAJU /FILM ANIM.FR.USA/  
MIRACULUM: BIEDRONKA I CZARNY KOT /SER.ANIM.USA/  
MIS YOGI /FILM FAM.N.ZEL.USA/  
MISIEK W NOWYM JORKU /FILM ANIM.USA/  
MOI PRZYJACIELE TYGRYS I KUBUS GWIAZDKA SUPERDETEKTYWOW /FILM ANIM.USA/  
MOJ BRAT NIEDZWIEDZ /FILM ANIM.USA/  
MOJ BRAT NIEDZWIEDZ 2 /FILM ANIM.USA/  
MOJ PRZYJACIEL DELFIN /FILM DRAM.KAN.USA/  
MOJ PRZYJACIEL DELFIN 2 OCALIC MANDY /FILM DRAM.USA/  
MOJ PRZYJACIEL DINOZAUUR /FILM FAM.USA/  
MOJ PRZYJACIEL ORZEL /FILM FAM.AUSTRIA/  
MOJ PRZYJACIEL ROBOT /FILM FAM.NIEM.BEL./  
MOJ PRZYJACIEL RUFUS /FILM PRZYG.FR.USA/  
MOJ PRZYJACIEL UFIK /FILM ANIM.FR./  
MOLANG /SER.ANIM.FR./  
MONCHHICHI /SER.ANIM.FR./  
MONTY MALPIA GWIAZDA /FILM FAM.KAN./  
MOONZY /SER.ANIM.ROS./  
MOST DO TERABITHII /FILM FANT.USA/  
MROWKA Z /FILM ANIM.USA/  
MULAN /FILM ANIM.USA/  
MULAN /FILM PRZYG.HONGK.USA/  
MULAN II /FILM ANIM.USA/  
MUNIO STRAZNIK KSIEZYCA /FILM ANIM.FR./  
MUSTANG DUCH WOLNOSCI /SER.ANIM.USA/  
MUSTANG DUCH WOLNOSCI AKADEMIA JAZDY KONNEJ /SER.ANIM.USA/  
MY LITTLE PONY FILM /FILM ANIM.KAN.USA/  
NA DRODZE /FILM ANIM.POL./  
NA FALI /FILM ANIM.USA/  
NAJPIEKNIJSZE BASNIE BLEKITNY KSIAZE I WROZKA LUPINA /FILM FANT.NIEM./  
NAJPIEKNIJSZE BASNIE BRACI GRIMM /SER.FAM.NIEM./

---

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE CUDOWNA WODA /FILM FANT.CZECH.SLOWAC./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE DESZCZOWA PANI /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE DUCH GOR /FILM FANT.CZECH.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE DWIE SIOSTRY /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE DZIADEK DO ORZECHOW /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE GWIAZDKA Z NIEBA /FILM FANT.SLOWAC.NIEM.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE HISTORIA KOPCIUSZKA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KALOSZE SZCZESCIA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KAMIENNE SERCE /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KRAINA OBFITOSCI /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KROLEWNA SNIEZKA I KRASNOLUDKI /FILM FANT.CZECH.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KROLEWSKIE DZIECI /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KROLOWA DWUNASTU MIESIECY /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KSIEZNICZKA I DIABEL /FILM FANT.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE KSIEZNICZKA I POL KROLESTWA /FILM FANT.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE MAGICZNA GROTA /FILM FANT.CZECH.SLOWAC.WEG./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE MAGICZNE PIORO /FILM FANT.CZECH.SLOWAC.DAN./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE MAGICZNY DAR /FILM BASN.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE MAGICZNY KAMIEN /FILM FANT.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE MALA SYRENKA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE NIESFORNE DIABLY /FILM FANT.CZECH./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE NOWE SZATY CESARZA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE O ZLOTYM TALARZE /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE PIEKNA I BESTIA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE PIEKNA I KSIAZE /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE PRAWDZIWA NARZECZONA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE PRZEPOWIEDNIA DLA KSIECIA /FILM FANT.CZECH.SLOWAC.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE SPIACA KROLEWNA /FILM FANT.NIEM.AUSTRIA/

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE SWINIOPAS /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE UCZEN CZARNOKSIEZNIKA /FILM FANT.NIEM./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE UCZEN ZEGARMISTRZA /FILM FANT.CZECH.SLOWAC./

---

NAJPIEKNIJSZE BASNIE ZAKLETA KSIEZNICZKA /FILM FANT.CZECH./

---

NAJSILNIEJSZA DRUZYNA SWIATA /FILM FAM.USA/

---

NAPRZOD /FILM ANIM.USA/

---

NICKY RICKY DICKY I DAWN /SER.KOM.USA/

---

NIE WIERZCIE BLIZNIACZKOM /FILM KOM.USA/

---

NOWE PRZYGODY ALADYNA /FILM KOM.BEL.FR./

---

NOWE PRZYGODY KUBUSIA PUCHATKA /SER.ANIM.USA/

---

NOWE SZATY KROLA /FILM ANIM.USA/

---

---

NOWE SZATY KROLA 2 NOWE SZATY KRONKA /FILM ANIM.USA/  
O CZYM MARZA ZWIERZETA /FILM ANIM.AUSTRAL./  
O YETI! /FILM ANIM.JAP.CHIN.USA/  
OBCY NA PODDASZU /FILM FANT.KAN.USA/  
OBRONCY BERK /SER.ANIM.USA/  
ODLOT /FILM ANIM.USA/  
ODLOTOWA PRZYGODA /FILM ANIM.HISZP./  
OGGY I KARALUCHY /SER.ANIM.FR./  
OPIEKUN /FILM FAM.USA/  
OPOWIESC WIGILIJNA /FILM ANIM.USA/  
OPOWIESCI DZIWNEJ TRESCI: ZOLW KONTRA ZAJAC /FILM ANIM.USA/  
OPOWIESCI NA DOBRANOC /FILM FAM.USA/  
OPOWIESCI Z NARNII LEW CZAROWNICA I STARA SZAFA /FILM FANT.USA/  
OPOWIESCI Z NARNII: KSIAZE KASPIAN /FILM FANT.W.BRYT.USA/  
OPOWIESCI Z NARNII: PODROZ WEDROWCA DO SWITU /FILM FANT.USA/  
OSTATNI SMOKOBOJCA /FILM FANT.W.BRYT./  
OVER THE HEDGE /FILM ANIM.USA/  
PADA SHREK /FILM ANIM.USA/  
PADDINGTON /FILM FAM.W.BRYT.FR./  
PAMIETNIK FLORKI /SER.ANIM.POL./  
PAN KLEKS W KOSMOSIE /FILM FANT.POL./  
PAN MAGOO /FILM KOM.USA/  
PAN PEABODY I SHERMAN /FILM ANIM.USA/  
PAN PEABODY I SHERMAN SHOW /SER.ANIM.USA/  
PANA MAGORIUM CUDOWNE EMPORIUM /FILM FAM.KAN.USA/  
PARANORMAN /FILM ANIM.USA/  
PIDZAMERSI /SER.ANIM.FR./  
PIEKNA I BESTIA /FILM ANIM.USA/  
PIEKNA I BESTIA /FILM FANT.AUSTRAL./  
PIEKNA I BESTIA /FILM FANT.NIEM.FR./  
PIEKNA I BESTIA /FILM FANT.USA/  
PIEKNA I BESTIA ZACZAROWANE SWIETA /FILM ANIM.USA/  
PIERWSZA GWIAZDKA /FILM ANIM.USA/  
PIERWSZY LOT /FILM ANIM.USA/  
PINGWINY Z MADAGASKARU /FILM ANIM.USA/  
PINGWINY Z MADAGASKARU /SER.ANIM.USA/  
PINGWINY Z MADAGASKARU: MISJA SWIATECZNA /FILM ANIM.USA/  
PINOKIO I PRZYJACIELE /SER.ANIM.WL./  
PIORUN /FILM ANIM.USA/

---





---

PIORUN I MAGICZNY DOM /FILM ANIM.BEL.FR.W.BRYT./

---

PIOTRUS KROLIK /FILM FAM.AUSTRAL.W.BRYT.USA/

---

PIOTRUS PAN /FILM PRZYG.USA/

---

PIOTRUS PAN: WIELKI POWROT /FILM ANIM.AUSTRAL.USA KAN./

---

PIOTRUS WYPRAWA DO NIBYLANDII /FILM FANT.W.BRYT.USA AUSTRAL./

---

PLANETA 51 /FILM ANIM.HISZP.USA W.BRYT./

---

PLANETA SKARBOW /FILM ANIM.USA/

---

PLAYMOBILE THE MOVIE /FILM ANIM.FR.W.BRYT.NIEM.CHIN.KAN./

---

POCAHONTAS /FILM ANIM.USA/

---

PODROZ ZA JEDEN USMIECH /FILM PRZYG.POL./

---

POKEMON DETECTIVE PIKACHU /FILM SF JAP.KAN.USA/

---

POMOCNIK SWIETEGO MIKOLAJA I MAGICZNE PLATKI SNIEGU /FILM ANIM.BEL.FR./

---

POTWORNA RODZINKA /FILM ANIM.NIEM.W.BRYT./

---

POTWORY I SPOLKA /FILM ANIM.USA/

---

POTWORY KONTRA OBCY /FILM ANIM.USA/

---

POTWORY KONTRA OBCY: WIELKA UCIECZKA BOBA /FILM ANIM.USA/

---

POWER PLAYERS /SER.ANIM.USA/

---

POZYCZALSCY /FILM FAM.W.BRYT./

---

PRAZIOMEK /FILM ANIM.KAN.USA/

---

PRINCEZNA A PUL KRALOVSTVI /FILM FAM.CZECH./

---

PROSIACZEK I PRZYJACIELE /FILM ANIM.USA/

---

PRZYGODY BOLKA I LOLKA /SER.ANIM.POL./

---

PRZYGODY KUBUSIA PUCHATKA /FILM ANIM.USA/

---

PRZYTUL MNIE /SER.ANIM.POL./

---

PSI PATROL /SER.ANIM.KAN.USA/

---

PSY I KOTY /FILM FAM.AUSTRAL.USA/

---

PSY I KOTY: ODWET KITTY /FILM FAM.AUSTRAL.USA/

---

PSZCZOLKA MAJA FILM /FILM ANIM.NIEM./

---

PSZCZOLKA MAJA MIODOWE IGRZYSKA /FILM ANIM.NIEM.AUSTRIA/

---

PUDLAKI /FILM ANIM.USA/

---

PUP STAR /FILM KOM.USA/

---

RALF DEMOLKA /FILM ANIM.USA/

---

RALPH DEMOLKA W INTERNECIE /FILM ANIM.USA/

---

RATATUJ /FILM ANIM.USA/

---

RATUJMY MIKOLAJA /FILM ANIM.USA/

---

RATUNKU ZMNIJSZYLEM NAUCZYCIELKE /FILM KOM.NIEM.AUSTRIA/

---

RATUNKU ZMNIJSZYLEM RODZICOW /FILM KOM.NIEM./

---

RECHOTEK /FILM ANIM.MALEZ./

---

REKSIO /SER.ANIM.POL./

---

---

RENIFER NIKO RATUJE SWIETA /FILM ANIM.NIEM.DAN.FIN.IRL./

---

REPUBLIKA DZIECI /FILM FAM.POL./

---

RIO /FILM ANIM.USA/

---

RIO 2 /FILM ANIM.USA/

---

ROBINSON CRUSOE /FILM ANIM.BEL.FR./

---

ROCCA ZMIENIA SWIAT /FILM PRZYG.NIEM./

---

RODZINA ADDAMSOW /FILM ANIM.KAN.USA W.BRYT./

---

ROGATA EKIPA /SER.ANIM.USA/

---

ROGATE RANCZO /FILM ANIM.USA/

---

RYBKI Z FERAJNY /FILM ANIM.USA/

---

RYS I SPOLKA /FILM ANIM.HISZP./

---

RYSIEK LWIE SERCE /FILM ANIM.HISZP./

---

SAM W DOMU PO RAZ CZWARTY /FILM FAM.USA/

---

SAM W DOMU PO RAZ TRZECI /FILM FAM.USA/

---

SAMOLOTY /FILM ANIM.USA/

---

SAMOLOTY 2 /FILM ANIM.USA/

---

SAMSAM /FILM ANIM.BEL.FR./

---

SANTIAGO Z MORZ /SER.ANIM.USA/

---

SARILA /FILM ANIM.KAN./

---

SAWA MALY WIELKI BOHATER /FILM ANIM.ROS./

---

SCOOBY-DOO /FILM PRZYG.USA/

---

SCOOBY-DOO /SER.ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO 2: POTWORY NA GIGANCIE /FILM KOM.USA/

---

SCOOBY-DOO ABRACADABRA-DOO /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO AHOJ PIRACI /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO EPOKA PANTOZAURA /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I DUCH CZAROWNICY /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I FRANKENSTRACHY /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I KROL GOBLINOW /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I LEGENDA WAMPIRA /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I MIECZ SAMURAJA /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I NAJEDZCY KOSMOSU /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I POTWOR Z LOCH NESS /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO I SNIEZNY STWOR /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO NA DZIKIM ZACHODZIE /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO NA TROPIE MUMII /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO PODBIJA HOLLYWOOD /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO WAKACJE Z DUCHAMI /FILM ANIM.USA/

---

SCOOBY-DOO WYPRAWA PO MAPE SKARBOW /FILM ANIM.USA/

---

---

SCOOBY-DOO! POGROMCY WAMPIROW /FILM ANIM.USA/  
SCOOBY-DOO! UPIOR W OPERZE /FILM ANIM.USA/  
SCOOBY-DOO: MASKA BLEKITNEGO SOKOLA /FILM ANIM.USA/  
SEKRETNE ZYCIE ZWIERZAKOW DOMOWYCH /FILM ANIM.JAP.USA/  
SEKRETNE ZYCIE ZWIERZAKOW DOMOWYCH II /FILM ANIM.FR.JAP.USA/  
SEKRETNY SWIAT KOTOW /FILM ANIM.CHIN./  
SEZON NA MISIA /FILM ANIM.USA/  
SEZON NA MISIA 2 /FILM ANIM.USA/  
SEZON NA MISIA 3 /FILM ANIM.USA/  
SEZON NA MISIA STRACH SIE BAC /FILM ANIM.USA/  
SHAUN THE SHEEP FARMER'S LLAMAS /FILM ANIM.W.BRYT./  
SHEEP & WOLVES /FILM ANIM.ROS./  
SHREK /FILM ANIM.USA/  
SHREK 2 /FILM ANIM.USA/  
SHREK 3-D /FILM ANIM.USA/  
SHREK MA WIELKIE OCZY /FILM ANIM.USA/  
SHREK TRZECI /FILM ANIM.USA/  
SIATKARZ BUDDY /FILM FAM.KAN./  
SIEDMIU KRASNOLUDKOW RATUJE SPIACA KROLEWNE /FILM ANIM.NIEM./  
SING /FILM ANIM.USA/  
SKOK PO MARZENIA /FILM FAM.USA/  
SKOK PRZEZ PLOT /FILM ANIM.USA/  
SKUBANI /FILM ANIM.USA/  
SMALLFOOT /FILM ANIM.USA/  
SMERFY /FILM FAM.USA/  
SMERFY /SER.ANIM.BEL.FR.NIEM.USA/  
SMERFY /SER.ANIM.BEL.USA/  
SMERFY 2 /FILM FAM.USA/  
SMERFY OPOWIESC WIGILIJNA /FILM ANIM.USA/  
SMERFY POSZUKIWACZE ZAGINIONEJ WIOSKI /FILM ANIM.HONGK.USA/  
SMOKIEM I MIECZEM /FILM PRZYG.NIEM.W.BRYT./  
SNIEZNA PACZKA /FILM ANIM.JAP.CHIN.W.BRYT.KAN.INDIE USA/  
SOPHIA GRACE I ROSIE KROLEWSKA PRZYGODA /FILM FAM.USA/  
SPIACA KROLEWNA /FILM ANIM.USA/  
STO MINUT WAKACJI /FILM FAM.NIEM.POL./  
STRASZNE HISTORIE MASZY /SER.ANIM.ROS./  
STRASZNY DOM /FILM ANIM.USA/  
STRAZACKI PIES /FILM KOM.KAN.USA/  
STRAZAK SAM /SER.ANIM.W.BRYT./

---

---

STRAZAK SAM NORMAN PRICE I TAJEMNICA PRZESTWORZY /FILM ANIM.KAN./

---

STRAZNICY MARZEN /FILM ANIM.USA/

---

STUART MALUTKI 2 /FILM FAM.USA/

---

STUART MALUTKI 3: TROCHE NATURY /FILM ANIM.USA/

---

SUMMER & TODD HAPPY FARMERS /SER.ANIM.WL./

---

SUPER MIS /FILM ANIM.CHIN.USA/

---

SUPERPSIAKI /FILM PRZYG.USA/

---

SWIETASTYCZNE KOLEDOWANIE /FILM ANIM.USA/

---

SZALONE WAKACJE NA KOLKACH /FILM KOM.NIEM.W.BRYT.USA/

---

SZCZENIAK ZWANY SCOOBY-DOO /SER.ANIM.USA/

---

SZCZENIECE LATA TOMA I JERRYEGO /SER.ANIM.USA/

---

SZEREGOWIEC DOLOT /FILM ANIM.W.BRYT./

---

SZEROKIEJ DROGI /SER.ANIM./

---

SZYBCY I SNIEZNI /FILM ANIM.KAN./

---

TAJEMNICA RAJSKIEGO WZGORZA /FILM PRZYG.WEG.FR.W.BRYT./

---

TAJEMNICA ZIELONEGO KROLESTWA /FILM ANIM.USA/

---

TAJEMNICZY OGROD /FILM FAM.USA/

---

TARAPATY /FILM PRZYG.POL./

---

TARZAN /FILM ANIM.USA/

---

TARZAN I JANE /FILM ANIM.USA/

---

TARZAN II /FILM ANIM.USA/

---

TARZAN KROL DZUNGLI /FILM ANIM.NIEM./

---

TECZOWY OBOZ /FILM KOM.USA/

---

TEDI I POSZUKIWACZE ZAGINIONEGO MIASTA /FILM ANIM.HISZP./

---

THE BOSS BABY BACK IN BUSINESS /SER.ANIM.USA/

---

THE LEGO MOVIE 2 THE SECOND PART /FILM ANIM.DAN.NORW.AUSTRIA USA/

---

THE LEGO NINJAGO MOVIE /FILM ANIM.DAN.AUSTRAL.USA/

---

THE MITCHELLS VS THE MACHINES /FILM ANIM.HONGK.USA/

---

TIMMY I PRZYJACIELE /SER.ANIM.W.BRYT./

---

TIMON I PUMBA /SER.ANIM.USA/

---

TOM I JERRY CZARNOKSIEZNIK Z KRAINY OZ /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY I MAGICZNA FASOLA /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY I SHERLOCK HOLMES /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY JAK URATOWAC SMOKA /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY MAGICZNY PIERSCIEN /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY MISJA NA MARSZA /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY PIRACI I KUDLACI /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY ROBIN HOOD I JEGO KSIEZNA MYSZ /FILM ANIM.USA/

---

TOM I JERRY SHOW /SER.ANIM.USA/

---

TOM I JERRY SZYBCY I KOSMACI /FILM ANIM.USA/  
TOM I JERRY WIELKA UCIECZKA /FILM ANIM.USA/  
TOMEK I PRZYJACIELE /SER.ANIM.W.BRYT./  
TOMEK I PRZYJACIELE NAPRZOD LOKOMOTYWY! /SER.ANIM.W.BRYT.KAN.USA/  
TOMEK I PRZYJACIELE TAJEMNICA ZAGINIONEJ KORONY /FILM ANIM.W.BRYT./  
TOMEK I PRZYJACIELE WIELKI SWIAT WIELKIE PRZYGODY /SER.ANIM.W.BRYT./  
TOMEK I PRZYJACIELE WYPRAWA POZA WYSPE SODOR /FILM ANIM.W.BRYT./  
TOMEK I PRZYJACIELE WYSCIG O PUCHAR SODORU /FILM ANIM.USA/  
TOP WING PTASIA AKADEMIA /SER.ANIM.KAN./  
TORU SUPERLIS /SER.ANIM.POL./  
TOY STORY /FILM ANIM.USA/  
TOY STORY 2 /FILM ANIM.USA/  
TOY STORY 3 /FILM ANIM.USA/  
TOY STORY 4 /FILM ANIM.USA/  
TOY STORY PREHISTORIA /FILM ANIM.USA/  
TROLLE /FILM ANIM.USA/  
TROLLE 2 /FILM ANIM.USA/  
TYGRYS I PRZYJACIELE /FILM ANIM.USA/  
UCIEKAJACE KURCZAKI /FILM ANIM.FR.W.BRYT.USA/  
UNIWERSYTET POTWORNY /FILM ANIM.USA/  
UPROWADZONA KSIEZNICZKA /FILM ANIM.UKR./  
UPS ARKA ODPLYNELA /FILM ANIM.NIEM.USA BEL.IRL./  
URWIS /FILM ANIM.KAN.USA/  
UWAGA POZAR /SER.ANIM.POL./  
UWOLNIC ORKE /FILM FAM.USA/  
UWOLNIC ORKE II /FILM FAM.USA/  
UWOLNIC ORKE III /FILM FAM.USA/  
VAIANA SKARB OCEANU /FILM ANIM.USA/  
W GLOWIE SIE NIE MIESCI /FILM ANIM.USA/  
W POSZUKIWANIU ZLOTEGO ZAMKU /FILM PRZYG.NORW./  
W PUSTYNI I W PUSZCZY /FILM PRZYG.POL.1973/  
WALECZNE RYBKI /FILM ANIM.USA/  
WALLACE I GROMIT - KLATWA KROLIKA /FILM ANIM.W.BRYT./  
WALL-E /FILM ANIM.USA/  
WHEE WHEELS: EKIPA NA KOLKACH /SER.ANIM.USA/  
WIEDZMY /FILM FAM.W.BRYT.USA/  
WIELKA BITWA ASTERIXA /FILM ANIM.FR./  
WIELKA PODROZ BOLKA I LOLKA /FILM ANIM.POL./  
WIELKA SZOSTKA /FILM ANIM.USA/

---

WIELKI MYSI DETEKTYW /FILM ANIM.USA/  
WILK NA 100% /FILM ANIM.AUSTRAL.BEL./  
WILK W OWCZEJ SKORZE 2 /FILM ANIM.ROS./  
WONDER PARK /FILM ANIM.HISZP.USA/  
WYLUZUJ SCOOPY-DOO! /SER.ANIM.USA/  
WYSPA DINOZAURA 2 /FILM ANIM.NIEM./  
WYSPA NIM /FILM KOM.USA/  
YAKARI I WIELKA PODROZ /FILM ANIM.BEL.FR.NIEM./  
YOKO PRZYGODY MŁODEGO YETI /FILM PRZYG.SZWEC.NIEM.AUSTRIA/  
ZABAWY BOLKA I LOLKA /SER.ANIM.POL./  
ZACZAROWANA /FILM FAM.USA/  
ZACZAROWANE PIORO /FILM FAM.CZECH./  
ZACZAROWANY SWIAT BELLI /FILM ANIM.USA/  
ZAJAC MAX RATUJE WIELKANOC /FILM ANIM.NIEM./  
ZAKOCHANY KUNDEL II. PRZYGODY CHAPSA /FILM ANIM.USA/  
ZAKOCHANY MADAGASKAR /FILM ANIM.USA/  
ZAKOCHANY WILCZEK /FILM ANIM.INDIE USA/  
ZAKWAKANI /FILM ANIM.CHIN.ROS.USA/  
ZALOGA G /FILM FAM.USA/  
ZAMBEZIA /FILM ANIM.RPA/  
ZAPLATANE PRZYGODY ROSZPUNKI /SER.ANIM.USA/  
ZAPLATANI /FILM ANIM.USA/  
ZATHURA KOSMICZNA PRZYGODA /FILM FANT.USA/  
ZEMSTA FUTRZAKOW /FILM KOM.USA/  
ZIARNO /PROG.REL.POL./  
ZJEDNOCZENI HEROSI W NOWYM JORKU /FILM ANIM.FR.W.BRYT.USA/  
ZOLWIK SAMMY 2 /FILM ANIM.BEL./  
ZOLWIK SAMMY W 50 LAT DOKOŁA SWIATA /FILM ANIM.BEL./  
ZWIERZOGROD /FILM ANIM.USA/

Źródło: opracowania Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research