

Data publikacji: 04-04-2012



**SENAT
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
VIII KADENCJA**

Warszawa, dnia 30 marca 2012 r.

Druk nr 89

**PRZEWODNICZĄCY
Krajowej Rady Radiofonii
i Telewizji**

**Szanowny Pan
Bogdan BORUSEWICZ
MARSZAŁEK SENATU
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

Szanowny Panie Marszałku,

W związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, w załączeniu uprzejmie przekazuję następujące dokumenty, przyjęte przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, uchwałami Nr 66/2012 z 20 marca oraz 67/2012 z 23 marca bieżącego roku:

1. „Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2011 roku”;
2. „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku”.

Z poważaniem

(-) Jan Dworak

SPRAWOZDANIE
KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI
Z DZIAŁALNOŚCI W **2011** ROKU

**Krajowa Rada
Radiofonii i Telewizji**

**UCHWAŁA Nr 66/2012
z dnia 20 marca 2012 roku**

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2011 r. Nr 43 poz. 226 z późn. zm.) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Przyjąć Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2011 roku, stanowiące załącznik do uchwały.
2. Przedstawić Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2011 roku:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2011 roku Prezesowi Rady Ministrów.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

/ - / Jan Dworak

SPISTRZEŚCI

WSTĘP	_____	7
ROZDZIAŁ 1	Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w liczbach	8
ROZDZIAŁ 2	Główne prace w roku sprawozdawczym	10
	2.1 Strategia regulacyjna na lata 2011 – 2013	10
	2.2 Implementacja dyrektywy	13
	2.3 Cyfryzacja nadawania naziemnego	13
	2.4 Wyłanianie władz w spółkach publicznej radiofonii i telewizji	14
	2.5 Porozumienia finansowo-programowe z nadawcami publicznymi	15
	2.6 Reorganizacja biura	16
	2.7 Budżet	18
ROZDZIAŁ 3	Udział KRRiT w procesie tworzenia prawa	22
	3.1 Proces implementacji dyrektywy 2007/65/WE „O audiowizualnych usługach medialnych”	22
	3.2 Ustawa z 30 czerwca 2011 roku o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej	23
	3.3 Rozporządzenia – obowiązujące i projektowane	24
ROZDZIAŁ 4	Działania koncesyjne	29
	4.1 Wdrażanie naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T	29
	4.2 Postępowanie w sprawie rozszerzenia koncesji	30
	4.3 Poprawa warunków nadawania programu i uzupełnienie oferty programowej z wykorzystaniem wolnych częstotliwości	33
	4.4 Zmiany programowe w koncesjach	35
	4.5 Przejście uprawnień z koncesji	35
	4.6 Rozłożenie opłaty na raty	35
	4.7 Nowe polskie programy rozpowszechniane satelitarnie oraz programy rozpowszechniane i rozprowadzane w sieciach telekomunikacyjnych	35
	4.8 Plany zagospodarowania wolnych częstotliwości	36
ROZDZIAŁ 5	Ustawowy system kontroli	38
	5.1 Analizy problemowe	38
	5.2 Przestrzeganie przepisów o ochronie małoletnich - wyniki kontroli	44
	5.3 Kontrola głośności reklam	45
	5.4 Kontrola programowa nadawców koncesjonowanych	47
	5.5 Wyniki kontroli koncesjonowanych programów radiowych	47
	5.6 Wyniki kontroli koncesjonowanych programów telewizyjnych	50
	5.7 Wystąpienia do KRRiT rozpatrywane w trybie skarg i wniosków	52
	5.8 Odpowiedzialność prawna nadawców	55

ROZDZIAŁ 6	Media publiczne	57
	6.1 Przebieg konkursów oraz wybór rad nadzorczych i zarządów	57
	6.2 Plany finansowo-programowe	62
	6.3 Kontrola programowa nadawców publicznych	64
	6.4 Opłaty abonamentowe	79
	6.5 Wykorzystanie środków przekazanych nadawcom publicznym	84
	6.6 Liczba abonentów. Zwolnienia od opłat. Umarzanie zaległości.	88
ROZDZIAŁ 7	Orzecznictwo sądowe	91
	7.1 Skargi i odwołania	91
	7.2 Wybrane wyroki – wnioski i wskazania dla KRRiT	91
ROZDZIAŁ 8	Udział w pracach instytucji i organizacji międzynarodowych	92
	8.1 Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)	92
	8.2 Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF)	93
ROZDZIAŁ 9	Relacje społeczne i działalność informacyjno-edukacyjna	94
	9.1 Przykłady działań informacyjno-edukacyjnych KRRiT	94
	9.2 Edukacja medialna	96
	9.3 Stanowiska w ważnych sprawach publicznych – przykłady	97
	9.4 Cyfryzacja urzędu	98

Wersje elektroniczne „Sprawozdania KRRiT z działalności w 2011 roku” oraz „Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku” znajdują się na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

ZAŁĄCZNIKI:

Załącznik nr 1	Wykaz stacji nadawczych w multipleksach 1-3 z podaniem wykorzystywanego kanału i mocy promieniowanej, terminu uruchomienia poszczególnych stacji oraz terminu wyłączenia emisji analogowych, a także mapy z obszarami zasięgów MUX1, MUX2 i MUX3. _____	100
Załącznik nr 2	Wykaz decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres wydanych w 2011 roku _____	105
Załącznik nr 3	Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną w zakresie UKF, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętymi uchwałą podjętą w 2011 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2011 roku _____	108
Załącznik nr 4	Wykaz wydanych w 2011 roku decyzji w sprawie zmian technicznych skutkujących wzrostem zasięgu programu w radiowych koncesjach naziemnych. _____	110
Załącznik nr 5	Wykaz miejscowości, w których Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwróciła się do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej o dobór nowych częstotliwości _____	111
Załącznik nr 6	Wykaz częstotliwości dodanych do planu zagospodarowania częstotliwości w 2011 roku _____	111
Załącznik nr 7	Wykaz miejscowości, na które w 2011 roku ogłoszone zostały postępowania o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na program radiowy _____	112
Załącznik nr 8	Wykaz decyzji wydanych w 2011 roku w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe) _____	114
Załącznik nr 9	Wykaz koncesji, w których dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT zgody na przeniesienie uprawnień oraz wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień _____	115
Załącznik nr 10	Wykaz podmiotów, którym udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji _____	118
Załącznik nr 11	Wykaz koncesji wydanych w 2011 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny _____	119
Załącznik nr 12	Wykaz koncesji wydanych w 2011 roku na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych _____	120

Szanowni Państwo,

Wypełniając ustawowe obowiązki przedstawiam tegoroczne *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2011 roku wraz z Informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w składzie: Jan Dworak, Witold Graboś, Krzysztof Luft, Stefan Pastuszka, Sławomir Rogowski działa od 4 sierpnia 2010 roku. Sprawozdanie z działalności KRRiT w 2011 roku obejmuje pierwszy, pełny, roczny okres pracy w wymienionym powyżej składzie.

Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2011 roku zostało przyjęte jednogłośnie uchwałą nr 66/2012 z 20 marca 2012 roku. Tegoroczne *Sprawozdanie* zawiera informacje o sposobie wykonania wszystkich ustawowych zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w tym zadań dotyczących prowadzenia postępowań koncesyjnych, sprawowania kontroli działalności nadawców, podziału opłat abonamentowych, organizowania i inicjowania współpracy międzynarodowej, wydawania na podstawie upoważnień ustawowych rozporządzeń jako wykonawczych aktów prawnych.

Do zadań szczególnie istotnych w ubiegłym roku należy zaliczyć prace nad zmianą ustawy o radiofonii i telewizji w związku z koniecznością implementacji dyrektywy 2010/13/EU o audiowizualnych usługach medialnych (D.A.U.M.), działania związane z wprowadzaniem naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T, powołaniem nowych, statutowych organów w spółkach publicznej radiofonii i telewizji, uzgadnianie planów finansowo-programowych nadawców publicznych, sporządzanych w celu realizacji zadań misyjnych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznaje za konieczne prowadzenie aktywnej polityki informacyjnej, rozwijanie różnych form konsultacji społecznych, zapraszanie do udziału w projektowanych przedsięwzięciach organizacji pozarządowych i innych grup działających w społeczeństwie obywatelskim. KRRiT opowiada się za upowszechnianiem systemów współregulacji i samoregulacji.

Ważną częścią dokumentacji sprawozdawczej KRRiT są informacje o koniecznych zmianach w prawie medialnym, przedstawiane w części *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie posiada inicjatywy ustawodawczej. Z tego powodu w procesie legislacyjnym dotyczącym mediów elektronicznych KRRiT pełni przede wszystkim funkcje organu eksperckiego. Mamy nadzieję, że nasze sugestie i postulaty poparte doświadczeniem wynikającym z praktyki oraz z kontaktów i konsultacji z różnymi podmiotami działającymi na polskim rynku medialnym, będą rozważone i wykorzystane w toku prac legislacyjnych planowanych w najbliższym czasie. W naszej ocenie to jedno z najważniejszych zadań obecnego roku.

Przewodniczący KRRiT

/-/ Jan Dworak

1 KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI W LICZBACH

W 2011 roku KRRiT podczas 101 posiedzeń przyjęła 462 uchwały, przede wszystkim związane z prowadzonymi postępowaniami koncesyjnymi oraz opublikowała 14 stanowisk, wydała 50 komunikatów i oświadczeń. KRRiT przygotowała i przekazała do publikacji 18 rozporządzeń, 3 projekty rozporządzeń zostały skierowane do konsultacji. Rozpoczęto prace nad 4 projektami rozporządzeń, z których trzy mają charakter fakultatywny. Uczestnicząc w procesie legislacyjnym w dziedzinie radiofonii i telewizji KRRiT opiniowała 27 projektów aktów ustawodawczych oraz umów międzynarodowych.

KRRiT odbyła 26 spotkań z nadawcami i innymi podmiotami działającymi na rynku medialnym. Nową praktyką KRRiT stały się spotkania z organizacjami pożytku publicznego w sprawach nowych, załatwianych przez KRRiT po raz pierwszy bądź w sprawach szczególnie ważnych z punktu widzenia działalności tych organizacji.

Do KRRiT wpłynęło około 43,3 tys., zaś wysłano około 62 tys. listów. W sprawach skarg i wniosków wpłynęło 9184 wystąpień.

Wydatki KRRiT wyniosły 17,9 mln zł, dochody dla budżetu państwa 27,7 mln zł, tj. blisko 60 % więcej niż zakładano w ustawie budżetowej.

Wpływy z opłat koncesyjnych (koncesje radiowe, telewizyjne, koncesje w sieciach telewizji kablowych oraz wpisy do rejestru programów) wyniosły łącznie ponad 25 mln zł.

Przewodniczący KRRiT wydał 15 decyzji o nałożeniu kar na nadawców w łącznej wysokości 776 920 zł w tym za naruszenia przepisów w zakresie działalno-

ści reklamowej i sponsorskiej Przewodniczący KRRiT nałożył 5 kar finansowych.

Dla nadawców publicznych KRRiT przekazała 470,2 mln zł wpływów abonamentowych. Telewizja Polska otrzymała 205,4 mln zł, Polskie Radio – 131,7 mln zł, rozgłośnie regionalne Polskiego Radia – 133,1 mln zł.

Przewodniczący KRRiT opublikował 34 ogłoszenia o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie naziemnych programów radiowych.

Udzielono 9 nowych koncesji radiowych na UKF oraz 6 na falach średnich. O dodatkową stację nadawczą rozszerzono 5 koncesji. Wydana została decyzja o rozszerzeniu koncesji 4 podmiotom posiadającym koncesje satelitarne poprzez przyznanie prawa do rozpowszechniania programu drogą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale MUX-1.

Satelitarnym nadawcom telewizyjnym zostało udzielonych 25 nowych koncesji.

Wydano 80 decyzji w sprawie rekoncesji programów radiowych i telewizyjnych, w 2 koncesjach dokonano wydłużenia terminu ważności koncesji do 10 lat. Wydano 20 decyzji w sprawie zmian warunków technicznych wykonywania koncesji, dzięki którym został zwiększony zasięg nadawania programów radiowych. W 17 koncesjach nastąpiły zmiany programowe, z których większość dotyczyła zmian nazwy programu. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 33 decyzje w sprawie zmian w koncesjach w zakresie przejścia uprawnień na inny podmiot oraz wyraziła zgodę na przejście uprawnień z 26 koncesji na inny podmiot w wyniku przekształceń w spółkach nadawców.

Pomocy publicznej w formie umorzenia lub rozłożenia na raty opłaty koncesyjnej udzielono 16 nadawcom. W odniesieniu do 13 koncesji podjęto nowe, bądź kontynuowano wcześniej rozpoczęte postępowania w sprawie cofnięcia koncesji.

Wydano 34 koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych. Na kolejny okres wydano 1 koncesję. Do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej wpłynęło 450 zgłoszeń, na podstawie których wydano 422 postanowienia.

Na podstawie nagrań skontrolowano realizację koncesji w 54 programach radiowych (łącznie 8932 godzin emisji). Sprawdzono także przestrzeganie przez nadawców przepisów, regulujących ochronę małoletnich w 2 programach (łącznie 329 godzin emisji), udział audycji z udogodnieniami odbioru dla osób z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu w 87 programach telewizyjnych, udział piosenki polskiej w 403 programach (w tym 317 radiowych i 85 telewizyjnych), udział tzw. kwot ekranowych w 85 pro-

gramach telewizyjnych. Na podstawie sprawozdań nadawców skontrolowano także realizację innych zadań ustawowych w 54 programach (25 telewizyjnych i 29 radiowych).

Kontrolą w zakresie reklamy i sponsoringu objęto 27 programów radiofonii publicznej, 97 programów telewizji kablowej oraz 278 programów koncesjonowanych nadawców radiowych. Podjęto działania interwencyjne w zakresie reklamy i audycji sponsorowanych w 29 przypadkach dotyczących programów telewizji publicznej oraz w 53 przypadkach telewizyjnych programów koncesjonowanych.

W zakresie umarzania i rozkładania na raty zaległości z tytułu opłat abonamentowych wpłynęło do KRRiT ponad 30,5 tys. nowych wniosków. KRRiT rozpatrzyła 16 046 wniosków abonentów-dłużników z lat 2007-2011. W oparciu o przepisy ustawy KRRiT umorzyła zaległości abonamentowe na łączną kwotę około 12,7 mln zł oraz rozłożyła na raty około 2 mln zł.

Nową stroną internetową KRRiT www.krrit.gov.pl odwiedziło około 200 tys. osób, korzystając z zamieszczonych tam informacji.

2 GŁÓWNE PRACE W ROKU SPRAWOZDAWCZYM

2.1 Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2011 - 2013

Wobec doniosłych zmian społecznych, technologicznych, rynkowych zachodzących w świecie mediów elektronicznych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznała za konieczne ponowne określenie głównych zadań i celów swej działalności. Podana do publicznej wiadomości 5 kwietnia 2011 roku *Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2011 - 2013* zawiera szczegółową analizę zmian zachodzących w ostatnim czasie w mediach elektronicznych, m.in. w związku z koncentracją kapitałową, zjawiskiem tabloidyzacji, wzajemnymi relacjami pomiędzy światem mediów i polityki. Wiele miejsca KRRiT poświęciła unijnej polityce audiowizualnej i medialnej. Szczególną uwagę KRRiT zwróciła na proces wprowadzania naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T, diagnozę sytuacji w mediach publicznych oraz działania na rzecz swobody wypowiedzi.

W szerszym niż dotychczas zakresie uznano za niezbędną współpracę KRRiT z organizacjami społecznymi, instytucjami publicznymi oraz instytucjami naukowymi w kraju i za granicą. KRRiT przed podjęciem szczególnie istotnych decyzji dotyczących m.in. przeprowadzenia konkursów na członków rad nadzorczych i zarządów w spółkach publicznej radiofonii i telewizji, zawierania porozumień finansowo-programowych, prowadzenia monitoringu kampanii parlamentarnej, odbyła spotkania konsultacyjne z organizacjami społecznymi. KRRiT wyraża przekonanie, że należy rozszerzać tego rodzaju formy współpracy, jako ważnego elementu realizacji zadań ustawowych.

Do *Strategii regulacyjnej* KRRiT dołączyła harmonogram wykonania głównych zadań, wykaz raportów i analiz oraz rozporządzeń przygotowanych w zwią-

ku z obowiązkami nałożonymi przez tzw. implementacyjną nowelizację ustawy o radiofonii i telewizji przyjętą 25 marca 2011 roku.

Zgodnie ze *Strategią regulacyjną* misję Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wyznaczają społeczne potrzeby i oczekiwania wobec mediów elektronicznych, nadawców i dostawców usług medialnych. KRRiT jest zobowiązana do zagwarantowania właściwej ich roli w życiu kraju i społeczeństwa. Do podstawowych zadań KRRiT należy zapewnienie społeczeństwu treści programowych oraz usług medialnych, zgodnych z jego prawami, potrzebami, standardami krajowymi i międzynarodowymi. KRRiT ma również obowiązek zapewnić właściwe warunki działania dostawcom usług medialnych.

Główne cele działalności KRRiT związane są więc z realizacją podstawowych zasad społeczeństwa demokratycznego takich, jak:

- swoboda wypowiedzi i debaty publicznej, prawo do informacji oraz przeciwdziałanie wszelkim formom cenzury, nacisków czy ingerencji;
- samodzielność nadawców jako podstawowy element wolności mediów;
- pluralizm mediów rozumiany jako pluralizm treści i pluralizm właścicielski;
- ochrona interesów odbiorców zgodnie z potrzebami wynikającymi z ich różnych ról społecznych;
- upowszechnianie dóbr kultury w mediach jako element kształtowania tożsamości narodowej i kulturowej;
- kształtowanie ładu mediów elektronicznych i wspólnie z innymi organami państwa, w tym z Prezesem Rady Ministrów, kształtowanie polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- rozwój przedsiębiorstw medialnych stanowiących

ważny element sektora gospodarki krajowej, tzw. przemysłu kultury oraz w istotny sposób wpływających na poziom produktu krajowego.

Strategia regulacyjna Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na lata 2011-2013 została przekazana do wiadomości organom państwa, które w zakresie kompetencji mają zadania w sferze polityki audiowizualnej i jest powszechnie dostępna. W ocenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Strategia regulacyjna w istotny sposób przyczynia się do prowadzenia przejrzystej i przewidywalnej polityki w dziedzinie mediów audiowizualnych. KRRiT uważa, iż jest ona ważnym punktem odniesienia w dyskusjach na temat mediów i w procesie podejmowania politycznych czy gospodarczych decyzji dotyczących ich przyszłości.

Integralną i ważną część Strategii regulacyjnej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na lata 2011 – 2013 stanowią ramowy harmonogram wykonania głównych zamierzeń. Poniżej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przedstawia krótką informację, zawierającą odpowiedzi na trzy podstawowe pytania: które z tych najważniejszych, strategicznych zadań ujętych w harmonogramie udało się zakończyć w roku sprawozdawczym, które zadania pozostają jeszcze w toku realizacji, a których wykonanie zostało przełożone i z jakich przyczyn na termin późniejszy.

- **Działania na rzecz swobody wypowiedzi w mediach elektronicznych**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji planowała stworzyć ramy stałej współpracy z wyspecjalizowanymi organizacjami pozarządowymi. W Biurze KRRiT projektowano powołanie Rzecznika wolności słowa. Współpraca z organizacjami pozarządowymi została zainicjowana podczas realizacji najważniejszych prac w roku sprawozdawczym. Przykładem mogą być spotkania konsultacyjne z organizacjami pozarządowymi w czasie prowadzenia konkursów na członków rad nadzorczych i członków zarządów w publicznej

radiofonii i telewizji, proces uzgadniania planów finansowo-programowych czy okres przygotowań do sporządzenia monitoringu programowego z przebiegu kampanii parlamentarnej w mediach. Współpraca ta nie osiągnęła jednak charakteru instytucjonalnego, co było podstawowym zamierzeniem i dlatego KRRiT nie zalicza tego zadania do zakończonych. Powołanie Rzecznika wolności słowa zostało przełożone do realizacji w 2012 roku.

- **Konwersja cyfrowa**

Podstawowe, strategiczne działania KRRiT planowane w I półroczu 2011 roku w związku z konwersją cyfrową zostały wykonane. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji z jednej strony prowadziła intensywne prace związane z cyfryzacją nadawania naziemnego i jednocześnie uczestniczyła na zasadach eksperckich w pracach nad projektem ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, prowadzonych w Ministerstwie Infrastruktury (por. poniżej pkt 2.4). KRRiT rozstrzygnęła konkurs na zagospodarowanie multipleksu pierwszego naziemnej telewizji cyfrowej. W roku bieżącym KRRiT ogłosiła konsultacje, a następnie konkurs na kolejne cztery miejsca w tym multipleksie. We współpracy z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi zorganizowana została konferencja „Telewizja cyfrowa dla wszystkich”, podejmująca ważne, społeczne tematy: „Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu”, „Co to jest telewizja cyfrowa?”, „Po telewizji cyfrowej pora na cyfrowe radio”.

Przeprowadzenie konsultacji społecznych i przygotowanie strategii wdrożenia naziemnej radiofonii cyfrowej to zadanie planowane w drugim półroczu 2011 roku. KRRiT w planowanym terminie rozpoczęła prace przygotowawcze. Uwzględniając zarówno prośby zainteresowanych podmiotów rynkowych o przedłużenie okresu konsultacji, jak i zmianę na stanowisku prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, wykonanie tego zadania zostało przesunięte na bieżący rok. Po przeprowadzeniu konsultacji społecznych

w 2012 roku zostanie przygotowana również koncepcja konwersji lokalnych nadawców telewizyjnych.

- **Media publiczne**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła konkursy i powołała członków rad nadzorczych we wszystkich 19 spółkach mediów publicznych. W 5 spółkach, w których rady programowe zakończyły czteroletnie kadencje, wspólnie z grupowaniami parlamentarnymi zostały powołane nowe składy tych ważnych ze społecznego punktu widzenia ciał. Przygotowane zostały i wdrożone procedury prawne, określającym terminy przedkładania i zakres planów finansowo-programowych oraz przepisy regulujące sprawozdawczość mediów publicznych, prowadzoną w celu rozliczenia przyznanych środków finansowych i określenia kosztów realizacji zadań misyjnych. KRRiT w ramach współpracy z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministrem Administracji i Cyfryzacji przygotowała pakiet propozycji *de lege ferenda* m.in. zmierzających do modernizacji działania i finansowania mediów publicznych, co wiąże się z realizacją zamierzenia strategicznego – przygotowania programu zmian w mediach publicznych służącego zaspokajaniu współczesnych potrzeb społecznych, a także przedstawienia programu działań na rzecz podniesienia ściągalności abonamentu w Polsce.

- **Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (D.A.U.M.)**

Główne zadanie KRRiT związane z implementacją dyrektywy to wydanie rozporządzeń wykonawczych. W ramach procesu implementacji KRRiT uchwaliła siedem rozporządzeń o charakterze obligatoryjnym. Do wydania pozostały jeszcze cztery rozporządzenia, z których trzy ma charakter fakultatywny, jedno zaś pomimo charakteru obligatoryjnego ma ustawowo przedłużony termin wydania, do 2 stycznia 2013 roku (por. Roz. III, pkt 3.4 i dalej). Do wykonania w 2012 roku pozostaje analiza sytuacji prawnej programów

polskojęzycznych rozpowszechnianych z terytorium innych państw, a skierowanych na rynek polski oraz stworzenie koncepcji działań KRRiT w zakresie promowania samo- i współregulacji w świadczeniu usług medialnych.

- **Inne planowane zadania KRRiT**

W tej grupie do zamierzeń wykonanych należy określić zasady nieodpłatnego informowania w publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego, w tym o sposobie przygotowania i emisji audycji oraz czasie przeznaczonym na ich rozpowszechnianie. Zgodnie z art.6 ust.2 pkt 1 został opracowany i na początku 2012 roku przedstawiony Prezesowi Rady Ministrów projekt regularnej współpracy w celu określania kierunków polityki w dziedzinie radiofonii i telewizji. Ponadto przeprowadzony został monitoring parlamentarnej kampanii wyborczej (por. Roz. V, pkt 5.2). Analizy związane z koncentracją kapitałową, pluralizmem źródeł informowania, zróżnicowaniem oferty programowej oraz wynikami dotychczasowej polityki koncesyjnej na rynku radiowym (aspekty rynkowe, media niekomercyjne tzw. III sektora) zostały włączone do części *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*.

Do zadań zrealizowanych zaliczyć trzeba obrady Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF), które odbyły się w Warszawie w dniach 15-16 września 2011 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji była gospodarzem tych obrad. CERF zrzesza organy regulacyjne z Czech, Polski, Rumunii, Serbii, Słowacji i Węgier. Dyskusja podczas obrad w Warszawie dotyczyła m.in. monitoringu kampanii wyborczych, współpracy regulatorów w kontekście tzw. nadawców zdelokalizowanych, przebiegu procesu cyfryzacji telewizji, stosowania zasad must-carry i must-offer. CERF to przykład rozwoju współpracy regionalnej państw Europy Środkowo-Wschodniej. Warto zaznaczyć, że w maju 2013 roku Polska będzie

gospodarzem spotkania Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA). Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpoczęła przygotowania organizacyjne.

Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2011 – 2013 w pełnym brzmieniu jest dostępna na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

2.2 Implementacja dyrektywy

W ubiegłym roku rząd zintensyfikował prace nad zmianą ustawy o radiofonii i telewizji w związku z koniecznością implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych. Przygotowanie tej ustawy było zadaniem Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako organ odpowiedzialny za późniejsze wykonywanie i egzekwowanie nowych regulacji aktywnie uczestniczyła w pracach przygotowawczych, a następnie legislacyjnych, począwszy od przeprowadzenia w 2008 roku konsultacji społecznych, a kończąc na stałej współpracy z ministerstwem w opracowywaniu ostatecznego projektu i jego opiniowaniu, zarówno podczas prac Rady Ministrów, jak i prac parlamentarnych.

W konsekwencji implementacji dyrektywy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała i przekazała do publikacji siedem rozporządzeń wykonawczych, które zostały szczegółowo przedstawione w rozdziale 3.

Dalsze informacje dotyczące procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych znajdują się w rozdziale 3.

2.3 Cyfryzacja nadawania naziemnego

Proces wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej to wyzwanie nie tylko techniczne i ekonomiczne, ale również zadanie społeczne, obecnie najważniejsze dla rozwoju rynku mediów elektronicznych w Polsce.

Przeprowadzenie w 2009 roku procedury koncesyjnej dotyczącej uruchomienia, zgodnie z wówczas

przyjętym harmonogramem emisji programów telewizyjnych w ramach ogólnokrajowego multipleksu pierwszego, zakończyło się niepowodzeniem. Podstawową przeszkodą była konieczność wyboru operatora technicznego multipleksu przez Telewizję Polską w trybie przetargowym, wynikającym z ustawy o zamówieniach publicznych, co nie dotyczyło nadawców komercyjnych. Wobec tego wspólnie z nadawcami wypracowano wówczas koncepcję migracji programów czterech nadawców komercyjnych (Telewizja Polsat, Telewizja Puls, TVN, Polskie Media) z multipleksu pierwszego (MUX 1) na multipleks drugi (MUX 2). Telewizja Polska miała umieścić na MUX 1 swoje trzy programy, pozostała część multipleksu pierwszego została zagospodarowana w wyniku postępowania koncesyjnego, przeprowadzonego przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Z kolei nadawcy komercyjni pozostałą część tzw. przepływności na multipleksie drugim (MUX 2) przeznaczyliby na programy dodatkowe, tzw. programy bonusowe (Polsat Sport News, TV Puls2, TV7 i TV6). Jednocześnie nadawca publiczny zgodnie z tą propozycją zachowałby multipleks trzeci (MUX 3), na który otrzymałby decyzję rezerwacyjną Prezesa UKE.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zastała taki stan uzgodnień w momencie rozpoczęcia kadencji w sierpniu 2010 roku. Od początku wszelkie prace związane z wdrażaniem naziemnej telewizji cyfrowej traktowane były priorytetowo. Wobec braku ustawy cyfryzacyjnej przeanalizowano koncepcję wypracowaną w poprzednim składzie KRRiT. Najszybciej udało się zakończyć postępowanie koncesyjne dotyczące multipleksu drugiego. Przewodniczący KRRiT 2 grudnia 2010 roku wydał decyzje rozszerzające koncesje satelitarne o prawo rozpowszechniania w multipleksie drugim dodatkowych programów: Polsat Sport News, TVN 7, TV6 oraz Puls 2. Równoległe z pracami dotyczącymi multipleksu drugiego, we wrześniu 2010 roku Przewodniczący KRRiT ogłosił konsultacje dotyczące zainteresowania rynku umieszczeniem programów w multipleksie pierwszym po przeprowadzeniu postępowania koncesyjnego

na podstawie ustawy o radiofonii i telewizji. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała projekt ogłoszenia na cztery programy dla nadawców komercyjnych. Publikacja ogłoszenia 5 stycznia 2011 roku, po przeprowadzeniu uzgodnień z Prezesem UKE, formalnie rozpoczęła proces koncesyjny dotyczący multipleksu pierwszego.

Ustawa o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej została przyjęta przez Sejm 30 czerwca 2011 roku, gdy proces konwersji był już zabezpieczony w oparciu o dostępne możliwości prawne. Przyznanie prawa do rozpowszechniania programu drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy mogło objąć wyłącznie nadawców posiadających koncesje i mogło odbyć się w trybie dokonania zmian w posiadanych koncesjach satelitarnych. Ustawa potwierdziła prawidłowość koncepcji realizowanej przez KRRiT. Budowa następných multipleksów uwarunkowana jest technologicznie uruchomieniem MUX1. W 2012 roku zostanie ogłoszone postępowanie konkursowe na kolejne cztery miejsca w tym multipleksie, a w nieodległej przyszłości budowane będą multipleksy czwarty i piąty, zawierające po osiem programów. Warunkiem kontynuowania tego procesu jest sprawne zakończenie budowy multipleksu pierwszego i zwolnienie przez nadawców częstotliwości analogowych, będących podstawą do tworzenia kolejnych multipleksów.

Dalsze informacje dotyczące wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej znajdują się w rozdziale 3.

2.4 Wyłanianie władz w spółkach publicznej radiofonii i telewizji

Realizowanym wieloetapowo, precedensowym zadaniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w 2011 roku był proces wyłaniania rad nadzorczych i zarządów w 19 spółkach publicznej radiofonii i telewizji. Ustawa z 6 sierpnia 2010 roku zmniejszyła z 9 do 7 liczbę członków rad nadzorczych w Telewizji Polskiej oraz w Polskim Radiu (w spółkach radiofonii

regionalnej liczba członków pozostała bez zmian - pięciu). Ministrowie Skarbu Państwa oraz Kultury i Dziedzictwa Narodowego otrzymali prawo powołania w Telewizji Polskiej oraz Polskim Radiu po jednym członku rad nadzorczych, zaś w spółkach radiofonii regionalnej prawo powołania jednego członka w porozumieniu.

Przed rozpoczęciem konkursu Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała szczegółową, trzyetapową procedurę postępowania opisaną w rozporządzeniu. Kandydatów po raz pierwszy w historii polskich mediów publicznych zgłosiły do KRRiT organy kolegialne uczelni akademickich. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dokonała wyboru rad nadzorczych Telewizji Polskiej, Polskiego Radia oraz siedemnastu rozgłośni regionalnych Polskiego Radia transparentnie dla opinii publicznej, przy udziale środowisk wyższych uczelni i w obecności przedstawicieli mediów.

Przebieg tego procesu został wcześniej skonsultowany z przedstawicielami stowarzyszeń i organizacji pozarządowych. W konsultacjach uczestniczyli przedstawiciele Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, Stowarzyszenia Wolnego Słowa, Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych, Stowarzyszenia Filmowców Polskich, Unii Teatrów Polskich, Stowarzyszenia Pisarzy Polskich, Związku Kompozytorów Polskich, Polskiego Stowarzyszenia Jazzowego, Związku Polskich Artystów Plastyków, Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, Ogólnopolskiej Federacji Organizacji Pozarządowych, Stowarzyszenia Ruch Obywatele Kultury, Fundacji Panoptykon. Uwagi i opinie tych środowisk, dotyczące m.in. wymagań w stosunku do kandydatów i kryteriów w zakresie organizowania konkursów, były uwzględniane na przykład w treści wydanych aktów prawnych.

Działając na podstawie upoważnienia ustawowego Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji określiła regulamin konkursu na członków zarządów spółek publicznej radiofonii i telewizji. Przepisy rozporządzenia zapew-

nią powszechność dostępu do konkursu, obiektywizm i jawność postępowania, sprawność jego przebiegu, właściwą ocenę kompetencji kandydatów. Prawidłowe przeprowadzenie postępowań konkursowych należało do wyłącznej kompetencji rad nadzorczych. Rady nadzorcze zostały zobowiązane do zapewnienia jawności postępowania konkursowego. W posiedzeniach rad nadzorczych mogli m.in. uczestniczyć akredytowani dziennikarze.

Postępowanie konkursowe przed radą nadzorczą kończyła uchwała o powołaniu członków zarządu lub o zakończeniu konkursu bez rozstrzygnięcia. Oceny wszystkich osób kandydujących w konkursach obligatoryjnie zawarte były w uzasadnieniach do uchwał rad nadzorczych, zaś same uchwały podlegały publikacji w Biuletynie Informacji Publicznej.

Zakończenie procesu wyłaniania zarządów spółek publicznej radiofonii i telewizji, zgodnie z ustawą, należało do wyłącznej kompetencji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, która rozpoczynała swoje postępowanie po otrzymaniu uchwały i dokumentacji konkursowej wraz z wnioskiem rady nadzorczej o powołanie wskazanych osób do zarządu.

Informacje dotyczące przebiegu konkursów oraz wyboru członków rad nadzorczych i zarządów mediów publicznych znajdują się również w rozdziale 6.

Podsumowanie konkursowego powoływania członków rad nadzorczych i członków zarządów publicznej radiofonii i telewizji - jest dostępne na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

2.5 Porozumienia finansowo-programowe z nadawcami publicznymi

Proces wdrażania porozumień finansowo-programowych wprowadzony poprzez nowelizację ustawy o radiofonii i telewizji z 6 sierpnia 2010 roku, a w praktyce po raz pierwszy realizowany w ubiegłym roku rozpoczął nowy sposób finansowania

mediów publicznych z wpływów abonamentowych. Dotychczas media publiczne były finansowane w sposób podmiotowy co oznacza, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dzieliła abonament według ustalonego przez siebie współczynnika na 19 spółek, bez szczegółowego wnikania w zakres i jakość wykonywanych zadań.

Nowe regulacje zmieniły logikę finansowania mediów publicznych, wprowadzając finansowanie nie spółek, lecz określonych zadań programowych, podlegających ocenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Zadanie to wymagało od KRRiT przygotowania podstaw prawnych z zachowaniem ustrojowej zasady swobody nadawców publicznych w kształtowaniu programu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przystępując do konstrukcji rozporządzenia w sprawie terminów przedkładania i zakresu planów finansowo-programowych uznała, że kondycja mediów publicznych nie jest dobra, bowiem misja jest zdominowana przez gatunki audycji typowe dla mediów komercyjnych. Media publiczne, w szczególności TVP zapewniały odbiorcom dość powierzchowną informację o świecie, zbyt uproszczony obraz polityki, rozrywkę na niskim poziomie. Prawie nieobecny był dyskurs społeczny na tematy ważne dla kraju, społeczeństwa i różnych jego grup, zbyt mało audycji zwiększających wiedzę, zniknęły audycje artystyczne stwarzające odbiorcom możliwość udziału w kulturze. Rozwiązania zawarte w rozporządzeniu wydanym przez KRRiT mają na celu przywrócenie wartościowych elementów w programach nadawców publicznych, co jest podstawą pełnienia przez nich służby publicznej.

Rozporządzenie jest podstawą konstruowania przez nadawców publicznych planów finansowo-programowych. W ubiegłym roku KRRiT po raz pierwszy przeprowadziła procedurę związaną z uzgadnianiem tych planów z nadawcami. Oceniała przebieg tego procesu i wyciągnęła wnioski, które

zostaną uwzględnione w tegorocznym harmonogramie prac nad planami finansowo-programowymi na 2013 rok. KRRiT zamierza m.in. przeznaczyć więcej czasu na konsultacje społeczne oraz apelować do rad programowych, by dokonywały bardziej wnikliwej oceny planów. Niestety większość z rad w minionym roku potraktowała tę pracę w sposób formalny. Ujawnił się więc nowy problem, zawarty w pytaniu, czy rady programowe funkcjonując w obecnym kształcie są przygotowane do faktycznej oceny planów.

Z tematem zawierania porozumień ściśle wiązą się zagadnienia dotyczące poboru opłat abonamentowych. Poziom poboru tych opłat od dawna pozostaje niewspółmiernie niski w stosunku do realnych potrzeb mediów publicznych. Kwestie finansowania spółek publicznej radiofonii i telewizji ze środków abonamentowych tak jak w latach poprzednich należały do zadań o priorytetowym znaczeniu. Dzięki wspólnym wysiłkom Poczty Polskiej, nadawców, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji udało się zatrzymać niekorzystny trend w poborze opłat abonamentowych. W 2011 roku wpłynęła łącznie kwota 479,5 mln. zł. KRRiT szacuje, że ta tendencja zostanie utrzymana również w 2012 roku.

Dalsze informacje dotyczące wdrażania porozumień finansowo-programowych w spółkach publicznej radiofonii i telewizji oraz opłat abonamentowych znajdują się w rozdziale 6.

2.6 Reorganizacja biura

Szybko postępująca cyfryzacja i konwergencja mediów nałożyła na krajowego regulatora usług medialnych nowe zadania, które znalazły wyraz w aktach normatywnych. Dostosowując się do nowych wymogów Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dokonała przekształcenia istniejącej struktury Biura KRRiT w system lepiej dostosowany do wypełniania nałożonych zadań i obowiązków w wymiarze zarówno krajowym, jak i międzynarodowym, który odgrywa coraz większą rolę.

Liczba jednostek organizacyjnych Biura KRRiT została ograniczona z dziesięciu do siedmiu departamentów i Zespołu Rzecznika KRRiT. Wszystkie zadania administracyjne i informatyczne, czyli wspierające działania merytoryczne urzędu, znalazły się w Gabinetie Dyrektora Biura.

W Biurze KRRiT wyodrębniony został Departament Mediów Publicznych, kompleksowo zajmujący się tym sektorem rynku, a w szczególności realizacją zadań związanych z wdrażaniem porozumień finansowo-programowych.

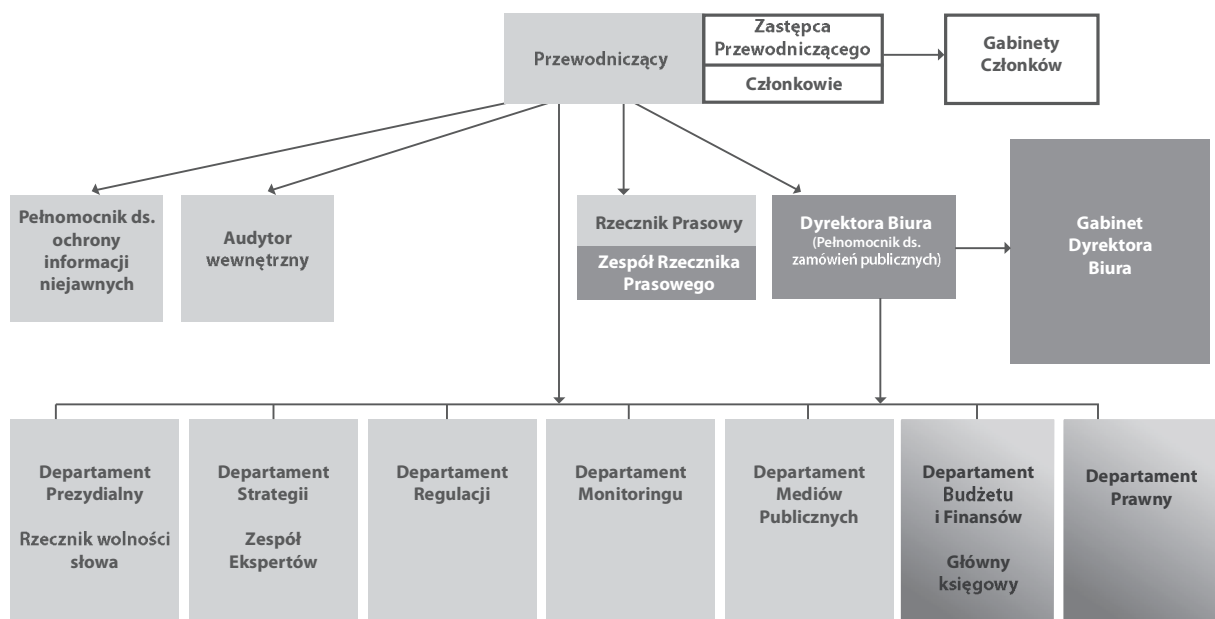
W nowej strukturze Biura KRRiT powołano również Departament Strategii, którego celem jest przygotowywanie analiz i opracowań o charakterze strategicznym. Przeprowadzona reforma przyczyniła się do zmniejszenia liczby stanowisk dyrektorskich i wicedyrektorskich (z 21 w 2010 roku do 13 w 2011 roku) oraz jednoczesnego udroźnienia ścieżki awansu wewnętrznego dla kadry nowo powołanych naczelników. Reforma pozwoliła na weryfikację kompetencji oraz personalnych umiejętności kadry zarządzającej, a w dalszej kolejności także pracowników Biura KRRiT. Na stanowiska dyrektorskie zostały ogłoszone publiczne konkursy. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uchwałą Nr 472 z 28 września 2011 roku wprowadziła w Biurze KRRiT nowy regulamin organizacyjny. Przekształconą strukturę organizacyjną Biura KRRiT obrazuje załączony schemat.

Restrukturyzacji Biura KRRiT towarzyszyły działania zmierzające do dostarczenia pracownikom nowoczesnych narzędzi pracy, służących nie tylko podniesieniu jakości pracy, ale również komunikacji ze wszystkimi interesariuszami urzędu. Biuro zostało wyposażone w nowy sprzęt komputerowy, następnie uruchomiono portal internetowy wraz z Biuletynem Informacji Publicznej i tzw. EOSiD, czyli elektroniczny system obiegu spraw i dokumentów. W celu usprawnienia obrad Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, a przy okazji wprowadzenia oszczędności w zużyciu papieru, pod koniec 2011 roku została całkowicie

odnowiona i wyposażona sala konferencyjna przygotowana do prowadzenia posiedzeń w trybie tzw. e-Rady, czyli prowadzenia obrad z wykorzystaniem cyfrowej wersji dokumentów.

Wprowadzaniu nowych zadań oraz implementowaniu nowoczesnych narzędzi pracy towarzyszyły różnego rodzaju szkolenia w celu podniesienia kompetencji urzędników Biura KRRiT. Oprócz udziału w wyspecjalizowanych szkoleniach, 34 na blisko 130 zatrudnionych osób systematycznie bierze udział w prowadzonych w urzędzie kursach języka angielskiego na czterech poziomach zaawansowania.

Na studiach wyższych i podyplomowych podjęło naukę 10 osób. Kwota na cele szkoleniowe z zaplanowanych 66 tysięcy złotych wzrosła w budżecie Biura KRRiT w 2011 roku do prawie 117,7 tysięcy złotych.



2.7 Budżet

Plan finansowy na 2011 rok zakładał średnioroczne zatrudnienie w KRRiT w wysokości 135,5 etatu kalkulacyjnego (członkowie KRRiT 5 etatów kalkulacyjnych, Biuro KRRiT 130,5 etatu kalkulacyjnego). Zrealizowane zatrudnienie średnioroczne wyniosło około 131,2 etatu kalkulacyjnego (członkowie KRRiT 5 etatów kalkulacyjnych, Biuro KRRiT 126,2 etatu kalkulacyjnego), co stanowi 96,8% planu. Stan kadry kierowniczej Biura KRRiT według danych na 31 grudnia 2011 roku wynosił 13 osób (dla porównania na koniec 2010 roku na stanowiskach kierowniczych zatrudnionych było 21 osób).

Wydatki związane z działalnością Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz Biura KRRiT pokrywane są z budżetu państwa. Projekt planu na 2011 rok zgłoszony Ministrowi Finansów zakładał: średnioroczne zatrudnienie w wysokości 157 etatów kalkulacyjnych¹, łączne wydatki w wysokości 20 590 tys. zł², dochody na poziomie 17 419 tys. zł.

W ustawie budżetowej na 2011 rok kwota wydatków budżetowych określona została w wysokości 17 890 tys. zł³, a dochodów budżetowych - 17 419 tys. zł. Znaczne ograniczenie kwoty wydatków budżetowych było powodem wniosku do Prezesa Rady Ministrów o przyznanie KRRiT środków finansowych z ogólnej rezerwy budżetowej państwa na łączną kwotę 2 619 tys. zł w celu częściowego sfinansowania działalności KRRiT. Wniosek nie uzyskał akceptacji.

Dochody budżetowe KRRiT w 2011 roku wyniosły łącznie 27 755,0 tys. zł (59,3 % powyżej kwoty 17 419,0 tys. zł przyjętej w ustawie budżetowej). Największa wysokość dochodów zrealizowanych w 2011 roku pochodziła z opłat za koncesje radiowe i telewizyjne oraz koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych (92,5% tj. 25 672,6 tys. zł). Dochody były o 8 746,6 tys. zł i o 51,7% wyższe od kwoty uwzględnionej w zatwierdzonym planie finansowym na 2011 rok (16 926 tys. zł). Szczegółowe dochody budżetowe z tytułu działalności KRRiT prezentuje tabela nr 1.

¹ w tym założony wzrost o 19 etatów w porównaniu do zatrudnienia 2010 roku, z tego 10 etatów na realizację rozszerzonych zadań KRRiT wynikających z implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz 9 etatów w związku z koniecznością dostosowania zatrudnienia do zakresu nowych zadań KRRiT;

² z tego na wydatki związane z zadaniami:
- określonymi w ustawie o radiofonii i telewizji oraz innych ustawach – 19 672 tys. zł
- z tytułu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych – 918 tys. zł;

³ W związku ze zmniejszeniem wydatków budżetowych KRRiT łącznie o kwotę 2 700 tys. zł (o 13,1%) ograniczono wydatki na wynagrodzenia o 1 730 tys. zł (na wynagrodzenia osobowe za-

bezpieczone zostały środki w wysokości 9 205 tys. zł tj. aż o 236 tys. zł mniejsze w porównaniu do kwoty wynagrodzeń zrealizowanych w 2010 roku). Skutki finansowe zmniejszenia wynagrodzeń osobowych okazały się bardziej drastyczne niż wynikałoby to z poziomu wynagrodzeń osobowych, określonych dla KRRiT w tzw. przepisach okołobudżetowych (w 2011 roku wielkość wynagrodzeń nie mogła przekroczyć wielkości wynagrodzeń z 2010 roku w jednostkach sektora finansów publicznych). KRRiT zrezygnowała z rozszerzenia działalności KRRiT dotyczącej ustawowych zadań związanych z implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz z kontynuacji remontu siedziby KRRiT przy ul. Sobieskiego 101, a także obniżyła poziom środków m.in. na organizację konferencji krajowych i zagranicznych, badania telemetryczne i radiometryczne, opłaty za usługi pocztowe.

TABELA NR 1

TREŚĆ	Plan finansowy na 2011 r. ⁴	Wykonanie na dzień 30.12.2011 r.	% kol. 3:2
1.	2.	3.	4.
DOCHODY BUDŻETOWE - rozdział 75101- razem	17 419,0	27 755,0	159,34%
§ 0580 Kary za naruszenie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji	x	1 051,1	0,00%
§ 0590 Wpływy z opłat za koncesje i licencje ⁵	16 926,0	25 672,6	151,68%
§ 0690 Wpływy z różnych opłat ⁶	250,0	397,2	158,88%
§ 0870 Wpływy ze sprzedaży składników majątkowych	x	0,6	0,00%
§ 0910 Odsetki od nieterminowych wpłat z tytułu podatków i opłat	243,0	615,9	253,46%
§ 0920 Pozostałe odsetki	x	0,2	0,00%
§ 0970 Wpływy z różnych dochodów	x	17,4	0,00%

Wzrost dochodów koncesyjnych wynikał przede wszystkim z wniesienia nieplanowanych wcześniej w ustawie budżetowej wpłat z tytułu decyzji przyznających prawo do umieszczania programu w sygnale MUX 2: Polskie Media – 3 907,5 tys. zł. Polsat – 3 891,5 tys. zł. Telewizja Puls – 3 700,0 tys. zł oraz decyzji

przyznających prawo do umieszczania programu w sygnale MUX 1: Stavka - 379,3 tys. zł. Lemon Records – 361,5 tys. zł. Eska TV – 345,6 tys. zł. Ponadto były to dochody uzyskane z tytułu zapłaty kar nałożonych na podstawie decyzji Przewodniczącego KRRiT w łącznej kwocie 1069,3 tys. zł.

⁴ zgodny z ustawą budżetową na 2011 rok

⁵ wpływy za koncesje radiowe i telewizyjne (wydłużenie okresu obowiązywania koncesji, ponowne udzielenie, rozszerzenie lub zmiany).

⁶ przede wszystkim rejestracja programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej

Najważniejsze wydatki budżetowe KRRiT poniesione zostały na wynagrodzenia i pochodne. W 2011 roku wyniosły one łącznie 11 883,3 tys. zł (66,4% wydatków ogółem). Inne ważniejsze płatności KRRiT dotyczyły m.in.

- zakupów inwestycyjnych
1 181,2 tys. zł, tj. 6,6% łącznych wydatków związanych z płatnościami z tytułu m.in. wdrożenia elektronicznego systemu obiegu spraw i dokumentów, stworzenia portalu www. BIP KRRiT, zakupu sprzętu informatycznego, sprzętu technicznego do sali konferencyjnej, systemu kancelaryjnego, oprogramowania specjalistycznego, samochodów służbowych
- opłat z tytułu czynszu za wynajmowaną po wierzchnię biurową przy Skwerze Ks. Kard. S. Wyszyńskiego 6 i 9
1 040,5 tys. zł, tj. 5,8%
- zakupu mebli biurowych, sprzętu technicznego, części zamiennych, akcesoriów komputerowych, materiałów biurowych i eksploatacyjnych
788,9 tys. zł, tj. 4,4%
- ochrony dwóch obiektów
259,0 tys. zł, tj. 1,5%
- badań telemetrycznych i radiometrycznych, w tym badań poziomu głośności reklam telewizyjnych
247,4 tys. zł, tj. 1,4%
- składek do organizacji międzynarodowych
196,1 tys. zł, tj. 1,1%
- podróży służbowych krajowych i zagranicznych
186,9 tys. zł, tj. 1,0%
- zakupu oprogramowania i licencji,
151,9 tys. zł, tj. 0,8%
- odpisów na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych
150,5 tys. zł, tj. 0,8%
- paliwa do samochodów służbowych
138,8 tys. zł, tj. 0,7%
- opłat pocztowych
120,8 tys. zł, tj. 0,7%
- szkoleń, kursów i dopłat do studiów wyższych pracowników Biura KRRiT
117,7 tys. zł, tj. 0,7%
- organizacji konferencji i utrzymania cudzoziemców
108,3 tys. zł, tj. 0,6%
- konserwacji i naprawy sprzętu
107,7 tys. zł, tj. 0,6%
- zakupu energii
105,5 tys. zł, tj. 0,6%

Realizację wydatków budżetowych KRRiT w 2011 roku w podziale na grupy wydatków przedstawia tabela nr 2

TABELA NR 2

w tys. zł

TREŚĆ	ZATWIERDZONY PLAN FINANSOWY	PLAN PO ZMIANACH na 31.12. ^{x/}	WYKONANIE na 31.12.	% kol. 4:3	Strukt. % udziału (kol. 4)
1.	2.	3.	4.	5.	6.
WYDATKI BUDŻETOWE z tego:	17 890,0	17 890,0	17 889,6	100,00%	100,00%
1. Świadczenia na rzecz osób fizycznych	4,0	67,2	67,2	100,00%	0,38%
2. Wydatki bieżące jednostek budżetowych	16 432,0	16 641,5	16 641,2	100,00%	93,02%
3. Wydatki majątkowe	1 454,0	1 181,3	1 181,2	99,99%	6,60%

^{x/} tj. po uwzględnieniu 9 decyzji Przewodniczącego KRRiT w sprawie przeniesienia środków pomiędzy paragrafami wydatków na łączną kwotę 931,6 tys. zł

3 UDZIAŁ KRRiT W PROCESIE TWORZENIA PRAWA

3.1 Proces implementacji dyrektywy 2007/65/WE „O audiowizualnych usługach medialnych”

Rada Ministrów 17 stycznia 2011 roku skierowała do Sejmu w trybie pilnym rządowy projekt ustawy, którego celem była transpozycja do polskiego systemu prawnego dyrektywy 2007/65/WE z 11 grudnia 2007 roku zmieniającej dyrektywę 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej.

Dyrektywy te zostały zastąpione i ujednoczone przez dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z 10 marca 2010 roku w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych).

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji pozostając w stałej współpracy z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego brała aktywny udział we wszystkich pracach nad projektem ustawy. Stanowiska i uwagi przedstawiane przez KRRiT miały na względzie zapewnienie prawidłowej transpozycji dyrektywy do polskiego prawa, utrzymanie spójności ustawy o radiofonii i telewizji oraz innych ustaw, a także zapewnienie warunków skutecznej kontroli przestrzegania jej postanowień.

Ustawa z 25 marca 2011 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw weszła w życie 23 maja 2011 roku. Ustawa częściowo tylko implementuje dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych. Swoim zakresem objęła linearne usługi medialne, definiując jednocześnie pojęcie usługi medialnej. Krajowej Radzie Radiofonii

i Telewizji powierzone zostały nowe kompetencje w zakresie usług medialnych, w szczególności poprzez wprowadzenie ujednoczonych zasad jakościowych odnoszących się do wszystkich przekazów handlowych. Ustawa uregulowała zjawisko lokowania produktu i określiła zasady stosowania takich przekazów handlowych.

W ustawie przewidziano reguły odnoszące się do reklamy tzw. niezdrowej żywności oraz wprowadzono obowiązek stosowania odpowiednich udogodnień w celu zapewnienia dostępności programów telewizyjnych dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu.

Zgodnie z ustawą rozpowszechnianie programów telewizyjnych wyłącznie w systemach teleinformatycznych nie wymaga uzyskania koncesji, chyba że program taki ma być rozprowadzany naziemnie, satelitarnie lub w sieciach kablowych. Ustawa zniósła wymóg uzyskania koncesji na rozprowadzanie programów w sposób bezprzewodowy, który nie wymaga rezerwacji częstotliwości.

W związku z powyższymi postanowieniami ustawa powierzyła Przewodniczącemu KRRiT prowadzenie rejestru obejmującego programy rozprowadzane oraz programy telewizyjne rozpowszechniane wyłącznie w systemie teleinformatycznym.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wykonując przepisy ustawy wydała nowe rozporządzenia wykonawcze oraz dokonała nowelizacji rozporządzeń już obowiązujących.

W celu zakończenia procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych niezbędne jest wprowadzenie do polskiego prawa przepisów dotyczących audiowizualnych usług na żądanie w zakresie:

- obowiązków informacyjnych dostawców usług medialnych;
- zakazu nawoływania do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość;
- stopniowego wprowadzania ułatwień dostępu do usług osobom niepełnosprawnym;
- wymogów jakościowych dotyczących handlowych przekazów audiowizualnych;
- zasad dotyczących stosowania sponsorowania;
- zasad dotyczących stosowania lokowania produktu;
- zasad ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami;
- promowania utworów europejskich w usługach na żądanie.

Zgodnie z wykazem prac legislacyjnych Rady Ministrów przyjęcie projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji mającej na celu pełne implementowanie do polskiego porządku prawnego dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w zakresie usług na żądanie planowane jest na I kwartał 2012 roku. Przedstawiciele KRRiT pracują w zespole roboczym, powołanym przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, który odpowiada za przygotowanie powyższego projektu ustawy.

3.2 Ustawa z 30 czerwca 2011 roku o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji aktywnie uczestniczyła w pracach prowadzonych przez Ministra Infrastruktury nad projektem ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej. Celem ustawy było stworzenie formalno-prawnych podstaw, które umożliwiłyby wyłączenie analogowej telewizji

naziemnej do 31 lipca 2013 roku. Trzeba pamiętać, że olbrzymia większość państw członkowskich UE dokona wyłączenia analogowego w 2012 roku. Brak odpowiednich regulacji prawnych był najistotniejszą przyczyną opóźnień powstałych w procesie wdrażania DVB-T w Polsce. W szczególności nie było regulacji odnoszących się do organizacji i funkcjonowania multipleksów, działalności operatorów multipleksów, przeprowadzania kampanii informacyjnej na temat telewizji cyfrowej.

W aspekcie ekonomicznym i technologicznym wprowadzanie naziemnej telewizji cyfrowej stało się koniecznością z uwagi na wyczerpanie zasobów częstotliwości potrzebnych do transmisji analogowych, ich zawodność i kosztowność. Podstawową zaletą nadawania cyfrowego w porównaniu do nadawania analogowego jest oszczędność częstotliwości radiowych, co przekłada się na możliwość zaoferowania dużo bogatszej oferty programowej o lepszej technicznie jakości oraz dodatkowych usług interaktywnych, które nie są dostępne w technologii analogowej, a także wykorzystanie części zajętych dzisiaj przez telewizję analogową częstotliwości na inne nowoczesne usługi, w szczególności na rozwijanie szerokopasmowych sieci transmisji danych na obszarach wiejskich. Wdrożenie telewizji cyfrowej stanowi zatem zasadniczy zwrot technologiczny w szeroko rozumianym procesie cyfryzacji. Naziemna telewizja cyfrowa umożliwi także wprowadzanie tzw. kodów rodzicielskich, blokujących dzieciom dostęp do programów przeznaczonych tylko dla widzów dorosłych, co z punktu widzenia ustawowych zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji ma bardzo istotne znaczenie .

Przedstawiciele KRRiT współpracowali z Ministrem Infrastruktury, odpowiedzialnym za proces legislacyjny dotyczący wdrażania DVB-T. Prace nad ustawą zakończyły się 15 lipca 2011 roku podpisaniem ustawy przez Prezydenta RP i skierowaniem jej do publikacji.

Nowe regulacje potwierdziły zasady tworzenia multipleksów cyfrowych wypracowane wcześniej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji w ramach możliwości prawnych posiadanych przez organ przed wejściem w życie omawianej ustawy.

Informacje dotyczące wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej znajdują się w rozdziale 4.

3.3 Rozporządzenia – obowiązujące i projektowane

W roku sprawozdawczym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadziła prace legislacyjne dotyczące łącznie 25 aktów wykonawczych. Prace nad 18 rozporządzeniami zakończyły się publikacją w Dzienniku Ustaw.

W ramach procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych KRRiT uchwaliła 7 niżej wymienionych aktów prawnych :

- *Rozporządzenie z 30 czerwca 2011 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie (Dz. U. Nr 146, poz. 876)*

Przepisy rozporządzenia dotyczą nadawców wyspecjalizowanych programów telewizyjnych o charakterze filmowym, w których filmy kinowe lub telewizyjne wytworzone co najmniej 20 lat przed rozpowszechnieniem w programie stanowią nie mniej niż 60% kwartalnego czasu nadawania audycji. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji obniżyła udział audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie do co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych.

- *Rozporządzenie z 12 lipca 2011 roku w sprawie sposobu prowadzenia przez nadawcę ewidencji czasu nadawania audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, audycji europejskich i audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych oraz czasu jej przechowywania (Dz. U. Nr 160, poz. 962)*

Rozporządzenie określa sposób prowadzenia przez nadawcę ewidencji czasu nadawania, obowiązek przechowywania ewidencji nie krótszy niż 1 rok oraz zakres informacji zawartych w ewidencji, w tym dane o terminie rozpowszechniania, rzeczywistym czasie trwania, tytule i producencie audycji.

- *Rozporządzenie z 30 czerwca 2011 roku w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży (Dz. U. Nr 150, poz. 895)*

Rozporządzenie określa warunki nadawania reklam i telesprzedaży w programach, szczegółowe wymagania dla ogłoszeń nadawców oraz wymagania dotyczące osób, których głos lub wizerunek jest wykorzystywany w reklamach. Określa sposób prowadzenia i przechowywania przez nadawcę ewidencji czasu nadawanych reklam i telesprzedaży oraz zakres danych objętych tą ewidencją.

- *Rozporządzenie z 30 czerwca 2011 roku w sprawie szczegółowych warunków lokowania produktów (Dz. U. Nr 161, poz. 977)*

Rozporządzenie określa szczegółowe warunki oznaczania przez nadawcę audycji, w których zastosowano lokowanie produktu, w tym wzór znaku graficznego obowiązującego nadawcę programu telewizyjnego oraz formę sygnału dźwiękowego do stosowania przez nadawców radiowych. Rozporządzenie określa ponadto sposób prowadzenia oraz przechowywania przez nadawcę ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu.

- *Rozporządzenie z 27 lipca 2011 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 165, poz. 994)*

Nowelizacja rozporządzenia ma na celu dostosowanie jego przepisów do znowelizowanego art. 17 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez wprowadzenie obowiązku oznaczania sponsorowanych audycji lub innych przekazów za pomocą wskazania sponsora na początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż.

- *Rozporządzenie z 27 kwietnia 2011 roku w sprawie szczegółowego sposobu i trybu prowadzenia rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych (Dz. U. Nr 103, poz. 603)*

Rozporządzenie określa sposób i tryb prowadzenia rejestru programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych, w tym wzór rejestru oraz wzór zgłoszenia o wpis do rejestru.

- *Rozporządzenie z 29 września 2011 roku w sprawie opłat za dokonanie wpisu do rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych (Dz. U. Nr 222, poz. 1330)*

Rozporządzenie określa opłatę w wysokości 100 zł pobieraną za wpis do rejestru programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych.

Na podstawie innych upoważnień Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uchwaliła 11 niżej wymienionych rozporządzeń wykonawczych:

- *Rozporządzenie z 12 lipca 2011 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie kwalifikowania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich oraz audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii wiekowej małoletnich, stosowania wzorów symboli graficznych i formuł zapowiedzi (Dz. U. Nr 155, poz. 923)*

Rozporządzenie określa nowe wzory symboli graficznych dla nadawców telewizyjnych oraz wzory formuły zapowiedzi dla nadawców radiowych wskazujące na przeznaczenie audycji lub innych przekazów dla kategorii wiekowych małoletnich. Wprowadzenie nowych symboli graficznych ma na celu zwiększeniu ich czytelności i widoczności na ekranie.

- *Rozporządzenie z 29 kwietnia 2011 roku w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego (Dz. U. Nr 109, poz. 638)*

Rozporządzenie określa tryb postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego, w tym sposób przygotowania i emisji audycji oraz czas przeznaczony na rozpowszechnianie audycji. Rozporządzenie przewiduje obowiązek składania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji sprawozdań do KRRiT.

- *Rozporządzenie z 27 kwietnia 2011 roku w sprawie terminów przedkładania oraz zakresu planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej opracowywanych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji (Dz. U. Nr 99, poz. 580)*

Rozporządzenie określa zakres planów finansowo-programowych przedsięwzięć w celu realizacji zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy radiofonii i telewizji, obejmujących oprócz tych przedsięwzięć również ramowy projekt programu, w którym planowane przedsięwzięcia będą realizowane. Ponadto rozporządzenie określa również terminy przedkładania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji planów finansowo-programowych.

- *Rozporządzenie z 4 października 2011 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie terminów przedkładania oraz zakresu planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej opracowywanych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji (Dz. U. Nr 222, poz. 1331)*

Rozporządzenie wprowadza przepis umożliwiający mediom publicznym przedstawianie Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji w ramach planu finansowo-programowego aktów samoregulacji w celu realizacji zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy, wymagających finansowania ze środków publicznych.

- *Rozporządzenie z 13 kwietnia 2011 roku w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczanie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2012 roku (Dz. U. Nr 93, poz. 548)*

Rozporządzenie określa wysokość opłat abonamentowych w 2012 roku oraz zniżki za uiszczanie opłat abonamentowych z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc, uwzględniając prognozowaną liczbę osób korzystających z tych zniżek oraz konieczność zapewnienia pokrycia kosztów realizacji misji.

- *Rozporządzenie z 30 czerwca 2011 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów oraz wzoru oświadczenia*

potwierdzających uprawnienia do zwolnień od opłat abonamentowych (Dz. U. Nr 146, poz. 877)

Nowelizacja rozporządzenia dokonuje rozszerzenia katalogu dokumentów uprawniających do zwolnienia z opłat abonamentowych w przypadku osób posiadających prawo do zasiłku lub świadczenia przedemerytalnego o zaświadczenie jednostek organizacyjnych ZUS o pobieraniu tego zasiłku lub świadczenia.

Rozporządzenia związane z wyborami, wydane na podstawie Kodeksu Wyborczego:

- *Rozporządzenie z 12 lipca 2011 roku w sprawie trybu postępowania w sprawach nieodpłatnego przedstawiania w programach publicznych nadawców radiowych i telewizyjnych informacji, wyjaśnień i komunikatów Państwowej Komisji Wyborczej oraz komisarzy wyborczych związanych z zarządzonymi wyborami oraz obowiązującymi w danych wyborach przepisami prawnymi (Dz. U. Nr 154, poz. 916)*

Rozporządzenie określa tryb postępowania obowiązujący w przypadku przedstawiania przez Państwową Komisję Wyborczą w programach nadawców publicznych i na ich koszt informacji, wyjaśnień i komunikatów związanych z zarządzonymi wyborami i przepisami prawnymi obowiązującymi w danych wyborach.

- *Rozporządzenie z 12 lipca 2011 roku w sprawie czasu oraz ramowego podziału czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych, trybu postępowania dotyczącego podziału czasu, zakresu rejestracji oraz sposobu przygotowania i emisji audycji wyborczych w programach publicznej radiofonii i telewizji (Dz. U. Nr 154, poz. 915)*

Rozporządzenie określa czas, ramowy podział czasu oraz tryb postępowania w sprawach podziału czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych w programach nadawców publicznych. Ponadto rozporządzenie określa sposób przygotowania oraz zakres rejestracji i emisji audycji wyborczych, typ i rodzaj nośnika zapisu audycji oraz sposób rozpowszechniania informacji o terminach emisji audycji wyborczych.

- *Rozporządzenie z 6 września 2011 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie czasu oraz ramowego podziału czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych, trybu postępowania dotyczącego podziału czasu, zakresu rejestracji oraz sposobu przygotowania i emisji audycji wyborczych w programach publicznej radiofonii i telewizji (Dz. U. Nr 193, poz. 1146)*

Nowelizacja rozporządzenia polega na przesunięciu wieczornego pasma nadawania nieodpłatnych audycji wyborczych w wyborach do Sejmu i Senatu w programie dla zagranicy Polskiego Radia SA z godzin 22⁰⁵-23⁰⁰ na godziny 23⁰⁵-24⁰⁰. Ponadto rozporządzenie określa sposób rozpowszechniania przez Telewizję Polską SA codziennie audycji wyborczych w wyborach do Senatu w jednym z dwóch wskazanych bloków audycji wyborczych nie krótszym niż 8 minut.

- *Rozporządzenie z 12 lipca 2011 roku w sprawie zasad i sposobu łącznego prowadzenia kampanii wyborczej w programach radiowych i telewizyjnych przez komitety wyborcze uprawnione do rozpowszechniania audycji wyborczych w wyborach do Sejmu i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. Nr 154, poz. 917)*

Rozporządzenie określa zasady i sposób łącznego prowadzenia kampanii wyborczej w specjalnych blokach wyborczych w programach ogólnokrajowych nadawców publicznych przez komitety wyborcze uprawnione do rozpowszechniania audycji wybor-

czych w wyborach do Sejmu i do Senatu oraz sposób zawiadomienia przez komitety wyborcze nadawców publicznych o zamiarze łącznego prowadzenia kampanii.

- *Rozporządzenie z 6 lipca 2011 roku w sprawie szczegółowych zasad i trybu przeprowadzania debat przez Telewizję Polską Spółkę Akcyjną (Dz. U. Nr 146, poz. 878)*

Rozporządzenie określa czas trwania oraz sposób przygotowania i emisji debat przeprowadzanych w Programie 1 Telewizji Polskiej SA pomiędzy przedstawicielami komitetów wyborczych w wyborach do Sejmu, Parlamentu Europejskiego oraz kandydatami w wyborach na Prezydenta.

W ramach procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadzi aktualnie prace dotyczące 4 rozporządzeń:

- *Projekt rozporządzenia w sprawie sposobu zapewnienia przez nadawców dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy oraz innych informacji*

Upoważnienie ma charakter fakultatywny. Projekt rozporządzenia określa sposoby dostępu do informacji, które pozwalają na identyfikację nadawcy przez odbiorcę programu, jak również kontakt z nadawcą. Ponadto projekt rozporządzenia określa informacje, jakie nadawca jest zobowiązany umieszczać na swojej stronie internetowej, w tym treść informacji dotyczących Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Projekt rozporządzenia został przekazany do konsultacji społecznych.

- *Projekt rozporządzenia w sprawie rodzaju artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana oraz sposób umieszczania w programach przekazów handlowych dotyczących*

*tych artykułów, tak aby przekazy
te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci*

Zgodnie z upoważnieniem rozporządzenie ma charakter fakultatywny i może być wydane po zasięgnięciu opinii Ministra Zdrowia. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wystąpiła do ministra z takim wnioskiem.

- *Projekt rozporządzenia w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji z udogodnieniami odbioru dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu*

W ramach powyższego fakultatywnego upoważnienia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła pierwsze konsultacje oraz rozpoczęła wstępne prace legislacyjne.

- *Projekt rozporządzenia w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programie radiowym utworów słowno-muzycznych, które są wykonywane w języku polskim*

Powyższe upoważnienie ma charakter obligatoryjny. Termin do wydania rozporządzenia upłyne z dniem 2 stycznia 2013 roku. W celu wykonania tego upoważnienia zostały przeprowadzone konsultacje z zainteresowanymi podmiotami rynkowymi oraz przygotowany został wstępny projekt regulacji.

Na podstawie innych upoważnień niż wynikające z procesu implementacji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uchwaliła w 2011 roku 3 rozporządzenia:

- *Rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży*

Nowelizacja rozporządzenia uzasadniona jest zmianą art. 64 ustawy z 16 lipca 2004 roku Prawo telekomunikacyjne. W szczególności zmiana dotyczy obowiązku podawania wraz z numerem usługi ceny za jednostkę rozliczeniową usługi albo ceny za połączenie, w przypadku usługi taryfikowanej za całe połączenie, ze wskazaniem ceny brutto oraz nazwy podmiotu realizującego dodatkowe świadczenie. Zaprojektowana również została zmiana wielkości czcionki opisującej ww. cenę, której rozmiar nie może być mniejszy niż 60% rozmiaru czcionki numeru usługi. Ponadto w zakresie emisji audiowizualnych przekazów handlowych wprowadzono zmianę, która umożliwi Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji właściwe przygotowanie i wykorzystanie instrumentów efektywnego monitoringu stosowania obowiązującego prawa w dziedzinie emisji audiowizualnych przekazów handlowych. Rozporządzenie zostało opublikowane w Dzienniku Ustaw z 20 marca 2012 roku.

- *Rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych*

Projekt rozporządzenia przygotowany został na wniosek nadawców i wprowadza przepis umożliwiający zmniejszenie czasu rozpowszechniania audycji radiowych i telewizyjnych przedstawiających stanowiska partii politycznych w bieżących sprawach publicznych w miesiącach od czerwca do sierpnia. Ponadto projekt rozporządzenia przewiduje możliwość zmniejszenia czasu oraz zmiany przedziałów czasowych rozpowszechniania audycji radiowych i telewizyjnych przedstawiających stanowiska związków zawodowych i związków pracodawców. Konsultacje zostały zakończone w 2012 roku. Projekt został przyjęty przez KRRiT 21 lutego 2012 roku i skierowany do publikacji w Dzienniku Ustaw, która nastąpiła 6 marca 2012 roku.

- *Rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu prowadzenia przez spółki publicznej radiofonii i telewizji dokumentacji w oparciu o zasady rachunkowości oraz sposobu sporządzania sprawozdań składanych przez zarządy tych spółek Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji*

Projekt rozporządzenia ma na celu dostosowanie do nowego systemu planowania przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej, zakresu oraz sposobu sporządzania sprawozdań, składanych

przez zarządy mediów publicznych do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Nowy system obowiązuje nadawców publicznych na podstawie rozporządzenia z 27 kwietnia 2011 roku w sprawie terminów przedkładania oraz zakresu planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej opracowywanych przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji. W 2012 roku projekt rozporządzenia został skierowany do konsultacji społecznych. Po ich zakończeniu KRRiT przyjęła rozporządzenie 20 marca 2012 roku i przekazała je do publikacji.

4 DZIAŁANIA KONCESYJNE

4.1 Wdrażanie naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T

Od początku 2011 roku prowadzone były intensywne prace dotyczące wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T. W czerwcu Sejm uchwalił ustawę o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, w której określono, że 31 lipca 2013 roku nastąpi ostateczne zaprzestanie emisji analogowej do rozpowszechniania programów telewizyjnych. W ustawie określono, że programy Telewizji Polskiej mogą być rozpowszechniane w ramach multipleksu pierwszego, nie później jednak niż do 27 kwietnia 2014 roku. Prezes UKE został zobowiązany do dostosowania decyzji w sprawie rezerwacji częstotliwości dla nadawców do nowego brzmienia przepisów w ustawie Prawo telekomunikacyjne (art. 115 ust. 4 i art. 115b). Na tej podstawie Prezes UKE w porozumieniu z Przewodniczącym KRRiT oraz nadawcami ustalił nowe terminy uruchomienia stacji w ramach trzech multipleksów, a także nowy harmonogram wyłączeń emisji analogowych.

Podczas procesu planowania częstotliwości na potrzeby naziemnej telewizji cyfrowej Polskę podzielono na 44 obszary wykorzystania częstotliwości (tzw. allotmenty). W okresie przejściowym przewidziano możliwość uruchomienia dwóch multipleksów o zasięgu ogólnopolskim bez wyłączania telewizji analogowej. Specjalnie na potrzeby Telewizji Polskiej przeznaczony został MUX3, czyli tzw. zregionalizowany multipleks własny. Jego pełne uruchomienie nastąpi dopiero po wyłączeniu analogowej emisji telewizji naziemnej. Przejście z naziemnej telewizji analogowej na emisję programu w sposób cyfrowy zapewni pełną i powszechną dostępność programu telewizyjnego na terenie kraju (pokrycie niemalże 100% ludności), a ponadto zapewni efektywne wykorzystanie widma oraz możliwość wykorzystania pasma na inne nowoczesne usługi. Po okresie przejściowym zmniejszy się koszt nadawania programów.

4.2 Postępowanie w sprawie rozszerzenia koncesji

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła postępowanie koncesyjne dotyczące zagospodarowania czterech wolnych miejsc na multipleksie pierwszym (MUX 1) po ich zwolnieniu przez nadawców, których rozpowszechnianie programów przeniesiono na multipleks drugi (MUX 2). Zgodnie z ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT z 5 stycznia 2011 roku postępowanie to dotyczyło rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą satelitarną rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy w MUX 1. W postępowaniu wzięło udział 17 wnioskodawców.

W wyniku tego postępowania rozszerzone zostały koncesje satelitarne następujących nadawców telewizyjnych: ESKA TV S.A. koncesja nr 411/2009-T na rozpowszechnianie programu *ESKA TV*, STAVKA Sp. z o.o. koncesja nr 465/2011-T na rozpowszechnianie programu *U-TV* (po zmianie nazwy *TTV*), LEMON RECORDS Sp. z o.o. koncesja nr 466/2011-T na rozpowszechnianie programu *POLO TV*, ATM Grupa S.A. koncesja nr 468/2011-T na rozpowszechnianie programu *ATM ROZRYWKA TV*.

W ofercie multipleksu pierwszego znajdują się ponadto programy Telewizji Polskiej: *TVP1*, *TVP2* oraz jeden z programów regionalnych.

W toku postępowania o udzielenie koncesji wnioski poddano szczegółowej analizie zgodnie z kryteriami wymienionymi w art. 36 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, tj. poddano ocenie stopień zgodności zamierzonej działalności programowej z zadaniami określonymi w art. 1 ust. 1 ustawy, z uwzględnieniem m.in. stopnia realizacji tych zadań przez innych nadawców działających na obszarze objętym koncesją, możliwości dokonania przez wnioskodawcę koniecznych inwestycji i finansowania programu, przewidywanego udziału w programie audycji wytworzonych przez nadawcę lub na jego zamówienie albo we współdziałaniu z innymi nadawcami, dotychczasowego przestrzegania przepisów.

W postępowaniu o ponowne rozpatrzenie sprawy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podkreśliła, iż podczas udzielenia koncesji, kierując się obowiązkiem realizacji zadań określonych w art. 6 ust. 1 ustawy, dokonana została ocena oferty programowej poszczególnych wnioskodawców, z uwzględnieniem zasady otwartego i pluralistycznego charakteru radiofonii i telewizji.

Mając na uwadze konieczność poniesienia dużych nakładów (w tym na opłatę koncesyjną, produkcję programu oraz opłaty za usługi nadawcze), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwróciła szczególną uwagę na wiarygodność przedstawionych założeń ekonomiczno-finansowych. Powodzenie procesu tworzenia multipleksu zależy od możliwości wspólnego działania nadawców. W przypadku niewywiązywania się z warunków umowy z operatorem technicznym, świadczącym usługę nadawczą, powodzenie przedsięwzięcia mogłoby być zachwiane – albo pozostali nadawcy musieliby ponosić wyższe koszty albo podmiot świadczący usługę zaprzestałby jej świadczenia i co za tym idzie, powstałaby groźba zaprzestania rozpowszechniania wszystkich programów obecnych w multipleksie.

KRRiT przy podejmowaniu rozstrzygnięcia uwzględniła również okoliczność, iż od pomyślnej działalności multipleksu pierwszego zależy powodzenie uruchomienia w pełnym zakresie częstotliwości przeznaczonych na MUX3. Brak możliwości uruchomienia multipleksu pierwszego może w bardzo istotny sposób wpłynąć na rozwój naziemnej telewizji cyfrowej. Polska zobowiązała się do zwolnienia częstotliwości analogowych, wykorzystywanych w celu rozpowszechniania programów telewizyjnych w sposób rozsiewczy naziemny do 31 lipca 2013 roku.

Zgodnie z decyzją z 29 lipca 2011 roku wydaną przez Przewodniczącego KRRiT rozszerzenie koncesji o prawo do rozpowszechniania programu drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale MUX1 otrzymały spółki: ESKA TV, STAVKA, LEMON RECORDS i ATM Grupa.

W związku z odmową rozszerzenia koncesji dla Fundacji Lux Veritatis o prawo do rozpowszechniania w ramach MUX1 programu Telewizja TRWAM, do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpłynęło w 2011 roku około 6500 protestów. Protesty te nasiliły się po zakończeniu procedury odwoławczej w związku z wydaniem przez Przewodniczącego KRRiT decyzji Nr DR-018/2012 z dnia 17 stycznia 2012 roku o utrzymaniu w mocy decyzji Przewodniczącego KRRiT z 29 lipca 2011 roku.

W 2012 roku do KRRiT wpłynęło w tej sprawie ponad 50 tysięcy wystąpień. Były to protesty indywidualne i zbiorowe, kierowane przez przedstawicieli organizacji społecznych, stowarzyszeń katolickich, jednostki samorządowe (rady powiatów, miast i gmin), ale również przez biskupów, posłów i senatorów.

W oparciu o wnioski parlamentarzystów złożone na podstawie Regulaminu Sejmu RP wyżej wymienionemu procesowi koncesyjnemu, a w szczególności omówieniu przyczyn odmowy udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu w sygnale multipleksu pierwszego Fundacji Lux Veritatis poświęcono specjalne posiedzenia senackiej i sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu, a także Komisji Kontroli Państwowej oraz Komisji Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii. Z tego względu, iż powyższe informacje wykraczają poza okres objęty sprawozdaniem, sprawa ta zostanie bardziej szczegółowo omówiona w dokumentacji z działalności KRRiT w 2012 roku.

Zawartość programowa i harmonogramy uruchamiania multipleksów

W ramach multipleksu pierwszego (MUX 1) rozpowszechniane są trzy programy Telewizji Polskiej: *TVP1*, *TVP2*, *TVP INFO* Warszawa, a ponadto na podstawie decyzji z 29 lipca 2011 roku Przewodniczącego KRRiT rozpowszechniane są programy: *ESKA TV*, *TTV*, *POLO TV*. Wobec czwartego nadawcy ATM GRUPA SA 13 marca 2012 roku KRRiT postanowiła wszcząć postępowanie o cofnięcie koncesji na rozpowszechnianie

programu *ATM ROZRYWKA TV*. Zgodnie z posiadanymi informacjami program *ATM ROZRYWKA TV* jest emitowany niezgodnie z warunkami zapisanymi w koncesji.

Nadawca programu *ESKA TV* został zobowiązany do rozpowszechniania przez wszystkie dni tygodnia całodobowego programu o charakterze wyspecjalizowanym-muzycznym, prezentującego współczesną popularną muzykę rozrywkową polską i zagraniczną. Specjalizacja programu, poza prezentacją muzyki, ma być realizowana także poprzez różne rodzaje audycji: informacyjne, publicystyczne i edukacyjno-poradnicze. Planowane jest nadawanie dzienników poświęconych aktualnym wydarzeniom kulturalnym w Polsce i na świecie. W programie mają być nadawane: wywiady z ludźmi ze świata kultury (głównie muzyki), recenzje najnowszych wydawnictw płytowych, transmisje i relacje z imprez muzycznych, konkursy muzyczne, audycje satyryczne, ciekawostki ze świata show biznesu.

Nadawca programu *POLO TV* został zobowiązany do rozpowszechniania przez wszystkie dni tygodnia, całodobowego programu o charakterze wyspecjalizowanym, muzycznym, prezentującego głównie polską muzykę rozrywkową, muzykę biesiadną, muzykę etniczną (głównie romską) oraz disco polo. W programie będą nadawane także audycje prezentujące twórców, wykonawców, ich drogę zawodową i osiągnięcia. Gros programu zajmie prezentacja popularnej muzyki rozrywkowej. Specjalizację będą realizować również audycje publicystyczne, rozrywkowe i informacyjne oraz filmy dokumentalne poświęcone twórcom, zespołom i wykonawcom.

Spółka Stavka - nadawca programu *TTV* (przed zmianą nazwy *U-TV*) zobowiązany został do rozpowszechniania przez wszystkie dni tygodnia, nie mniej niż 18 godzin na dobę, programu o charakterze wyspecjalizowanym, publicystyczno-informacyjno-poradnikowym, poświęconego aktualnym wydarzeniom z różnych dziedzin życia w kraju i zagranicą

oraz poradom w zakresie zdrowia, motoryzacji, praw konsumenckich. Największy udział w programie będą miały audycje realizujące specjalizację. W mniejszym wymiarze będą nadawane filmy dokumentalne oraz audycje o charakterze rozrywkowym.

Nadawca programu ATM Rozrywka TV został zobowiązany do rozpowszechniania przez wszystkie dni tygodnia, nie mniej niż 16 godzin na dobę, programu o charakterze wyspecjalizowanym, rozrywkowo-filmowym, adresowanym do szerokiej publiczności. Największą część programu będą zajmować audycje realizujące specjalizację. W programie planowane są również audycje prezentujące muzykę rozrywkową oraz audycje adresowane do dzieci i młodzieży.

W ramach multipleksu drugiego (MUX 2) na podstawie decyzji z 11 czerwca 2010 roku Przewodniczącego KRRiT rozpowszechniane są programy: *POLSAT*, *TVN*, *TV4* i *TV PULS*, a ponadto na podstawie decyzji z 2 grudnia 2010 roku program *TVN siedem*, *TV 6*, *POLSAT Sport News*. Oczekiwane jest uruchomienie programu *TV PULS 2* (termin do uruchomienia emisji upływa 19 lipca 2012 roku).

W ramach multipleksu trzeciego (MUX 3) rozpowszechniane są następujące programy Telewizji Polskiej: *TVP1*, *TVP2*, *TVP INFO* (odpowiednia wersja dla danego regionu), *TVP INFO* (odpowiednia wersja dla sąsiedniego regionu, np. w Warszawie *TVP INFO Łódź*), *TVP Kultura*, *TVP Historia* i *TV Polonia*.

Najbardziej zaawansowane jest uruchamianie stacji w ramach multipleksu drugiego (MUX 2). Do końca 2011 roku zostały uruchomione wszystkie stacje z wyjątkiem Giżycka i Jeleniej Góry, dla których brak jest wolnych kanałów. Ich uruchomienie będzie możliwe po wyłączeniu emisji analogowych.

W grudniu 2011 roku rozpoczęto uruchamianie stacji w ramach multipleksu pierwszego (MUX 1). Uruchomiono następujące stacje: Warszawa/Raszyn, Rzeszów/Sucha Góra, Wisła/Skrzyczne, Zielona Góra/

Jemiołów i Żagań Wichów. Pozostałe stacje z wyjątkiem Ostrołęki i Leżajska zostaną uruchomione do 1 czerwca 2012 roku. Stacje Ostrołęka i Leżajsk będą uruchomione do 1 października 2012 roku.

Największe opóźnienie wystąpiło w związku z uruchamianiem stacji w ramach multipleksu trzeciego (MUX 3). Uruchomienie wszystkich stacji z wykorzystaniem docelowych kanałów nastąpi do 24 kwietnia 2014 roku. Do końca 2011 roku z wykorzystaniem kanałów niedocelowych oraz z ograniczeniem mocy promieniowanej uruchomiono 24 stacje.

Przyjęty w Urzędzie Komunikacji Elektronicznej harmonogram wyłączenia emisji analogowej rozpocznie się 7 listopada 2012 roku, a zakończy 23 lipca 2013 roku, czyli przed terminem przyjętym w ustawie o wdrożeniu telewizji cyfrowej. Harmonogram zawiera siedem etapów wyłączeń zarówno nadawców publicznych, jak i koncesjonowanych obejmujących określone obszary wykorzystywania częstotliwości. Wyjątek stanowią koncesjonowani nadawcy lokalni, których harmonogram wyłączeń emisji analogowych nie obowiązuje, co wynika z art.4 ust.1 ww. ustawy.

- *W załączniku nr 1 znajduje się wykaz stacji nadawczych w multipleksach 1-3 z podaniem wykorzystywanego kanału i mocy promieniowanej, terminu uruchomienia poszczególnych stacji oraz terminu wyłączenia emisji analogowych, a także przedstawione zostały mapy z obszarami zasięgów MUX1, MUX2 i MUX3.*

Udzielanie koncesji na kolejny okres

Zgodnie z art. 35a ustawy o radiofonii i telewizji nadawca programu, nie później niż na 12 miesięcy przed datą wygaśnięcia koncesji, ma prawo do złożenia wniosku o udzielenie koncesji na kolejny okres. Koncesja na kolejny okres jest ważna 10 lat.

Przy rozpatrywaniu takiego wniosku, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ocenia wyłącznie dotychczasowo-

wą działalność nadawcy stwierdzając czy nie występują okoliczności wskazane jako podstawa do cofnięcia koncesji. Do okoliczności tych należą m.in. trwałe, tj. przez okres trzech kolejno następujących po sobie miesięcy, zaprzestanie emisji programu, naruszanie przepisów ustawy lub warunków koncesji, upadłość przedsiębiorstwa, bezpośrednio lub pośrednio przejęcie kontroli nad działalnością nadawcy.

Postępowanie dotyczące rekoncesji toczy się jedynie z udziałem dotychczasowego nadawcy, bez możliwości przystąpienia do niego innych zainteresowanych. O ile nadawca w dotychczasowej działalności nie naruszył przepisów, jego wniosek jest rozpatrywany pozytywnie.

W 2011 roku po przeprowadzeniu postępowań koncesyjnych Przewodniczący KRRiT wydał 80 decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres.

- *W załączniku nr 2 znajduje się wykaz decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres wydanych w 2011 roku.*

4.3 Poprawa warunków nadawania programu i uzupełnienie oferty programowej z wykorzystaniem wolnych częstotliwości

Nowe koncesje na rozpowszechnianie programów za pomocą dodatkowej stacji nadawczej

Większość koncesji udzielonych w 2011 roku dotyczyła programów o tematyce lokalnej. Udzielonych zostało 11 nowych, lokalnych koncesji, z wykorzystaniem UKF w Czarnorzekach, Malborku, Mławie, Słupsku, Wolinie, a na falach średnich w Biłgoraju, Iłży, Lublińcu, Końskich, Puławach i Włodawie. W 2 koncesjach realizowanych w Kołobrzegu i Ostrowcu Świętokrzyskim zwiększeniu uległ zasięg stacji już istniejących.

Z powodu niezłożenia w terminie przez 2 nadawców kościelnych wniosków na kolejny okres, konieczne

było przeprowadzenie postępowania w trybie art. 34 ustawy, zapoczątkowanego ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT.

Diecezja Tarnowska zdecydowała się na nadawanie odrębnego programu ze stacji w Krynicy i Nowym Sączu. Z tego powodu konieczne było przeprowadzenie postępowania dotyczącego tych stacji. Zasięg programu Diecezji Koszalińsko-Kołobrzeszkiej w wyniku rozszerzenia koncesji uzupełniony został o stację nadawczą w Szczecinku.

O jedną stację nadawczą został uzupełniony zasięg nadawcy ogólnopolskiego *RMF FM*.

W zakresie programów wyspecjalizowanych w 2011 roku udzielono jedną koncesję na program muzyczny, prezentujący na antenie muzykę polską (w Szczecinie), a także rozszerzono zasięg techniczny programu z muzyką polską o stację nadawczą w Ostrołęce.

- *W załączniku nr 3 znajduje się wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętymi uchwałą podjętą w 2011 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2011 roku.*

Poprawa warunków technicznych nadawania programów radiowych i telewizyjnych

Zmiany techniczne w koncesjach są dokonywane na wnioski nadawców pod warunkiem, że nie mają one negatywnego wpływu na funkcjonowanie już istniejących stacji nadawczych. Stanowisko w tej sprawie zajmuje Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

W 2011 roku Przewodniczący KRRiT wydał 20 decyzji w sprawie poprawy warunków nadawania skutkujących wzrostem zasięgu programu. Łącznie zmiany te pozwoliły na dotarcie nowych programów do prawie

957 tys. nowych odbiorców.

- *W załączniku nr 4 znajduje się wykaz wydanych w 2011 roku decyzji w sprawie zmian technicznych skutkujących wzrostem zasięgu programu w radiowych koncesjach naziemnych.*

Zmiany techniczne miały także miejsce w koncesjach satelitarnych nadawców telewizyjnych. Łącznie Przewodniczący KRRiT po uzgodnieniu z Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej wydał 3 decyzje zmieniające.

- *Przygotowanie nowych postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji radiowych poprzez dodanie nowych stacji nadawczych*

W 2011 roku do KRRiT wpłynęły 104 aplikacje o ogłoszenie częstotliwości będących w dyspozycji KRRiT oraz 6 wniosków o dobór nowych częstotliwości, które nie znalazły się na liście lokalizacji do wstępnego doboru, skierowanej do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej w 2007 roku.

- *W załączniku nr 5 znajduje się wykaz miejscowości, w których Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwróciła się do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej o dobór nowych częstotliwości.*

Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej przekazał do dyspozycji KRRiT 11 nowych częstotliwości.

- *W załączniku nr 6 znajduje się wykaz miejscowości, w których Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej dokonał doboru nowych częstotliwości na wniosek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.*

W 2011 roku Przewodniczący KRRiT opublikował 34 ogłoszenia o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji.

W większości nowe częstotliwości zostały przeznaczone dla potrzeb rozwoju programów poświę-

conych tematyce lokalnej w ramach możliwości uzyskania nowych koncesji (24 ogłoszenia, w tym 5 dotyczyło możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu na falach średnich). Prawie wszystkie ogłoszenia wymieniały częstotliwości zlokalizowane poza dużymi miastami. Dla nadawców lokalnych, działających samodzielnie była to szansa na uzyskanie koncesji w nowej lokalizacji miejskiej.

W ubiegłym roku nowe częstotliwości (3 ogłoszenia) zostały przeznaczone dla zwiększenia zasięgu nadawców ponadregionalnych, którzy w swojej ofercie proponowali słuchaczom niszowe gatunki muzyczne oraz wyróżniającą tematykę. Wśród tych programów należy wymienić: program o charakterze muzyczno-literackim *RMF Classic*, program informacyjno-biznesowo-muzyczny *Radio PiN*, i program o charakterze informacyjno-publicystycznym *Radio TOK FM*. Dla tych nadawców KRRiT przeznaczyła 15 częstotliwości w dużych miastach.

Nowe częstotliwości przeznaczono również na rozwój programów wyspecjalizowanych o zasięgu lokalnym (4 ogłoszenia). Dwa ogłoszenia dotyczyły programów o charakterze muzycznym, prezentującym muzykę polską oraz muzyczno-kulturalnym. Pozostałe dwa zostały przeznaczone na program wyspecjalizowany ze względu na odbiorcę, tzn. adresowany do dzieci (wiek 2 -7 lat) i ich rodziców.

Nadawcy programów społeczno-religijnych mogli przystąpić do 3 postępowań w celu uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu za pomocą 9 stacji nadawczych.

- *W załączniku nr 7 znajduje się wykaz miejscowości, w których w 2011 roku ogłoszone zostały postępowania o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na program radiowy.*

4.4 Zmiany programowe w koncesjach

Nadawcy składając wniosek o udzielenie koncesji, przedstawiają KRRiT koncepcję programową oraz dokonują wyboru nazwy programu. W toku wykonywania koncesji mogą nastąpić okoliczności uzasadniające zmianę koncesji w stosunku do pierwotnych zamierzeń. Bardzo często dotyczy to zmiany nazwy programu. Najczęściej potrzeba przyjęcia nowej nazwy wiąże się z zamiarem ponownego wypromowania programu po jego przeformatowaniu.

W programach nadawanych za pomocą częstotliwości naziemnych ze względu na konkursowy charakter postępowania, w wyniku którego udzielono koncesji, zmiany programowe nie powinny w istotny sposób odbiegać od przedstawionej przez nadawcę koncepcji. Ograniczenia te nie dotyczą koncesji satelitarnych.

- *W załączniku nr 8 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2011 roku w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe).*

4.5 Przejście uprawnień z koncesji

Za zgodą KRRiT prawnie jest dopuszczalna możliwość przejścia uprawnień wynikających z koncesji w przypadku przekształceń spółek handlowych lub przeniesienie tych uprawnień przez osobę fizyczną na założoną przez nią spółkę.

Przewodniczący KRRiT wydał 33 decyzje w sprawie przeniesienia uprawnień z koncesji na inną spółkę oraz 26 decyzji w sprawie wyrażenia zgody na przeniesienie uprawnień, co nastąpi po dokonaniu zmiany w Krajowym Rejestrze Sądowym.

- *W załączniku nr 9 znajduje się wykaz koncesji, w których dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT zgody na przeniesienie uprawnień oraz wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień*

(przeniesienie uprawnień nastąpi po dokonaniu zmiany w KRS).

4.6 Rozłożenie opłaty na raty

Ordynacja podatkowa dopuszcza odroczenie terminu wniesienia opłaty koncesyjnej lub rozłożenie jej na raty. Jest to możliwe w przypadkach uzasadnionych ważnym interesem podatnika lub interesem publicznym. Możliwe jest również umorzenie w całości lub w części zaległości podatkowej oraz odsetek za zwłokę.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpatrzyła pozytywnie 16 wniosków dotyczących rozłożenia na raty należności za koncesje, wyrażając zgodę dla 10 nadawców rozpowszechniających program radiowy o zasięgu lokalnym oraz dla 6 za umieszczenie programów telewizyjnych w sygnale multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej.

- *W załączniku nr 10 znajduje się wykaz podmiotów, którym udzielono zgody na rozłożenie opłaty koncesyjnej na raty.*

4.7 Nowe polskie programy rozpowszechniane satelitarnie oraz programy rozpowszechniane i rozprowadzane w sieciach telekomunikacyjnych

Koncesje satelitarne

Dostępna w Polsce oferta programów satelitarnych w 2011 roku poszerzyła nowe, wyspecjalizowane kanały tematyczne. Rozwój telewizji satelitarnej nastąpił głównie z udziałem nowych nadawców i wiązał się przede wszystkim z ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT, dającym możliwość rozszerzenia koncesji satelitarnej o prawo do rozpowszechniania programu drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale multipleksu pierwszego. Według stanu na koniec 2011 roku dostępnych było 87 programów satelitarnych, koncesjonowanych przez KRRiT. Odbiorcy w Polsce mieli również

dostęp do 94 kanałów polskojęzycznych, które działają na podstawie koncesji regulatorów zagranicznych.

- *W załączniku nr 11 znajduje się wykaz koncesji satelitarnych, udzielonych w 2011 roku.*

Koncesje w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozsiewu naziemnego i satelitarnego

Przewodniczący KRRiT wydał 34 koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych. W 27 koncesjach występuje uniwersalny charakter programu, w trzech wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny, także w trzech informacyjny, a w jednej koncesji muzyczno-filmowy. Średni czas nadawania programu w sieciach telekomunikacyjnych to godzina na dobę, najdłuższy czas to cała doba, zaś najkrótszy 15 minut na tydzień.

- *W załączniku nr 12 znajduje się wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych wydanych w 2011 roku.*

Programy rozprowadzane

W okresie sprawozdawczym do Przewodniczącego KRRiT wpłynęło 450 zgłoszeń o wpis do rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych. Na ich podstawie Przewodniczący KRRiT wydał 422 postanowienia o wpisie do rejestru programów. Od 1993 roku wydanych zostało 7460 postanowień o wpisie do rejestru programów. Na polskim rynku dostępna jest oferta ok. 500 programów rozpowszechnianych drogą satelitarną lub w sieciach telekomunikacyjnych, z czego ponad 180 programów emitowanych jest w języku polskim.

4.8 Plany zagospodarowania wolnych częstotliwości

Zgodnie z ustawą Prawo telekomunikacyjne Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej ustala plany zagospodarowania częstotliwości oraz zmiany tych

planów w uzgodnieniu z Przewodniczącym KRRiT na jego wniosek lub z własnej inicjatywy. Wykorzystywane częstotliwości muszą być uzgodnione międzynarodowo, co wynika z porozumień podpisanych podczas Regionalnych Administracyjnych Konferencji organizowanych w ramach Międzynarodowego Związku Telekomunikacyjnego (ITU - International Telecommunication Union). Uzgodnienia międzynarodowe przeprowadza Prezes UKE stosownie do zasad zawartych w aktach końcowych poszczególnych Konferencji. Od 2004 roku dobór częstotliwości oraz dodanie do planu odbywa się w większości przypadków na wniosek Przewodniczącego KRRiT.

W 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wystąpiła o dobór częstotliwości w 5 lokalizacjach. Prezes UKE dobrał do planu i uzgodnił odpowiednie częstotliwości dla 2 wniosków złożonych przez KRRiT. Na dobór częstotliwości oczekuje jeszcze 167 lokalizacji, o które KRRiT wnioskowała w poprzednich latach.

Na koniec 2011 roku wykorzystywano 954 częstotliwości, w tym 309 przez nadawców publicznych. Według stanu z 31 grudnia 2011 roku pozostało do zagospodarowania (wydania decyzji) 60 częstotliwości, z czego 10 częstotliwości z przeznaczeniem dla nadawców publicznych, a w stosunku do 35 częstotliwości toczyło się postępowanie koncesyjne. W 2011 roku do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpłynęły 104 aplikacje o ogłoszenie częstotliwości będących w dyspozycji KRRiT oraz 6 aplikacje o dobór nowych częstotliwości, które nie znalazły się na liście lokalizacji do wstępnego doboru skierowanej do UKE w 2007 roku.

W okresie sprawozdawczym KRRiT podjęła 17 uchwał o skierowaniu 31 częstotliwości do ogłoszenia o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego. Na podstawie tych uchwał ukazało się 21 ogłoszeń Przewodniczącego KRRiT. Na koniec 2011 roku w dyspozycji KRRiT pozostawało 15 wolnych częstotliwości.

Stacje telewizyjne pracując w technice analogowej wykorzystują 545 kanałów telewizyjnych, przy czym 409 wykorzystuje telewizja publiczna. W 2011 roku w związku z uruchomieniem emisji cyfrowej dokonano zmiany kanałów wykorzystywanych analogowo dla 11 stacji Telewizji Polskiej, 2 stacji TVN i 1 stacji Telewizji POLSAT. Zmiany te były konieczne z uwagi na wzajemne zakłócenia emisji analogowej i cyfrowej. Z uwagi na rozpoczęcie w 2012 roku wyłączeń emisji analogowej, nie przewiduje się dalszych zmian w planie zagospodarowania częstotliwości wykorzystywanych w tym standardzie.

Uwzględniając ustalenia Regionalnej Konferencji w 2011 roku Prezes UKE w porozumieniu z Przewodniczącym KRRiT ustalili plan zagospodarowania częstotliwości dla zakresu 174-230 MHz. Plan ten zawiera jedno pokrycie kraju przeznaczone dla systemu telewizji cyfrowej dla standardu DVB-T, trzy pokrycia kraju przeznaczone dla systemu radiofonii cyfrowej dla

standardu T-DAB oraz jedno pokrycie kraju przeznaczone dla systemu radiofonii cyfrowej dla standardu T-DAB możliwe do wykorzystania w okresie przejściowym do 31 lipca 2013 roku, tzn. do czasu całkowitego wyłączenia emisji analogowej stacji telewizyjnych.

Przewodniczący KRRiT pozytywnie zaopiniował projekt planu zagospodarowania częstotliwości z przeznaczeniem dla radiofonii cyfrowej, który został zaprojektowany przez Prezesa UKE w oparciu o wyniki wymienionej powyżej Regionalnej Konferencji.

5 USTAWOWY SYSTEM KONTROLI

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontroluje działalność programową nadawców, czyli wyemitowany program i jego zawartość (audycje i inne przekazy) pod kątem zgodności z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji, postanowieniami koncesji i innymi regulacjami prawnymi dotyczącymi działalności mediów elektronicznych. Kontrola ta odbywa się w granicach obowiązującego prawa, z poszanowaniem zasady samodzielności nadawców w kształtowaniu programów. Stałym narzędziem kontroli programowej, oprócz analizy sprawozdań nadawców z rocznej działalności, jest monitoring prowadzony przez KRRiT, w efekcie którego powstają analizy problemowe. Informacje o najważniejszych analizach problemowych wykonanych w 2011 roku przedstawione zostały poniżej.

Analizy problemowe Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Dla mediów i analityków

5.1 Analizy problemowe

Kampania wyborcza do Sejmu i Senatu RP w 2011 roku w programach telewizyjnych

W związku z wyborami do Sejmu i Senatu RP Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła monitoring kampanii wyborczej. Celem badania było stwierdzenie, w jakim wymiarze i w jaki sposób telewizja publiczna oraz główne stacje komercyjne informowały o kandydatach i ugrupowaniach politycznych uczestniczących w wyborach parlamentarnych, a także o przebiegu ich kampanii, w szczególności, czy w audycjach i przekazach wyborczych zostały zachowane zasady rzetelności i obiektywizmu informowania.

Monitoringiem objęto: główne wydania dzienników w czterech programach ogólnokrajowych, tj. Wiadomo-

ści TVP1 (godz. 19.30), Panorama TVP2 (godz. 18.00), Wydarzenia Polsat (godz. 18.50), Fakty TVN (godz. 19.00), obowiązkowe (wymagane ustawą Kodeks wyborczy) debaty wyborcze nadane w TVP1, przekazy i audycje wyborcze (serwisy informacyjne, publicystyka, debaty, konferencje prasowe), nadane w trzech programach informacyjnych: TVP Info, Polsat News, TVN24. Monitorowano dwa ostatnie tygodnie kampanii – dokładnie dwanaście dni, do chwili rozpoczęcia ciszy wyborczej, tj. okres 26 września – 7 października. W przypadku obowiązkowych debat wyborczych w TVP1 okres ten był dłuższy: 7 września – 5 października, monitorowano bowiem wszystkie nadane w tym cyklu debaty. W programach informacyjnych monitorowano całość emisji w tzw. porze dziennej (godz. 6.00 - 23.00), tj. 17 godzin programu na dobę, 204 godzin w każdym programie łącznie. W sumie monitorowano 638 godzin programu: 48 wydań serwisów w programach ogólnokrajowych o łącznym czasie emisji blisko 21 godzin, 5 debat wyborczych w TVP1 o łącznym czasie emisji 5 godzin oraz 612 godzin emisji trzech programów informacyjnych, w tym łącznie ok. 242 godzin przekazów i audycji dotyczących wyborów.

Przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie poniższych wniosków:

- W głównych wydaniach dzienników w czterech programach nadano łącznie aż 8 godzin informacji dotyczących wyborów - średnio 10 minut w każdym z 48 wydań. Zainteresowany wyborca mógł w samych tylko dziennikach otrzymać każdego dnia 40 minut informacji o kandydatach i przebiegu kampanii, podawanych na pierwszych miejscach. Dodatkowo w każdym z wyspecjalizowanych programów informacyjnych nadawano dziennie 6-7 godzin informacji i komentarzy dotyczących wyborów.

- Wśród czterech dzienników ogólnokrajowych najwięcej czasu zajęła tematyka wyborcza w *Faktach* TVN - blisko dwie trzecie (61%) całkowitego czasu emisji serwisu, przeciętnie 15 minut w pojedynczym wydaniu. Nadano jej ponad półtora raza więcej niż w *Wiadomościach* w TVP1 i *Wydarzeniach* w Polsce oraz niemal trzykrotnie więcej niż w *Panoramie* w TVP2. W *Wiadomościach* w TVP1 i *Wydarzeniach* w Polsce tematyce wyborów poświęcono podobną ilość czasu (nieco ponad jedną trzecią czasu emisji, przeciętnie 9 minut w wydaniu). Jedynie w *Panoramie* w TVP2 wybory zajęły wyraźnie mniej czasu (przeciętnie 6 minut w wydaniu).
- W telewizji publicznej zadanie szerokiego bieżącego informowania o wyborach i wydarzeniach w kampanii wypełniał przede wszystkim program TVP1. W *Wiadomościach* poświęcano tematyce wyborów znacznie więcej czasu oraz informowano o niej bardziej systematycznie niż w *Panoramie*.
- Program TVP1 poświęcił znaczną ilość czasu na instruktaż wyborczy i przekazy edukacyjne, takie jak informacje o prawach wyborców, propagowanie społecznych działań profrekwencyjnych oraz akcji na rzecz świadomego głosowania (np. kampania pod patronatem Prezydenta „Akcja - Głosuj”; akcja kształtująca świadomość obywatelską wyborców „Masz głos-masz wybór”; baza wiedzy o kandydatach i ich programach pn. „Latarnik wyborczy” itp.). *Wiadomości* poświęcały tym proobywatelskim działaniom najwięcej czasu. Należy też zwrócić uwagę, że udział przekazów instruktażowo-edukacyjnych był stosunkowo wysoki także w *Wydarzeniach* w Polsce. Znalazły się w nich m.in. nieobecne w pozostałych serwisach informacje wyjaśniające zasady nowej ordynacji wyborczej do Senatu.
- *Wiadomości* w TVP1 nadały najwięcej przekazów neutralnych wobec walki wyborczej informujących ogólnie o przebiegu kampanii, m.in. wskazanych wyżej przekazów edukacyjnych, wyników sondaży wyborczych oraz analiz i ocen dotyczących kampanii jako całości. Zajęły one blisko jedną trzecią całego czasu wyborczego w serwisie.
- Mocną stroną dzienników TVP2 była z kolei prezentacja programów wyborczych poszczególnych ugrupowań, a zwłaszcza skupienie uwagi na miejscu kultury w tych programach. Temat ten w pozostałych dziennikach był na ogół pomijany.
- Oba programy telewizji publicznej dysponowały czasem wyborczym w dziennikach w sposób znacznie bardziej zrównoważony niż komercyjne (zwłaszcza niż *Fakty* w TVN), dając dostęp do anteny nie tylko ugrupowaniom najsilniejszym, ale i mniejszym. Inaczej niż w telewizjach komercyjnych, nie pomijano żadnego z ugrupowań ogólnopolskich (np. tylko w serwisach TVP1 i TVP2 oraz w dziennikach i publicystyce w TVP Info informowano o kampanii i propozycjach programowych Polskiej Partii Pracy). W praktyce też jedynie TVP2, spośród czterech programów, poświęciła czas w dzienniku na informacje o komitetach, które nie zarejestrowały list ogólnopolskich, oraz niezależnych, pozapartyjnych komitetach wystawiających listy do Senatu. Obok dzienników, także w debatach kandydatów, zrealizowanych zgodnie z Kodeksem wyborczym w programie TVP1, prezentowano przedstawicieli wszystkich komitetów, które zarejestrowały listy ogólnopolskie. W efekcie więc programy telewizji publicznej stwarzały odbiorcom bardziej proporcjonalne możliwości poznania programów i działania poszczególnych konkurentów politycznych w kampanii niż telewizje koncesjonowane.

- We wszystkich serwisach dominowały informacje o PO i PiS, skala tej dominacji była jednak zdecydowanie mniejsza w programach telewizji publicznej niż w komercyjnych. Także różnice czasu między pozostałymi (tj. poza PO i PiS) ugrupowaniami były w obu programach TVP o wiele mniejsze niż w *Wydarzeniach* i *Faktach*, a ogólna struktura udziału ugrupowań w czasie wyborczym serwisów była w *Wiadomościach* i *Panoramie* bardziej zrównoważona niż w programach komercyjnych. W *Panoramie*, a także *Wiadomościach*, informowano też o większej liczbie ugrupowań i komitetów wyborczych niż w *Wydarzeniach* i *Faktach*. W serwisach TVP przeznaczano na poszczególne ugrupowania, w tym zwłaszcza parlamentarne, ilość czasu w zasadzie proporcjonalną do wielkości i dotychczasowego znaczenia politycznego tych ugrupowań, podczas gdy w telewizjach komercyjnych kierowano się tym czynnikiem w mniejszym stopniu bądź nie kierowano się w nim wcale.
- Najwięcej przekazów odnoszących się bezpośrednio do poszczególnych ugrupowań i walki wyborczej nadawały *Fakty* - poświęciły na to blisko dziewięć dziesiątych całego czasu wyborczego w serwisie. Poza informowaniem o kampanii poszczególnych ugrupowań *Fakty* interesowały się tylko jeszcze wynikami sondaży, czyli przewidywaniem wyników wyborów. Instruktaż wyborczy zajął w *Faktach* znikomą ilość czasu. Podtrzymuje to obraz tego programu jako skoncentrowanego generalnie na walce wyborczej.
- W *Faktach* poświęcano uwagę przede wszystkim kampanii dwóch najsilniejszych ugrupowań politycznych i głównych konkurentów, tj. PO i PiS. Mniejsze ugrupowania były marginalizowane - najsilniej dotyczyło to PSL. Kampanii PiS i osobie Jarosława Kaczyńskiego poświęcano nieproporcjonalnie dużo czasu i uwagi, przy czym był to najczęściej czas przekazów negatywnych, krytycznych wobec PiS.

Kampania parlamentarna 2011 roku była pierwszą, która odbywała się w warunkach zmienionej Ordynacji wyborczej do Senatu wprowadzającej okręgi jednomandatowe. Ta radykalna zmiana systemu wybierania - z proporcjonalnego na większościowy - nie została jednak w praktyce w mediach ogólnopolskich podczas kampanii wyborczej odnotowana. W monitorowanych serwisach informacje o wyborach do Senatu pojawiały się sporadycznie, stanowiąc zaledwie 0,4% - 3% całkowitego czasu nadanych w nich przekazów wyborczych.

Na tym tle pozytywnie wyróżniły się *Wydarzenia* w Polsce, w których nadano specjalny przekaz objaśniający nowe zasady wyboru senatorów i wyjaśniający, czym są jednomandatowe okręgi wyborcze i jaka była historia ich wprowadzenia⁷.

Wyniki raportu zostały przedstawione nadawcom.

⁷ Odnosząc się do wyników analogicznego monitoringu kampanii wyborczej przeprowadzonego przez Fundację im. Stefana Batorego, opublikowanych na stronie Fundacji (<http://www.batory.org.pl/>) należy zauważyć, że wyniki obu badań, były w wysokim stopniu zbliżone. Nie mogło być zresztą inaczej, zważywszy że oba badania miały taki sam przedmiot i cel, były prowadzone podobną metodą, tzn. przyjęto w nich takie same zasady pomiaru czasu, kryteria kwalifikowania przekazów wyborczych i wskaźniki analizy ilościowej. Badania wykonane zostały z równą starannością. Różny był jednak częściowo okres objęty monitoringiem oraz lista monitorowanych audycji. Fundacja monitorowała okres 19 września - 9 października, tj. trzy, a nie dwa tygodnie kampanii (także ciszę wyborczą i dzień ogłoszenia wstępnych wyników). Różnica czasu objętego monitoringiem powoduje, że ilościowe dane zbiorcze, będące danymi średnimi z całego monitorowanego okresu, różnią się w obu badaniach. Uwzględnienie pierwszego tygodnia kampanii, w którym, jak wynika z monitoringu przeprowadzonego przez Fundację, czas poświęcony tematyce wyborczej był wyższy niż w tygodniu drugim, zmienia bowiem ogólne średnie i modyfikuje wyciągane na tej podstawie wnioski. W podobny sposób wpływa też na szczegółowe wnioski zmiana bazy źródłowej monitoringu (KRRiT nie monitorowała Teleexpressu, wybrała też do monitoringu inny niż Fundacja serwis w TVP Info). Gdy jednak porówna się szczegółowe dane z dwóch ostatnich tygodni kampanii, widać, że wyniki uzyskane w obu badaniach są niemal identyczne. Można więc powiedzieć, że wyniki obu badań wzajemnie pozytywnie się weryfikują.

Informacja o płatnych audycjach wyborczych podczas kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu RP

W związku z kampanią wyborczą zebrano dane dotyczące 503 programów, w tym 243 programów radiowych i 260 programów telewizyjnych (w tym 173 programów telewizji kablowej). Płatnych ogłoszeń wyborczych nie emitowano w 77 programach radiowych (32%) oraz 94 programach telewizyjnych (36%).

Z otrzymanych informacji wynika, że na kampanię wyborczą w radiu i telewizji wydano ok. 14,7 mln zł mniej (-43%) w porównaniu z kampanią w 2007 roku. Natomiast czas płatnych ogłoszeń wyborczych (niewliczany do limitu emisji reklam wynikającego z ustawy o radiofonii i telewizji) wzrósł o ok. 23,6 tys. minut (+11,4%) w porównaniu z poprzednią kampanią wyborczą. Wynika to ze stosowania przez nadawców większych upustów cenowych na emisję

płatnych audycji wyborczych. W kampanii wyborczej w 2011 r. emisję płatnych audycji wyborczych prowadziło 332 nadawców, o 45 więcej niż w 2007 roku.

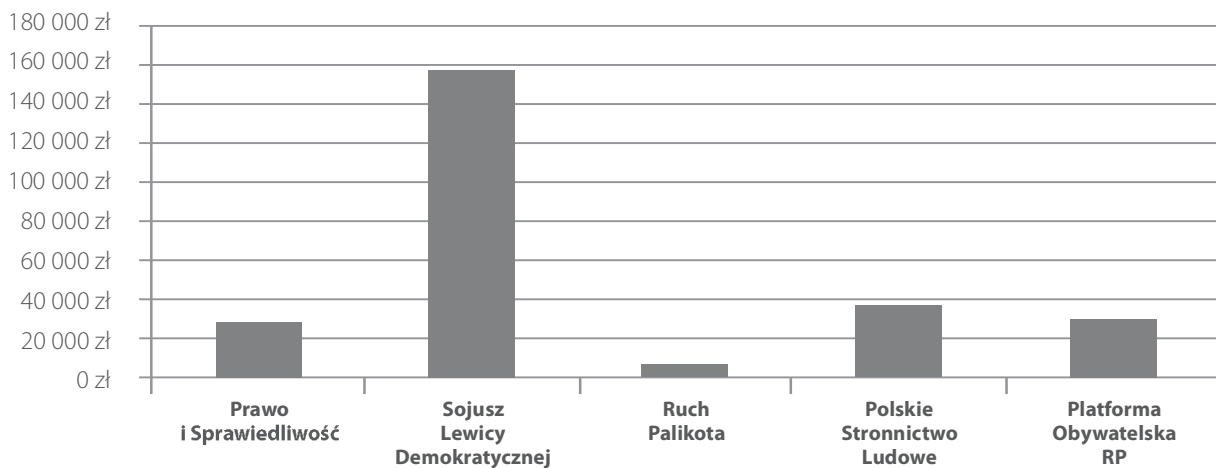
Największy udział w wydatkach na ogłoszenia wyborcze miał Komitet Wyborczy Platformy Obywatelskiej RP – 41,41%, następnie Komitet Wyborczy PiS – 26,57%, Komitet Wyborczy SLD – 21,7% i Komitet Wyborczy PSL – 5,67%.

Z podsumowania wydatków poniesionych na emisję płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji w przeliczeniu na jeden mandat w Sejmie i Senacie wynika, że proporcjonalnie najwyższy koszt poniósł Komitet Wyborczy SLD – 157 954,03 zł za jeden mandat. Jeden mandat dla Komitetu Wyborczego PSL „kosztował” 37 161 zł, dla Komitetu Wyborczego PO 30 137,12 zł, dla Komitetu Wyborczego PiS – 27 722,45 zł. Najniższą cenę za jeden mandat „zapłacił” Ruch Palikota – 6 601 zł.

TABELA NR 3 WYDATKI NA EMISJĘ PŁATNYCH OGŁOSZEŃ WYBORCZYCH W RADIU I TELEWIZJI (w zł)

komitet wyborczy	radio	telewizja	razem	udział w wydatkach
Nasz Dom Polska - Samoobrona Andrzeja Leppera	0	34 345,97	34 345,97	0,17%
Nowa Prawica - Janusza Korwin-Mikke	1 000,00	39 027,90	40 027,90	0,20%
Platforma Obywatelska RP	364 977,49	7 772 046,00	8 137 023,49	41,41%
Polska Jest Najważniejsza	26 391,56	65 178,07	91 569,63	0,47%
Polska Partia Pracy Sierpień 80	1 322,75	3 721,98	5 044,73	0,03%
Polskie Stronnictwo Ludowe	334 909,29	779 920,75	1 114 830,04	5,67%
Prawica RP	3 434,55	9 506,79	12 941,34	0,07%
Prawo i Sprawiedliwość	1 432 682,89	3 788 537,95	5 221 220,84	26,57%
Ruch Palikota	28 169,50	235 870,42	264 039,92	1,34%
Sojusz Lewicy Demokratycznej	386 314,13	3 878 444,71	4 264 758,84	21,70%
Inne Komitety	159 829,78	306 254,00	466 083,78	2,37%
RAZEM	2 739 031,94	16 912 854,54	19 651 886,48	

Wykres nr 1 Wydatki poniesione na emisję płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji w przeliczeniu na jeden mandat uzyskany w Sejmie i Senacie RP



Rola telewizji w stanach nadzwyczajnych

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po tragicznych wydarzeniach w Norwegii (w Oslo i na wyspie Utoya) postanowiła przeprowadzić analizę sposobu relacjonowania tych wydarzeń w programach telewizyjnych, a tym samym zbadać zachowanie mediów w sytuacjach nadzwyczajnych.

Powierzyła to zadanie pracownikom nauki, zajmującym się badaniem komunikacji mediów ze społeczeństwem w sprawach, terroryzmu, wojen i innego tego typu zagrożeń. Monitoring przeprowadziły: prof. dr hab. Ewa Stasiak-Jazukiewicz i dr Marta Jas-Koziarkiewicz z Katedry Europeistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Przeprowadzono analizę sposobu relacjonowania wydarzeń w Oslo i na wyspie Utoya w wybranych audycjach informacyjnych nadanych między 22 a 24 lipca 2011 roku w programach TVP1, TVP2, Polsat i TVN oraz w programach informacyjnych TVP Info, TVN24, Polsat News nadanych między 22 a 26 lipca 2011 roku. Z analizy wynika, że informowano odbiorców szybko i na bieżąco o zaistniałym zdarzeniu. Jednakże nie uniknięto błędów, tj. nie powoływano się na źródła informacji, łączono informacje z komentarzem prowadzącego serwis

informacyjny, nadużywano argumentów o charakterze emocjonalnym. Tragedii w Norwegii przypisano istotne znaczenie, poświęcono mu dużo czasu antenowego, wyróżniano na paskach informacyjnych, umieszczano na pierwszych pozycjach w dziennikach. Informowano także o ewentualnym udziale Polaków w wydarzeniu i zagrożeniu dla nich. Wskazywano na ewentualne konsekwencje wydarzenia dla Polski i Polaków oraz kształtowano społeczną świadomość zagrożenia terroryzmem. Jednakże w tej ostatniej kwestii posłużono się takimi środkami wyrazu, które mogły wzbudzać lęk i zwiększać poczucie zagrożenia wśród widzów:

- ciągła obecność na ekranie napisów z dużym ładunkiem emocjonalnym, np. Tragedia w Norwegii; Norwegia po tragedii; Masakra w Norwegii;
- stosowanie wartościujących określeń i używanie przesadnej intonacji głosu, szybkie tempo narracji, przez co budowano jeszcze większą dramaturgię zdarzenia;

- epatowanie widzów natłokiem informacji niewnoszących nic nowego w sprawie.

Wyniki raportu przedstawione zostały nadawcom oraz organom administracji państwowej, odpowiedzialnym za bezpieczeństwo publiczne.

Raport dostępny jest na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl w zakładce Dla mediów i analityków – Publikacje – Analiza nr 4/2011

Ocena poprawności językowej audycji informacyjnych i publicystycznych w programach telewizji publicznej

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji obserwując brak dbałości o poprawność językową w różnych programach telewizyjnych postanowiła zbadać jak problem ten wygląda w programach telewizji publicznej. Przeprowadziła monitoring audycji informacyjnych i publicystycznych w programach TVP 1, TVP 2, TVP Info. Analizie poddano 22 godziny następujących audycji: *Panorama*, *Tomasz Lis na żywo*, *Wiadomości*, *Teleexpress* oraz dzienniki w TVP Info, nadane we wrześniu i październiku 2011 roku. Badano poprawność zarówno tekstów wypowiedzianych przez dziennikarzy, jak i napisów na paskach informacyjnych, w zakresie gramatyki, leksyki oraz ortografii i interpunkcji, w mniejszym stopniu badano poprawność pod względem fonetycznym. Kontrolę przeprowadziły dr Ewa Rudnicka i dr Katarzyna Kłosińska z Instytutu Języka Polskiego Uniwersytetu Warszawskiego.⁸

Z przeprowadzonej analizy wynikają następujące wnioski:

- Większą poprawnością językową charakteryzowały się teksty informacyjne, ponieważ nie są tworzone spontanicznie. Największa staranność i poprawność cechowała na ogół prezenterów audycji informacyjnych – przede wszystkim *Panoramy*, lecz także *Wiadomości*, *Teleexpressu* i serwisów w *TVP Info*. Dużo zastrzeżeń autorki badania zgłosiły do polszczyzny reporterów będących w miejscach opisywanych zdarzeń, występujących w audycjach informacyj-

nych. Ich wypowiedzi często były pretensjonalne, uduchowione i zwyczajnie niepoprawne. Wypowiedzi tworzone w trakcie rozmowy czy dyskusji bywały mniej staranne. Dość staranne pod względem poprawności były teksty umieszczane na paskach informacyjnych, choć zdarzały się błędy interpunkcyjne i ortograficzne. Poprawność fleksyjna w zasadzie nie budziła zastrzeżeń. W analizowanych tekstach odnotowano tylko osiem błędów w zakresie odmiany.

- Zdecydowanie więcej zastrzeżeń budziła składnia wypowiedzi. Dziennikarze często posługiwali się niewłaściwymi schematami składniowymi – błędy tego typu pojawiły się w analizowanym materiale prawie 200 razy, podobnie jak błędy leksykalne i frazeologiczne. Stosowanie innowacji leksykalnych i frazeologicznych, odświeżanie znaczeń, tworzenie nietypowych połączeń wyrazowych, metaforyzacja wypowiedzi nierzadko prowadziły do zaburzeń sensu, powstawania wypowiedzi niepoprawnych.
- W analizowanych materiałach zauważalna była tendencja do takiego ukształtowania wypowiedzi, by była ona jak najbardziej obrazowa i jak najbliższa odbiorcy pod względem językowym. Dlatego wiele wypowiedzi nacechowanych było potocznością. Elementy stylu potocznego odnotowano w takich audycjach jak *Panorama* czy *Wiadomości*, w których teksty dość neutralne stylistycznie przełamywane były jakimś elementem potocznym. Sporo było jednak takich wypowiedzi, w których wtrącenie tego elementu powodowało dysonans. Niektóre rozmowy prowadzone w TVP Info były prowadzone bardzo potocznym językiem, rozmówcy odnosili się do siebie bardzo poufale, przypominały one bardziej pogawędki przy kawie niż dyskusje w studiu telewizyjnym.

⁸ Dr Katarzyna Kłosińska jest także Sekretarzem Rady Języka Polskiego przy PAN.

Wyniki raportu przedstawione zostały Zarządowi Telewizji Polskiej.

Raport dostępny jest na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl w zakładce Dla mediów i analityków – Publikacje – Analiza nr 1/2012

5.2 Przestrzeganie przepisów o ochronie małoletnich – wyniki kontroli

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po sześciu latach obowiązywania *Rozporządzenia z 23 czerwca 2005 roku w sprawie kwalifikowania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich oraz audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii wiekowej małoletnich, stosowania wzorów symboli graficznych i formuł zapowiedzi* dokonała przeglądu i oceny funkcjonowania polskiego systemu ochrony małoletnich przed szkodliwymi treściami w programach telewizyjnych i radiowych.

W okresie obowiązywania rozporządzenia do najczęstszych naruszeń należało nieznakowanie bądź błędne znakowanie audycji oraz emitowanie audycji w porze dla nich nieprzeznaczonych. Liczba nieadekwatnie kwalifikowanych audycji ma tendencję malejącą, choć ostatnio uwidoczniła się inna tendencja – świadomego i konsekwentnego zaniżania wieku adresata przy kwalifikowaniu odcinków należących do jednego cyklu bądź serii.

Osobnym problemem jest ochrona małoletnich w programach radiowych. Wprowadzony rozporządzeniem system ostrzegania przed szkodliwymi treściami jest niemożliwy do stosowania ponieważ zobowiązuje nadawców radiowych do każdorazowego informowania słuchaczy o kategorii wiekowej, dla której dozwolona jest dana audycja. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała propozycję nowelizacji ustawy tak, aby były to przepisy wykonalne dla nadawców radiowych. Zgodnie z tą propozycją

audycje przeznaczone dla słuchaczy dorosłych powinny być nadawane wyłącznie w porze nocnej.

Przepisy regulujące ochronę małoletnich odbiorców w programach telewizyjnych są czytelne i z reguły nadawcy należycie informują o grupie wiekowej, dla której dana audycja jest przeznaczona.

Podczas seminarium zorganizowanego przez KRRiT 29 czerwca 2011 roku psycholodzy, medioznawcy i nadawcy wspólnie z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji zastanawiali się nad skutecznością aktualnego stanu prawnego i rzeczywistą rolą obecnie stosowanych oznaczeń.

Wnioski i postulaty zgłaszane w zakresie oznakowań Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uwzględniła przy nowelizacji rozporządzenia. Nowelizacja przyjęta przez KRRiT 12 lipca 2011 roku wprowadziła nowe, bardziej czytelne wzory symboli graficznych.

W 2011 roku pod kątem ochrony małoletnich skontrolowano program *Eska TV* i *REBEL TV*. Monitoring wykazał, że w programie *Eska TV* nie znakowano audycji, a w porze chronionej (w godz. 6.00-23.00) nadawano teledyski zawierające treści mogące zagrażać prawidłowemu rozwojowi psychicznemu, fizycznemu i moralnemu dzieci i młodzieży. W audycji cyklicznej *Eska games* prezentowano fragmenty gier, które zawierały brutalne i drastyczne sceny (m.in. odcinane głowy, tryskająca krew).

Monitoring programu *REBEL TV* również wykazał liczne naruszenia przepisów o ochronie małoletnich. Nadawca znakował całe pasma czasowe, a nie poszczególne audycje, co powodowało, że znakowanie niektórych audycji było nieadekwatne do treści w nich zawartych. Wiele z nich zawierało treści zagrażające prawidłowemu rozwojowi psychicznemu, fizycznemu i moralnemu dzieci i młodzieży. Kreskówka *Kapitan Bomba* emitowana w o godzinie 20.00 zawierała treści zagrażające małoletnim odbiorcom.

Nadawcy programów Eska TV i *REBEL TV* zostali poinformowani o wynikach przeprowadzonych monitoringów oraz wezwani do złożenia wyjaśnień i zaprzestania działań sprzecznych z prawem.

5.3 Kontrola głośności reklam

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła kontrolę przestrzegania głośności dźwięku w przekazach handlowych według zasad określonych w § 10 rozporządzenia KRRiT z 30 czerwca 2011 roku w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży. Pomiędzy 13 czerwca a 15 lipca oraz 11 listopada a 31 grudnia 2011 roku dokonano rejestracji i pomiaru 1179 opraw dźwiękowych reklam, wyemitowanych w 120 fragmentach 46 programów telewizyjnych. W pierwszej turze na 46 skontrolowanych emisji ok. 22% bloków reklamowych spełniało wymogi prawne, w drugiej na 74 skontrolowanych emisji - ok. 36% było prawidłowych. Za przekroczenia dopuszczalnej głośności reklam opomniano 40 nadawców.

W drugiej turze badań w grupie 37 programów wykorzystano najnowsze, międzynarodowe zalecenia pomiarowe oraz wnioski i zalecenia Advanced Television System Committee - A/85 z lipca 2011 roku. Określona tam granica pomiarowa dopuszcza w praktyce niewielki tylko skok głośności reklamy ponad głośność towarzyszącego jej przekazu.

Spośród 74 bloków reklamowych skontrolowanych w drugiej turze za szczególnie dokuczliwe uznano emisje w następujących programach (w kolejności alfabetycznej): Ale Kino, Domo TV, Polsat2, Polsat Cafe, Polsat Play, Polsat Sport Extra, Puls, Religia TV, Superstacja, Tele 5, TV 4, TVN7, TVN Turbo, TVP Historia, TVP Info, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport.

Nadawcy tych programów zostali poinformowani o wynikach monitoringu oraz wezwani do złożenia wyjaśnień i zaprzestania działań sprzecznych z prawem.

W tabeli nr 4 przedstawiono wyniki pomiarów głośności reklam w programach telewizyjnych.

TABELA NR 4 WYNIKI POMIARÓW GŁOŚNOŚCI REKLAM W PROGRAMACH TELEWIZYJNYCH

Lp.	dzień	początek bloku reklamowego	nazwa programu	przekroczenie średniej głośności bloku reklam, z tolerancją +1dB, wyznaczone z pomocą obowiązującego aktualnie rozporządzenia KRiIT	próg tolerancji +2,4dB przekroczenia średniej głośności bloku reklam wyznaczone nową metodą ITU-R BS 1770-2	programy w szczególności sposób naruszające interesy widzów w czasie przeprowadzonej kontroli
1	2	3	4	5	6	7
1	18 gru N	20:15	4FUN TV	2,16	1,23	
3	31 gru So	21:42	ALE KINO	2,54	2,65	ALE KINO
5	26 gru Pn	21:01	DOMO TV	1,56	1,50	
6	27 gru Wt	20:08	DOMO TV	2,53	2,50	DOMO TV
11	25 gru N	20:13	KUCHNIA TV	2,35	2,23	
12	23 gru Pt	21:15	KUCHNIA TV	1,21	1,14	
15	25 gru N	20:46	PLANETE	1,51	1,01	
18	13 gru Wt	20:26	POLSAT	1,95	1,18	
19	12 lis So	21:01	POLSAT 2	3,07	2,59	POLSAT 2
20	14 gru Śr	21:17	POLSAT 2	4,56	4,60	POLSAT 2
21	13 lis N	21:08	POLSAT CAFE	4,05	1,34	
22	19 gru Pn	20:17	POLSAT CAFE	2,79	2,84	POLSAT CAFE
23	12 lis So	20:34	POLSAT NEWS	1,60	1,44	
24	14 gru Śr	21:25	POLSAT NEWS	1,60	1,44	
25	13 lis N	20:14	POLSAT PLAY	4,46	4,00	POLSAT PLAY
26	15 gru Cz	21:12	POLSAT PLAY	6,00	5,23	POLSAT PLAY
27	18 gru N	21:27	POLSAT SPORT	3,24	1,23	
28	15 gru N	20:19	POLSAT SPORT	1,82	2,14	
29	16 gru Pt	21:02	POLSAT SPORT EXTRA	8,86	9,04	POLSAT SPORT EXTRA
30	24 gru So	20:28	POLSAT SPORT EXTRA	2,83	2,29	
33	17 gru So	21:51	PULS	2,31	2,09	
34	14 gru Śr	21:35	PULS	3,38	3,52	PULS
37	19 gru Pn	20:29	RELIGIA.TV	2,90	2,55	RELIGIA.TV
38	26 gru Pn	21:26	RELIGIA.TV	2,05	0,00	
40	15 gru Cz	20:14	SUPERSTACJA	3,55	2,92	SUPERSTACJA
41	17 gru So	20:50	TELE 5	5,64	5,07	TELE 5
42	14 gru Śr	20:46	TELE 5	6,87	3,33	TELE 5
45	11 lis Pt	21:35	TV4	8,91	6,44	TV 4
48	16 gru Pt	20:28	TVN	2,73	0,70	
51	18 gru N	20:26	TVN 7	2,95	0,72	
52	1 gru Cz	21:12	TVN 7	8,79	5,97	TVN7
53	18 gru N	21:01	TVN STYLE	1,72	0,91	
56	29 lis Wt	20:04	TVN TURBO	3,30	3,04	TVN TURBO
57	17 gru So	20:10	TVP 1	1,97	2,07	
58	13 gru Wt	20:15	TVP 1	1,21	0,22	
59	17 gru So	21:08	TVP 2	1,52	1,61	
60	13 gru Wt	21:25	TVP 2	1,23	1,01	
62	23 gru Pt	20:01	TVP HISTORIA	4,94	4,06	TVP HISTORIA
63	18 gru N	20:46	TVP INFO	6,05	3,31	TVP INFO
65	31 gru So	20:54	TVP KULTURA	7,33	6,13	TVP KULTURA
66	21 gru Śr	20:15	TVP KULTURA	6,88	6,49	TVP KULTURA
67	15 gru Cz	21:10	TVP POLONIA	1,21	0,00	
70	21 gru Śr	21:06	TVP SERIALE	9,52	8,21	TVP SERIALE
71	31 gru So	20:58	TVP SPORT	4,85	4,35	TVP SPORT
72	18 lis Pt	20:21	TVP SPORT	2,34	2,13	
73	31 gru So	20:19	TVS	2,40	2,03	
74	16 gru Pt	21:20	TVS	1,83	1,26	

W kolumnach 5 i 6 podano wyniki dwóch różnych metod pomiarowych. Są to przekroczenia określone w jednostkach głośności, gdzie liczba określa wzrost uśrednionej głośności bloku reklam, w stosunku do głośności przekazu je poprzedzającego.

5.4 Kontrola programowa nadawców koncesjonowanych

W 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontrolowała działalność programową nadawców koncesjonowanych pod kątem realizacji zadań ustawowych i warunków koncesji przede wszystkim poprzez analizę kwartalnych sprawozdań w zakresie:

- realizacji warunków programowych określonych w koncesjach nadawców radiowych;
- udziału utworów słowno-muzycznych, wykonywanych w języku polskim w łącznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programie (art.15 ust. 2);
- udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim (art.15 ust. 1);
- udziału w programie telewizyjnym audycji europejskich (art.15 ust. 3);
- udziału w programie telewizyjnym audycji europejskich, wytworzonych przez producentów niezależnych (art.15a ust. 1).

5.5 Wyniki kontroli koncesjonowanych programów radiowych

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontynuowała kontrolę programów radiowych o zasięgu lokalnym, rozpowszechnianych przez nadawców koncesjonowanych. Monitoringiem objęto programy tych nadawców, którzy w 2010 roku nie realizowali koncesji oraz tych, którzy złożyli wnioski o udzielenie koncesji na kolejne 10 lat. Celem monitoringu pierwszej grupy nadawców było sprawdzenie, czy dostosowali swoje programy do warunków koncesji. Celem kontroli drugiej grupy było zbadanie, czy rozpowszechniany program był zgodny z warunkami koncesji. Ponadto z powodu skargi nadawców skontrolowano program Radio ESKA Koszalin i dwukrotnie RMF MAXXX Pomorze.

Łącznie skontrolowano 54 komercyjne, lokalne programy radiowe, realizujące niżej wymieniony charakter programu:

- 27 programów o charakterze uniwersalnym: Złote Przeboje ECHO, Radio ESKA Koszalin, Radio ESKA Małopolska, Radio ESKA Szczecin, Radio ESKA Tarnów, Radio ESKA 99,1 FM, Radio ESKA Łąwa, Radio Gra Bydgoszcz, Radio Gra, Radio Gra Inowrocław, Radio Gra Włocławek, EXPRESS FM, Radio CCM (monitorowano dwukrotnie), Kolor 103 FM, Radio Kołobrzeg, Radio Fama (monitorowano dwukrotnie), Radio OKO, Radio Aplauz, Radio El Elbląg, Radio Kaszëbë, Radio ALFA, Radio Rekord FM, Radio Plus Toruń, RMF MAXXX Pomorze (monitorowano dwukrotnie);
- 13 programów o charakterze wyspecjalizowanym-muzycznym: Złote Przeboje C 96,6 FM, Złote Przeboje Kolor 90,4FM (monitorowano dwukrotnie), Złote Przeboje WANDA 92,5 FM, Złote Przeboje RES 95,7 FM, Złote Przeboje Karolina 91,2 FM, Złote Przeboje O'Le 92,8 FM, Radio ESKA Olsztyn, Radio ESKA Poznań, Radio ESKA Toruń, Radio ESKA Wrocław, Radio ESKA Zielona Góra, Muzyczne Radio;
- 8 programów o charakterze społeczno-religijnym: Radio Warszawa, Radio Plus Głogów, Radio Plus Kielce, Radio Plus Gryfice, Radio Plus Legnica, Radio Plus Śląsk, Radio Plus Zielona Góra, Radio Katolickie Zbrosza Duża;
- 5 programów o charakterze wyspecjalizowanym akademickim: Akademickie Radio Centrum (Lublin), Radiofonia, Radio Afera, Radio Kampus, Akademickie Radio Centrum (Rzeszów);
- 1 program o charakterze informacyjno – biznesowo - muzycznym: Radio PiN.

Programy o charakterze uniwersalnym monitorowano głównie pod kątem udziału tematyki lokalnej, która powinna stanowić 10% - 12% w tygodniowym czasie

nadawania w godz. 6.00 - 22.00 lub 6.00 - 23.00 oraz udziału elementów tzw. obligatoryjnych, czyli własnych dzienników i publicystyki o tematyce lokalnej (5% - 6% w porze dziennej). Program RMF MAXXX Pomorze ma zwiększone wymagania dotyczące udziału w programie tematyki lokalnej (16% w tygodniowym czasie nadawania w godz. 6.00-23.00) oraz elementów tzw. obligatoryjnych (12% czasu w godz. 6.00-23.00).

Ogółem spośród 27 kontrolowanych programów o charakterze uniwersalnym, 15 programów realizowało wymienione powyżej warunki koncesji: Złote Przeboje ECHO, Radio ESKA Koszalin, Radio ESKA Małopolska, Radio ESKA Szczecin, Radio ESKA Tarnów, Radio ESKA 99,1 FM, Radio ESKA Iława, Radio CCM (drugi monitoring), Radio Kołobrzeg, Radio FAMA (drugi monitoring), Radio OKO, Radio Aplauz, Radio Kaszëbë, Radio Rekord FM, Radio Plus Toruń.

W pierwszej kontroli programu CCM odnotowano zbyt niski udział w programie audycji obligatoryjnych, drugi monitoring był poprawny. W programach Expres FM, Radio Alfa oraz w drugiej próbie programu RMF MAXXX nadawano za mało audycji o tematyce lokalnej (audycje tzw. obligatoryjne nadawano w odpowiedniej ilości). Obydwu punktów koncesji nie realizowało 8 programów: Radio Gra Bydgoszcz, Radio Gra, Radio Gra Inowrocław, Radio Gra Włocławek, Radio Kolor 103 FM, Radia Fama (pierwszy monitoring), Radio El Elbląg, RMF MAXXX Pomorze (pierwszy monitoring).

Z powyższego zestawienia wynika, iż problemy z realizacją programowych warunków dotyczących lokalności miały tak, jak w latach poprzednich, programy działające niezależnie oraz programy działające w porozumieniu Gra.

Programy wyspecjalizowane muzyczne zostały zobowiązane do nadawania audycji słownych w zakresie muzycznej specjalizacji w wymiarze 5 - 6% tygodniowego czasu nadawania w godz. 6.00 - 22.00 lub 6.00 - 23.00 (program Muzyczne Radio - 10%) oraz

do nadawania tematyki lokalnej w wymiarze 5 - 6% tygodniowego czasu nadawania w godz. 6.00 - 22.00 lub 6.00 - 23.00 (program Radio Kolor 90,4FM - 2%).

Wszystkie monitorowane w 2011 roku programy wyspecjalizowane muzyczne realizowały wyżej wymienione wymagania koncesyjne oraz nadawały muzykę zgodną ze swoimi formatami.

W programach społeczno-religijnych audycje słowne realizujące specjalizację powinny stanowić 12% tygodniowego czasu nadawania. W 2011 roku wszystkie z 8 monitorowanych programów realizowały ten punkt koncesji.

Programy wyspecjalizowane akademickie zostały obowiązkowo do nadawania audycji słownych poświęconych problemom i działalności środowiska akademickiego w wymiarze nie mniejszym niż 10% tygodniowego czasu emisji w godz. 6.00 - 23.00 lub 8.00 - 24.00. Wszystkie monitorowane w 2011 roku programy akademickie realizowały obowiązki koncesyjne w wyżej wskazanym zakresie.

Program informacyjno-biznesowo-muzyczny Radio PiN zawierał audycje słowne dotyczące rynku finansowego, aktualnych informacji z giełd, doradztwa w zakresie ubezpieczeń i inwestycji, które wypełniły 14% programu w godz. 6.00 - 23.00. W programie obecna była muzyka jazzowa oraz około jazzowa. Program nadawano zgodnie z warunkami ustalonymi w koncesji.

Podobnie jak w latach wcześniejszych najczęściej łamanym zapisem koncesyjnym był warunek dotyczący oznaczania rozpowszechnianego programu. Uchybienia w tym zakresie stwierdzono w 22 spośród 54 monitorowanych programów. Nazwy niezgodnej z koncesją używano najczęściej w programach działających w grupach kapitałowo-programowych, gdzie podawano na antenie nazwę wspólną dla całej grupy: ESKA (6 programów), Plus (6 programów), Złote Przeboje (5 programów), Gra (3 programy)

oraz RMF MAXXX (2 programy).

Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w programach radiowych (art.15 ust. 2)

Wszyscy nadawcy ogólnokrajowych, koncesjonowanych programów radiowych realizowali przepis nakazujący przeznaczać 33% kwartalnego czasu nadawania utworów słowno-muzycznych na utwory wykonywane w języku polskim. W programach RMF FM i Radio ZET udział tych utworów pozostawał na poziomie ustawowym (33%), w Radiu Maryja był znacznie wyższy (83% w I kwartale).

Również wszyscy nadawcy programów radiowych o zasięgu ponadregionalnym wypełniali ten ustawowy obowiązek. W programach Chillli Zet i Eska Rock udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim pozostawał na poziomie ustawowego minimum, natomiast w programie TOK FM udział tych programów był nieco wyższy i wynosił około 34% w I i II kwartale oraz 40% w III kwartale.

W grupie koncesjonowanych programów radiowych o zasięgu lokalnym ustawowy obowiązek dotyczący udziału utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim był realizowany przez zdecydowaną większość nadawców. Utwory te miały niższy udział od wymaganego w następujących programach: Radio Weekend (32,6% w II kwartale), Radio Kołobrzeg (27% w I kwartale, 30,4% w II kwartale i 28% III kwartale), Radio Hobby (31% w I i II kwartale), Radio PLUS (stacje katolickie): Lipiany, Szczecin, Podhale, Olsztyn, Łódź, Kraków i Koszalin (I i II kwartale).

Wśród stacji diecezjalnych i parafialnych bardzo wysoki udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim można było zauważyć w programach: Radia Katolickiego Zbrosza Duża (100% przez cały rok), Radia Fara (91% w I oraz 94,8% w III kwartale), AIN KARIM Radio Skomielna Czarna (85% - 88% przez cały rok) oraz w programie Radia Anioł Beskidów (89,9%). Również wysoki udział tych

utworów miały w swoich programach stacje radiowe działające samodzielnie: Radio Alex z Zakopanego (99,9%), Radio Opatów (83,3% w I oraz 67,7% w IV kwartale), Nasze Radio Lokalne NRL 94,9 FM (77% w IV kwartale).

W programach działających w ramach grupy PLUS udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim wahał się od 33,8% do 40,8%, a w programach nadawanych przez Polskie Fale Średnie od – 35,1% do 36,1%.

W programach stacji radiowych działających w ramach grupy Złote Przeboje udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim wyniósł 34% w I i IV kwartale oraz 35% w II kwartale.

W programach należących do grup RMF Maxxx i Planeta udział piosenki polskiej wahał się od 33% do 40,8%. W większości programów zrzeszonych w grupach: Radio GRA, Radio Eska oraz Roxy FM udział tych utworów był zgodny z ustawowym minimum.

Przekazy handlowe w programach koncesjonowanych nadawców radiowych

W 2011 roku planową kontrolą w zakresie emisji przekazów handlowych objęto 278 programów, emitowanych przez nadawców koncesjonowanych. Wnioski i uwagi pokontrolne wynikały z przesłuchania ponad 1200 godzin nagrań poemisyjnych. Nie stwierdzono uchybień w 181 programach. Stanowi to 65,1% skontrolowanych nadawców.

W programach pozostałych nadawców stwierdzono m.in. w 7 programach reklamę usług medycznych, w 24 programach ukryte przekazy handlowe, w 8 programach wyemitowano nieoznaczone lub oznaczone nieprawidłowo bloki reklamowe. W 56 programach stwierdzono niewłaściwe oznaczenie sponsora audycji, co zbiegło się ze zmianą przepisów dotyczących sposobu oznaczania sponsora.

Naruszenie warunków posiadanej koncesji poprzez emisję ukrytych przekazów handlowych stwierdzono w programie nadawcy społecznego Radio Maryja.

Kontrola wykazała również naruszenia przepisów wynikających z rozporządzeń KRRiT, m.in. w 26 programach wystąpiła niezgodność wyemitowanych reklam z przedstawioną ewidencją lub niepełna ewidencja reklam; w 8 programach stwierdzono brak oznaczenia lub niewłaściwe oznaczenie bloków reklamowych; w 6 programach stwierdzono nieprawidłowe prowadzenie ewidencji audycji sponsorowanych.

Do nadawców naruszających obowiązujące prawo skierowane zostały wezwania do zaniechania takich działań. Po wezwaniu wszyscy nadawcy komercyjni dostosowali się do przekazanych zaleceń. Nadawca społeczny programu Radio Maryja nie dostosował się do zaleceń sformułowanych w wezwaniach i obecnie toczy się w tej sprawie postępowanie administracyjne.

5.6 Wyniki kontroli koncesjonowanych programów telewizyjnych

Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim (art. 15 ust. 2) w koncesjonowanych programach telewizyjnych

W 2011 roku skontrolowano pod kątem realizacji art. 15 ust. 2 ustawy łącznie 61 koncesjonowanych programów telewizyjnych, w tym telewizje naziemne o zasięgu ogólnopolskim i lokalnym oraz satelitarne. W ciągu roku wszystkie programy wywiązały się z tego obowiązku, z wyjątkiem programu TVN International, który w II kwartale przeznaczył na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim zaledwie 27,4% czasu nadawania utworów słowno-muzycznych.

Wśród skontrolowanych programów telewizyjnych 16 nie emitowało żadnych utworów słowno-muzycznych (Kuchnia+, Domo+, Planete+, Orange Sport, Orange Sport Info, TVN Style, TVN Turbo, TVN Meteo,

TVN CNBC, Film HD 1, Film HD 2, ODRA Wrocław, Świdnica, Opole, ODRA Jelenia Góra, ODRA Gorzów Wielkopolski, TV Biznes, Superstacja).

Natomiast 11 programów telewizyjnych emitowało wyłącznie utwory słowno-muzyczne w języku polskim (ITV, Kino Polska, ODRA - Głogów, Legnica, Lubin, ODRA - Zielona Góra, Tele 5, Canal + Sport, Canal +Gol, Canal +Weekend, Ale Kino+, Polo Tv, MiniMini+).

Z raportów wynika, że nowe programy, które rozpoczęły działalność w 2011 roku (TV Disco, Kino Polska Muzyka oraz Polo TV) realizują postanowienia art. 15 ust. 2 ustawy, osiągając wyniki dużo wyższe niż przewidyuje minimum ustawowe.

Udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, audycji europejskich, audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych (art. 15 ust. 1 i 3 oraz art. 15a ust. 1)

W 2011 roku na 21 skontrolowanych uniwersalnych programów telewizyjnych rozpowszechnianych drogą naziemną i satelitarną 19 w pełni realizowało obowiązki określone w art. 15 ust. 1 i 3 oraz art. 15a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, jedynie w 2 programach: TV Puls i CSB nie były realizowane ustawowe udziały audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim (TV Puls) oraz udziały audycji wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie (CSB TV). W związku z tym Przewodniczący KRRiT wezwał nadawców do złożenia wyjaśnień. KRRiT przyjęła wyjaśnienia i postanowiła kontynuować monitoring wyżej wymienionych programów.

W 2011 roku przeprowadzono kontrolę 41 wyspecjalizowanych programów telewizyjnych. Udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim został zrealizowany na poziomie określonym w ustawie lub wyższym w 35 telewizyjnych programach wyspecjalizowanych. W programach: ZigZap/teleTOON+,

MiniMini+, Planete+ w czterech kwartałach oraz w programie Canal+ Polska, NFilm HD i NFilm HD2 w I i II kwartale i Ale Kino+ pomiędzy II a IV kwartałem udział tej kategorii audycji był niższy od wymaganego.

W skontrolowanych programach wyspecjalizowanych udział audycji europejskich był równy lub wyższy od ustawowego. Wyjątek stanowił program MiniMini+, w którym audycje te dopiero w IV kwartale miały udział zgodny z rozporządzeniem KRRiT.

Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych były obecne w 37 wyspecjalizowanych programach telewizyjnych. Nie realizowano tej kwoty programowej w następujących programach: Canal+Polska (I kwartał), Canal+Gol (kwartały: I, III i IV), Canal+Weekend (pomiędzy I a III kwartałem) oraz Canal +Sport (I kwartał).

Uchybienie w zakresie nierealizowania udziału audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie dotyczyło następujących programów: Polsat Film (I kwartał), Ale Kino+ oraz Kino Polska (kwartały I oraz II), EDUSAT (II kwartał), CSB TV (cały rok) oraz Kino Polska Muzyka (program rozpoczął nadawanie w II kwartale i nie realizował tej kwoty zarówno w III jak i IV kwartale). Wejście w życie w połowie 2011 roku rozporządzenia KRRiT w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie spowodowało, że programy Kino Polska i Ale Kino+ w III i IV kwartale były zgodne z przepisami prawa.

Przewodniczący KRRiT skierował do nadawców niżej wymienionych programów wystąpienie o przedstawienie przyczyn powstałych naruszeń: nFilmHD, NFilmHD2, EDUSAT, Kino Polska, Canal+Gol, Canal+Sport, ZigZap/teleTOON+, Ale Kino+, Planete+, Mini-Mini+ oraz Polsat Film i Canal+ Polska.

Większość koncesjonariuszy rozpowszechniających programy drogą naziemną i satelitarną w 2011 roku realizowało ustawowe wymagania: w I kwartale – 67 nadawców, II kwartale – 72, III kwartale – 75 i IV kwartale - 76 nadawców.

Wyniki kontroli nadawców przeprowadzonej w 2011 roku potwierdzają znaczący spadek naruszeń prawa w zakresie kwot ekranowych w porównaniu z latami poprzednimi.

Kontrola emisji audiowizualnych przekazów handlowych w programach telewizyjnych rozpowszechnianych drogą naziemną i satelitarną

W wyniku działań interwencyjnych (skargi i monitoring) oraz planowej kontroli w programach telewizji koncesjonowanych, rozpowszechniających program drogą naziemną i satelitarną, stwierdzono m.in. następujące naruszenia: emisję ukrytych przekazów handlowych (w Telewizji TRWAM: program z 12 maja 2011 roku – reklama płyty DVD; program z 3 grudnia 2011 roku – reklama telefonii komórkowej „W naszej rodzinie”, firmy Ferguson, kasy SKOK Stefczyka); emisję reklam sprzyjających zachowaniom zagrażającym ochronie środowiska oraz w sposób nieuzasadniony eksponujących przemoc (reklama firmy New Yorker w programach 4fun.tv, REBEL.TV, ORANGE SPORT INFO, ESKA TV, PLANATE, DOMO, KUCHNIA.TV); emisję reklam sprzyjających zachowaniom zagrażającym zdrowiu i bezpieczeństwu (skarga zastępcy Głównego Inspektora Pracy na emisję reklamy kredytu Eurobanku w programach TVN, TVN Siedem, POLSAT, POLSAT Sport, POLSAT Sport Extra, SUPERSTACJA, CANAL+, CANAL+Sport, DOMO, KUCHNIA.TV, ALE KINO, TV 4).

Przewodniczący KRRiT wezwał nadawców do natychmiastowego zaprzestania emisji powyższych przekazów oraz przedstawienia wyjaśnień. Z uwagi na zmianę stanu prawnego (nowelizacja z 23 maja 2011 roku), Przewodniczący KRRiT warunkowo przyjął wyjaśnienia nadawcy programu Telewizja TRWAM, dotyczące

emisji ukrytych przekazów handlowych 12 maja 2011 roku, ale nie zostało zakończone postępowanie dotyczące programu z 3 grudnia 2011 roku.

Kontrola działalności audiowizualnych przekazów handlowych w telewizjach kablowych

W 2011 roku przeprowadzono trzy kontrole działalności reklamowej i sponsorskiej w programach telewizji kablowych, którymi objęci zostali m.in. nadawcy niekontrolowani od 2008 roku; koncesjonariusze, którzy w II półroczu 2010 roku i w styczniu 2011 roku otrzymali pierwszą koncesję i rozpoczęli nadawanie własnego programu; koncesjonariusze w stosunku, do których poprzednia kontrola wykazała naruszenia. Łącznie kontrolą w 2011 roku objęto 98 nadawców. Łączny czas audycji poddanych kontroli wyniósł 168 godzin.

Tylko w stosunku do 26 nadawców nie zgłoszono uwag i zastrzeżeń. Do najczęściej powtarzających się uchybień należał m.in. brak właściwego oznaczenia przekazów handlowych (46 nadawców), brak ewidencji nadanych reklam i telesprzedaży lub nieprawidłowe jej prowadzenie (22 nadawców), nadawanie zakazanych przekazów handlowych (13 nadawców). Podczas kontroli stwierdzono, że 3 nadawców zaprzestało rozpowszechniania programu.

5.7 Wystąpienia do KRRiT rozpatrywane w trybie skarg i wniosków

W 2011 roku łącznie wpłynęły 9184 wystąpienia w trybie skarg i wniosków, z tego 1989 to wystąpienia indywidualne, pochodzące od osób prywatnych i instytucji, które podpisało 3760 osób. W wyniku kilku akcji skierowano do KRRiT również protesty zorganizowane. Do KRRiT wpłynęło łącznie ok. 7200 wystąpień.

Tematyka wystąpień kierowanych do KRRiT - wystąpienia indywidualne

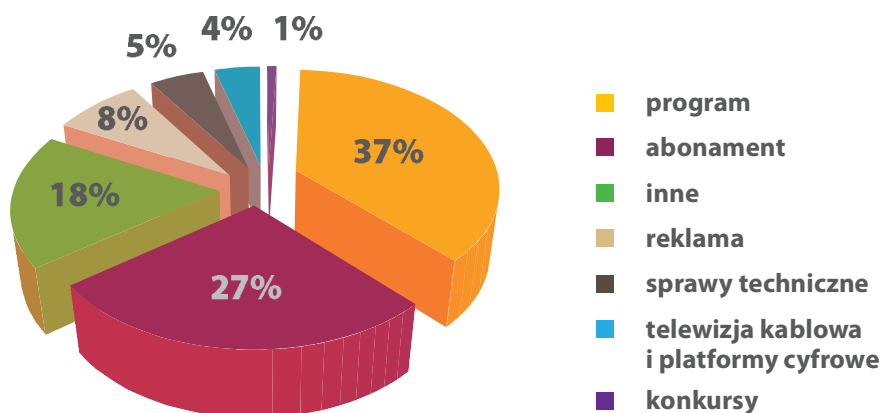
Wystąpienia, które wpłynęły do KRRiT od osób pry-

watnych, bezpośrednio lub za pośrednictwem różnych instytucji, dotyczyły następującej problematyki:

- skargi dotyczące programu (w przypadku konkretnych wyemitowanych audycji rozpatrywane w oparciu o materiały przekazane przez nadawcę – nagranie poemisyjne oraz stanowisko wobec przedstawionych zarzutów) – 734 wystąpienia, w tym:
 - wystąpienia zawierające zarzut emitowania treści nieodpowiednich dla dzieci i młodzieży (seks i/lub przemoc),
 - skargi w sprawie nierzetelności dziennikarskiej i braku obiektywizmu w audycjach informacyjnych i publicystycznych,
 - skargi zawierające zarzut dyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub narodowość,
 - wystąpienia dotyczące obrazy uczuć religijnych,
 - listy zawierające ogólne uwagi na temat jakości oferty programowej,
 - skargi w sprawach związanych z kampanią wyborczą do Sejmu i Senatu.
- skargi w sprawie reklam – 158 wystąpień:
 - wystąpienia dotyczące treści konkretnych spotów reklamowych,
 - skargi na ilość i długość bloków reklamowych (opóźnienia w rozpoczynaniu audycji),
- skargi na „głośne reklamy”:
 - wystąpienia w sprawach abonamentu radiowo-telewizyjnego – 533 wystąpienia:
 - zapytania dotyczące zwolnień od opłat,

- zapytania w sprawie trybu wnoszenia opłat,
- skargi na brak uregulowań, które poprawiłyby ściągalność opłat abonamentowych.
- wystąpienia w sprawach technicznych warunków odbioru programów – 101 wystąpień:
 - pytania o naziemną telewizję cyfrową (terminy uruchomienia nadajników, przystosowanie odbiorników telewizyjnych),
 - skargi w sprawie zakłóceń lub braku zasięgu sygnału.
- skargi w sprawie działalności operatorów platform satelitarnych i sieci kablowych – 87 wystąpień:
 - problemy wynikające z realizacją umów – większość takich wystąpień nie należy do kompetencji KRRiT,
- oferta programowa (pakietyzacja programów) – w szczególności w kontekście przepisów wynikających z art. 43 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, który zobowiązuje operatorów do udostępniania odbiorcom, oprócz programów telewizji publicznej, programów dostępnych w ramach naziemnej telewizji cyfrowej, tj. TVN, Polsat, Puls i TV 4.
- skargi w sprawach konkursów (telefonicznych, sms, audiotele itp.) – 8 wystąpień, w porównaniu do lat ubiegłych w 2011 roku wystąpienia te były bardzo nieliczne,
- pozostałe – 368 wystąpień (sprawy personalne, pracownicze, sprawy spoza kompetencji KRRiT).

Wykres nr 2 Podział korespondencji ze względu na poruszaną problematykę



Zbiorowe protesty

W ramach zorganizowanych akcji do KRRiT wpłynęły wystąpienia w następujących sprawach:

- wystąpienia kierowane drogą elektroniczną w sprawie audycji porannej „Pytanie na śniadanie” (emisja: TVP 2, 29 lipca 2011 roku); skargi zawierały zarzut namawiania przez prowadzącego audycję oraz zaproszonego gościa do udziału w planowanej w Warszawie kontrmanifestacji wobec Marszu Niepodległości 11 listopada 2011 roku organizowanego m.in. przez Obóz Narodowo-Radykalny. W tej sprawie wpłynęło do KRRiT 291 protestów (wzór wystąpienia został zamieszczony na stronie internetowej Obozu Narodowo-Radykalnego). Analiza treści audycji nie wykazała naruszenia prawa przez Telewizję Polską; apel nawołujący do udziału w kontrmanifestacji dotyczył – jak wynikało z wypowiedzi Kazimierza Szczuki, a potem komentarza red. Michała Olszańskiego – przeciwstawienia się (poprzez udział w legalnym, zgłoszonym w Urzędzie Miasta zgromadzeniu) wykorzystywaniu święta narodowego do głoszenia skrajnie prawicowych, neofaszystowskich i nacjonalistycznych haseł oraz sprzeciwu wobec nawoływania do nienawiści na jakimkolwiek tle;
- protesty związane z udziałem Adama Darskiego - Nergala w jury cyklu „The Voice of Poland” – wpłynęło 310 wystąpień, w tym protesty zbiorowe. W stanowisku z 28 września 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podkreśliła, że pozaantenna działalność Adama Darskiego nie może być przedmiotem oceny KRRiT, jednak TVP, jako nadawca publiczny, powinna w działalności programowej uwzględniać zróżnicowaną wrażliwość odbiorców. Przewodniczący KRRiT skierował w tej sprawie wystąpienie do Prezesa Zarządu Telewizji Polskiej;
- protesty w związku z opublikowaniem przez KRRiT stanowiska z 15 lipca 2011 roku w sprawie

incydentu na Jasnej Górze z udziałem uczestników pielgrzymki Radia Maryja i ekipy Polsat News oraz odmową przyznania Fundacji Lux Veritatis miejsca dla TV Trwam na MUX-1 – oba tematy w większości wystąpień traktowane były przez ich autorów łącznie – w tych sprawach wpłynęło w 2011 roku około 6500 wystąpień, w tym wiele protestów zbiorowych. Protesty te nasiliły się po zakończeniu procedury odwoławczej i wydaniu przez Przewodniczącego KRRiT decyzji Nr DR-018/2012 z dnia 17 stycznia 2012 roku o utrzymaniu w mocy decyzji z 29 lipca 2011 roku. W I kwartale 2012 roku do KRRiT wpłynęło ponad 50 tysięcy wystąpień. Były to protesty indywidualne i zbiorowe, kierowane przez przedstawicieli organizacji społecznych, stowarzyszeń katolickich, jednostki samorządowe (rady powiatów, miast i gmin), ale również przez biskupów, posłów i senatorów. W oparciu o wniośki parlamentarzystów omówieniu przyczyn odmowy udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu w sygnale MUX1 Fundacji Lux Veritatis poświęcono specjalne posiedzenia senackiej i sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu, a także Komisji Kontroli Państwowej oraz Komisji Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii. Z tego względu, iż powyższe informacje wykraczają poza okres objęty sprawozdaniem, sprawa ta zostanie bardziej szczegółowo omówiona w dokumentacji z działalności KRRiT w 2012 roku.

- protesty przeciwko zakodowaniu przez Telewizję Polsat transmisji meczu PSV Eindhoven – Legia Warszawa (15 września 2011 roku, transmisja na kodowanym kanale Polsat Futbol) – 94 wystąpienia. KRRiT przygotowuje stanowisko prawne w związku z koniecznością interpretacji art. 20b ust. 2 pkt 3 ustawy.

Działania dyscyplinujące wobec nadawców - przykłady

Wybrane przykłady postępowań prowadzonych w 2011 roku, które zakończyły się wydaniem przez Przewodniczącego KRRiT decyzji o ukaraniu nadawcy

bądź wezwaniem do zaniechania naruszeń:

- Postępowanie prowadzone w związku ze skargą słuchacza, dotyczącą propagowania w programie Radia Maryja treści dyskryminujących ze względu na narodowość. Skarga dotyczyła wyemitowania w programie Radia Maryja 13 marca 2011 roku wypowiedzi Jana Kobyłańskiego oraz 16 marca 2011 roku felietonu Stanisława Michalkiewicza. W związku ze stwierdzeniem naruszenia poprzez emisję audycji z 13 marca Przewodniczący KRRiT skierował do nadawcy wezwanie do zaniechania działań polegających na rozpowszechnianiu treści, które mogą dyskryminować ze względu na narodowość.
- Postępowanie prowadzone w związku ze skargą skierowaną do KRRiT przez Alwina Gajadhura, rzecznika prasowego Inspekcji Transportu Drogowego, w sprawie audycji „Poranny WF” nadanej w programie Eska Rock (emisja: 25 maja 2011 roku). Analiza audycji wykazała, iż nadawca dopuścił się naruszenia ustawy poprzez rozpowszechnienie treści o charakterze rasistowskim. Przewodniczący KRRiT decyzją Nr 15/2011 z 13 października 2011 roku nałożył na Spółkę Eska Rock, nadawcę programu Eska Rock, karę pieniężną w wysokości 50 tys. złotych.
- Postępowanie w związku ze skargą telewidza, zawierającą zarzut obrazy uczuć religijnych w audycji „Gilotyń”, wyemitowanej 27 sierpnia 2011 roku w programie Superstacja. Analiza audycji wykazała obecność treści, które przez chrześcijan mogą zostać odebrane jako obraźliwe. Przewodniczący KRRiT wezwał nadawcę do zaniechania działań naruszających art. 18 ust. 2 ustawy.
- Postępowanie w związku ze skargami, które wpłynęły do KRRiT w sprawie niektórych odcinków cyklu „Top model. Zostań modelką”, wyemitowanych w programie TVN. Skargi zawierały m.in. zarzut niewłaściwego oznakowania audycji (od lat 12)

i emisję treści, które mogą zagrażać rozwojowi małoletnich. Analiza materiałów przekazanych przez nadawcę wykazała naruszenia. Trwa postępowanie prowadzone na podstawie przepisów o odpowiedzialności prawnej nadawców.

- Postępowanie w sprawie kolejnej skargi Alwina Gajadhura, rzecznika prasowego Inspekcji Transportu Drogowego, w sprawie audycji „Poranny WF” (emisja: 6 października 2011 roku). Skarga zawierała zarzut szerzenia przez prowadzących audycję treści rasistowskich. Analiza potwierdziła obecność obraźliwych treści o charakterze rasistowskim, skierowanych przeciwko Alwinowi Gajadhurowi. Trwa postępowanie prowadzone na podstawie przepisów o odpowiedzialności prawnej nadawców.

5.8 Odpowiedzialność prawna nadawców

Przewodniczący KRRiT w oparciu o przepisy regulujące odpowiedzialność prawną wydał w 2011 roku 15 niżej wymienionych decyzji o nałożeniu kar na nadawców:

- decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę TVN nałożono karę w wysokości 300 000 zł za naruszenie obowiązku, wynikającego z art. 18 ust. 1 i 5 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez rozpowszechnienie 4 października 2010 roku, o godz. 15.55 audycji z cyklu „Rozmowy w toku” - odcinek zatytułowany „Najlepsza na świecie jest miłość w klozecie”;
- decyzja z 11 marca 2011 roku – na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *Planete* nałożono karę w wysokości 70 000 zł za naruszenie par. 2 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 4 listopada 2004 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich;
- decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *Ale Kino* nałożono karę w wysokości 50 000 zł za narusze-

- nie par. 2 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 4 listopada 2004 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich;
- decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *MiniMini* nałożono karę w wysokości 70 000 zł za naruszenie par. 2 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 4 listopada 2004 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich;
 - decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *Canal+ Polska Niebieski Sport* nałożono karę w wysokości 70 000 zł za naruszenie art. 15a ust.1 ustawy o radiofonii i telewizji nakładającego na nadawcę obowiązek przeznaczania co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych;
 - decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *ZigZap* nałożono karę w wysokości 20 000 zł za naruszenie par. 2 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 4 listopada 2004 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich;
 - decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę CANAL+ Cyfrowy rozpowszechniającą program *Canal+Sport2* nałożono karę w wysokości 70 000 zł za naruszenie art. 15a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji nakładającego na nadawcę obowiązek przeznaczania co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych;
 - decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę KINO POLSKA TV rozpowszechniającą program *Kino Polska* nałożono karę w wysokości 5 000 zł za naruszenie art. 15a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji nakładającego na nadawcę obowiązek przeznaczania co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych;
 - decyzja z 11 marca 2011 roku - na spółkę TELEWIZJA POLSKA rozpowszechniającą program *TVP Kultura* nałożono karę w wysokości 5 000 zł za naruszenie art. 15a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji nakładającego na nadawcę obowiązek przeznaczania co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych;
 - decyzja z 17 marca 2011 roku – na spółkę 4fun Media rozpowszechniającą program *4fun.tv* nałożono karę w wysokości 45 370 za naruszenie obowiązku wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji określającego, że reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i nie więcej niż 12 minut w ciągu godziny;
 - decyzja z 24 marca 2011 roku – na spółkę KINO POLSKA TV rozpowszechniającą program *Kino Polska* nałożono karę w wysokości 2 750 zł za naruszenie obowiązku wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji określającego, że reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i nie więcej niż 12 minut w ciągu godziny;
 - decyzja z 31 maja 2011 roku – na spółkę TELEWIZJA POLSKA rozpowszechniającą program *TVP Sport* nałożono karę w wysokości 8 750 zł za naruszenie obowiązku wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji określającego, że reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i nie więcej niż 12 minut w ciągu godziny;
 - decyzja z 29 czerwca 2011 roku – na spółkę KINO POLSKA rozpowszechniającą program *Kino Polska*

nałożono karę w wysokości 4 050 zł za naruszenie obowiązku wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji określającego, że reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i nie więcej niż 12 minut w ciągu godziny;

- decyzja z 5 lipca 2011 roku – na spółkę Agencja Radiowo Telewizyjna FAMA rozpowszechniającą program *Radio Fama* nałożono karę w wysokości 6 000 za naruszenie przepisów określonych w art. 16c w związku z art. 4 pkt 11 ustawy o radiofonii i telewizji;

- decyzja z 13 października 2011 roku – na spółkę ESKA ROCK nałożono karę w wysokości 50 000 zł za naruszenie art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez rozpowszechnienie w dniu 25 maja 2011 roku, o godz. 8.00 audycji z cyklu „Poranny WF”.

Łącznie za naruszanie ustawy o radiofonii i telewizji oraz wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych w 2011 roku Przewodniczący KRRiT nałożył kary finansowe na sumę 776 920 złotych. Wpływy z kar w całości stanowią dochód budżetu państwa.

6 MEDIA PUBLICZNE

6.1 Przebieg konkursów oraz wybór rad nadzorczych i zarządów

Ustawodawca ustalając w 2010 roku nowy tryb wyboru władz mediów publicznych wskazywał w uzasadnieniu na konieczność zmiany *dotychczasowej praktyki niejawnych ustaleń i powoływania rad nadzorczych na mocy partyjnych parytetów* na rzecz przeprowadzania jawnych i otwartych konkursów dla kandydatów zgłoszonych przez uczelnie akademickie. Te intencje ustawodawcy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uwzględniła w rozporządzeniach określających szczegółowe zasady przeprowadzania konkursów.

Ogółem w konkursie na członków rad nadzorczych wzięło udział 295 kandydatów. Do I etapu (ocena formalna) zakwalifikowało się 264 kandydatów, do etapu II (ocena merytoryczna) – 254, do etapu III (rozmowa z kandydatem) – 161 kandydatów. Na członków rady nadzorczej Telewizji Polskiej wpłynęło 58 kandydatur. Do rady nadzorczej Polskiego Radia 48 kandydatur oraz 187 kandydatur do rad

nadzorczych 17 regionalnych rozgłośni Polskiego Radia. Proces powoływania rad nadzorczych zakończył się 20 kwietnia 2011 roku. W większości przypadków Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji powoływała rady nadzorcze bezpośrednio po zakończeniu rozmów kwalifikacyjnych bądź w pierwszym możliwym terminie. Rady nadzorcze rozgłośni regionalnych Polskiego Radia były najczęściej powoływane podczas posiedzeń wyjazdowych w siedzibach poszczególnych spółek.

W tabeli nr 5 przedstawione zostały składy rad nadzorczych z zaznaczeniem członków rad powoływanych samodzielnie przez ministrów Skarbu Państwa (MSP) oraz Kultury i Dziedzictwa Narodowego (MKiDN) bądź w porozumieniu przez obu ministrów (Min.)

TABELA NR 5.

SKŁADY RAD NADZORCZYCH W SPÓŁKACH PUBLICZNEJ RADIOFONII I TELEWIZJI

1.	TELEWIZJA POLSKA <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 118/2011 z 3 marca 2011 roku</i>	Stanisław Jekielek – Przewodniczący Grzegorz Borowiec (MSP) – Wiceprzewodniczący Henryk Cichecki Tadeusz Kowalski (MKiDN) Barbara Misterna-Dragan Wojciech Roszkowski Leszek Rowicki
2.	POLSKIE RADIO <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 221/2011 z 14 kwietnia 2011 roku</i>	Stanisław Jędrzejewski (MKiDN) – Przewodniczący Jan Wypych – Wiceprzewodniczący Janusz Włodzimierz Adamowski – Sekretarz Artur Andrysiak Janusz Andrzejewski Marzenna Maria Wojciechowska Katarzyna Zielińska (MSP)
3.	RADIO BIAŁYSTOK <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 69/2011 z 9 lutego 2011 roku</i>	Piotr Fiedorczyk – Przewodniczący Maria Niedźwiecka – Wiceprzewodnicząca Monika Wróblewska (Min) – Sekretarz Piotr Niczyporuk Marek Proniewski
4.	POLSKIE RADIO POMORZA I KUJAW w Bydgoszczy <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 95/2011 z 22 lutego 2011</i>	Roman Bäcker – Przewodniczący Jan Montowski – Wiceprzewodniczący Sylwester Bejger – Sekretarz Kazimierz Kozłowski (Min) Jolanta Kuligowska-Roszak
5.	RADIO GDAŃSK <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 225/2011 z 20 kwietnia 2011 roku</i>	Jan Kreft – Przewodniczący Donat Paliszewski – Wiceprzewodniczący Małgorzata Dec (Min) Zbigniew Jasiewicz Andrzej Trojanowski
6.	RADIO KATOWICE <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 71/2011 z 9 lutego 2011 roku</i>	Wiesław Rola – Przewodniczący Anna Miazek (Min) – Wiceprzewodnicząca Rafał Blicharz Mirosław Czerwiński Bogdan Marcinkowski
7.	RADIO KIELCE <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 34/2011 z 25 stycznia 2011 roku</i>	Grzegorz Strzelczyk – Przewodniczący Włodzimierz Wielgus – Wiceprzewodniczący Janusz Przetacznik Andrzej Kopeć (Min) Roman Ostrowski
8.	RADIO KOSZALIN <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 124/2011 z 8 marca 2011 roku</i>	Marek Pysz – Przewodniczący Adriana Kwiecińska-Kucharczyk (Min) – Wiceprzewodnicząca Monika Kaczmarek-Śliwińska – Sekretarz Jan Kania Roman Radziwonowicz
9.	RADIO KRAKÓW <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 70/2011 z 9 lutego 2011 roku</i>	Krzysztof Gurba – Przewodniczący Włodzimierz Okrajek – Wiceprzewodniczący Iwona Karasek-Wojciechowicz – Sekretarz Stanisław Młyński Dominik Skoczek (Min)

10.	RADIO LUBLIN <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 136/2011 z 16 marca 2011 roku</i>	Antoni Pieniążek – Przewodniczący Bogusław Wróblewski – Wiceprzewodniczący Lech Bartkowiak – Sekretarz Maria Król Magdalena Najdyhor (Min)
11.	RADIO ŁÓDŹ <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 72/2011 z 9 lutego 2011 roku</i>	Andrzej Szablewski – Przewodniczący Wioletta Pawłowska (Min) – Wiceprzewodnicząca Józef Kobos – Sekretarz Wiesław Gołębiowski Krzysztof Jędrzejczak
12.	RADIO OLSZTYN <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 194/2011 z 5 kwietnia 2011 roku</i>	Krzysztof Krukowski – Przewodniczący Bogumił Osiński – Wiceprzewodniczący Agnieszka Kazalska (Min) – Sekretarz Władysław Bogdanowski Czesław Hołdyński
13.	PRO FM w Opolu <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 96/2011 z 23 lutego 2011 roku</i>	Andrzej Toll – Przewodniczący Kazimierz Szczygalski (Min) – Wiceprzewodniczący Lech Rubisz – Sekretarz Bogusław Nierenberg Waldemar Skomudek
14.	RADIO MERKURY w Poznaniu <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 35/2011 z 25 stycznia 2011</i>	Piotr Frydryszek – Przewodniczący Piotr Michałak Tomasz Naganowski Leszek Podosek-Przygoda (Min) Jędrzej Skrzypczak
15.	RADIO RZESZÓW <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałami KRRiT nr 123 z 8 marca 2011 roku oraz 189/2011 z 30 marca 2011 roku</i>	Bogusław Lasota – Przewodniczący Bożena Domino – Wiceprzewodniczący Lech Lichołai Olgierd Łunarski Stanisław Sagan (Min)
16.	RADIO SZCZECIN <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 224/2011 z 19 marca 2011 roku</i>	Kinga Flaga-Gieruszyńska – Przewodnicząca Bartłomiej Toszek – Wiceprzewodniczący Antoni Mickiewicz Anna Rajzer (Min) Marek Kunasz – powołany z dniem 16.08.2011r.
17.	RADIO DLA CIEBIE w Warszawie <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 48/2011 z 2 lutego 2011 roku</i>	Juliusz Maliszewski – Przewodniczący Tomasz Jagodziński – Wiceprzewodniczący Piotr Dmochowski-Lipski Bolesław Samoliński Mariola Skłodowska-Hończar (Min)
18.	RADIO WROCŁAW <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 68/2011 z 9 lutego 2011 roku</i>	Edward Bratek – Przewodniczący Katarzyna Kuźniar – Wiceprzewodniczący Wiesław Gałgza Agnieszka Maksymiuk (Min) Mirosław Szymanowski
19.	RADIO ZACHÓD w Zielonej Górze <i>Rada Nadzorcza powołana uchwałą KRRiT nr 195/2011 z 5 kwietnia 2011 roku</i>	Ilona Politowicz – Przewodnicząca Jan Andrykiewicz – Wiceprzewodniczący Tadeusz Krupa Ewa Rudzka (Min) Agnieszka Wala

Zakończenie procesu wyłaniania zarządów spółek publicznej radiofonii i telewizji, to kompetencja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, która rozpoczęła swoje postępowanie po otrzymaniu uchwały i dokumentacji konkursowej wraz z wnioskiem rady

nadzorczej o powołanie wskazanych osób do zarządu.

W tabeli nr 6 przedstawione zostały składy zarządów powołanych w 19 spółkach publicznej radiofonii i telewizji.

TABELA NR 6

SKŁADY ZARZĄDÓW W SPÓŁKACH PUBLICZNEJ RADIOFONII I TELEWIZJI	
NAZWA SPÓŁKI	SKŁAD ZARZĄDU
TELEWIZJA POLSKA	Juliusz Braun Marian Zalewski Bogusław Piwowar
POLSKIE RADIO	Andrzej Siezieniewski Jolanta Wiśniewska Henryk Cichecki
RADIO BIAŁYSTOK	Władysław Prochowicz
RADIO POMORZA I KUJAW BYDGOSZCZ	Michał Jagodziński
RADIO GDAŃSK	Lech Parell Zdzisław Koszlak
RADIO KATOWICE	Henryk Grzonka
RADIO KIELCE	Jarosław Kusto
RADIO KOSZALIN	Piotr Ostrowski Cezary Szewczyk
RADIO KRAKÓW	Mariusz Pulit Janusz Andrzejowski
RADIO LUBLIN	Andrzej Szwabe Krzysztof Komorski
RADIO ŁÓDŹ	Marek Składowski Andrzej Berut
RADIO OLSZTYN	Mariusz Bojarowicz Henryk Łańko
RADIO PRO FM OPOLE	Paweł Frączyk
RADIO MERKURY POZNAŃ	Mariusz Szymyślik Ryszard Ćwirlej
RADIO RZESZÓW	Henryk Pietrzak

RADIO SZCZECIN	Adam Rudawski
RADIO DLA CIEBIE WARSZAWA	Jolanta Kaczmarek
RADIO WROCŁAW	Tomasz Duda Dariusz Lechański
RADIO ZACHÓD ZIELONA GÓRA	Dariusz Frejman

W 9 rozgłoszeniach regionalnych Polskiego Radia działają jednoosobowe zarządy. Proces powoływania zarządów zakończył się 15 listopada 2011 roku z uwagi na konieczność przeprowadzenia z różnych przyczyn ponownych postępowań konkursowych

w 6 spółkach mediów publicznych.

Powody przeprowadzenia nowych postępowań konkursowych przedstawione zostały w tabeli poniżej.

TABELA NR 7

Nazwa Spółki	Powody przeprowadzania nowych postępowań konkursowych
TELEWIZJA POLSKA	Powołanie członka rady nadzorczej Bogusława Piwowara do zarządu TVP spowodowało konieczność przeprowadzenia przez KRRiT ponownego konkursu na członka rady nadzorczej.
POLSKIE RADIO	Kandydatura Jarosława Hasińskiego nie uzyskała wymaganej większości głosów podczas rozpatrywania wniosku w KRRiT. Rada nadzorcza ogłosiła drugi konkurs na prezesa zarządu.
RADIO KIELCE	Powołanie członka rady nadzorczej Jarosława Kusto do zarządu spółki spowodowało konieczność przeprowadzenia przez KRRiT ponownego konkursu na członka rady nadzorczej.
RADIO OLSZTYN	Rada Nadzorcza 8 lipca 2011 roku podjęła uchwałę w sprawie zakończenia konkursu bez wyłonienia kandydatów oraz ogłosiła ponownie konkurs. Wniosek o powołanie na prezesa zarządu Zdzisława Szymochy nie uzyskał wymaganej większości głosów podczas rozpatrywania wniosku w KRRiT. Rada Nadzorcza ogłosiła III konkurs na prezesa zarządu.
RADIO RZESZÓW	KRRiT w odpowiedzi na wniosek Rady Nadzorczej z 21 lipca 2011 roku podjęła 26 lipca uchwały w sprawie odmowy powołania Jerzego Krużela i Tadeusza Serokę na prezesa i członka zarządu. Rada Nadzorcza ogłosiła II konkurs.
RADIO SZCZECIN	Powołanie do zarządu spółki członka rady Adama Rudawskiego było powodem II konkursu na członka rady nadzorczej, ogłoszonego przez KRRiT.

Ustawę, na podstawie której odbyły się wybory członków władz mediów publicznych, nazywano ustawą przejściową. W ocenie KRRiT obecna ustawa to nie tyle akt przejściowy, co akt inicjujący dalsze, niezbędne zmiany. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraża gotowość przedstawienia stosownych propozycji zmian prawnych lub gotowa jest uczestniczyć w pracach nad takimi zmianami.

Z perspektywy doświadczeń pierwszego konkursu Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dostrzega potrzebę włączenia ugrupowań parlamentarnych i organizacji społecznych do formalnej procedury wyrażania opinii o kandydatach. Ugrupowania parlamentarne mogłyby przekazywać swoje stanowiska poprzez rady programowe mediów publicznych. Członkowie rad programowych są bowiem powoływani przez KRRiT w porozumieniu z ugrupowaniami parlamentarnymi.

Zdaniem KRRiT obowiązek przeprowadzania pełnego postępowania konkursowego, każdorazowo w przypadku konieczności uzupełnienia składu rady nadzorczej (np. z powodu rezygnacji z członkostwa), prowadzi do czasowego zablokowania funkcjonowania rady, bowiem zgodnie z obecnym brzmieniem ustawy, rada musi działać w pełnym składzie. KRRiT postuluje, aby w przypadku uzupełniania składu rad w trakcie kadencji uwzględnić możliwość zgłaszania kandydatur przez członków KRRiT spośród osób, które uprzednio uzyskały rekomendacje wyższych uczelni i dotarły do ostatniego etapu procedury konkursowej. Jednocześnie należy uelastyczyć ustawowy przepis dotyczący liczby członków rad nadzorczych. W przypadku rezygnacji bądź odwołania któregoś z członków rada powinna móc funkcjonować normalnie do czasu jej uzupełnienia przez KRRiT w postępowaniu konkursowym, które trwa zazwyczaj około sześciu tygodni.

KRRiT opowiada się też za takim sprecyzowaniem przepisów, aby w sposób przejrzysty i jednoznaczny wykluczyć możliwość łączenia różnych funkcji we władzach spółek mediów publicznych. Opinię tę KRRiT wyraziła w stanowisku z 6 grudnia 2011 roku.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zgadza się z niekiedy wyrażanym poglądem, iż niektóre wymogi, w tym przede wszystkim obligatoryjny wymóg posiadania uprawnień do zasiadania w radach nadzorczych spółek Skarbu Państwa ograniczyły możliwość przystąpienia do konkursów kandydatów z uczelni artystycznych.

KRRiT jednak uważa, iż w przyszłości należy wśród osób zamierzających kandydować upowszechnić konieczność zdobywania niezbędnych kompetencji, a nie dokonywać obniżania wymogów. Ustawodawca wyraził bowiem wolę, aby procesy wyboru nowych rad nadzorczych, a następnie nowych zarządów odbywały się z poszanowaniem zasad obiektywizmu, jawności i przejrzystości postępowania, a wybrani członkowie rad nadzorczych i zarządów posiadali najwyższe kompetencje.

Informacje dotyczące wyłaniania władz w spółkach publicznej radiofonii i telewizji znajdują się również w rozdziale 2

Podsumowanie konkursowego powoływania członków rad nadzorczych i członków zarządów publicznej radiofonii i telewizji - jest dostępne na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

6.2 Plany finansowo-programowe

Ustawa o radiofonii i telewizji znowelizowana w sierpniu 2010 roku stworzyła nowy mechanizm planowania i rozliczania misji publicznej. Inaczej niż dotąd, środki abonamentowe mają być przydzielane na konkretne zadania służące realizacji misji. Przed zmianą przepisów nadawcy publiczni składali jedynie założenia programowe i finansowe dla każdego z rozpowszechnianych programów jako całości w zakresie realizacji zadań wynikających z art. 21 ust. 1. W zakresie planowanego programu nadawcy informowali Krajową Radę Radiofonii i Telewizji o założeniach przyjętych do planu, tj. o zakładanej na dany rok liczbie godzin na zadania w zakresie informacji,

publicystyki, kultury, edukacji, rozrywki i sportu oraz zakładanych kosztach związanych z tworzeniem i rozpowszechnianiem programu i pozostałą misyjną działalnością spółki. Założenia do planów miały więc w wymiarze programowym i finansowym charakter ogólny, statystyczny.

Od ubiegłego roku nadawcy publiczni zobowiązani są do opracowywania corocznie w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, już nie założeń, a szczegółowych planów finansowo-programowych przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań ustawowych, wymagających finansowania ze środków publicznych i uwzględniać w tych planach koszty funkcjonowania i rozwoju tych jednostek.

Ustawodawca upoważnił Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do wydania rozporządzenia w sprawie terminów przedkładania i zakresu planów finansowo-programowych, z zachowaniem swobody nadawców publicznych w kształtowaniu programów (rozporządzenie KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku).

Nadawcy przedłożyli KRRiT plany finansowo-programowe przygotowując je – w swoim przekonaniu – zgodnie z literą rozporządzenia. Proces uzgadniania tych projektów trwał długo, bo kilka miesięcy, rozpoczął się w połowie maja, a zakończył w pierwszym tygodniu grudnia 2011 roku. Długi czas uzgadniania KRRiT przypisuje nowej precedensowej procedurze.

W tym czasie KRRiT dokonała oceny planów i stwierdziła, że w większości z nich nie zostały ujęte przedsięwzięcia (audycje), które będą służyły zarówno całemu społeczeństwu, jak i różnym jego grupom poprzez m.in. informowanie i omawianie ważnych bieżących problemów, umożliwianie uczestnictwa w kulturze, poszerzanie wiedzy z różnych dziedzin.

KRRiT zwróciła się do nadawców z sugestią aby rozważyli modyfikację planów, wprowadzając m.in. większą liczbę słuchowisk, reportaży, spektakli teatralnych, audycji poświęconych nowym technologiom, czy też

poszerzając ofertę dla dzieci i młodzieży, zwiększając jednocześnie jej wymiar edukacyjny. Rozpoczął się proces uzgodnień.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zdecydowała również na włączenie rad programowych w proces oceny planów. Niestety większość z rad potraktowała tę pracę w sposób formalny, ograniczając się jedynie w podjętych uchwałach do jednozdaniowych stwierdzeń o akceptacji planów. Ujawnił się więc problem, czy rady programowe w obecnym kształcie są zdolne do włączenia się w proces faktycznej oceny planów czy szerszej rzeczywistej analizy potrzeb społecznych wobec nadawców.

KRRiT przeprowadziła konsultacje społeczne z organizacjami twórców i producentów. Ostatecznie – po kilkukrotnych modyfikacjach planów finansowo-programowych – nadawcy uwzględnili sugestie KRRiT choć w stopniu dalekim od zadawalającego. Przyczyną ostrożnego planowania przez nadawców są zbyt skromne środki z abonamentu oraz mniejsze wpływy z reklam.

Dysponując kwotą 470 mln zł Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przydzieliła Telewizji Polskiej kwotę 207 mln zł (co stanowi 14% kosztów misji, w tym na tworzenie programów ogólnokrajowych 29,6 mln zł, na igrzyska olimpijskie oraz Euro 2012 – 51,1 mln zł, na tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych – 86 mln zł TVP Kultura – 7,2 mln zł, TVP Historia – 5,4 mln zł. TVP INFO – 21,7 mln zł, TVP Polonia (koszty rozpowszechniania) – 2,9 mln zł oraz na produkcję filmową – 3,1 mln zł).

Dla Polskiego Radia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyznała 133 mln zł (co stanowi 57% kosztów misji), średnio na jedną rozgłośnię regionalną 7,7 mln zł (co stanowi średnio 70% kosztów misji).

Trzeba podkreślić, iż są to środki niewystarczające. Większość nadawców szacuje straty w 2012 roku (np. rozgłośnie regionalne Polskiego Radia od 0,5 do 3 mln zł).

Podkreślenia wymaga opinia, że ani ustawa o radiofonii i telewizji, ani ustawa o opłatach abonamentowych nie wyposażają KRRiT w możliwość sprawowania rzeczywistego nadzoru nad realizacją uzgodnionych planów, czy też wyciągnięcia konsekwencji w przypadku nieprawidłowości w tym zakresie. Brak takich rozwiązań powoduje, że w zasadzie nowelizacja art. 21 ustawy nakłada na KRRiT obowiązki i odpowiedzialność bez wyposażenia w stosowne kompetencje i narzędzia. Co więcej, zachęca nadawców publicznych i regulatora do formalnego podejścia do tego procesu. Ten stan wymaga zmian.

Konieczna jest również nowelizacja ustawy o opłatach abonamentowych, która przeznaczy właściwe kwoty na realizację zadań publicznych. Do czasu wprowadzenia tych koniecznych zmian prawnych trudno będzie efektywnie spełniać oczekiwania, które przyświecały autorom zmian wprowadzonych w sierpniu 2010 roku.

6.3 Kontrola programowa nadawców publicznych

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2011 roku analizę sprawozdań z rocznej działalności programowej wszystkich nadawców publicznych (radiowych i telewizyjnych), badając następujące kwestie szczegółowe:

- strukturę gatunkową programów w rocznym czasie emisji oraz sposób realizacji misji publicznej;
- udział w programach audycji, które realizują zadania i szczególne powinności mediów publicznych określone w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. upowszechnianie wiedzy o języku polskim; audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego oraz audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych i zwalczaniu patologii społecznych;

- udział tematyki regionalnej w rozgłoszeniach regionalnych Polskiego Radia oraz oddziałach regionalnych TVP oraz tematyki miejskiej w programach miejskich rozgłoszeń regionalnych Polskiego Radia;
- ofertę dla dzieci i młodzieży w programach publicznej radiofonii i telewizji;
- udział w programach audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym;
- udział w programach audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych, odpowiadających wymogom określonym w szkolnych programach nauczania, stworzonych na podstawie porozumień pomiędzy Ministrem Edukacji Narodowej oraz jednostkami publicznej radiofonii i telewizji;
- udział w programach audycji informujących o nieodpłatnej działalności prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego.

Polskie Radio

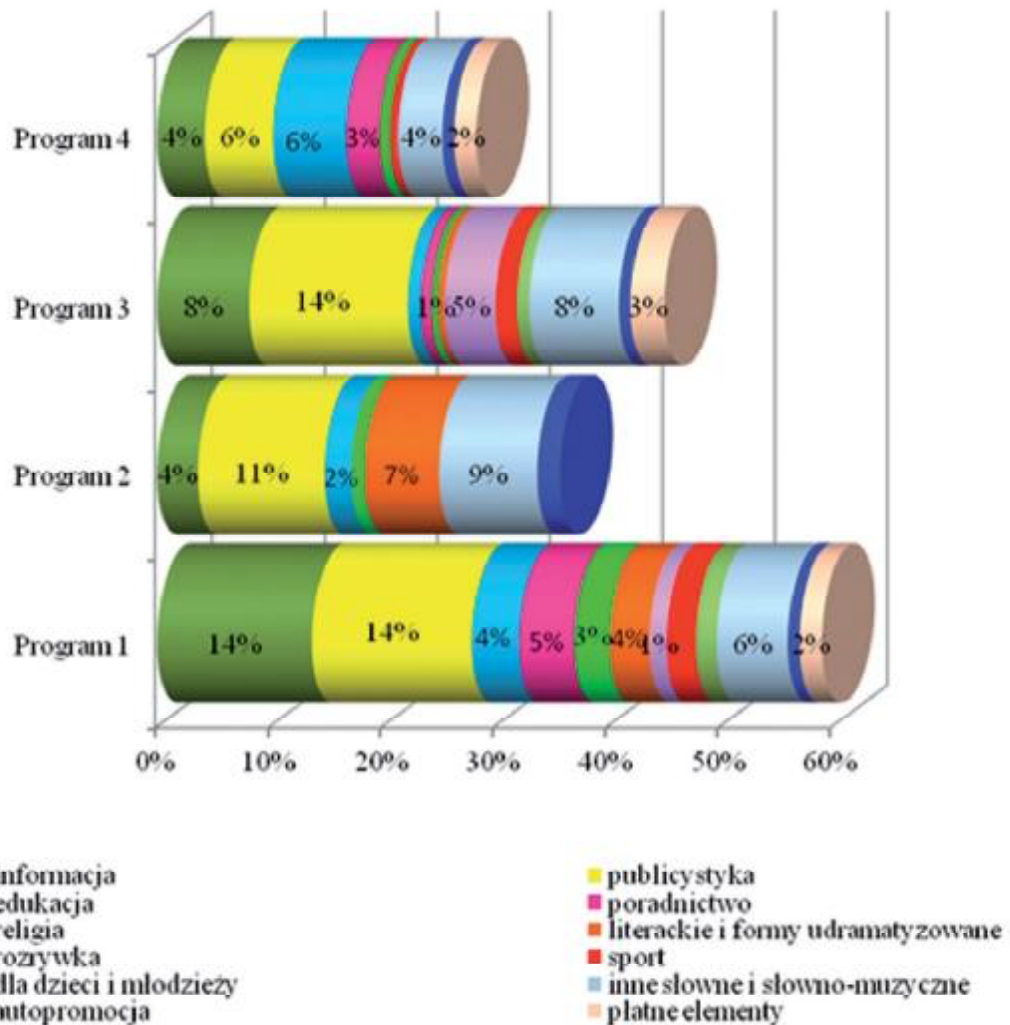
Polskie Radio rozpowszechniało w 2011 roku 4 programy ogólnokrajowe (Program 1, Program 2, Program 3 i Program 4) oraz Program 5 skierowany do słuchaczy za granicą (Polskie Radio dla Zagranicy).

Podobnie, jak w latach poprzednich w 2011 roku we wszystkich czterech programach ogólnopolskich Polskiego Radia nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Polskie Radio nie nadawało w ubiegłym roku audycji oświatowych dla szkół i placówek oświatowo-

wychowawczych, wspierających proces kształcenia i wychowania, bowiem Ministerstwo Edukacji Narodowej nie zawarło z nadawcą, zgodnie z wymaganiami

ustawy, porozumień o tworzeniu i finansowaniu tego typu audycji.

Wykres nr 3
Struktura gatunkowa warstwy słownej programów ogólnokrajowych Polskiego Radia w rocznym czasie nadawania w 2011 roku



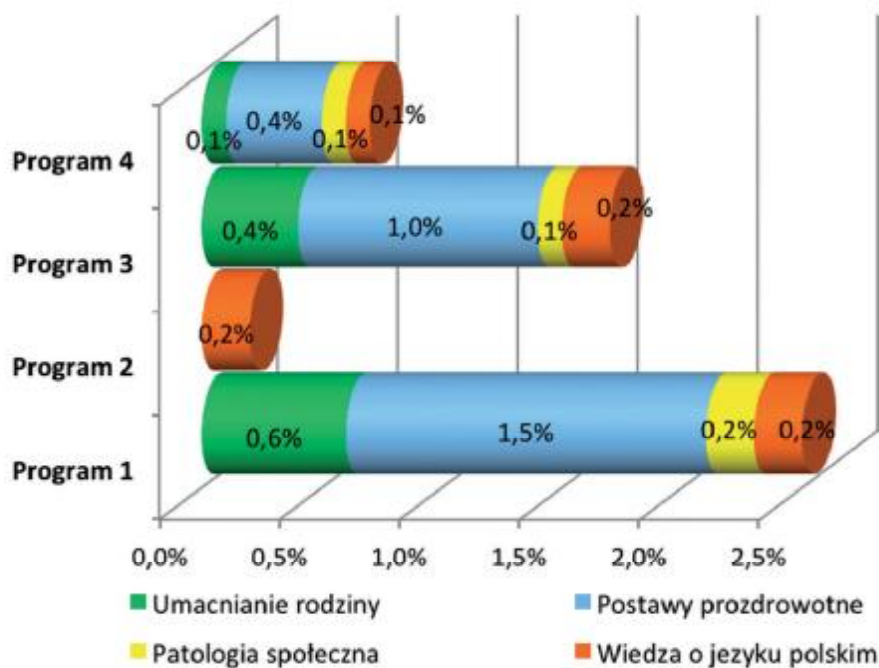
Ze sprawozdań kwartalnych Polskiego Radia w zakresie realizacji art. 15 ust. 2 ustawy wynika, że nadawca we wszystkich kwartałach 2011 roku w każdym z programów przeznaczał na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim więcej niż 33% kwartalnego czasu nadawania w programie tych utworów. Wyjątkiem był Program 2, w którym w III kwartale udział tych utworów był nieco niższy od wymaganego w przepisie ustawy (32,2%). Wysoki udział został odnotowany w IV kwartale w programie Polskiego Radia dla Zagranicy (99%).

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

W 2011 roku w programach rozgłośni regionalnych muzyka zajmowała średnio 57% rocznej emisji wszystkich programów łącznie. Warstwa słowna stanowiła średnio 38% rocznego czasu emisji programu. Pozostałą część programu zajmowały autopromocja i reklama. Najwięcej miejsca w warstwie słownej poświęcono na audycje informacyjne (średnio 13% rocznie, tj. 22 godz. 36 min. w tygodniu) i publicystyczne (średnio 11% rocznie, tj. 18 godz. 30 min. w tygodniu).

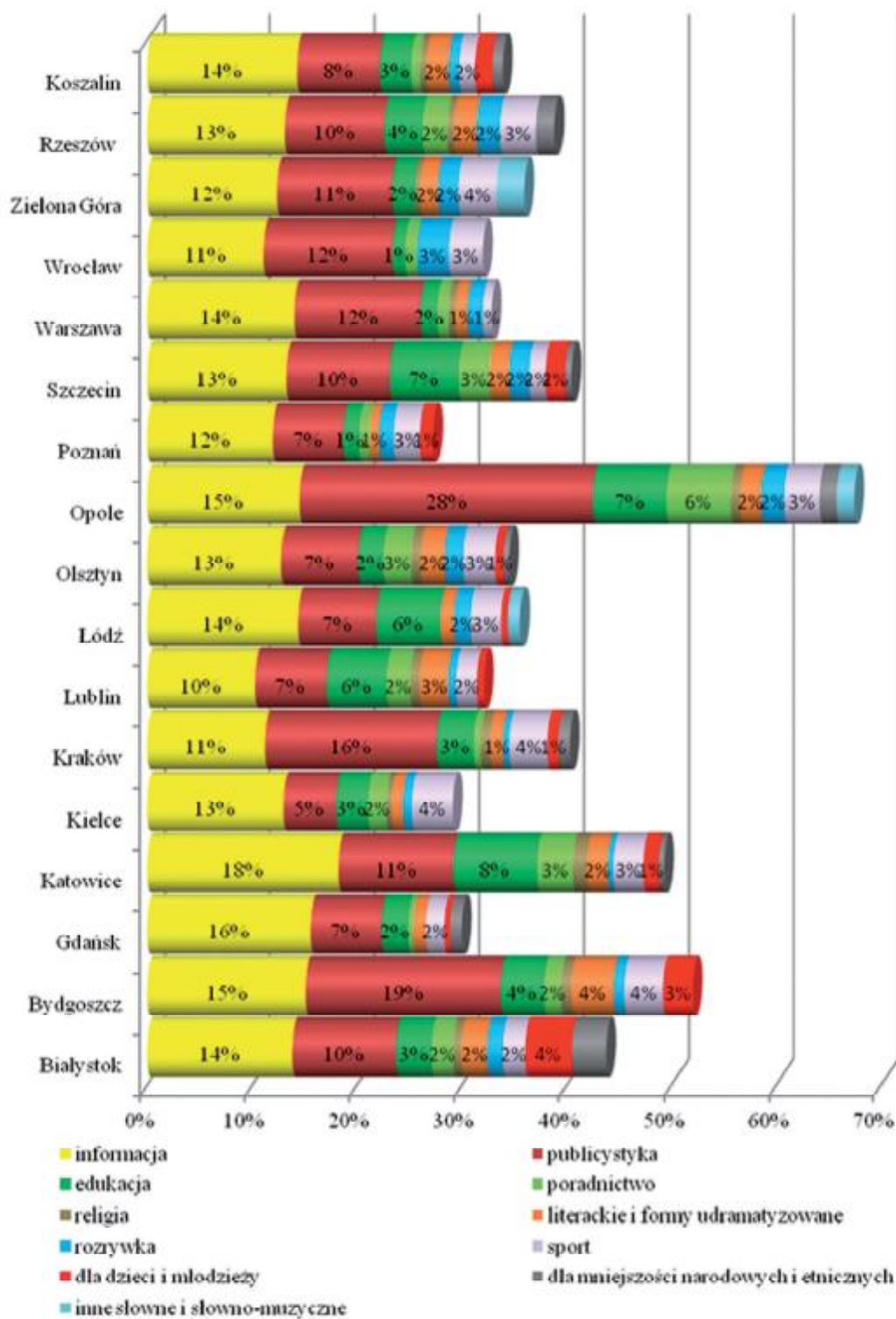
Wykres nr 4

Udział audycji realizujących zadania określone w art. 21 ust. 1, 1a i 2 urt w programach ogólnopolskich PR SA w 2011 r.



Wykres nr 5

Struktura gatunkowa warstwy słownej programów regionalnych, w rocznym czasie nadawania w 2011 roku



W programach rozgłośni nadawano w ubiegłym roku audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych oraz realizujące zadania dotyczące: upowszechniania wiedzy o języku polskim i uwzględ-

niania potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych, a także społeczności posługujących się językiem regionalnym. Na audycje te przeznaczano łącznie niewiele czasu w ciągu roku, bo ok. 4% rocznego programu.

TABELA NR 8 AUDYCJE REALIZUJĄCE ZADANIA USTAWOWE W PROGRAMACH ROZGŁOŚNI REGIONALNYCH W 2011 ROKU

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE	UMACNIANIE RODZINY	POSTAWY PROZDROWOTNE	PATOLOGIA SPOŁECZNA	WIEDZA O JĘZYKU POLSKIM	MNIEJSZOŚCI NARODOWE I ETNICZNE	PRZECIĘTNA LICZBA GODZIN W TYGODNIU
	LICZBA GODZIN W ROKU					
Białystok	142	132	102	24	286	13,2
Bydgoszcz	159	136	61	39	0	7,6
Gdańsk	23	102	23	25	99	5,2
Katowice	153	104	82	15	82	8,4
Kielce	21	38	15	5	0	1,5
Koszalin	72	47	26	26	82	4,9
Kraków	27	16	43	13	32	2,5
Lublin	59	62	56	10	0	3,6
Łódź	50	58	43	13	0	3,2
Olsztyn	154	179	142	124	48	12,4
Opole	392	31	66	4	131	12,0
Poznań	96	86	56	8	0	4,7
Rzeszów	245	180	120	2	148	13,4
Szczecin	101	126	59	128	14	8,2
W-wa RDC	52	79	21	12	0	3,2
Wrocław	180	60	28	20	5	5,6
Zielona Góra	19	28	32	4	0	1,6
Średnia	114,4	86,1	57,3	27,8	54,5	6,5

Audycje dla dzieci i młodzieży emitowane w programach rozgłośni regionalnych stanowiły nieznaczny odsetek rocznego czasu nadawania programu.

We Wrocławiu nie nadano ani jednej audycji adresowanej do tej grupy odbiorców.

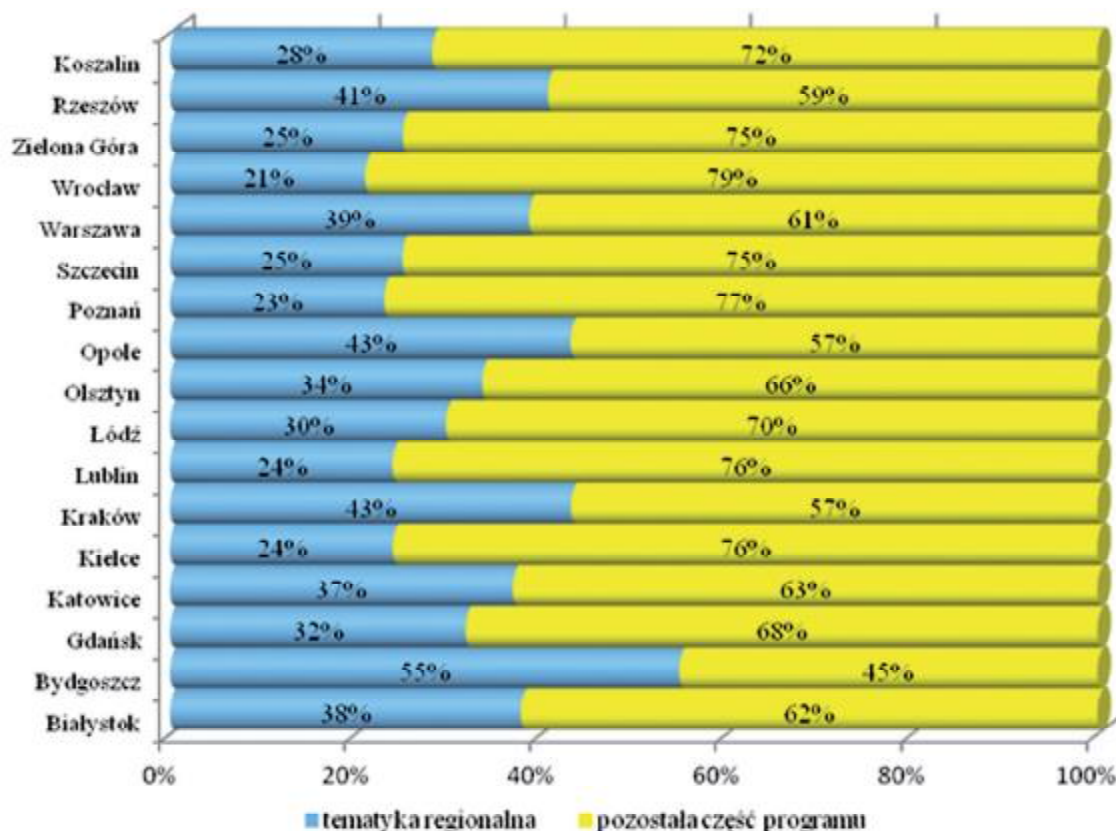
TABELA NR 9 UDZIAŁ WYBRANYCH AUDYCJI DLA DZIECI I MŁODZIEŻY W PROGRAMACH ROZGŁOŚNI REGIONALNYCH W 2011 ROKU

ROZGŁOŚNIA	SŁUCHOWISKA, BAJKI	PROZA I POEZJA CZYTANA	AUDYCJE MUZYCZNE	AUDYCJE EDUKACYJNE	AUDYCJE PORADNICZE	RAZEM	ŚREDNIO W TYGODNIU
	LICZBA GODZIN W ROKU						
Białystok			365	25		390	7,5
Bydgoszcz			202	43		245	4,7
Gdańsk			48			48	0,9
Katowice	1	3	6	28	10	48	0,9
Kielce	1		19	6	10	36	0,7
Kraków		5		86		91	1,7
Lublin	11	1	1	17	8	38	0,7
Łódź	5	2	16	28	3	54	1
Olsztyn	1	1		33	14	49	0,9
Opole	2	3			15	20	0,4
Poznań	1	1	98	4	3	107	2
Szczecin	2	2	106	30	21	161	3
Warszawa	6	1	2	4	4	17	0,3
Wrocław						0	0
Zielona Góra	2			32	1	35	0,6
Rzeszów		1	1	2	4	8	0,1
Koszalin			85	6		91	1,7
Rocznie, łącznie w rozgłosniach	31	20	948	344	93	1436	27,6
Średnio, tygodniowo w rozgłosniach	1,8	1,2	55,8	20,2	5,5	84,5	

W żadnym programie regionalnym nie rozpowszechniano audycji oświatowych dla szkół i placówek oświatowo-wychowawczych, gdyż nie zawarto porozumień z Ministerstwem Edukacji Narodowej na tworzenie i finansowanie tego typu audycji.

Tematyka regionalna, podstawowy element misji w programach o tym zasięgu, stanowiła średnio w rozgłosniach 33% rocznego programu; najczęściej zajęła w programie Radia Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy (55% rocznego programu), najmniej - we Wrocławiu (21% tego czasu).

WYKRES NR 6 UDZIAŁ TEMATYKI REGIONALNEJ W PROGRAMACH ROZGŁOŚNI REGIONALNYCH W 2011 ROKU



Realizowano ją głównie poprzez audycje słowne: najwyższy udział miały one w programie Radia Białystok - 88% łącznego czasu poświęconego tematyce regionalnej, najniższy w programie Radia Szczecin – 58% tego czasu. W pozostałych rozgłośniach wahał się między 59% a 86%.

Z kontroli sprawozdań kwartalnych rozgłośni regionalnych radia publicznego wynika, iż wśród 17 rozgłośni tylko Radio dla Ciebie i Radio Szczecin rozpowszechniały programy, w których nie w każdym kwartale wykonywane w języku polskim utwory słowno-muzyczne miały co najmniej 33% udział.

Programy miejskie rozgłośni regionalnych radia publicznego

Rozgłośnie regionalne radia publicznego rozpowszechniały 7 programów miejskich (całodobowy program Radio RAM we Wrocławiu, Radio Zielona Góra 97,1 Fm, Radio RMG 95,6 Fm w Gorzowie Wielkopolskim, MC Radio w Poznaniu, Szczecin FM w Szczecinie, Radio Free w Lublinie oraz nadawany przez Radio Koszalin przez 4 godziny na dobę w dni powszednie program miejski w Słupsku). We wszystkich programach miejskich dominowała muzyka – zajęła ona średnio 78% rocznego czasu nadawania. W warstwie słownej, która stanowiła średnio 22% rocznego czasu emisji programu, największy udział miały audycje informacyjne – średnio 7%, nieco niższy audycje publicystyczne - średnio 4%.

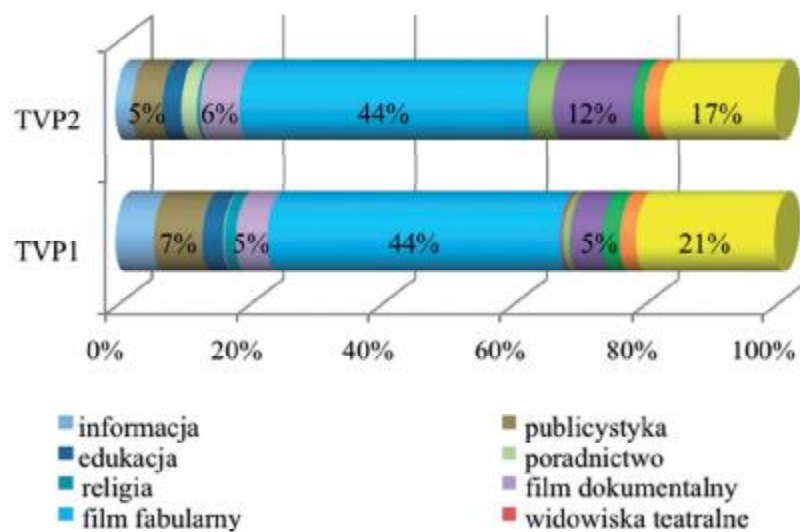
Kontrola emisji audiowizualnych przekazów handlowych w programach radiofonii publicznej

Planową kontrolą w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej objęto 27 programów radiofonii publicznej, w tym 4 programy ogólnopolskie, 17 programów regionalnych, 6 programów miejskich. Nie stwierdzono żadnych uchybień w emisji przekazów handlowych w 23 programach.

Telewizja Polska

Telewizja Polska rozpowszechniała w 2011 roku dwa naziemne programy ogólnokrajowe: Program 1 i Program 2, 16 programów regionalnych będących częścią TVP INFO, program satelitarny dla odbiorców za granicą w języku polskim TVP Polonia, program satelitarny uniwersalny TVP HD, a także 4 satelitarne programy wyspecjalizowane: dotychczas nadawane - TVP Kultura, TVP Historia, TVP Sport oraz nowy program serialowo-filmowy TVP Seriele.

WYKRES NR 7 STRUKTURA GATUNKOWA PROGRAMÓW OGÓLNOKRAJOWYCH TVP



*Podstawą liczenia procentu była łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

Telewizja Polska realizowała misję publiczną, nadając w programach ogólnokrajowych audycje we wszystkich kategoriach określonych w ustawie jako misyjne tj. w zakresie: informacji, publicystyki, kultury, edu-

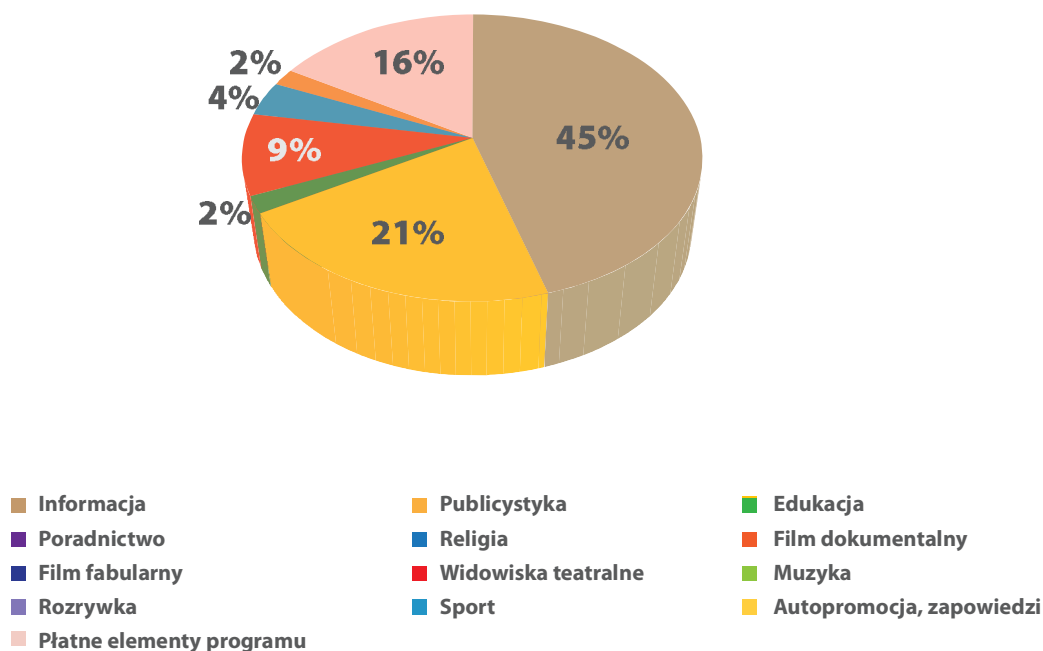
kacji, sportu i rozrywki. Łącznie tego rodzaju audycje zajęły w TVP1 - 77%, a w TVP2 - 80% rocznego czasu rozpowszechniania.

Programy regionalne Telewizji Polskiej

Telewizja Polska rozpowszechniała 16 programów regionalnych. Każdy z nich konstruowany był z programu wspólnego, zestawianego centralnie w Warszawie i programów pasm rozłączonych, samodzielnie

tworzonych przez oddziały terenowe. Zarówno program wspólny, jak i program pasm rozłączonych, miał charakter informacyjno-publicystyczny.

WYKRES NR 8 STRUKTURA PROGRAMU WSPÓLNEGO TVP INFO W 2011 ROKU

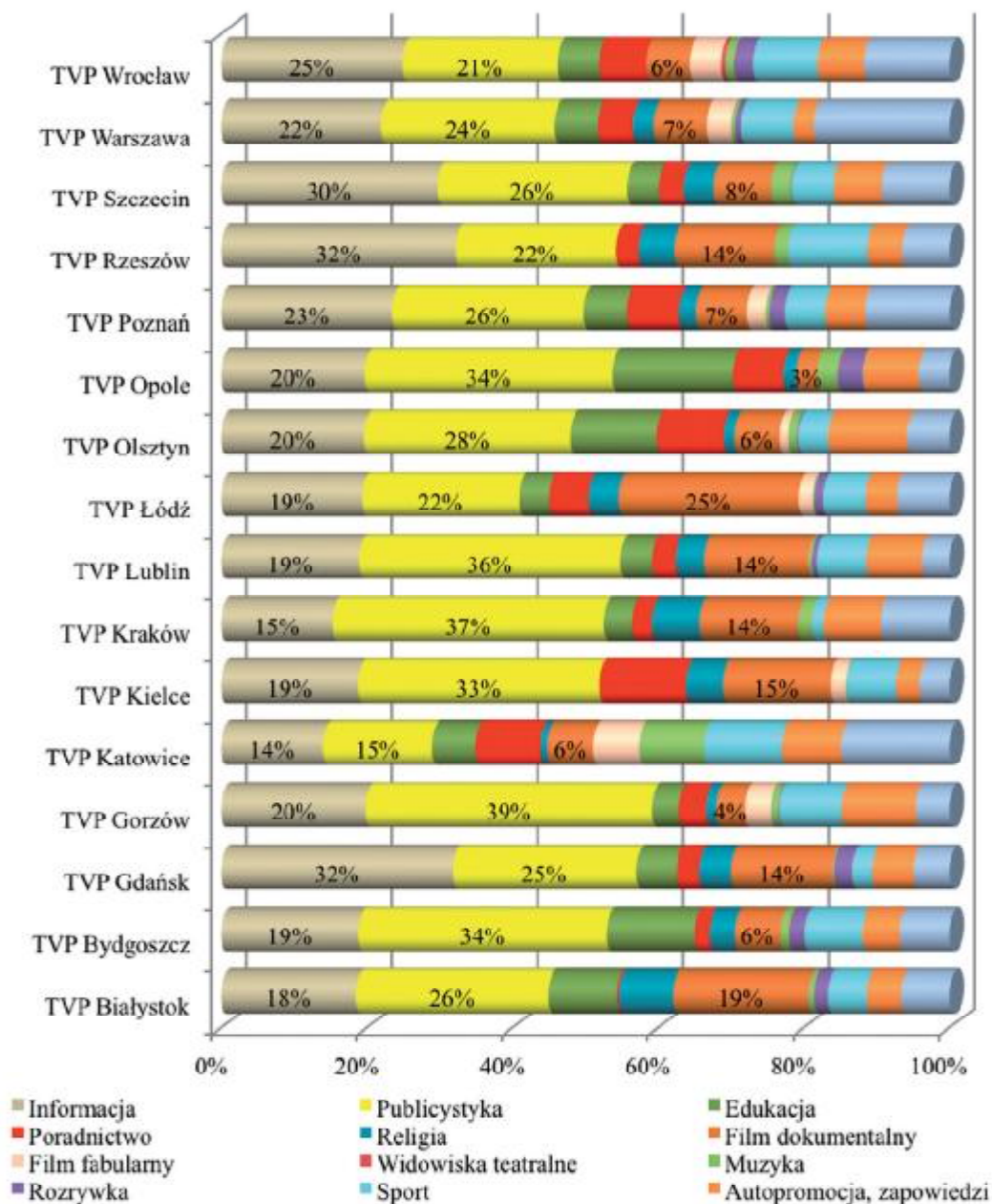


*Podstawą liczenia procentu była łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

Każdy z oddziałów terenowych rozpowszechnił średnio 1338 godzin samodzielnie zestawionego programu w ciągu roku. Dobowy czas nadawania programu każdego z oddziałów terenowych wynosił od 3,5 do 4 godzin.

W ubiegłym roku audycje realizujące misję nadawcy publicznego stanowiły w każdym z programów regionalnych TVP średnio 85% rocznego czasu ich emisji. Wysoki udział w poszczególnych programach regionalnych miał film dokumentalny. Najwyższy jego udział był w programie TVP Łódź (25% programu), nieco niższy w programie TVP Białystok (19%). Najwyższy udział audycji edukacyjnych był w ubiegłym roku w TVP Opole (17% całości programu), nieco mniejszy w TVP Bydgoszcz i TVP Olsztyn (po 12% w każdym z tych programów).

WYKRES NR 9 STRUKTURA PROGRAMU ODDZIAŁÓW TERENOWYCH TVP W 2011 ROKU



*Podstawą liczenia procentu była łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

Programy satelitarne Telewizji Polskiej

TVP Polonia to program całodobowy. Oferta programowa TVP Polonia zestawiona była w dużym stopniu z wybranych pozycji emitowanych wcześniej w innych programach. Wszystkie audycje były powtarzane kilkakrotnie w ciągu doby z uwagi na specyfikę programu docierającego do Polaków przebywających w różnych strefach czasowych. W programie nadawano przede wszystkim filmy i seriale produkcji polskiej. TVP Polonia emitowała audycje realizowane specjalnie dla środowisk polonijnych. Ważne miejsce w ofercie TVP Polonia zajmowały audycje wspomagające naukę języka polskiego. Zgodnie z porozumieniem TVP z Episkopatem Polski w każdą niedzielę TVP Polonia transmitowała msze z różnych kościołów w Polsce.

TVP HD ma charakter uniwersalny, zawiera różne gatunki i formy telewizyjne o różnorodnej problematyce, wyprodukowane wyłącznie w technologii HD TV. W ubiegłym roku nadawano średnio 18 godzin programu TVP HD na dobę. Nadawano polskie i zagraniczne filmy i seriale, adaptacje filmowe dzieł literatury i współczesne produkcje filmowe, filmy dokumentalne. W TVP HD nadawana była na żywo poranna audycja publicystyczna Programu 1 Polskiego Radia - magazyn *Sygnaly Dnia*.

TVP Historia w ubiegłym roku nadawano 16 godzin w ciągu doby. Program upowszechnia wiedzę historyczną dotyczącą przede wszystkim Polski. Nadawano zarówno filmy i seriale fabularne odnoszące się do konkretnych wydarzeń historycznych, jak i filmy dokumentalne i reportaże produkcji krajowej i zagranicznej z zakresu historii powszechnej.

TVP Kultura w 2011 roku nadawano przez 21 godzin na dobę. Znaczną część rocznego programu poświęcono na filmy fabularne zaliczane do kina artystycznego oraz audycje charakteryzujące różne dziedziny kultury i sztuki.

TVP Sport w ubiegłym roku nadawano 17 godz. w ciągu doby. Najwięcej czasu antenowego zajmowały transmisje i retransmisje z imprez sportowych różnych dyscyplin. Nadawano także audycje prezentujące historię sportu.

TVP Seriele ma charakter wyspecjalizowany, serialowo-filmowy. W ubiegłym roku program nadawano przez 20 godzin w ciągu doby. Podstawą oferty były polskie seriale współczesne oraz pochodzące z zasobów archiwalnych.

Realizacja powinności ustawowych w Telewizji Polskiej

Z analizy sprawozdań wynika, że w 2011 roku w obu programach ogólnopolskich telewizji publicznej, w TVP Kultura, TVP Historia, TVP Polonii i TVP HD obowiązek dotyczący zachowania w programie wymaganej proporcji utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim był w pełni realizowany. Oprócz programu TVP Gorzów Wielkopolski (w III kwartale) wszystkie oddziały TVP realizowały postanowienia art. 15 ust.2 ustawy. Z danych sprawozdawczych wynika, że wyłącznie utwory wykonywane w języku polskim nadawano co najmniej w jednym kwartale 2011 roku aż w 13 programach. Na uwagę zasługuje fakt, że we wszystkich czterech kwartałach ubiegłego roku w programach trzech oddziałów (TVP Kraków, TVP Łódź, TVP Poznań) emitowano wyłącznie utwory wykonywane w języku polskim.

KRRiT skontrolowała programy Telewizji Polskiej pod kątem realizacji wymagań zawartych w art. 15 ust. 1 i 3 oraz 15a ustawy o rtv⁹ oraz w rozporządzeniu z 4 listopada 2004 roku¹⁰. Podstawą do kontroli były wyciągi z ewidencji czasu nadawania audycji oraz sprawozdania z czterech kwartałów 2011 roku. W dwóch ogólnokrajowych naziemnych programach (TVP1, TVP2), w dwóch satelitarnych (TVP Polonia i TVP HD) oraz we wszystkich regionalnych udział audycji europejskich był wyższy od określonego w przepisach. W pozostałych programach satelitarnych – TVP Kultura, TVP Historia, TVP Seriele i TVP

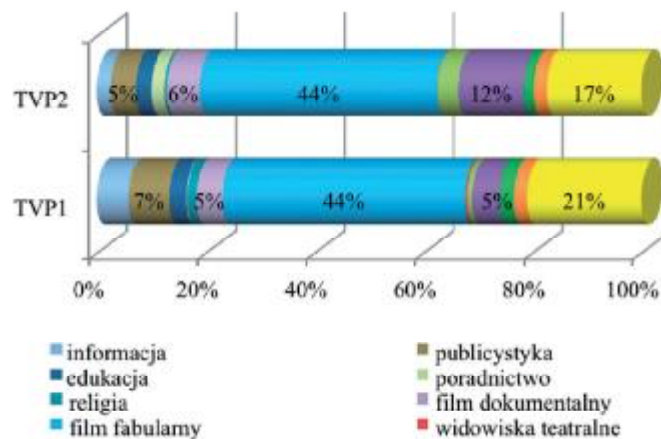
Sport – nadawca na audycje pierwotnie w języku polskim, audycje europejskie oraz europejskie niezależne przeznaczał odsetek czasu nadawania programu zgodny z przepisami ustawy.

Nowe audycje producentów niezależnych w programach satelitarnych (TVP Kultura, TVP Historia, TVP Seriale i TVP Sport) miały udział niezgodny z określonym w ustawie o rtv. W związku z nierealizowaniem przez Telewizję Polską ustawy w zakresie art. 15a ust. 1

Przewodniczący KRRiT wezwał nadawcę do przedstawienia wyjaśnień i zaniechania naruszeń w przyszłości.

Telewizja Polska nadawała audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego, umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz służące zwalczaniu patologii społecznych.

WYKRES NR 10 UDZIAŁ AUDYCJI REALIZUJĄCYCH WYBRANE POWINNOŚCI USTAWOWE TVP W PROGRAMACH OGÓLNOKRAJOWYCH



*Podstawą liczenia procentu była łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

⁹ Art.15 ust.1 i 3 oraz art.15a nakładają na nadawcę następujące obowiązki: przeznaczenia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów; przeznaczenia ponad 50% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów; przeznaczenia co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów; przeznaczenia co najmniej 50% czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych na takie, które zostały wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie.

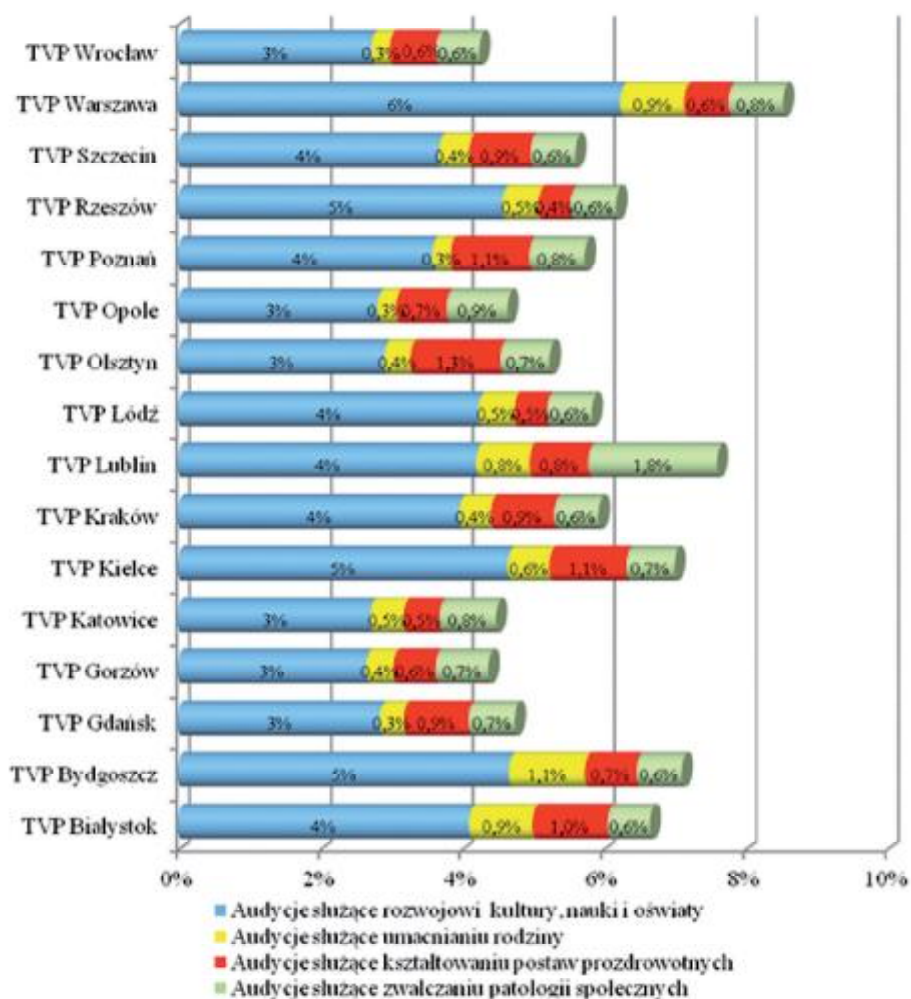
¹⁰ Ustawa zobowiązała KRRiT do wydania rozporządzenia w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich. Dotyczy ono programów nowych (pierwszy rok nadawania) i wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programów rozpowszechnianych wyłącznie w sposób satelitarny lub kablowy, dostępnych za opłatą, z wyłączeniem opłat określonych w rozdziale 7 ustawy o radiofonii i telewizji i podstawowych opłat, pobieranych przez operatorów satelitarnych lub operatorów sieci kablowych.

W programach regionalnych telewizji publicznej najwięcej czasu przeznaczono na audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty (średnio 4%

rocznego czasu nadawania każdego z programów regionalnych).

WYKRES NR 11

UDZIAŁ AUDYCJI REALIZUJĄCYCH WYBRANE POWINNOŚCI USTAWOWE W PROGRAMACH REGIONALNYCH W 2011 ROKU



*Podstawą liczenia procentu była łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

Telewizja Polska nadawała audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługującej się językiem regionalnym zarówno w programach oddziałów terenowych, jak i w paśmie wspólnym TVP Info. W programach oddziałów w Białymstoku i w Olsztynie nadawano audycje dla

mniejszości rosyjskiej, białoruskiej i litewskiej, w Białymstoku także dla Romów; w Katowicach i Opolu - dla mniejszości niemieckiej, a w programie oddziału w Gdańsku nadawano audycje dla społeczności posługującej się językiem kaszubskim.

TABELA NR 10 LICZBA GODZIN AUDYCJI W JĘZYKACH NARODOWYCH, ETNICZNYCH I REGIONALNYCH NADAWANYCH W PROGRAMACH REGIONALNYCH TELEWIZJI POLSKIEJ W 2011 ROKU

Oddział terenowy TVP SA	jęz. ukraiński *	jęz. białoruski	jęz. rosyjski	jęz. litewski	jęz. niemiecki	Jęz. regionalny kaszubski	Ogółem
Białystok	26,8	36,7	2,1	6,3			71,9
Bydgoszcz	9,1						9,1
Gdańsk	9,1					14,4	23,5
Gorzów Wlkp.	10		0,1	0,1			10,2
Katowice	9,1				7,7		16,8
Kielce	9,1						9,1
Kraków	9,1						9,1
Łódź							9,1
Lublin	9,1						9,1
Olsztyn	24						24
Opole	9,1				23,6		32,7
Poznań	9,1						9,1
Rzeszów	9,4						9,4
Szczecin	9,1						9,1
Warszawa	9,1						9,1
Wrocław	9,1						9,1

* Audycje w języku ukraińskim uwzględniają „Telenowyny” nadawane w paśmie wspólnym (emisja audycji raz w miesiącu, sobota godz. 13.00 wraz z powtórkami 23 wydania, czas trwania 23 minuty)

W ramach pasma wspólnego TVP Info rozpowszechniano audycję *Telenowyny*, adresowaną do mniejszości ukraińskiej, w języku ukraińskim, w ciągu roku 23 wydania, które łącznie zajęły 9,1 godziny.

Najbogatszą ofertę adresowaną do tej grupy odbiorców miał oddział w Białymstoku. W roku ubiegłym nadano sześć różnych, cyklicznych audycji dla i o Białorusinach, Litwinach, Ukraińcach, Rosjanach, Romach. Były one tworzone we współpracy z przedstawicielami mniejszości w ich ojczystych językach, a dla społeczności polskiej opatrzone tłumaczeniami. Dla mniejszości białoruskiej dwa razy w tygodniu nadawano 20-minutowy magazyn informacyjno-publicystyczny. Mniejszość ukraińska również dwa razy

w tygodniu miała w tym programie 10-minutowy przegląd aktualnych wydarzeń. Dla mniejszości litewskiej oddział nadawał raz w tygodniu 7-minutową *Panoramę Litewską*, a dla rosyjskiej dwa razy w miesiącu *Rosyjski Głos*. Nadawano także dwa razy w miesiącu od stycznia do sierpnia 2011 roku dwie audycje tworzone w języku polskim, adresowane do Romów (*My Romowie*, *Podlaski Orient* – po 7 min. każda). Oprócz wyżej wymienionych stałych, cyklicznie nadawanych audycji adresowanych do różnych grup mniejszości, w programie OTVP Białystok nadawano także audycje o charakterze rozrywkowym, promujące muzykę dawną i współczesną oraz folklor i niektóre obrzędy kultywowane przez te społeczności.

Sposób realizacji misji mediów publicznych w zakresie nadawania audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych był i jest nadal przedmiotem stałego zainteresowania KRRiT, a świadczy o tym m.in. fakt, iż KRRiT podjęła decyzję o całkowitym finansowaniu ze środków abonamentowych wszystkich audycji przeznaczonych dla mniejszości zaplanowanych przez TVP w 2012 roku.

KRRiT przeprowadzała postępowania wyjaśniające w związku ze skargami otrzymywanymi od przedstawicieli mniejszości. Ostatnio przeprowadzone postępowanie dotyczyło sporu, który powstał pomiędzy kierownictwem Oddziału TVP Białystok i przedstawicielami mniejszości rosyjskiej, skupionej w Rosyjskim Stowarzyszeniu Społeczno-Kulturalnym w Polsce. W świetle wyjaśnień udzielonych przez prezesa TVP część zarzutów nie znalazła potwierdzenia w działalności programowej OTVP Białystok. Od stycznia 2012 roku zamiast dotychczasowej audycji, co do której nadawca miał liczne zastrzeżenia warsztatowe, ukazuje się nowy cykl prezentujący mniejszość rosyjską i jej kulturę. Cykl zyskał aprobatę widzów.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji we współpracy z Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej wydała rozporządzenie *w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem o prowadzonej przez organizację pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego oraz sposobu przygotowania i emisji audycji i czasu przeznaczonych na ich rozpowszechnienie w programach publicznych*. Jednostki publicznej radiofonii i telewizji mają obowiązek przeznaczyć nie mniej niż 30 minut w ciągu tygodnia na audycje informacyjne, publicystyczne i dokumentalne poświęcone problemom i funkcjonowaniu tych organizacji oraz w okresie styczeń - do końca kwietnia mają obowiązek informować (przez 6 min. na dobę) o możliwości przekazywania 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na tego rodzaju działalność. Nadawcy publiczni zostali zobowiązani, aby w ciągu doby w określonych porach prezentować przez nie mniej niż 9 minut

kampanie społeczne prowadzone przez organizacje pożytku publicznego. Szczegółowe zasady przygotowania oraz rozpowszechniania audycji określa jednostki publicznej radiofonii i telewizji po konsultacji z przedstawicielami wskazanymi przez Radę Działalności Pożytku Publicznego. Prace te nie zostały jeszcze ostatecznie zakończone. Z tego względu Przewodniczący KRRiT wyraził zgodę na przedłużenie terminu składania sprawozdań. Taki sposób tworzenia prawa, który pozwala na prowadzenie szerokich konsultacji i wspólne dochodzenie do konsensusu w ważnych społecznie sprawach jest wystarczającym argumentem, by przychylić się do prośby nadawców. Nadawcy będą mieli obowiązek składania sprawozdań od drugiego kwartału 2012 roku.

Kontrola emisji audiowizualnych przekazów handlowych w Telewizji Polskiej

W programach telewizji publicznej podczas kontroli stwierdzono m.in. następujące naruszenia:

- emisję reklamy ukrytej (film „Och Karol” TVP 1 i TVP 2; Zakłady Mięsne „Lenarcik” TVP 3);
- przerywanie audycji w telewizji publicznej w celu nadania reklamy (przerwanie blokiem reklamowym audycji Gala „Telekamery” TVP 2);
- emisję reklamy sprzyjającej zachowaniom zagrażającym zdrowiu i bezpieczeństwu (skarga zastępcy Głównego Inspektora Pracy na emisję reklamy kredytu Eurobanku TVP 1, TVP 2);
- przekroczenie dziennego limitu emisji reklam (TVP Polonia, TVP Sport, TVP 1, TVP 2);
- emisję reklamy piwa w godz. 6⁰⁰- 20⁰⁰ (TVP Polonia);
- nieuwzględnienie charakteru audycji poprzedzającej emisję bloku reklamowego (reklama preparatu poprawiającego życie

seksualne LIDERIN, wyemitowana po audycji dla dzieci TVP 1).

Przewodniczący KRRiT wezwał nadawcę do natychmiastowego zaprzestania emisji powyższych przekazów oraz przesłania wyjaśnień. W przypadku reklam preparatu LIDERIN Przewodniczący KRRiT wezwał nadawcę do dostosowania działalności reklamowej do obowiązujących przepisów poprzez wyeliminowanie emisji takich reklam w sąsiedztwie audycji dla dzieci. W sprawie rozpowszechniania ukrytych przekazów handlowych Zakładów Mięśnych „Lenarcik” w programie TVP 3 postępowanie zakończyło się 13 marca 2012 roku wydaniem decyzji o ukaraniu nadawcy. Również za przekroczenie obowiązującego limitu reklam w godzinie programu, które miało miejsce w programie TVP Sport 26 marca 2010 roku, Przewodniczący KRRiT wydał decyzję o ukaraniu nadawcy.

6.4 Opłaty abonamentowe

Orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego

Trybunał Konstytucyjny w wyroku z 9 września 2004 roku uznał, że opłata abonamentowa za używanie odbiornika rtv jest przymusowym, bezwrotnym świadczeniem publicznoprawnym, służącym realizacji konstytucyjnych zadań państwa. Opłata ta ma charakter daniny publicznej i stanowi pozabudżetowy dochód celowy, przeznaczony na finansowanie misji publicznego radia i telewizji. Określenie właściwych zasad finansowania ze środków publicznych jest jedną z podstawowych przesłanek umożliwiających realizację przez media publiczne ich ustawowo określonej misji.

W wyroku z 16 marca 2010 roku Trybunał potwierdził konstytucyjność ustawy o opłatach abonamentowych. Trybunał uznał, iż egzekucja administracyjna – zarówno opłaty karnej za używanie niezarejestrowanego odbiornika radiofonicznego lub telewizyjnego, jak i należności z tytułu opłat abonamentowych – jest dopuszczalna i możliwa na podstawie

obowiązującego prawa. Na bezczynność wierzyciela (kierownika Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej) w podejmowaniu czynności zmierzających do zastosowania środków egzekucyjnych służy skarga podmiotowi, którego interes prawny lub faktyczny został naruszony w wyniku niewykonania obowiązku (nadawcom publicznym) oraz organowi zainteresowanemu wykonaniem tego obowiązku (KRRiT).

W 2011 roku Poczta Polska przeprowadziła 16.148 kontroli wykonywania obowiązku rejestracji odbiorników (w 2010 roku - 4.485 kontroli, a w 2009 roku - 632 kontrole). W 5.613 firmach stwierdzono używanie niezarejestrowanych odbiorników. W 190 przypadkach firmy uniemożliwiły przeprowadzenie kontroli. Po przeprowadzonych kontrolach 1.428 firm dokonało rejestracji odbiorników. Do abonentów zalegających z opłatami Poczta Polska wysłała 581.469 zawiadomień o zaległościach z informacją, że w przypadku braku uregulowania należności zostanie wszczęte postępowanie egzekucyjne. Do abonentów, którzy nie uregulowali zaległości w opłatach na podstawie wysłanych zawiadomień wysłano 103.183 upomnienia. Na podstawie upomnień zadłużenie w całości lub w części uregulowało 6.554 abonentów na kwotę 5.478,5 tys. zł. Znaczna liczba abonentów zwróciła się do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z wnioskiem o umorzenie lub rozłożenie zaległości na raty. Wystawiono 1.424 tytuły wykonawcze na kwotę 2.056,5 tys. zł i przekazano do urzędów skarbowych. Urzędy skarbowe wyegzekwowały zadłużenie z 459 tytułów wykonawczych.

Postępowanie urzędów skarbowych w zakresie egzekwowania zaległości w opłatach abonamentowych nie jest jednolite. Część urzędów skarbowych przyjmuje do realizacji tytuły wykonawcze, część natomiast z różnych przyczyn odmawia przeprowadzenia postępowania egzekucyjnego mimo uzupełnienia tytułu w taki sam sposób (127 urzędów skarbowych zwróciło 369 tytułów wykonawczych i odmówiło realizacji, co stanowi 25,9% wystawionych tytułów wykonawczych w 2011 roku).

Na składane zażalenia izby skarbowe również zajmują odmienne stanowiska (na 59 złożonych zażaleń do izb skarbowych tylko 6 izb uchyliło postanowienie urzędu skarbowego).

Poczta Polska w maju 2011 roku zwróciła się do Ministerstwa Finansów o zajęcie jednolitego stanowiska w sprawie sposobu wystawiania tytułów wykonawczych dotyczących zaległości w płatności opłat abonentowych. Dotychczas Ministerstwo Finansów nie udzieliło odpowiedzi.

Wysokość opłat abonentowych i rozliczenia z Poczta Polska

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji corocznie ustala wysokość opłat abonentowych (za używanie odbiornika radiofonicznego 5,35 zł za jeden miesiąc; za używanie odbiornika telewizyjnego lub telewizyjnego i radiofonicznego 17,15 zł za jeden miesiąc). KRRiT ustala też poziom zniżek za wnoszenie opłat z góry. W wyniku tych zniżek opłata uiszczona za cały rok z góry jest równa 11 opłatom miesięcznym.

Zasady współpracy pomiędzy Poczta Polska a Krajową Radą Radiofonii i Telewizji regulują umowy. Wynagrodzenie umowne dla jednostek Poczty Polskiej z tytułu realizacji obowiązków wskazanych w ustawie *o opłatach abonentowych* wynosi 6,0% od zainkasowanych opłat abonentowych oraz odsetek za zwłokę w ich uiszczeniu. Dochodem Poczty Polskiej jest również połowa wpływów z opłat za używanie niezarejestrowanego odbiornika.

Strony umowy ustaliły, że przy określaniu wysokości umownego wynagrodzenia powinny być uwzględ-

nione uzasadnione koszty związane z wykonywaniem usługi. Poczta Polska ma obowiązek przedstawiania Krajowej Radzie informacji o poniesionych, uzasadnionych kosztach za rok poprzedni, w podziale na koszty bezpośrednie, pośrednie i ogólne. Poczta Polska zobowiązała się jednocześnie do podjęcia prac umożliwiających Krajowej Radzie dostęp do bazy danych abonentów w celu ułatwienia realizacji zadań KRRiT związanych z umorzeniami zaległości w płatności opłat abonentowych, co jednak nie zostało do chwili obecnej wykonane.

W 2011 roku jednostki Poczty Polskiej za wykonanie usług związanych z poborem abonamentu i towarzyszących tym usługom czynności pobrały wynagrodzenie umowne w łącznej kwocie 30.839.953,95 zł.

Do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Poczta Polska przekazała środki pieniężne w wysokości 483.688,6 tys. zł.

Od 28 lipca ubiegłego roku do 28 stycznia 2012 roku Poczta Polska prowadziła pilotaż (na grupie 150 abonentów) nowej usługi polegającej na zgłaszaniu abonentów zalegających w płatności opłat abonentowych do Krajowego Rejestru Dłużników Biura Informacji Gospodarczej. Poczta Polska pobierając opłaty abonamentowe działa jako wierzyciel, tj. osoba prawna, której w związku z wykonywaną działalnością gospodarczą lub stosunkiem prawnym przysługuje wierzytelność z chwilą rejestracji przez abonenta odbiorników rtv. Za przeprowadzenie pilotażu Poczta Polska otrzyma dodatkowe wynagrodzenie umowne i przedstawi raport na temat przebiegu i wyniku pilotażu wraz z rekomendacjami. Po ocenie efektów pilotażu Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zdecyduje o ewentualnym kontynuowaniu tej usługi.

*Podział wpływów abonamentowych
i pozaabonamentowych*

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zobowiązana jest do corocznego ustalania, nie później niż do 30 czerwca, sposobu podziału wpływów między jednostki publicznej radiofonii i telewizji w następnym roku kalendarzowym, w tym minimalny udział terenowych oddziałów, po analizie założeń programowo-finansowych oraz sprawozdań za poprzedni

rok kalendarzowy i analizie określonych w nich kosztów.

Sposób podziału prognozowanych na 2011 rok wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych między jednostki publicznej radiofonii i telewizji¹¹ został określony następująco:

TABELA NR 11

Przedziały kwotowe wpływów abonamentowych (w mln zł)	1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	kol. 2 = 100,0%, w tym:		kol. 3 = 100,0%, w tym:	
		na finansowanie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych przez oddziały terenowe TVP S.A., minimum ^{x)}	2. Spółki radiofonii publicznej, razem	2.1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	2.2. spółki radiofonii regionalnej, razem ^{x)}
1	2	2a	3	3a	3b
1. 950,0 - 1 050,00	62,5%	35,0%	37,5%	53,0%	47,0%
2. 850,0 - 949,99	60,0%	40,0%	40,0%	52,5%	47,5%
3. 750,0 - 849,99	57,5%	45,0%	42,5%	52,0%	48,0%
4. 650,0 - 749,99	52,5%	55,0%	47,5%	51,5%	48,5%
5. 550,0 - 649,99	47,5%	65,0%	52,5%	51,0%	49,0%
6. 450,0 - 549,99	42,5%	75,0%	57,5%	50,5%	49,5%
7. 375,0 - 449,99	37,5%	80,0%	62,5%	50,0%	50,0%
8. 300,0 - 374,99	32,5%	85,0%	67,5%	49,5%	50,5%
9. 225,00 - 299,99	27,5%	90,0%	72,5%	49,0%	51,0%
10. poniżej 225,0	12,5%	95,0%	87,5%	48,5%	51,5%

x) w tym środki na finansowanie w programach regionalnych kosztów tworzenia audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych i językach regionalnych

¹¹ Uchwała Nr 312/2010 z 29 czerwca 2010 r.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła początkowo prognozę wpływów abonamentowych na

2011 rok w kwocie 385.000 tys. zł. Sposób ich podziału między spółki przedstawia poniższe zestawienie

TABELA NR 12

TREŚĆ	Udział w %	Kwota w tys. zł
1	2	3
OGÓŁEM	100,0%	385.000,0
z tego:		
1. Telewizja Polska	37,5%	144.375,0 ^{x)}
2. Spółki radiofonii publicznej, razem	62,5%	240.625,0
z tego:		
2.1. Polskie Radio	50,0%	120.312,5
2.2. Spółki radiofonii regionalnej, razem	50,0%	120.312,5 ^{x)}

x) w tym środki na finansowanie w programach regionalnych kosztów tworzenia audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych i językach regionalnych

W ramach kwoty wynikającej z przyjętego sposobu podziału wpływów abonamentowych dla Telewizji Polskiej wyodrębniono środki na finansowanie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych w oddziałach terenowych TVP– minimum 115.500 tys. zł. Z kwoty przeznaczonej dla spółek radiofonii regionalnej na finansowanie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych wyodrębniono stałą kwotę 19.747 tys. zł.

W trakcie roku po dokonaniu analizy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji¹² przyjęła nową prognozę wpływów abonamentowych na 2011 rok w kwocie 460.000 tys. zł oraz ustaliła, że podział wpływów w drugim półroczu 2011 roku będzie dokonywany według sposobu wynikającego z 4. przedziału kwotowego, określonego w załączniku nr 1 do uchwały Nr 312/2010. W przypadku przekazania przez Poczta Polską wpływów abonamentowych ponad kwotę 460.000 tys. zł sposób podziału tej nadwyżki zostanie określony odrębną uchwałą KRRiT.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji¹³ przyjęła też prognozę wpływów pozaabonamentowych na 2011 rok w kwocie 4.123 tys. zł z następującym sposobem podziału:

- Polskie Radio
2.061,5 tys. zł (50,0%)
- spółki radiofonii regionalnej, razem
2.061,5 tys. zł (50,0%)

Środki przekazane w 2011 roku z rachunku bankowego KRRiT do spółek publicznej radiofonii i telewizji wyniosły łącznie 470.252,2 tys. zł.

Do poszczególnych spółek publicznej radiofonii i telewizji w 2011 roku Krajowa Rada przekazała środki z opłat abonamentowych i z opłat uzyskanych poza opłatami abonamentowymi następującej wysokości:

¹² Uchwała Nr 312/2010 z 29 czerwca 2010 r.

¹³ Uchwałą Nr 312/2010 z 29 czerwca 2010 r.

TABELA NR 13

Lp.	Spółki publicznej	Kwota w tys. zł		
	radiofonii i telewizji	wpływy abonamentowe	wpływy pozaabonamentowe	RAZEM
1	2	3	4	5
I.	Wpływy ogółem, z tego:	462.656,00	7.596,20	470.252,20
1.	Telewizja Polska	205.421,7	0,00	205.421,7
2.	Spółki radiofonii publicznej razem, z tego:	257.234,3	7.596,20	264.830,5
1)	Polskie Radio	127.947,5	3.798,10	131.745,6
2)	Spółki radiofonii regionalnej razem, z tego:	129.286,8	3.798,10	133.084,9
2)1	Radio Białystok	7.580,8	222,9	7.803,7
2)2	Radio PIK w Bydgoszczy	7.359,0	223,8	7.582,8
2)3	Radio Gdańsk	7.569,4	219,2	7.788,6
2)4	Radio Katowice	7.676,4	221,1	7.897,5
2)5	Radio Kielce	7.144,9	224,8	7.369,7
2)6	Radio Koszalin	7.678,2	226,6	7.904,8
2)7	Radio Kraków	7.823,2	224,8	8.048,0
2)8	Radio Lublin	7.655,7	222,9	7.878,6
2)9	Radio Łódź	7.176,8	226,6	7.403,4
2)10	Radio Olsztyn	7.427,2	225,7	7.652,9
2)11	Radio PRO FM w Opolu	7.699,8	219,3	7.919,1
2)12	Radio Merkury w Poznaniu	8.212,8	222,9	8.435,7
2)13	Radio Rzeszów	7.738,6	222,9	7.961,5
2)14	Radio Szczecin	7.635,7	226,6	7.862,3
2)15	Radio dla Ciebie w Warszawie	7.986,4	225,7	8.212,1
2)16	Radio Wrocław	7.794,4	221,1	8.015,5
2)17	Radio Zachód w Zielonej Górze	7.127,7	221,1	7.348,8

W styczniu 2012 roku do spółek publicznej radiofonii i telewizji¹⁴ z rozliczenia 2010 i 2011 roku przekazano wpływy abonamentowe w kwocie 33.173,4 tys. zł. Na rachunku bankowym KRRiT pozostaje kwota 10.594,6 tys. zł (tj. 7.300,0 tys. zł wpływy abonamentowe za

III dekadę listopada 2010 roku oraz 3.294,6 tys. zł wpływy pozaabonamentowe za listopad 2010 roku oraz wpływy z tytułu oprocentowania środków na rachunku bankowym).

¹⁴ zgodnie z uchwałą Nr 641/2011 z dnia 29 grudnia 2011 r.

Podział prognozowanych wpływów na 2012 rok

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji¹⁵ przyjęła prognozę wpływów abonamentowych na 2012 rok w kwocie 464.000 tys. zł oraz prognozę wpływów pozaabonamentowych w kwocie 6.000 tys. zł oraz ustaliła następujący podział środków w łącznej kwocie 470.000 tys. zł w 2012 roku:

OGÓŁEM	470.000,0	tys. zł
z tego:		
1. Telewizja Polska	207.000,0	tys. zł
2. Polskie Radio	133.000,0	tys. zł
3. Spółki regionalnej radiofonii, razem	130.000,0	tys. zł

6.5 Wykorzystanie środków przekazanych nadawcom publicznym

Nadawcy publiczni przedstawiają Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji rozliczenie wykorzystania przekazanych środków.

Według stanu z 1 stycznia 2011 roku pozostawały środki abonamentowe przekazane Polskiemu Radiu w latach 2005-2007 na modernizację i wyposażenie siedziby Orkiestry Kameralnej PR Amadeus w Poznaniu, w wysokości 6.877,9 tys. zł. Krajowa Rada Radiofonii

i Telewizji 22 marca 2011 roku podjęła uchwałę w sprawie zmniejszenia prognozy wpływów abonamentowych dla Polskiego Radia o tę kwotę.

Stan środków publicznych na 1 stycznia 2011 roku wynosił 11.010,3 tys.zł, w tym środki z rachunku bankowego KRRiT 10.668,2 tys.zł (Telewizja Polska 1.702,9 tys.zł, Polskie Radio 6.954 tys.zł, spółki radiofonii regionalnej 2.011,3 tys.zł.)

W trakcie 2011 roku do spółek mediów publicznych wpłynęły środki publiczne w kwocie 535.024,8 tys.zł, w tym: środki z rachunku bankowego KRRiT 470.252,2 tys.zł (Telewizja Polska 207.124,6 tys.zł, Polskie Radio 131.745,6 tys.zł, spółki radiofonii regionalnej – 133.084,9 tys.zł).

Ze środków publicznych będących w dyspozycji nadawców spółki sfinansowały wydatki związane z realizacją misji publicznej w wysokości 538.695,4 tys.zł, w tym ze środków z rachunku bankowego KRRiT 475.339,8 tys.zł (Telewizja Polska 202.366,9 tys.zł, Polskie Radio 138.613,8 tys.zł, spółki radiofonii regionalnej 134.359,1 tys.zł).

Wydatki finansowane ze środków abonamentowych zostały poniesione przez nadawców na następujące zadania związane z realizacją misji publicznej:

TABELA NR 14

(w tys. zł):

1.	tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych (z tego: Telewizja Polska - 62.511,9; Polskie Radio - 112.104,9)	174.616,8
2.	tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych (z tego: Telewizja Polska - 139.854,9; spółki radiofonii regionalnej - 32.980,6)	272.835,5
3.	rozpowszechnianie programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach - Polskie Radio	3.355,5
4.	tworzenie i rozpowszechnianie przez spółki regionalnej radiofonii programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych (z tego: Radio Olsztyn – program z nadajnika w Miłkach dla mniejszości ukraińskiej - 59,1; Radio Zachód w Zielonej Górze: program w Gorzowie Wielkopolskim – 529, w Zielonej Górze – 198,0)	886,3

¹⁵ uchwałą Nr 343/2011 z 30 czerwca 2011 r.

5.	budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych (z tego: <i>Polskie Radio</i> – 4.826,3; <i>spółki radiofonii regionalnej</i> – 492,4)	5.318,6
6.	inne zadania publiczne, związane z realizacją misji - <i>Polskie Radio</i>	18.327,2
7.	Razem	475.339,9

Na dzień 31 grudnia 2011 roku w spółkach radiofonii i telewizji publicznej pozostały środki publiczne w łącznej kwocie 7.583,2 tys. zł, w tym środki z rachunku bankowego KRRiT w kwocie 5.580,5 tys. zł (Telewizja Polska 4.757,8 tys. zł, Polskie Radio 85,8 tys. zł, spółki radiofonii regionalnej 737,0 tys. zł). Powyższa nadwyżka

środków przeszła do wykorzystania na finansowanie misji publicznej w 2012 roku.

Łączne koszty w 2011 roku związane z realizacją misji w publicznej radiofonii i telewizji wyniosły około 2 miliardów 40 milionów złotych.

TABELA NR 15

(w mln zł):

Koszty misji publicznej	Razem nadawcy publiczni	Telewizja Polska	Polskie Radio	Spółki regionalnej radiofonii
Razem	2.039,6 (100,0%)	1.629,6 (79,9%)	229,6 (11,3%)	180,4 (8,8%)
z tego:				
1. Koszty tworzenia programów	1.653,3 (81,1%)	1.332,6	160,9	159,8
z tego:				
1) programy ogólnokrajowe	1.057,2	916,1	141,1	x
2) program TVP Info	125,9	125,9	x	x
3) programy regionalne	319,6	164,7	x	154,9
4) programy dla odbiorców za granicą	68,3	50,6	17,7	x
5) programy dla społeczności lokalnych	4,9	x	x	4,9
6) programy wyspecjalizowane	77,4	75,3	2,1	x
2. Koszty rozpowszechniania	218,2 (10,7%)	155,4	42,6	20,2
z tego:				
1) programy ogólnokrajowe	119,4	82,4	37,0	x
2) program TVP Info	25,6	25,6	x	x
3) programy regionalne	27,4	32,8	x	19,5
4) programy dla odbiorców za granicą	12,0	7,9	4,1	x
5) programy dla społeczności lokalnych	0,7	x	x	0,7

6) programy wyspecjalizowane	21,5	20,2	1,3	x
7) inne usługi związane z realizacją misji publicznej	11,6	11,4	0,2	x
3. Pozostałe koszty misji ^{x)}	168,1 (8,2%)	141,6	26,1	0,4

x)

- a. w Telewizji Polskiej - koszty innych usług związanych z realizacją misji, m.in. z: działalnością Ośrodka Emisji, Ośrodka TVP Technologie, Biura Współpracy Międzynarodowej i Handlu, Ośrodka Mediów Interaktywnych, koszty Agencji Produkcji Telewizyjnej w części dotyczącej m.in. kosztów kopii, nagrań wizji i dźwięku, przeglądów technicznych i emisyjnych, koszty Agencji Filmowej w części dotyczącej m.in. kosztów filmów kinowych w produkcji i ukończonych, co do których nie zostały podpisane porozumienia z antenami, kosztów scenariuszy, recenzji, opracowań przygotowywanych do produkcji filmów, seriali fabularnych, audycji dokumentalnych, teatru telewizji, ponadto koszty wymiany newsów z Eurowizją, koszty rozpowszechniania przekazów teletekstowych, koszty tłumaczeń i przygotowywania materiałów na festiwal; koszty z wyłączeniem kosztów usług transmisyjnych;
- b. w Polskim Radiu - koszty innych usług związanych z realizacją misji, m.in. z: działalnością Orkiestry Amadeus, Audioportalu Informacyjnego, Studia Reportażu i Dokumentu;
- c. w spółkach regionalnych – koszty eksploatacji własnych nadajników.

W kosztach ogółem nadawców publicznych koszty tworzenia programów stanowiły 81,1%, koszty rozpowszechniania – 10,7% oraz pozostałe koszty misji publicznej – 8,2%.

Koszty związane z realizacją misji publicznej zostały poniesione przez nadawców publicznych w 2011 roku na następujące zadania:

TABELA NR 16

(w mln zł):

Wyszczególnienie		2011 rok	
		koszty	% udział
1.	Telewizja Polska		
a	tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych (Program I - 524,2 mln zł, Program II - 474,3 mln zł)	998,5	61,3%
b	tworzenie i rozpowszechnianie programu TVP Info	151,5	9,3%
c	tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych (Oddział Terenowy w: Białymstoku – 9,5 mln zł, Bydgoszczy – 10,8 mln zł, Gdańsku – 10,2 mln zł, Gorzowie Wielkopolskim – 5,4 mln zł, Katowicach – 12,6 mln zł, Kielcach – 6,2 mln zł, Krakowie – 11,1 mln zł, Lublinie – 9,2 mln zł, Łodzi -14,5 mln zł, Olsztynie – 5,1 mln zł, Opolu – 4,3 mln zł, Poznaniu -13,5 mln zł, Rzeszowie – 7,1 mln zł, Szczecinie – 14,5 mln zł, Wrocławiu -17,5 mln zł, Warszawie – 21,1 mln zł)	172,6	10,6%
d	inne usługi związane z realizacją misji	153,0	9,4%
e	tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych (TVP Kultura, 19,6 mln zł, TVP Sport – 51,2 mln zł, TVP Historia- 10,2 mln zł, TVP HD – 10,1 mln zł, TVP Seriale – 4,3 mln zł)	95,5	5,9%
f	tworzenie i rozpowszechnianie programów dla odbiorców za granicą (TVP Polonia – 29,2 mln zł, TVP Bielsat – 29,3 mln zł)	58,5	3,6%
	Razem	1.629,6	100,0%

>>

2. Polskie Radio			
a	tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych (Program I – 61,3 mln zł, Program II – 42,9 mln zł, Program III – 50,4 mln zł, Program IV – 23,5 mln zł)	178,1	77,6%
b	tworzenie i rozpowszechnianie programów dla odbiorców za granicą	21,8	9,5%
c	inne usługi związane z realizacją misji	20,2	8,8%
d	budowa i eksploatacja nadawczych przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych	6,1	2,7%
e	tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych	3,4	1,4%
Razem		229,6	100,0%
3. Spółki radiofonii regionalnej razem			
a	tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych (Radio Białystok – 9,8 mln zł, Radio Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy – 9,1 mln zł, Radio Gdańsk – 13,1 mln zł, Radio Katowice – 11,3 mln zł, Radio Kielce – 8,9 mln zł, Radio Koszalin – 9,8 mln zł, Radio Kraków – 11,5 mln zł, Radio Lublin – 110,3 mln zł, Radio Łódź – 10,4 mln zł, Radio Olsztyn – 9,3 mln zł, Radio PRO FM Opole – 11,0 mln zł, Radio Merkury w Poznaniu – 11,2 mln zł, Radio Rzeszów – 9,7 mln zł, Radio Szczecin – 9,2 mln zł, Radio dla Ciebie w Warszawie – 11,0 mln zł, Radio Wrocław – 10,8 mln zł, Radio Zachód w Zielonej Górze – 8,0 mln zł)	174,4	96,7%
b	tworzenie i rozpowszechnianie programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych (Radio Koszalin – 0,4 mln zł, Radio Lublin – 0,8 mln zł, Radio Olsztyn – 0,2 mln zł, Radio Merkury w Poznaniu – 0,6 mln zł, Radio Szczecin – 0,9 mln zł, Radio Wrocław – 1,3 mln zł, Radio Zachód w Zielonej Górze – 1,4 mln zł)	5,6	3,1%
c	budowa i eksploatacja nadawczych przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych (Radio Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy – 0,2 mln zł, Radio PRO FM Opole – 0,2 mln zł)	0,4	0,2%
Razem		180,4	100,0%

Środki z rachunku bankowego KRRiT otrzymane w 2011 roku stanowiły w Telewizji Polskiej - 12,4% kosztów misji publicznej, w Polskim Radiu - 57,5%, w spółkach regionalnej radiofonii średnio - 73,7%.

Telewizja Polska oraz regionalne rozgłośnie Polskiego Radia poniosły w 2011 roku koszty związane z tworzeniem i rozpowszechnianie audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym w następującej wysokości: Telewizja Polska – 649,7 tys. zł, spółki regionalnej radiofonii – 1.306,2 tys. zł, z tego: Radio Białystok – 536,3 tys. zł, Radio Gdańsk – 223,3 tys. zł, Radio Katowice – 16,8 tys. zł, Radio Koszalin – 26,2 tys. zł,

Radio Kraków – 25,4 tys. zł, Radio Olsztyn – 226,1 tys. zł, Radio PRO FM Opole – 160,5 tys. zł, Radio Rzeszów – 68,8 tys. zł, Radio Szczecin – 16,4 tys. zł, Radio Wrocław – 6,3 tys. zł.

Zgodnie z art. 19 ust. 7 ustawy z 30 czerwca 2005 roku o kinematografii telewizja publiczna jest zobowiązana przeznaczyć na produkcję filmową nie mniej niż 1,5% otrzymanych wpływów abonamentowych. Nakłady Telewizji Polskiej na produkcję filmową w 2011 roku wyniosły 3.215,5 tys. zł, stanowiły więc 103,2% wymaganego minimum (3.081,3 tys. zł) wynikającego z ustawy o kinematografii.

6.6 Liczba abonentów. Zwolnienia od opłat.

Umarzanie zaległości

Liczba abonentów używających zarejestrowane odbiorniki radiowe i telewizyjne według stanu z 31 grudnia 2011 roku¹⁶ kształtowała się następująco:

- abonenci ogółem: 6.887.882
z tego:
- abonenci telewizyjni
lub radiowo-telewizyjni: 6.652.477
- abonenci wyłącznie radiowi: 235.405

W 2011 roku w porównaniu do 2010 roku odnotowano spadek ogólnej liczby abonentów posiadających zarejestrowane odbiorniki o 50.981 osób.

Według stanu z 31 grudnia 2011 roku zaledwie 30,7% gospodarstw domowych posiadało zarejestrowane odbiorniki rtv i powinno terminowo wносить opłaty abonamentowe, co jest pogorszeniem sytuacji w porównaniu do lat poprzednich.

Zwolnienia od opłat abonamentowych

Według stanu z 31 grudnia 2011 roku aż 2.616.912 abonentów było zwolnionych od wnoszenia opłat abonamentowych. Zestawienie abonentów zwolnionych od opłat abonamentowych w podziale na poszczególne tytuły do zwolnienia zawiera poniższa tabela.

TABELA NR 17

Lp.	OSOBY ZWOLNIONE OD OPŁAT ABONAMENTOWYCH	2009 rok	2010 rok	2011 rok
		liczba /%		
1	2	3	4	5
1	które ukończyły 75 lat	998 573	1 062 891	1 108 713
		50,94%	42,87%	42,37%
2	inwalidzi I grupy	780 906	779 294	778 371
		39,83%	31,44%	29,74%
3	całkowicie niezdolne do pracy	44 197	59 778	62 239
		2,25%	2,41%	2,38%
4	o znacznym stopniu niepełnosprawności	64 079	74 847	80 077
		3,27%	3,02%	3,06%
5	o trwałej lub okresowej niezdolności do pracy w gospodarstwie rolnym	3 702	6 205	6 935
		0,19%	0,25%	0,26%
6	otrzymujące świadczenie pielęgnacyjne	13 875	14 635	15 073
		0,71%	0,59%	0,58%
7	otrzymujące rentę socjalną	2 584	3 393	3 612
		0,13%	0,14%	0,14%
8	niesłyszące	14 092	14 673	14 934
		0,72%	0,59%	0,57%
9	niewidome	12 129	12 506	12 731
		0,62%	0,50%	0,49%
10	inwalidzi wojenni/wojskowi	20 049	20 118	20 127
		1,02%	0,81%	0,77%

¹⁶ dane Poczty Polskiej

11	kombatanci - inwalidzi wojennymi/wojskowymi	1 098	1 139	1 173
		0,06%	0,05%	0,04%
12	członkowie rodzin kombatantów - inwalidów wojennych/wojskowych	1 032	1 165	1 231
		0,05%	0,05%	0,05%
13	ofiary represji wojennych	2 612	2 748	2 816
		0,13%	0,11%	0,11%
14	członkowie rodzin ofiar represji wojennych	470	525	550
		0,02%	0,02%	0,02%
15	inwalidzi przymusowo zatrudnieni w kopalniach, kamieniołomach itp.	1 027	1 036	1 037
		0,05%	0,04%	0,04%
16	które ukończyły 60 lat i mają prawo do emerytury	0	380 628	453 878
		0,00%	15,35%	17,34%
17	pobierające świadczenia rodzinne	0	2 000	2 297
		0,00%	0,08%	0,09%
18	pobierające świadczenia pieniężne z pomocy społecznej	0	2 357	2 750
		0,00%	0,10%	0,10%
19	bezrobotne	0	18 118	22 837
		0,00%	0,73%	0,87%
20	mające prawo do zasiłku przedemerytalnego	0	10 195	11 681
		0,00%	0,41%	0,45%
21	mające prawo do świadczenia przedemerytalnego	0	10 808	13 850
		0,00%	0,44%	0,53%
	RAZEM, z tego	1 960 476	2 479 059	2 616 912
		100,00%	100,00%	100,00%
1)	poz. 1 - 15	1 960 425	2 054 953	2 109 619
		100,00%	82,89%	80,62%
2)	poz. 16 -21	0	424 106	507 293
		0,00%	17,11%	19,38%

*Umarzanie i rozkładanie na raty zaległości
w opłatach abonamentowych*

Na wniosek kierowników jednostek Poczty Polskiej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w 2011 roku przyjęła 8 uchwał w sprawie umorzenia zaległości w opłatach abonamentowych na łączną kwotę 12.655,5 tys. zł.

W wyjątkowych sytuacjach, jeżeli przemawiają za tym szczególne względy społeczne lub przypadki losowe, Krajowa Rada może umorzyć lub rozłożyć na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych oraz odsetki za zwłokę w ich uiszczeniu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ustaliła¹⁷ kryteria dochodowe, które stanowią podstawę do rozstrzygnięć indywidualnych w zakresie wniosków o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości w opłatach abonamentowych. W latach 2005-2011 Krajowa Rada umarzała lub rozkładała na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych oraz odsetki za zwłokę w ich uiszczaniu abonentom-dłużnikom, których dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym nie przekraczał:

- 60% minimalnego wynagrodzenia brutto za pracę – w gospodarstwie wieloosobowym;
- 80% minimalnego wynagrodzenia brutto za pracę – w gospodarstwie jednoosobowym.

Od 2012 roku Krajowa Rada będzie umarzała zaległości w płatności opłat abonamentowych oraz odsetki za zwłokę w ich uiszczaniu abonentom-dłużnikom, których dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym nie będzie przekraczał:

- 55,5% minimalnego wynagrodzenia brutto za pracę – w gospodarstwie wieloosobowym;
- 74,0% minimalnego wynagrodzenia brutto za pracę – w gospodarstwie jednoosobowym.

Krajowa Rada przyjęła też¹⁸ „Wewnętrzne procedury związane z rozstrzygnięciem wniosków o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych, odsetek za zwłokę w ich uiszczaniu, opłaty za używanie niezarejestrowanego odbiornika radiofonicznego lub telewizyjnego oraz odsetek za zwłokę w jej uiszczeniu”.

W 2011 roku rozpatrzono 16.046 wniosków abonentów-dłużników z lat 2007–2011¹⁹. Skutki finansowe 54 uchwał KRRiT przyjętych w 2011 roku w sprawie umorzenia zaległości w płatności opłat abonamentowych i odsetek za zwłokę w ich uiszczaniu, wynoszą łącznie 8.799,1 tys. zł. Na raty rozłożono zaległości w łącznej kwocie 1.984,0 tys. zł, z czego spłacono kwotę 399,8 tys. zł.

Ubytek wpływów abonamentowych i zaległości w terminowym wnoszeniu opłat

Przy założeniu, że wszystkie gospodarstwa domowe mają zarejestrowane odbiorniki rtv i wnoszą opłaty potencjalne wpływy abonamentowe (bez uwzględnienia wpływów od abonentów instytucjonalnych) w 2011 roku powinny wynosić około 2,6 mld zł (netto). Ubytek wpływów abonamentowych według stanu na 31 grudnia 2011 roku wynosił z tytułu:

- używania niezarejestrowanych odbiorników w gospodarstwach domowych
- ok. 1,3 mld zł;
- zwolnień od opłat abonamentowych rtv
- ok. 0,5 mld zł.

Jednocześnie według stanu z 31 grudnia 2011 roku ok. 3.017 tysiące gospodarstw domowych zalegało z opłatami powyżej jednego miesiąca, co spowodowało zaległości w opłatach abonamentowych na kwotę ponad 2,1 mld złotych (netto). Spółka Poczta Polska podała, że na dzień 31 grudnia 2011 roku przedawnieniu uległy zaległości w płatności opłat abonamentowych za 2006 rok w kwocie 283,7 mln zł²⁰.

¹⁷ Uchwały Nr: 302/2005 z 30 czerwca 2005 roku, nr 309/2005 z 12 lipca 2005 roku i Nr 520/2011 z 25 października 2011 r.

¹⁸ Uchwały KRRiT: Nr 545/2006 z 3 października 2006 r., Nr 639/2006 z 13 grudnia 2006 r. i Nr 508/2010 z 9 listopada 2010 r.

¹⁹ W 2010 r. wpłynęło ok. 52.500 listów (w tym 3.115 e-maili) w sprawie opłat abonamentowych za używanie odbiorników rtv. Udzielono 41.482 odpowiedzi.

²⁰ Zaległości w płatności opłat abonamentowych ulegają przedawnieniu po upływie 5 lat, licząc od końca roku, w którym upłynął termin ich płatności

7 ORZECZNICTWO SĄDOWE

7.1 Skargi i odwołania

W 2011 roku zostało złożonych 8 skarg do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie na orzeczenia Przewodniczącego KRRiT. Skargi składane były przede wszystkim wtedy, gdy podmioty zainteresowane uzyskaniem koncesji nie uzyskały jej i kwestionowały zasadność rozstrzygnięcia organu. W tym trybie kwestionowane były również poszczególne postanowienia koncesji, np. wysokość opłaty za udzielenie koncesji. W 6 sprawach Wojewódzki Sąd Administracyjny wydał orzeczenia kończące postępowanie w I instancji: 4 skargi zostały odrzucone, 2 decyzje Przewodniczącego KRRiT zostały uchylone.

W związku z decyzjami o nałożeniu kary w 2011 roku w 11 sprawach nadawcy złożyli odwołania do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego. Sąd wydał wyroki w 5 spośród tych spraw, oddalając wszystkie odwołania nadawców.

7.2 Wybrane wyroki – wnioski i wskazania dla KRRiT

Trybunał Konstytucyjny w wyroku z 19 lipca 2011 roku wydanym w związku z pytaniem prawnym Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego stwierdził niezgodność art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji i rozporządzenia KRRiT w sprawie opłat za udzielenie koncesji z normami Konstytucji RP. Trybunał odroczył utratę mocy obowiązującej tych przepisów na 12 miesięcy. W związku z ww. wyrokiem istnieje konieczność pilnego uregulowania zagadnień dotyczących opłat za udzielenie koncesji. W przypadku braku właściwej regulacji ustawowej po upływie okresu odroczonej utraty mocy obowiązującej, nie będzie podstaw do naliczania opłat za udzielenie

koncesji, co w konsekwencji oznaczałoby brak możliwości funkcjonowania zasady odpłatnego koncesjonowania rozpowszechniania programów.

Naczelny Sąd Administracyjny 4 marca 2011 roku oddalił skargę kasacyjną spółki Polskie Media złożoną od wyroku z 19 maja 2009 roku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego. Sąd wskazał, iż jest uprawnione takie sformułowanie treści ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT na podstawie art. 34 ustawy o radiofonii i telewizji, aby skierowane zostało do podmiotów już posiadających koncesję. Ponadto NSA wskazał, iż zmiana koncesji (rozszerzenie) polegająca na przyznaniu nadawcy prawa do rozpowszechniania programu z wykorzystaniem kolejnej częstotliwości wymaga zastosowania procedury jak przy udzieleniu koncesji, co oznacza że konieczne jest w takiej sytuacji wydanie przez Przewodniczącego KRRiT ogłoszenia. Wyrok ten potwierdza poprawność dotychczasowej praktyki Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Sąd Apelacyjny 11 sierpnia 2011 roku uwzględniając apelację Przewodniczącego KRRiT zmienił wyrok z 26 sierpnia 2009 roku Sądu Okręgowego, na podstawie którego uchylona została decyzja nr 6/2008 Przewodniczącego KRRiT, nakładająca karę na spółkę TVN w wysokości 471.000 zł w związku z emisją 25 marca 2008 roku audycji z cyklu *Kuba Wojewódzki*. Sąd podkreślił, iż flaga państwowa podlega szczególnej ochronie prawnej, a w wymienionej audycji nie było żadnych oznak szacunku dla flagi państwowej, co jest również sprzeczne z moralnością. W ocenie Sądu dla nałożenia kary nie jest konieczne stwierdzenie popełnienia przestępstwa. Wyrok będzie istotną wskazówką interpretacyjną w innych postępowaniach dotyczących oceny treści audycji pod kątem zgodności z art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

8 UDZIAŁ W PRACACH INSTYTUCJI I ORGANIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH

Międzynarodowa działalność KRRiT wynika z upoważnienia zawartego w art. 6 ust. 2 pkt 9 ustawy o radiofonii i telewizji⁹. Przy planowaniu kierunków działalności międzynarodowej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uwzględnia priorytety polskiej polityki zagranicznej, kierunki europejskiej polityki audiowizualnej oraz potrzeby wynikające z bieżącej działalności KRRiT. Na międzynarodową działalność KRRiT składają się dwa, ściśle związane ze sobą kierunki strategiczne:

- zewnętrzny, związany z udziałem KRRiT w procesie współpracy z innymi urzędami podczas przygotowywania stanowisk Polski w kwestiach należących do kompetencji KRRiT;
- wewnętrzny mający na celu wsparcie polskich instytucji w ich działalności oraz dostarczenie informacji dotyczących kwestii międzynarodowych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji bierze udział w tworzeniu i realizacji europejskiej polityki audiowizualnej poprzez pracę w stałych i roboczych gremiach Unii Europejskiej i Rady Europy a także poprzez udział w pracach organizacji i forów międzynarodowych działających w sektorze mediów takich, jak: Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA), Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EOA), Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF) czy Forum Audiowizualnych Organów Regulacyjnych UE.

Zmiany w ustawie o radiofonii i telewizji związane z implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych nałożyły obowiązek współpracy KRRiT z organami regulacyjnymi państw członkow-

skich Unii Europejskiej. Współpraca taka realizowana jest na kilku poziomach: europejskim (EPRA), regionalnym (CERF) oraz na poziomie bieżącej współpracy bilateralnej z odpowiednikami Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w innych krajach.

8.1 Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)

W 2011 roku odbyły się dwa spotkania Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych. Podczas tych spotkań omówiono istotne i aktualne problemy dotyczące mediów audiowizualnych, do których w szczególności należą kwestie związane z regulacją usług nielinearnych, lokowaniem produktów, telewizją hybrydową.

Po dwóch latach obowiązywania nowych regulacji dotyczących usług na żądanie widać wyraźnie, że implementacja dyrektywy w tym zakresie stwarza wiele praktycznych problemów. Wyzwania, z którymi borykają się organy regulacyjne to przede wszystkim identyfikacja tego rodzaju usług, a więc rozpoznawanie granic między tradycyjnymi a nowymi mediami, ustalenie dostawcy i miejsca ustanowienia usługi co wiąże się z ustaleniem kraju sprawującego jurysdykcję nad daną usługą, ochrona małoletnich w usługach na żądanie, wypełnianie kwot europejskich w usługach na żądanie. W tych kwestiach niezwykle ważna jest ścisła współpraca z organami regulacyjnymi innych państw oraz Komisją Europejską.

Dopuszczona w dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych możliwość odpłatnego umieszczania w audycjach produktów, w opinii wielu organów regulacyjnych generuje wiele wyzwań związanych z kwalifikowaniem oraz monitorowaniem tego rodzaju przekazów. Do najczęściej wymienianych kwestii należą: relacje między lokowaniem produktu

²¹ organizowanie i inicjowanie współpracy z zagranicą w dziedzinie radiofonii i telewizji, w tym współpracy z organami regulacyjnymi państw członkowskich Unii Europejskiej, właściwymi w sprawach usług medialnych;

a sponsoringiem; pojęcie „nadmiernej ekspozycji” produktu i mierniki oceny takiej ekspozycji, lokowanie tematów. Istniejąca w ramach Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych korespondencyjna grupa robocza stała się bardzo przydatnym forum wymiany doświadczeń i dyskusowania o praktycznych rozwiązaniach w tym zakresie.

Telewizja hybrydowa łączy dwa środowiska: regulowane (tradycyjna telewizja) i w niewielkim stopniu regulowane (Internet). Nowa technologia niewątpliwie będzie miała istotny wpływ na wszystkich uczestników rynku audiowizualnego, począwszy od konsumentów, producentów sprzętu audiowizualnego, nadawców i producentów treści. Rozwój telewizji hybrydowej jest nieuchronny i celowy zarówno z punktu widzenia odbiorcy, gdyż stanowi dla niego przyjazny ekosystem, jak też otwarcia nowych rynków. Organy regulacyjne, a także Komisja Europejska obserwują ten sektor rynku, widząc potencjał nowej technologii, ale także dostrzegają możliwe zagrożenia.

W maju 2013 roku Polska będzie gospodarzem spotkania Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpoczęła przygotowania do tego ważnego wydarzenia.

8.2 Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF)

W dniach 15-16 września 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji była gospodarzem III spotkania Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej, zrzeszającego organy regulacyjne sektora audiowizualnego z Czech, Polski, Rumunii, Serbii, Słowacji i Węgier.

Dyskusja podczas obrad w Warszawie dotyczyła następujących problemów: zapowiedzi audycji własnych nadawców, monitoringu kampanii wyborczych w mediach, współpracy regulatorów w kontekście tzw. nadawców „zdelokalizowanych”, przebiegu procesu cyfryzacji telewizji, przyszłości radia, stosowania zasad must-carry i must-offer oraz roli regulatorów w kwalifikacji przekazów wykorzystujących wysokopłatne usługi w mediach.

Spotkania w ramach CERF są przykładem współpracy regionalnej państw europejskich, praktycznej wymiany doświadczeń i rozwiązywania problemów wspólnych dla krajów europejskich należących do tego forum.

W 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji poparła inicjatywę utworzenia Forum Audiowizualnych Organów Regulacyjnych Unii Europejskiej, którego celem będzie prezentowanie wspólnych stanowisk w stosunku do innych organizacji i gremiów międzynarodowych, a zwłaszcza Unii Europejskiej. Swoje poparcie dla tej inicjatywy zadeklarowały także Bułgaria, Cypr, Czechy, Francja, Grecja, Malta, Portugalia, Rumunia, Słowacja i Węgry.

9 RELACJE SPOŁECZNE I DZIAŁALNOŚĆ INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

9.1 Przykłady działań informacyjno-edukacyjnych KRRiT

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 2 marca 2011 roku podpisała list intencyjny dotyczący współpracy KRRiT z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi. Pierwszym wspólnym przedsięwzięciem była organizowana pod patronatem KRRiT konferencja *Telewizja cyfrowa dla wszystkich*, która odbyła się 15 i 16 kwietnia w ramach targów Poznań Media Expo. Pierwszy dzień konferencji poświęcony był problemom dostępu do telewizji cyfrowej dla osób niepełnosprawnych, starszych i niezamożnych w ramach zapobiegania wykluczeniu cyfrowemu. Drugi dzień, otwarty dla wszystkich zainteresowanych stanowił element kampanii promocyjnej cyfrowej telewizji i radiofonii.

Przewodniczący KRRiT i prezes Fundacji Nowe Media Robert Bogdański 9 maja 2011 roku podpisali list intencyjny w sprawie organizacji Olimpiady Medialnej - konkursu wiedzy i umiejętności związanego z nowoczesnymi mediami, cyfryzacją oraz poszanowaniem praw autorskich. Pomimo trudności finansowych, spowodowanych nieuzyskaniem wsparcia ze strony administracji rządowej, przewiduje się, że pierwsza edycja konkursu zostanie rozstrzygnięta w 2012 roku. Olimpiada skierowana jest do wszystkich liceów w Polsce oraz gimnazjów z województwa mazowieckiego. W Olimpiadzie będzie mogło wziąć udział co najmniej 6000 młodych osób. Tematem głównym pierwszej edycji będzie proces cyfryzacji telewizji naziemnej. Konkurs obejmie też m.in. takie zagadnienia, jak transformacja mediów, różnice między reklamą a informacją, opiniotwórczość mediów, krytyczny odbiór źródeł informacji, zasady udziału w debacie, umiejętność wyszukiwania informacji. Olimpiada ma m.in. uczyć świadomego odbioru treści przekazywanych w mediach. Projekt wpisuje się w dotychczasowe działania KRRiT, która od 2000 roku organizuje

i uczestniczy w przedsięwzięciach poświęconych edukacji medialnej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji oraz organizacje przedsiębiorców 13 czerwca 2011 roku podpisały porozumienie dotyczące popularyzacji opłat abonamentowych rtv. Do porozumienia przystąpiły Business Centre Club, Stowarzyszenie Agro Biznes Klub, Krajowa Izba Gospodarcza, Związek Rzemiosła Polskiego i Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Organizacje pracodawców zadeklarowały, że będą zachęcać swoich członków do rejestracji odbiorników rtv oraz terminowego wnoszenia opłat abonamentowych. KRRiT przekonywała przedsiębiorców aby płacenie abonamentu traktowali jako etyczne działanie w biznesie, gdyż jak pokazały doświadczenia innych krajów etyczny biznes jest opłacalny. Patronat medialny nad działaniami KRRiT w ramach porozumienia podpisanego z przedsiębiorcami objął dziennik *Puls Biznesu*.

Podczas Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni 11 czerwca 2011 roku z udziałem przedstawicieli Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej odbyło się zorganizowane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji spotkanie z nadawcami telewizyjnymi i producentami. Spotkanie miało charakter roboczy i wpisywało się w działania KRRiT realizowane w ramach konstruowania prawa przyjaznego nadawcom. Dyskusja toczyła się wokół tych ustawowych regulacji, które uległy zmianie w wyniku implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych. Nowe regulacje znacznie zmieniły m.in. dotychczasowe przepisy dotyczące autopromocji, ogłoszeń nadawcy, a także lokowania produktu. Autopromocja po nowelizacji ustawy stała się jedną z form reklamy, która podlega wszystkim regułom prawnym nałożonym na tę formę przekazu handlo-

wego (m.in. odróżnienie od materiału redakcyjnego, godzinowe ograniczenia czasu nadawania reklamy i telesprzedazy). Ogłoszenia nadawcy ograniczające się wyłącznie do podania informacji o audycjach lub zawierające fragmenty tych audycji zostały zwolnione z ograniczeń czasowych. Jednak muszą być wolne od elementu promocji i zachęty dla widza, co wzbudziło największe kontrowersje nadawców, podobnie jak przepis nakładający ograniczenie czasowe, nie więcej niż 2 minuty na godzinę oraz wymóg, aby ogłoszenia były nadawane wyłącznie pomiędzy audycjami. Nadawcy wskazywali, że odbędzie się to ze szkodą dla widza, który nie zostanie wystarczająco dobrze poinformowany o ofercie programowej. Producenci przedstawili trudności związane z przygotowywaniem dla nadawców wykazów produktów lokowanych w programach, szczególnie zagranicznych, oraz kontroli tego obowiązku przez KRRiT. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zadeklarowała kontynuowanie podobnych spotkań służących wypracowywaniu prawa przyjaznego nadawcom.

W dniach 8-10 czerwca 2011 roku na Politechnice Poznańskiej pod patronatem Przewodniczącego KRRiT odbyła się XI edycja Krajowej Konferencji Radiokomunikacji Radiofonii i Telewizji, która jest dorocznym spotkaniem ludzi nauki, przemysłu i przedstawicieli rynku telekomunikacji bezprzewodowej. Konferencja organizowana jest kolejno przez wyższe uczelnie techniczne z Warszawy, Krakowa, Gdańska, Wrocławia i Poznania. W trakcie konferencji zaprezentowane zostały aktualne osiągnięcia naukowe i techniczne oraz trendy w radiokomunikacji, radiofonii, telewizji i technikach multimedialnych. Spotkaniu towarzyszyła wystawa prezentująca osiągnięcia instytutów naukowych, wydawców literatury naukowo-technicznej, producentów sprzętu i operatorów telekomunikacyjnych. Poznańska impreza zgromadziła ok. 300 uczestników, wygłoszono liczne referaty ple-

narne, odbyło się ponad sto prezentacji w czterech równoległych sesjach tematycznych i pięciu sesjach firmowych. Poruszano problemy m.in. z zakresu: kompatybilności elektromagnetycznej, rynkowych aspektów stosowania technik radiowych, planowania i optymalizacji sieci radiowych, technik pomiarowych i antenowych, radiofonii cyfrowej i multimediiów. Specjalny nacisk Komitet Programowy położył na promowanie wystąpień młodych naukowców, przyznając nagrody dla studentów i doktorantów.

Pod hasłem *Media i wybory 27 czerwca 2011 roku* z udziałem medioznawców, nadawców oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych odbyła się konferencja zorganizowana wspólnie przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Kancelarię Prezydenta RP. Do dyskusji zaproszono przedstawicieli organizacji pozarządowych, gdyż te organizacje reprezentują społeczeństwo obywatelskie, edukują i wspierają zaangażowanie obywateli np. poprzez tzw. działania profrekwencyjne. W warsztatowej części konferencji organizacje pozarządowe w oparciu o dotychczasowe doświadczenia zaproponowały różne metody pozyskiwania informacji o programach wyborczych kandydatów i samych kandydatach. Zaprezentowane zostały także spoty frekwencyjne i pomysły na rzetelne i ciekawe informowanie o wyborach. W ocenie organizacji ważne jest nie tylko ile czasu nadawcy poświęcają na wybory, ale jaką jakość mają prezentowane przez nich przekazy. Zbyt mało miejsca poświęca się samemu aktowi uczestniczenia obywatela w wyborach. Konferencja *Media i wybory* była kontynuacją działań KRRiT zapoczątkowanych przed kampanią wyborczą w 2010 roku, zmierzających do rzetelnego informowania zarówno o przebiegu kampanii, jak i samym udziale w wyborach, jako jednym z najważniejszych elementów budowania demokratycznego społeczeństwa.

Kontynuując dyskusję dotyczącą zasad relacjonowania kampanii wyborczej w mediach Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w dniach 24-26 sierpnia 2011 roku zorganizowała spotkania z przedstawicielami nadawców radiowych i telewizyjnych, publicznych i komercyjnych oraz organizacji pozarządowych. Organizacje pozarządowe podkreśliły, że w kampanii parlamentarnej położą nacisk na informowanie o nowych procedurach wyborczych (m.in. głosowanie korespondencyjne, głosowanie przez pełnomocnika). Będą też zachęcały do głosowania osoby niepełnosprawne i kobiety. Przygotują spoty frekwencyjne oraz przeprowadzą monitoring audycji informacyjnych i publicystycznych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 29 czerwca 2011 roku zorganizowała seminarium, które zostało poświęcone ochronie małoletnich przed treściami zagrażającymi ich rozwojowi. Zgodnie z art. 18 ustawy nadawcy zobowiązani są do oznaczania odpowiednimi symbolami lub zapowiadania formułami słownymi tych audycji, które są kierowane do poszczególnych grup odbiorców. Psycholodzy, medioznawcy, nadawcy, przedstawiciele organizacji społecznych wspólnie z KRRiT zastanawiali się nad skutecznością aktualnego systemu ochrony. Czy media trafnie oznaczają audycje i czy te oznaczenia pomagają rodzicom w wyborze oferty dla dzieci? Wszyscy uczestnicy spotkania podkreślali, że bardzo ważną rolę odgrywa edukacja dorosłych oraz dzieci i młodzieży, w szczególności kształcenie kompetencji do odbioru treści emitowanych w mediach elektronicznych. Nadawcy podkreślali, że widzą tu także swoją rolę gdyż oznaczanie audycji ma sens tylko wtedy, jeśli jest zrozumiałe, ma swoje uzasadnienie w opinii widzów oraz spełnia swoją rolę w stosunku do najmłodszych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zadeklarowała organizowanie w podobnym gronie innych seminariów dotyczących ważnych społecznie zagadnień.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyznała nagrody na XVII Ogólnopolskim Przeglądzie Twórczości Radiowej w dziedzinie reportażu i dokumentu. Grand

Prix za reportaż *Wróć, kiedy słońce już nie będzie mi potrzebne* otrzymała Patrycja Gruszyńska-Ruman ze Studia Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia. Jury doceniło znakomity warsztat radiowy oraz ukazanie z wielką wrażliwością i kulturą mało znanego zdarzenia - śmierci 3 czerwca 1982 roku w niewyjaśnionych okolicznościach warszawskiego licealisty Emila Barchańskiego. Wyróżnienie honorowe KRRiT przyznano Hannie Bogoryja Zakrzewskiej, autorce reportażu *Szukałam Was*. Autorkę wyróżniono za pokazanie przejmującego portretu matki, która z determinacją przez 20 lat poszukiwała własnych dzieci.

9.2 Edukacja medialna

W 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontynuowała swoje zaangażowanie w dziedzinie edukacji medialnej. W wyniku nowelizacji ustawy związanej z wdrożeniem dyrektywy *upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej) oraz współpraca z innymi organami państwowymi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami w zakresie edukacji medialnej* stanowi ustawową kompetencję KRRiT. W *Strategii Regulacyjnej na lata 2011-2013* Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła przekonanie, iż *podstawowe zadania z dziedziny edukacji medialnej spadają na system oświaty. KRRiT postrzega swą rolę jako uczestnika tego procesu, działającego zarówno we własnym zakresie (w tym w pozyskiwaniu współpracy mediów w upowszechnianiu kompetencji medialnej), jak i we współpracy z innymi instytucjami. Będzie też gromadziła wiedzę i występowała jako centrum kompetencji w tej dziedzinie.*

W 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji upowszechniła *Deklarację Brukselską w sprawie edukacji medialnej przez całe życie* oraz została partnerem i współorganizatorem pierwszej edycji Olimpiady Medialnej. Przedstawiciele KRRiT uczestniczyli w pracach Polskiego Komitetu Programu Informacja dla Wszystkich, działającego przy Polskim Komitecie do spraw UNESCO w zakresie wypracowania Stanowiska w kwestii *zapewnienia edukacji medialnej* wszyst-

kim grupom wiekowym i społecznym.

Wnioski zawarte w *Stanowisku* zostały szerzej omówione w części *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku*.

Wybór materiałów i opracowań dotyczących edukacji medialnej dostępny jest na stronie internetowej KRRiT pod adresem <http://www.krrit.gov.pl> w zakładce Edukacja medialna.

9.3 Stanowiska w ważnych sprawach publicznych - przykłady

Dziennikarz i bloger Łukasz Kasprowicz z lokalnej gazety *Fakty Mosińsko – Puszczykowskie* 25 stycznia 2011 roku został skazany przez Sąd Rejonowy w Poznaniu m. in. na 10 miesięcy ograniczenia wolności i zakaz wykonywania zawodu dziennikarza przez rok, za wpisy dotyczące działalności burmistrza Mosiny p. Zofii Springer. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie wnikając w istotę sporu pomiędzy lokalnym politykiem i dziennikarzem wyraziła zaniepokojenie wydanym orzeczeniem, gdyż podstawą skazania był art. 212 § 1 i 2 Kodeksu karnego. Niepokój KRRiT wzbudziła sytuacja, w której politycy prowadzą polemikę z prasą za pomocą przepisów prawa karnego. Wymierzony przez poznański sąd zakaz wykonywania zawodu dziennikarza przez okres jednego roku stanowi poważne ograniczenie wolności prasy, a praktyka taka naruszyła jeden z filarów państwa demokratycznego jakim jest prawo do wolnego i nieskrępowanego głoszenia swoich poglądów. Zdaniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, wyrażonym w stanowisku z 1 lutego 2011 roku, spory dotyczące ochrony dóbr osobistych powinny być rozstrzygane pomiędzy stronami na drodze cywilnoprawnej, a tym bardziej w sytuacji, jeżeli stronami sporu są polityk i dziennikarz. Po ponownym rozpoznaniu sprawy w wyroku z 8 czerwca Sąd Okręgowy uniewinnił dziennikarza. Sąd podkreślił w uzasadnieniu, że *każdy ma prawo do krytykowania działań innych, w tym funkcjonariuszy publicznych*.

W podobnej sprawie Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła stanowisko 31 maja 2011 roku gdy za przestępstwo określone w art. 212 Kodeksu Karnego skazany został red. Jerzy Jachowicz. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podkreślając konieczność zachowania należytych standardów pracy przez dziennikarzy zwróciła jednocześnie uwagę na niebezpieczeństwo ograniczania wolności słowa przy pomocy przepisów prawa karnego.

Obecność nadawców w Internecie, w tym na portalach społecznościowych, stanowi dziś oczywisty element kontaktów ze słuchaczami i widzami. Jest to również forma promowania programu i działań związanych z zadaniami realizowanymi przez nadawcę. Zdaniem KRRiT nadawcy publiczni powinni jednak zachować kontrolę redakcyjną nad treściami upowszechnianymi w Internecie, przede wszystkim przez umieszczanie ich na własnych portalach (w tym w serwisach społecznościowych). Nie powinni odsyłać odbiorcy do umieszczonych w Internecie treści niezbędnych do zrozumienia audycji. Prezentowanie na antenie faktu obecności nadawcy na innych portalach i w serwisach społecznościowych powinno mieć charakter informacji pozbawionej cech reklamy czy też promocji samych portali bądź serwisów. W stanowisku z 27 kwietnia 2011 roku KRRiT zapowiedziała, iż będzie oceniać poszczególne problemy powstające w procesie konwergencji mediów, w szczególności będzie reagować gdy w informacjach dotyczących portali czy stron internetowych wystąpi ukryty przekaz handlowy.

W stanowisku z 1 grudnia 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła zaniepokojenie z powodu powtarzających się aktów agresji wobec dziennikarzy podczas wykonywania przez nich obowiązków służbowych. Zdaniem KRRiT brutalne zachowania wobec dziennikarzy relacjonujących obchody Dnia Niepodległości i zniszczenie wozów transmisyjnych, niedawne pobicie pracownika stacji Polsat oraz wcześniejsza napaść na dziennikarzy w trakcie XIX pielgrzymki Rodziny Radia Maryja - to zdarzenia wymierzone nie

tylko przeciwko pracownikom mediów i poszczególnym nadawcom, ale także przeciwko systemowi demokratycznemu, w którym ważną rolę publiczną pełnią media. Agresja nie może burzyć konstytucyjnego porządku opartego między innymi na wolności słowa i obywatelskim prawie dostępu do informacji. Stąd potrzeba budowania jednoznacznego, społecznego potępienia wobec agresji wymierzonej przeciwko dziennikarzom i społecznej niezgody na akty przemocy i wandalizmu wobec mediów. To zadanie zarówno dla instytucji państwa (w tym odpowiedzialnych za bezpieczeństwo), nadawców, organizacji strzegących wolności słowa i niezależności mediów, jak i wszystkich obywateli korzystających z mediów.

Krajowa Rada z uznaniem przyjęła działania Ministerstwa Spraw Wewnętrznych zmierzające do lepszej ochrony dziennikarzy pełniących powinności służbowe. KRRiT zaapelowała do środowisk dziennikarskich o solidaryzm zawodowy w niezgodzie na agresję wymierzoną przeciwko dziennikarzom i mediom, niezależnie od różnic w poglądach.

W związku z niejasnościami, dotyczącymi możliwości obejrzenia cieszącej się ogromnym społecznym zainteresowaniem walki bokserskiej Adamek – Kliczko przez widzów korzystających z usług operatorów rozprowadzających programy oraz kontrowersjami wokół możliwości prawnych rozprowadzania przez polskich operatorów programu RTL posiadającego licencję na transmisję tej walki, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w stanowisku z 8 września 2011 roku podkreśliła, iż obowiązkiem nadawcy jest szczególna dbałość o dostęp widza do programu, tym bardziej

jeśli jest to program niekodowany. Z ustawy o radiofonii i telewizji wynika, że operator nie ma prawa dokonywania zmian w rozprowadzanym programie. KRRiT przeprowadza analizę obowiązującego prawa oraz umów zawieranych przez operatorów z właścicielami praw autorskich, której efektem będzie wydanie kierunkowego stanowiska wskazującego na problemy związane z rozprowadzaniem programu. W stanowisku zostanie również poruszona kwestia umów zawieranych przez operatorów z nadawcami.

9.4 Cyfryzacja urzędu

Aktywnym działaniom informacyjnym podejmowanym przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji służyć będzie uruchomiona we wrześniu 2011 roku nowa strona internetowa. Witryna uzyskała nowy charakter informacyjny, zgodny z oczekiwaniami różnych grup odbiorców, dla których strona internetowa coraz częściej jest pierwszym kontaktem z urzędem. Głównym celem zmiany było dotarcie do szerokiego grona osób zainteresowanych działaniami KRRiT i ułatwienie im odnalezienia potrzebnych informacji. Ważnym założeniem było również udostępnienie informacji osobom niepełnosprawnym, dla których poświęcono specjalny dział. Osobom niedowidzącym udostępniono opcję widoku w wysokim kontraście oraz możliwość powiększania czcionki. Nowa strona internetowa była jednym z elementów odświeżonej, spójnej identyfikacji wizualnej KRRiT. Pod koniec 2011 roku rozpoczął się też proces wdrażania Elektronicznego Obiegu Spraw i Dokumentów, który usprawni załatwianie spraw związanych z zadaniami KRRiT.

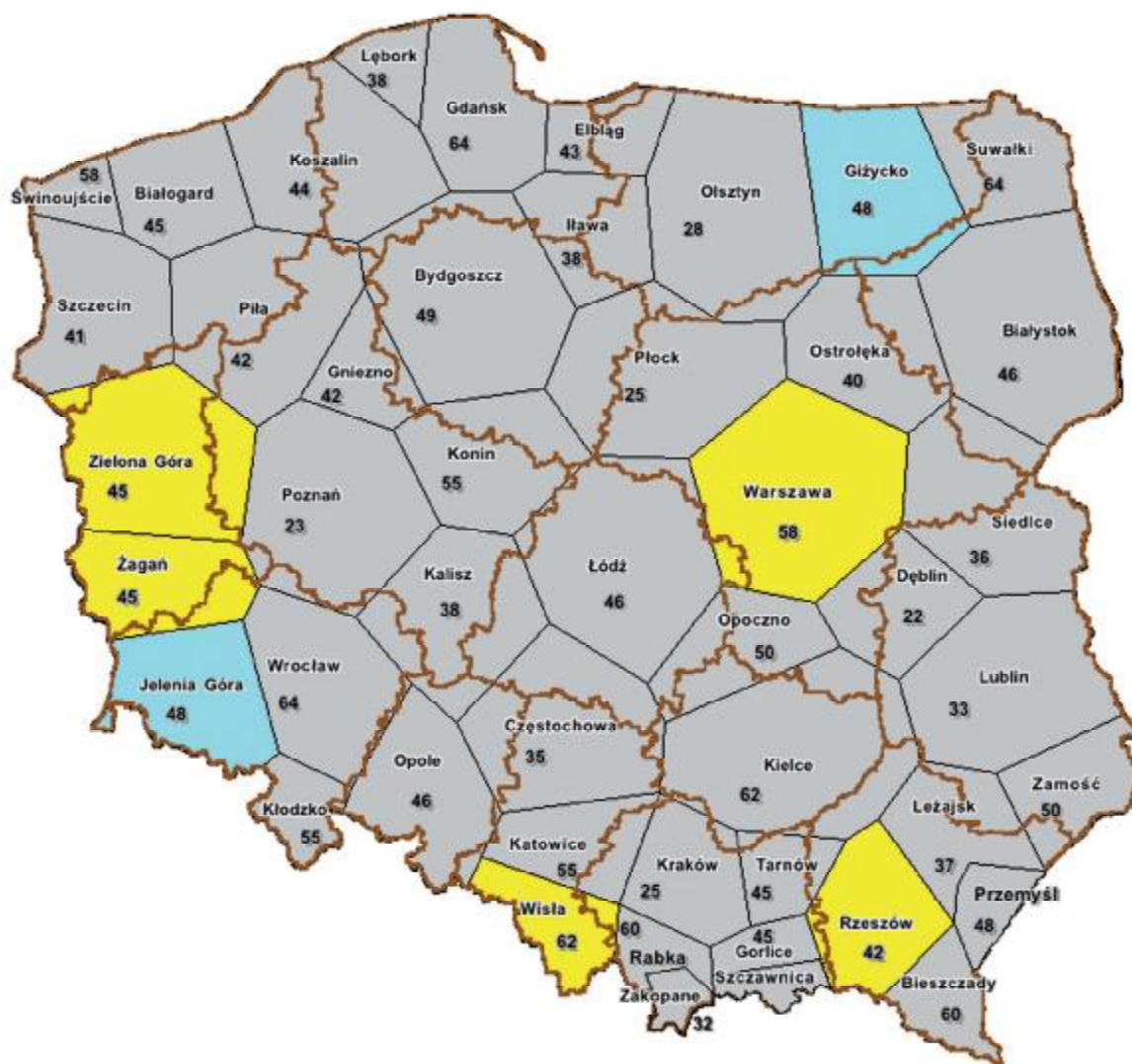
ZAŁĄCZNIKI DO SPRAWOZDANIA KRRiT >>
Z DZIAŁALNOŚCI W 2011 ROKU

ZAŁĄCZNIK NR 1 DO SPRAWOZDANIA Z DZIAŁALNOŚCI KRIT W 2011 ROKU

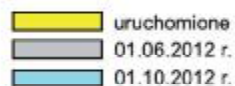
Wykaz stacji nadawczych w multipleksach 1-3 z podaniem wykorzystywanego kanału i mocy promieniowanej, terminu uruchomienia stacji oraz terminu wyłączenia emisji analogowych, a także mapy z obszarami zasięgów MUX1, MUX2 i MUX3

Stacja	Uruchomienie MUX 1	Stacja	Uruchomienie MUX 2	Stacja	Uruchomienie MUX 3 przejściowy	k TV		Stacja	Uruchomienie MUX 3 docelowy	Stacja	Wyłączenia analogu
						ERP [kW]	MUX 3				
Zielona Góra	2011-12-15	Zielona Góra	2010-09-30	Warszawa/Raszyn	2010-10-27	55	50	Warszawa/Raszyn	2014-04-27	Zielona Góra	2012-11-07
Żagań	2011-12-15	Żagań	2010-09-30	Poznań	2010-10-27	28	20	Poznań	2014-04-27	Żagań	2012-11-07
Rzeszów	2011-12-15	Warszawa/Raszyn	2010-09-30	Warszawa/PKIN	2010-10-27	55	2,5	Warszawa/PKIN	2014-04-27	Poznań	2012-11-28
Warszawa/Raszyn	2011-12-15	Poznań	2010-09-30	Gdańsk	2010-10-27	48	15	Gdańsk	2014-04-27	Gdańsk	2012-11-28
Wisła	2011-12-15	Warszawa/PKIN	2010-09-30	Szczecin	2010-10-27	49	10	Szczecin	2014-04-27	Ilawa	2012-11-28
Gdańsk	2012-06-01	Rzeszów	2010-12-31	Piła	2010-10-27	51	20	Piła	2014-04-27	Warszawa/Raszyn	2013-03-19
Ilawa	2012-06-01	Wisła	2010-12-31	Plock	2010-10-27	35	20	Plock	2014-04-27	Warszawa/PKIN	2013-03-19
Poznań	2012-06-01	Gdańsk	2010-12-31	Siedlce	2010-10-27	56	5	Siedlce	2014-04-27	Szczecin	2013-03-19
Szczecin	2012-06-01	Szczecin	2010-12-31	Ilawa	2010-10-27	46	50	Ilawa	2014-04-27	Rzeszów	2013-03-19
Elbląg	2012-06-01	Piła	2010-12-31	Rzeszów	2011-04-27	35	0,5	Rzeszów	2014-04-27	Elbląg	2013-03-19
Warszawa/PKIN	2012-06-01	Plock	2010-12-31	Białystok	2011-04-27	38	4	Białystok	2014-04-27	Wisła	2013-03-19
Częstochowa	2012-06-01	Siedlce	2010-12-31	Łódź	2011-04-27	47	0,4	Łódź	2014-04-27	Częstochowa	2013-04-22
Opole	2012-06-01	Ilawa	2011-04-30	Gorzów	2011-04-27	21	0,16	Lublin	2014-04-27	Opole	2013-04-22
Wrocław	2012-06-01	Częstochowa	2011-04-30	Lublin	2011-04-29	25	0,7	Częstochowa	2014-04-27	Wrocław	2013-04-22
Zakopane	2012-06-01	Białogard	2011-04-30	Częstochowa	2011-10-27	41	2	Olsztyn	2014-04-27	Zakopane	2013-04-22
Gorlice	2012-06-01	Kalisz	2011-04-30	Olsztyn	2011-10-27	44	2,5	Elbląg	2014-04-27	Kłodzko	2013-04-22
Kłodzko	2012-06-01	Świnoujście	2011-04-30	Elbląg	2011-10-27	45	10	Opole	2014-04-27	Rabka	2013-04-22
Rabka	2012-06-01	Olsztyn	2011-04-30	Opole	2011-10-27	43	2,5	Wrocław	2014-04-27	Szczawnica	2013-04-22
Szczawnica	2012-06-01	Elbląg	2011-07-31	Wrocław	2011-10-27	33	0,2	Bydgoszcz	2014-04-27	Tarnów	2013-04-22
Tarnów	2012-06-01	Opole	2011-07-31	Bydgoszcz	2011-10-27	37	0,5	Kraków	2014-04-27	Gorlice	2013-04-22
Białogard	2012-06-01	Wrocław	2011-07-31	Kraków	2011-10-27	48	2	Katowice	2014-04-27	Piła	2013-05-20
Bydgoszcz	2012-06-01	Zakopane	2011-07-31	Katowice	2011-10-27	51	2,5	Kielce	2014-04-27	Łódź	2013-05-20
Kalisz	2012-06-01	Kłodzko	2011-07-31	Kielce	2011-10-27	47	0,5	Zielona Góra	2014-04-27	Bydgoszcz	2013-05-20
Koszalin	2012-06-01	Rabka	2011-07-31	Legnica	2011-10-27	49	0,6	Żagań	2014-04-27	Kraków	2013-05-20
Kraków	2012-06-01	Szczawnica	2011-07-31	Zielona Góra				Wisła	2014-04-27	Katowice	2013-05-20
Łódź	2012-06-01	Tarnów	2011-07-31	Żagań				Białogard	2014-04-27	Białogard	2013-05-20

Obszary wykorzystywania kanałów w multiplexie 1 (MUX 1)



Terminy uruchomienia emisji naziemnej telewizji cyfrowej NTC



Wykonano
w Departamencie Regulacji
Biura KRRiT
mw

Sygnal multiplexu 1 (MUX 1) tworzą następujące programy telewizyjne:
TVP1, TVP2, TVP Info, Eska TV, TTV, Polo TV i ATM Rozrywka.

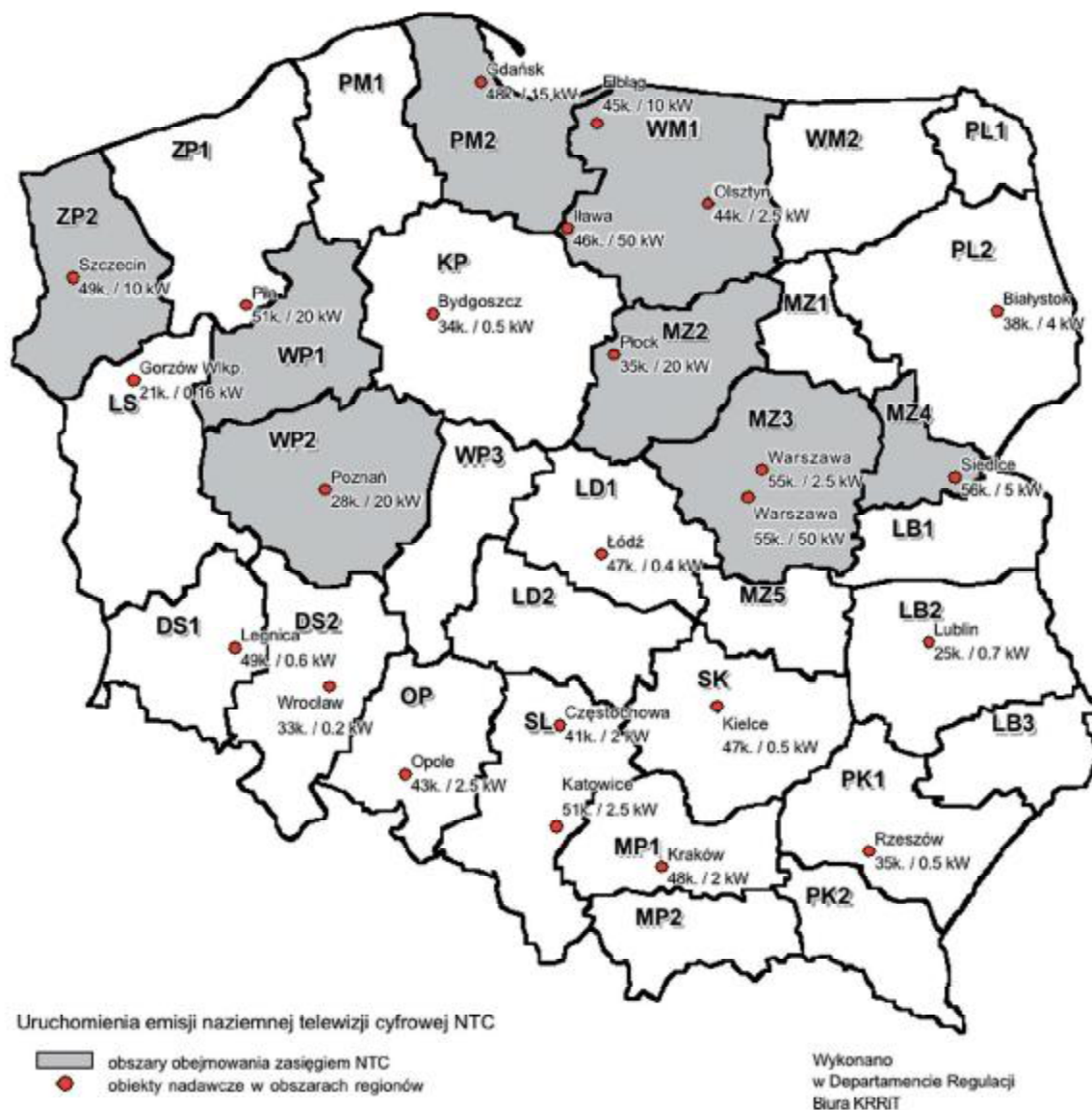
Obszary wykorzystywania kanałów w multipleksie 2 (MUX 2)



Wykonano
w Departamencie Regulacji
Biura KRRIT
mw

Sygnal multipleksu 2 (MUX 2) tworzą następujące programy telewizyjne:
POLSAT, TVN, TV4, TV PULS, POLSAT SPORT NEWS, TVN7, TV6 I TV PULS2.

Obiekty nadawcze przejściowego wykorzystywania kanałów dla multipleksu 3 (MUX 3)



Sygnal multipleksu 3 (MUX 3) tworzą następujące programy telewizyjne:
TVP1, TVP2, TVP Info (region 1), TVP Info (region 2), TVP Polonia, TVP Kultura i TVP Historia.

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO SPRAWOZDANIA Z DZIAŁALNOŚCI KRRIT W 2011 ROKU
Wykaz decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres wydanych w 2011 roku

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
1.	066/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA 102,9 FM)
2.	067/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA 99,6 FM)
3.	068/K/2011-R	Prawosławna Diecezja Białostocko-Gdańska (Radio ORTHODOXIA)
4.	069/K/2011-R	Dziemian Jarosław (Radio JARD)
5.	070/K/2011-R	Opera FM Sp. z o.o. (RMF - Warszawa)
6.	071/K/2011-R	Archidiecezja Białostocka (RADIO i)
7.	072/K/2011-R	Archidiecezja Gnieźnieńska (Radio PLUS GNIEZNO)
8.	073/K/2011-R	Archidiecezja Katowicka (Radio EM)
9.	074/K/2011-R	Archidiecezja Lubelska (Radio Plus Lublin)
10.	075/K/2011-R	Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego (Radio Fara - Rozgłośnia Archidiecezji Przemyskiej)
11.	076/K/2011-R	Archidiecezja Warszawska (Radio PLUS Warszawa)
12.	077/K/2011-R	Archidiecezja Wrocławska (KATOLICKIE RADIO RODZINA)
13.	078/K/2011-R	Diecezja Kaliska (Radio Rodzina Diecezji Kaliskiej)
14.	079/K/2011-R	Diecezja Koszalińsko-Kołobrzeska (Radio Plus Koszalin)
15.	080/K/2011-R	Diecezja Łowicka (RADIO VICTORIA MIĘDZY ŁÓDZIĄ A WARSZAWĄ - Rozgłośnia Diecezji Łowickiej)
16.	081/K/2011-R	Diecezja Opolska (Radio PLUS Opole)
17.	082/K/2011-R	Diecezja Radomska (Radio Plus Radom)
18.	083/K/2011-R	Diecezja Zamojsko-Lubaczowska (KATOLICKIE RADIO ZAMOŚĆ)
19.	084/K/2011-R	Cielecki Andrzej Waldemar (Radio JUTRZENKA)
20.	085/K/2011-R	Miejski Ośrodek Kultury w Skierniewicach (Radio RSC)
21.	086/K/2011-R	Diecezja Rzeszowska (VIA - Katolickie Radio Rzeszów)
22.	087/K/2011-R	Diecezja Pelplińska (Katolicka Rozgłośnia Diecezji Pelplińskiej - RADIO GŁOS)
23.	088/K/2011-R	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (Radio PLUS Gorzów)
24.	089/K/2011-R	Godlewski Aleksander (Radio Bartoszyce)
25.	090/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE PULS 95,6 FM)

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
26.	091/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (103,5 Roxy FM)
27.	092/K/2011-R	Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)
28.	093/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (AntyRadio 106,4 FM)
29.	094/K/2011-R	Politechnika Białostocka (RADIO AKADERA)
30.	095/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Kraków)
31.	096/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA Hawa)
32.	097/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA Mrągowo)
33.	098/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA Olsztyn)
34.	099/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA 87,9 FM)
35.	100/K/2011-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA 106,2 FM)
36.	101/K/2011-R	Polska Prowincja Zgromadzenia Ducha Świętego pod opieką Niepokalanego Serca Maryi (RADIO PLUS BYDGOSZCZ)
37.	102/K/2011-R	Diecezja Siedlecka (Katolickie Radio Podlasie)
38.	103/K/2011-R	Diecezja Warszawsko-Praska (RADIO WARSZAWA)
39.	104/K/2011-R	Parafia Rzymsko-Katolicka p.w. Św. Jana Chrzciciela w Zbroszy Dużej (Radio Katolickie Zbrosza Duża)
40.	105/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE C 96,6 FM)
41.	106/K/2011-R	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (Radio PLUS Głogów)
42.	107/K/2011-R	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (Radio PLUS Zielona Góra)
43.	108/K/2011-R	Radio Inowrocław Sp. z o.o. (Radio GRA Inowrocław)
44.	109/K/2011-R	Radio Las Vegas Sp. z o.o. (Radio Plus Toruń)
45.	110/K/2011-R	Radio W Sp. z o.o. (Radio GRA Włocławek)
46.	111/K/2011-R	RADIO EXPRESS 92,3 FM Sp. z o.o. (EXPRESS FM)
47.	112/K/2011-R	Archidiecezja Krakowska (Radio PLUS Kraków)
48.	113/K/2011-R	RADIO RADOM Sp. z o.o. (Radio ESKA RADOM)
49.	114/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (94,5 Roxy FM)
50.	115/K/2011-R	INDIGO Sp. z o.o. (Radio GRA Bydgoszcz)
51.	116/K/2011-R	Radio REKORD FM S.A. (Radio Rekord FM)
52.	117/K/2011-R	Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (Akademickie Radio Centrum)

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
53.	118/K/2011-R	Radio CCM Sp. z o.o. (Radio CCM)
54.	119/K/2011-R	Polskie Fale Średnie S.A. (Radio AM Legnica)
55.	120/K/2011-R	Diecezja Płocka (Katolickie Radio Ciechanów)
56.	121/K/2011-R	Diecezja Płocka (Katolickie Radio Płock)
57.	122/K/2011-R	Archidiecezja Gdańska (RADIO PLUS)
58.	123/K/2011-R	Archidiecezja Łódzka (Radio Plus Łódź)
59.	124/K/2011-R	RADIO KOŁOBRZEG Sp. z o.o. (Radio KOŁOBRZEG)
60.	125/K/2011-R	RADIO PLAMA Sp. z o.o. (Radio ESKA Szczecin)
61.	126/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (106,1 Roxy FM)
62.	127/K/2011-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (106,6 Roxy FM)
63.	128/K/2011-R	Diecezja Tarnowska (RDN Małopolska)
64.	129/K/2011-R	Archidiecezja Poznańska (EMAUS - Katolickie Radio Poznań)
65.	130/K/2011-R	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska (Radio Plus Szczecin)
66.	131/K/2011-R	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska (Radio Plus Lipiany)
67.	132/K/2011-R	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska (Radio Plus Gryfice)
68.	133/K/2011-R	Politechnika Rzeszowska (AKADEMICKIE RADIO CENTRUM)
69.	134/K/2011-R	MFM Sp. z o.o. (KOLOR 103 FM)
70.	135/K/2011-R	Radio Gra Sp. z o.o. (Radio GRA)
71.	136/K/2011-R	MAKS-TARNÓW Sp. z o.o. (Radio ESKA Tarnów)
72.	137/K/2011-R	MAKS-BOCHNIA Sp. z o.o. (Radio ESKA Małopolska)
73.	138/K/2011-R	Centrum Kultury i Sztuki (RADIO CENTRUM)
74.	139/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (RADIO ESKA WARSZAWA)
75.	140/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (RADIO ESKA GORZÓW)
76.	141/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (RADIO ESKA LESZNO)
77.	142/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (RADIO ESKA PIŁA)
78.	143/K/2011-R	PETRUS POLSKA Sp. z o.o. (RADIO WEEKEND)
79.	144/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Białystok)
80.	145/K/2011-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Kielce)

ZAŁĄCZNIK NR 3 DO SPRAWOZDANIA Z DZIAŁALNOŚCI KRRiT W 2011 ROKU

Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną w zakresie UKF, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętymi uchwałą podjętą w 2011 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2011 roku.

Lp.	Lokalizacja stacji nadawczej	Sposób rozstrzygnięcia
1.	Czarnorzeki (f=97,6 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Krosno)
2.	Kamienna Góra (f=93,1 MHz), Legnica (f=92,7 MHz), Lubań Stóg Izerski (f=102,8 MHz), Łysa Góra k/ Dziwiszowa (f=94,9 MHz) Polkowice (f=102,6 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji Diecezji Legnickiej (RADIO PLUS LEGNICA)
3.	Kołobrzeg (f=107,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Radio PÓŁNOC Sp. z o.o. (RADIO ESKA KOSZALIN)
4.	Krynica/ Góra Jaworzyna (f=88,3 MHz) Nowy Sącz/ Wysokie (f=101,2 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Diecezji Tarnowskiej (RDN Nowy Sącz)
5.	Łódź (f= 98,6 MHz) Skierniewice/ Bartniki (f=102,7 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Prowincji Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Ojcowie Franciszkanie) (Radio Niepokalanów)
6.	Malbork (f=90,4 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Miejskiemu Domowi Kultury w Malborku (Radio MALBORK)
7.	Mława (f=90,8 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji Fundacji Rozwoju Kultury Ziemi Żuromińskiej Ananke (RADIO 7)
8.	Ostrołęka (f=90,3 MHz)	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce International Communication Sp. z o.o. (RADIO WAWA)
9.	Ostrowiec Świętokrzyski (f=100,9 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Agencja Radiowo-Telewizyjna FAMA Sp. z o.o. (RADIO FAMA)
10.	Polkowice (f=88,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Radio Muzyka Fakty Sp. z o.o. (RMF FM)
11.	Słupsk (f=90,6 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce RADIO TOP Sp. z o.o. (Radio FAMA Słupsk)
12.	Szczecin (f=93,2 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce International Communication Sp. z o.o. (WAWA Szczecin)
13.	Szczecinek (f=99,8 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji Diecezji Koszalińsko-Kołobrzskiej (Radio Plus Koszalin)
14.	Wolin (f=105,6 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce Grupa Radiowa AGORY Sp. z o.o. (Radio Złote Przeboje w Wolinie)

Wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych na falach średnich wydanych, spółce Polskie Fale Średnie w 2011 roku.

Lp.	Nr Koncesji	Nazwa programu
1.	455/2011-R	Radio AM Końskie
2.	481/2011-R	Radio AM Włodawa
3.	480/2011-R	Radio AM Puławy
4.	479/2011-R	Radio AM Lubiniec
5.	478/2011-R	Radio AM Iłża
6.	477/2011-R	Radio AM Biłgoraj

Załącznik nr 4 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku

Wykaz wydanych w 2011 roku decyzji w sprawie zmian technicznych skutkujących wzrostem zasięgu programu w radiowych, analogowych koncesjach naziemnych

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji	Przyrost odbiorców [w tys.]
1.	Białoruskie Centrum Informacyjne Sp. z o.o. (Białoruskie Radio Racja)	Zwiększenie mocy stacji nadawczej w Białej Podlaskiej (f=99,2 MHz)	13
2.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Radio Złote Przeboje 99,3 FM)	Zmiana lokalizacji i zwiększenie mocy stacji nadawczej w Zamościu (f=99,3 MHz)	47
3.	INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM - PIERWSZE RADIO INFORMACYJNE)	Zwiększenie mocy stacji nadawczej w Warszawie (f=97,7 MHz)	169
4.	International Communication Sp. z o.o. (RADIO WAWA)	Zmiany parametrów technicznych stacji nadawczej w Warszawie (f=89,8 MHz)	97
5.	Konińskie Media Sp. z o.o. (Radio Konin)	Zwiększenie mocy stacji nadawczej w Koninie (f=95,8 MHz)	57
6.	MAKS-BOCHNIA Sp. z o.o. (Radio ESKA Małopolska)	Powielenie w Zakopanem częstotliwości f=106,8 MHz wykorzystywanej w Nowym Sączu/ Chruślicach	22
7.	MFM Sp. z o.o. (KOLOR 103 FM)	Zwiększenie mocy stacji nadawczej w Warszawie (f=103 MHz)	72
8.	MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Pomorze)	Przeniesienie stacji nadawczej z Kobylnicy k/Słupska do Bierkowa k/ Słupska (f=91,5 MHz)	5
9.	MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Śląsk)	Zwiększenie mocy stacji nadawczej w Zabrze (f=88,1 MHz)	153
10.	Opatowski Ośrodek Kultury (Radio Opatów)	Zmiana lokalizacji stacji w Opatowie (f=93,7 MHz)	0,8
11.	PETRUS POLSKA Sp. z o.o. (RADIO WEEKEND)	Zmiana warunków technicznych stacji nadawczej w Sępólnie Krajeńskim (f=92,6 MHz)	0,8
12.	Polskie Fale Średnie S.A. (Radio AM Zakopane)	Zmiana lokalizacji i zwiększenie mocy stacji nadawczej w Zakopanem (f=1,485 MHz)	7
13.	Prawosławna Diecezja Białostocko-Gdańska (Radio ORTHODOXIA)	Zmiana warunków technicznych stacji nadawczej w Białymstoku (f=102,7 MHz)	6
14.	Radio 5 Ełk Bajer Spółka jawna (Radio 5 Ełk)	Przeniesienie stacji nadawczej z Giżycka do Gajewa k/ Giżycka (f=93,5 MHz)	0,3
15.	Radio 90 Sp. z o.o. (RADIO 90 FM)	Przeniesienie stacji nadawczej z Simoradza do Cieszyna, (f=95,2 MHz)	2
16.	Radio Bieszczady Sp. z o.o. (Radio ESKA Rzeszów)	Przeniesienie stacji nadawczej z Czarnorzek k/Krosna do Rzeszowa/Suchej Góry (f=104,9 MHz)	82
17.	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Łódź)	Zamiana częstotliwości 99,8 MHz na 90,1 MHz (wykorzystywanej dotychczas do rozpowszechniania programu Radio WAWA 90,1)	75
18.	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA)	Zmiana lokalizacji stacji nadawczej w Lublinie (f=103,6 MHz)	14
19.	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Kraków)	Zmiana parametrów technicznych stacji nadawczej w Krakowie (f=97,7 MHz)	13
20.	RM MEDIA Sp. z o.o. (WAWA Łódź)	Zamiana częstotliwości 90,1 MHz na 99,8 MHz (wykorzystywanej dotychczas do rozpowszechniania programu Radio ESKA Łódź)	121
Razem:			957

Załącznik nr 5 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku
Wykaz miejscowości, w których Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwróciła się do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej o dobór nowych częstotliwości

Lp.	Nazwa miejscowości
1.	Białystok
2.	Słupsk
3.	Częstochowa
4.	Tarnowskie Góry
5.	Tarnów

Załącznik nr 6 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku
Wykaz częstotliwości dodanych do planu zagospodarowania częstotliwości w 2011 roku

Lp.	Województwo	Nazwa stacji	Częstotliwość [MHz]
1.	Dolnośląskie	BOGATYNIA	104,8
2.	Mazowieckie	PŁOCK	88,1
3.	Mazowieckie	PŁOCK	93,1
4.	Mazowieckie	RADOM	96,9
5.	Mazowieckie	RADOM	104
6.	Opolskie	OPOLE	97,5
7.	Podkarpackie	SANOK	95,2
8.	Pomorskie	SŁUPSK	94,4
9.	Śląskie	CZĘSTOCHOWA	101,9
10.	Zachodnio-pomorskie	KOSZALIN	94,7
11.	Zachodnio-pomorskie	STARGARD SZCZECIŃSKI	90,3

Załącznik nr 7 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku
Wykaz miejscowości, na które w 2011 roku ogłoszone zostały postępowania
o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na program radiowy

Lp.	Nazwa miejscowości	Charakter programu
1.	Krynica/Góra Jaworzyna, Nowy Sącz/Wysokie	społeczno-religijny
2.	Łódź, Skierniewice Bartniki	społeczno-religijny
3.	Mława	uniwersalny
4.	Nysa	uniwersalny
5.	Ostrołęka	uniwersalny/ wyspecjalizowany
6.	Szczecin	wyspecjalizowany z muzyką polską
7.	Biłgoraj	uniwersalny (w zakresie fal średnich)
8.	Iłża	uniwersalny (w zakresie fal średnich)
9.	Lubliniec	uniwersalny (w zakresie fal średnich)
10.	Puławy	uniwersalny (w zakresie fal średnich)
11.	Włodawa	uniwersalny (w zakresie fal średnich)
12.	Kamienna Góra, Legnica, Lubań, Łysa Góra, Polkowice	społeczno-religijny
13.	Kielce, Ostrowiec Św.	uniwersalny
14.	Wrocław	wyspecjalizowany adresowany do dzieci
15.	Elbląg, Gorzów Wlkp., Kielce, Lublin, Płock, Radom, Toruń	wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny
16.	Bydgoszcz, Gdańsk, Kraków	wyspecjalizowany informacyjno-biznesowo-muzyczny
17.	Gdynia, Kielce, Olsztyn, Opole, Zielona Góra	wyspecjalizowany muzyczno-literacki

Lp.	Nazwa miejscowości	Charakter programu
18.	Szczecin	wyspecjalizowany adresowany do dzieci
19.	Bogatynia	uniwersalny
20.	Legnica	uniwersalny
21.	Trzebnica	uniwersalny
22.	Galewice	uniwersalny
23.	Kamieńsk	uniwersalny
24.	Skawina	uniwersalny
25.	Żyrardów	uniwersalny
26.	Brzeg	uniwersalny
27.	Kluczbork	uniwersalny
28.	Jasło	uniwersalny
29.	Mielec	uniwersalny
30.	Sanok	uniwersalny
31.	Hel	uniwersalny
32.	Jarocin	uniwersalny
33.	Pniewy	uniwersalny
34.	Stargard Szczeciński	uniwersalny

Załącznik nr 8 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku
Wykaz decyzji wydanych w 2011 roku w sprawie zmian programowych
(zmiana nazwy, inne zmiany programowe)

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść
1.	ASTRO S.A. (NEXT LEJDIS HD)	Zmiana nazwy programu z Next Lejdis HD na Next Lejdis 3 HD
2.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o. o. (CANAL+ GOL)	Zmiana nazwy programu z CANAL+SPORT 2 na CANAL+GOL
3.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o. o. (CANAL+WEEKEND)	Zmiana nazwy programu z CANAL+GOL na CANAL+WEEKEND
4.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (ale Kino+)	Zmiana nazwy programu z ALE KINO na ale kino+
5.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (CANAL+ FILM)	Zmiana nazwy programu z CANAL+POLSKA ŻÓŁTY na CANAL+FILM
6.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (CANAL+ SPORT)	Zmiana nazwy programu z CANAL+POLSKA NIEBIESKI SPORT na CANAL+SPORT
7.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (DOMO+)	Zmiana nazwy programu z DOMO na DOMO+
8.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (Kuchnia+)	Zmiana nazwy programu z KUCHNIA.TV na Kuchnia+
9.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (Planete+)	Zmiana nazwy programu z PLANETE na Planete+
10.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (teleTOON+)	Zmiana nazwy programu z ZIGZAP na teleTOON+
11.	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o. (MiniMini+)	Zmiana nazwy programu z MiniMini na MiniMini+
12.	ITI Neovision Sp. z o. o. (nFilm HD2)	Zmiana charakteru programu na uniwersalny
13.	ITI Neovision Sp. z o. o. (nFilm HD)	Zmiana charakteru programu na uniwersalny
14.	MULTIMEDIA Sp. z o. o. (RMF TV)	Zmiana nazwy programu z RMF MAXXX TV na RMF TV oraz adresata programu
15.	Parafia Rzymsko-Katolicka p.w. Św. Jana Chrzciciela w Zbroszy Dużej (RADIO KATOLICKIE ZBROSZA DUŻA)	Skrócenie czasu nadawania programu do 12 godzin na dobę
16.	Prawosławna Diecezja Białostocko-Gdańska (RADIO ORTODOXIA)	Wydłużenie czasu nadawania programu do 5 godzin dziennie
17.	STAVKA Sp. z o.o. (TTV)	Zmiana nazwy programu z U-TV na TTV

Załącznik nr 9 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku
Wykaz koncesji, w których dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT
zgody na przeniesienie uprawnień

Lp.	Nr Koncesji (nazwa programu)	Poprzedni Koncesjonariusz	Aktualny Koncesjonariusz
1.	022/K/2008-R (RMF MAXXX – POZNAŃ)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
2.	023/K/2008-R (PLANETA Łódź)	Classic FM Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
3.	025/K/2009-R (RMF MAXXX – Pomorze)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
4.	027/K/2009-R (RMF MAXXX KRAKÓW)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
5.	030/K/2009-R (RMF MAXXX – TRÓJMIASTO)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
6.	033/K/2009-R (RMF MAXXX – CZĘSTOCHOWA)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
7.	038/K/2009-R (AntyRadio 94 FM)	Spectrum Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
8.	039/K/2009-R (PLANETA)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
9.	042/K/2009-R (AntyRadio 101,3 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
10.	044/K/2009-R (PLANETA POZNAŃ)	„MEDIA” Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
11.	047/P/2001-R (PLANETA Iława)	Radio Warmia - Mazury WA-MA S.A.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
12.	048/P/2001-R (PLANETA Mrągowo)	Radio Warmia - Mazury WA-MA S.A.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
13.	049/P/2001-R (PLANETA Olsztyn)	Radio Warmia - Mazury WA-MA S.A.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
14.	054/K/2010-R (PLANETA FM)	FM Radio JAZZ Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
15.	171/P/2004-T (POLSAT)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
16.	173/P/2004-R (PLANETA 102,9 FM)	Radio Warta Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
17.	174/P/2004-R (PLANETA 99,6 FM)	Radio Warta Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
18.	180/P/2004-R (CHILLI ZET Katowice)	JAZZ Radio Sp. z o.o.	ZET PREMIUM Sp. z o.o.
19.	296/2003-T (KINO POLSKA)	Kino Polska TV Sp. z o.o.	KINO POLSKA S.A.

Lp.	Nr Koncesji (nazwa programu)	Poprzedni Koncesjonariusz	Aktualny Koncesjonariusz
20.	297/2004-T (POLSAT SPORT)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
21.	298/2004-T (POLSAT 2)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
22.	302/2004-T (POLSAT CAFE)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
23.	322/2005-T (POLSAT SPORT EXTRA)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
24.	323/2005-T (POLSAT PLAY)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
25.	334/2005-R (PLANETA 103,9 FM)	Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
26.	378/2008-T (POLSAT HD)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
27.	379/2008-T (POLSAT SPORT HD)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
28.	380/2008-T (POLSAT NEWS)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
29.	387/2008-R (PLANETA Giżycko)	Radio Warmia - Mazury WA-MA S.A.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
30.	414/2009-T (POLSAT FILM)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
31.	415/2009-T (POLSAT DLA DZIECI)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
32.	429/2010-R (RMF MAXXX Mazowsze)	REGION Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
33.	444/2010-T (POLSAT SPORT NEWS)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.

**Wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień
(przeniesienie uprawnień nastąpi po dokonaniu zmiany w KRS)**

Lp.	Nr koncesji (nazwa programu)	Aktualny koncesjonariusz	Przyszły koncesjonariusz
1.	023/K/2008-R (PLANETA Łódź)	Classic FM Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
2.	034/P/2001-R (AntyRadio 106,4 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
3.	035/P/2001-R (PLANETA 106,2 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.

Lp.	Nr koncesji (nazwa programu)	Aktualny koncesjonariusz	Przyszły koncesjonariusz
4.	039/K/2009-R (PLANETA)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
5.	042/K/2009-R (AntyRadio 101,3 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
6.	050/P/2001-R (PLANETA 87,9 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
7.	171/P/2004-T (POLSAT)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o. o.
8.	180/P/2004-R (CHILLI ZET Katowice)	Muzyka Jazz Radio Sp. z o.o.	ZET Premium Sp. z o.o.
9.	190/P/2005-T (ODRA - GORZÓW WIELKOPOLSKI)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
10.	191/P/2005-T (ODRA - GŁOGÓW, LEGNICA, LUBIN)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
11.	192/P/2005-T (ODRA - ŚWIDNICA, WROCŁAW, OPOLE)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
12.	193/P/2005-T (ODRA - ZIELONA GÓRA)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
13.	194/P/2005-T (ODRA - JELENIA GÓRA)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
14.	297/2004-T (POLSAT SPORT)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
15.	298/2004-T (POLSAT 2)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
16.	302/2004-T (POLSAT CAFE)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
17.	322/2005-T (POLSAT SPORT EXTRA)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
18.	323/2005-T (POLSAT PLAY)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
19.	334/2005-R (PLANETA 103,9 FM)	PUH HITT Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
20.	378/2008-T (POLSAT HD)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
21.	379/2008-T (POLSAT SPORT HD)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
22.	380/2008-T (POLSAT NEWS)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
23.	414/2009-T (POLSAT FILM)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
24.	415/2009-T (POLSAT DLA DZIECI)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
25.	416/2009-T (POLSAT DLA MŁODZIEŻY)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (koncesja cofnięta)
26.	444/2010-T (POLSAT SPORT NEWS)	Telewizja POLSAT S.A.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.

Załącznik nr 10 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku

Wykaz podmiotów którym udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji
1.	RM MEDIA Sp. z o.o. (WAWA Łódź)	Rozłożenie na raty (zmiana wysokości rat) opłaty w kwocie 129.871,00 zł za decyzję Nr 050/K/2010-R
2.	Stowarzyszenie Ziemia Pucka (RADIO KASZĘBĚ)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 16.846,00 za decyzję Nr DK-257/2010-8/317
3.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT SPORT NEWS)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 10.380.000,00 zł za decyzję Nr DK-269/2010-1/444
4.	TELEWIZJA PULS Sp. z o.o. (TV PULS 2)	Rozłożenie na 5 rat opłaty w kwocie 10.380.000,00 zł za decyzję Nr DK-265/2010-1/441
5.	Polskie Media S.A. (TV 6)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 10.380.000,00 zł za decyzję Nr DK-268/2010-1/442
6.	Jarosław Dziemian (Radio JARD)	Rozłożenie na 12 rat opłaty w kwocie 103.050,00 zł za decyzję Nr 069/K/2011-R
7.	Archidiecezja Warszawska (Radio PLUS Warszawa)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 1.081.090,00 zł za decyzję Nr 164/2011/076/K
8.	Archidiecezja Lubelska (Radio Plus Lublin)	Rozłożenie na 12 rat opłaty w kwocie 280.943,00 za decyzję Nr 074/K/2011-R
9.	Archidiecezja Katowicka (Radio EM)	Rozłożenie na 4 raty opłaty w kwocie 1.022.768,00 zł za decyzję Nr 073/K/2011-R
10.	ESKA TV S.A. (ESKA TV)	Rozłożenie na 93 raty opłaty w kwocie 7.287.600,00 zł za decyzję Nr DK-137/2011
11.	Lemon Records Sp. z o. o. (POLO TV)	Rozłożenie na 114 rat opłaty w kwocie 10.811.500,00 zł za decyzję Nr 137/2011
12.	STAVKA Sp. z o.o. (TTV)	Rozłożenie na 114 rat opłaty w kwocie 10.811.500,00 zł za decyzję Nr 137/2011
13.	Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)	Rozłożenie na 12 rat opłaty w kwocie 24.664,00 zł za decyzję Nr 092/K/2011-R
14.	Archidiecezja Krakowska (Radio PLUS Kraków)	Rozłożenie na 5 rat opłaty w kwocie 578.690,00 zł za decyzję Nr 112/K/2011-R;
15.	Polska Prowincja Zgromadzenia Ducha Świętego pod opieką Niepokalanego Serca Maryi (RADIO PLUS BYDGOSZCZ)	Rozłożenie na 64 raty opłaty w kwocie 242.710,00 zł za decyzję Nr 101/K/2011-R;
16.	Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (Akademickie Radio Centrum)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 68.795,00 zł za decyzję Nr 117/K/2011-R

Załącznik nr 11 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku

Wykaz koncesji wydanych w 2011 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu
1.	454/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT SKLEP HD)	Wyspecjalizowany sprzedażowy
2.	456/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT 24/7 HD)	Wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny
3.	457/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT MUSIC HD)	Wyspecjalizowany muzyczny
4.	458/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT MAN 3D)	Wyspecjalizowany biznesowy dla mężczyzn
5.	459/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT HD)	Uniwersalny
6.	460/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT SPORT 3D)	Wyspecjalizowany sportowy
7.	461/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT LEJDIS HD)	Wyspecjalizowany adresowany do kobiet
8.	463/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT YOUNG 3D)	Wyspecjalizowany adresowany do dzieci
9.	465/2011-T	STAVKA Sp. z o.o. (TTV)	Wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny
10.	466/2011-T	Lemon Records Sp. z o.o. (POLO TV)	Wyspecjalizowany muzyczny
11.	467/2011-T	ATM Grupa S.A. (ATM TV)	Uniwersalny
12.	468/2011-T	ATM Grupa S.A. (ATM ROZRYWKA TV)	Wyspecjalizowany rozrywkowo-filmowy
13.	469/2011-T	KINO POLSKA TV S.A. (Kino Polska Nostalgia)	Wyspecjalizowany muzyczny
14.	470/2011-T	Cable Television Networks & Partners Sp. z o.o. (CTV)	Uniwersalny
15.	471/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT SACRUM HD)	Wyspecjalizowany społeczno-religijny
16.	472/2011-T	ASTRO S.A. (NEXT DOKUMENT HD)	Wyspecjalizowany dokumentalny
17.	474/2011-T	TVN S.A. (TVN 24)	Wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny
18.	476/2011-T	TVI EUROPE Sp. z o.o. (TVI EUROPE)	Uniwersalny
19.	482/2011-T	RODIN Sp. z o.o. (RODIN TV)	Wyspecjalizowany rozrywkowo-poradniczy
20.	484/2011-T	ITI Neovision Sp. z o.o. (Strefa Abonenta)	Wyspecjalizowany poświęcony wyłącznie autopromocji własnej działalności nadawcy
21.	485/2011-T	ITI Neovision Sp. z o.o. (nPremium4)	Uniwersalny
22.	486/2011-T	ITI Neovision Sp. z o.o. (nShow 3D)	Uniwersalny
23.	488/2011-T	4fun Media S.A. (TV.DISCO)	Wyspecjalizowany muzyczny
24.	489/2011-T	KINO POLSKA TV S.A. (Kino Polska Muzyka)	Wyspecjalizowany muzyczno-filmowy
25.	490/2011-T	TELESTAR S.A. (EZO TV)	Wyspecjalizowany ezoteryczno-rozrywkowy

Załącznik nr 12 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2011 roku

Wykaz koncesji wydanych w 2011 roku na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych

Lp.	Nazwa nadawcy	Siedziba	Nazwa operatora
1.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
2.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
3.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
4.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
5.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
6.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
7.	Miejska Telewizja Tarnobrzeg „MTVT” Sp. z o.o.	Tarnobrzeg	Tarnobrzaska Spółdzielnia Mieszkaniowa
			Tarnobrzaska spółdzielnia Mieszkaniowa
			Spółdzielnia Mieszkaniowa Siarkowiec
8.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
9.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
10.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
11.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
12.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
13.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
14.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
15.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
16.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
17.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
18.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
19.	Teletop Sp. z o.o.	Gorzów Wlkp.	Multimedia Polska S.A.
20.	KINO POLSKA TV S.A.	Warszawa	Multimedia Polska S.A.
21.	AZART-SAT Sp. z o.o.	Jelenia Góra	AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.

22.	Kamil Ceranowski	Złotów	VECTRA S.A.
			VECTRA S.A.
23.	Swarzędzka Telewizja Kablowa „STK-Swarzędz” Sp. z o.o.	Swarzędz	Inotel S.A.
			City Net Sp. z o.o.
24.	Grzegorz Wojciech Bończak	Sanok	Stream Communications Sp. z o.o.
25.	Opoczyńskie Stowarzyszenie Przyjaciół Kultury Regionalnej	Opoczno	Multimedia Polska S.A.
26.	AZART-SAT Sp. z o.o.	Jelenia Góra	AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.
			AZART-SAT Sp. z o.o.
27.	Twoja Telewizja Morska Sp. z o.o.	Wejherowo	Telewizja Kablowa Chopin B. Łaga, D. Schmidtke spółka jawna
28.	Telewizja Miejska Stalowa Wola Sp. z o.o.	Stalowa Wola	DIANA Telewizja Kablowa J. Seidler, M. Betleja, W. Wolcz sp. jawna
			Nowosarzyńska Telewizja Kablowa LOKALTEL Sp. z o.o.
29.	Alicja Barbara Grzymalska	Wrocław	VECTRA S.A.
30.	Legnicka TV DAMI Sp. z o.o.	Legnica	VECTRA S.A.
31.	Wydawnictwo GM Sp. z o.o.	Jaworzno	Stream Communications Sp. z o.o.
			UPC Polska Sp. z o.o.
32.	Aleksander Franciszek Pląga	Łomża	Multimedia Polska S.A.
33.	Agencja Rozwoju Regionu Kutnowskiego S.A.	Kutno	TOYA Sp. z o.o.
34.	Jacek Stanisław Borowski	Rypin	VECTRA S.A.

1 zgodny z ustawą budżetową na 2011 rok

2 wpływy za koncesje radiowe i telewizyjne (wydłużenie okresu obowiązywania koncesji, ponowne udzielenie, rozszerzenie lub zmiany).

3 przede wszystkim rejestracja programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej

INFORMACJA
O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH
RADIOFONII I TELEWIZJI W **2011** ROKU

**Krajowa Rada
Radiofonii i Telewizji**

**UCHWAŁA Nr 67/2012
z dnia 23 marca 2012 roku**

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226 z późn. zm.) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

- 1.** Przyjąć *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku* stanowiącą załącznik do uchwały.
- 2.** Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku*:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
- 3.** Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

**Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

/ - / Jan Dworak

SPISTREŚCI

WSTĘP	_____	6
ROZDZIAŁ 1	Rok 2011 - użytkownik mediów	7
	1.1 Czas i sposób korzystania z mediów	7
	1.2 Potrzeby i upodobania użytkowników mediów	8
	1.3 Zmiana sposobu słuchania radia w grupie młodych odbiorców	9
	1.4 Preferencje telewidzów: kim są i jaki rodzaj telewizji wybierają?	10
	1.5 Ile widz płaci za korzystanie z telewizji?	13
	1.6 Zagrożenie wykluczeniem cyfrowym	13
	1.7 Potrzeby edukacji medialnej w środowisku cyfrowym	16
	1.8 Udział niepełnosprawnych w dostępie do mediów	17
ROZDZIAŁ 2	Obraz rynku mediów w liczbach	19
	2.1 Rynek mediów elektronicznych w Polsce na tle wybranych rynków europejskich	19
	2.2 Rozwój nieliniarnych usług medialnych w Polsce	22
	2.3 Rynki sąsiadujące	23
	2.4 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego	27
ROZDZIAŁ 3	Rok 2011 - radio	28
	3.1 Wyniki finansowe i struktura własnościowa na rynku radiowym	28
	3.2 Oferta programowa w radiu	30
	3.3 Audytorium programów radiowych	33
	3.4 Tematyka lokalna w radiu	37
	3.5 Media społeczne i obywatelskie	40
	3.6 Rynek radiowy w perspektywie cyfryzacji	42
ROZDZIAŁ 4	Rok 2011 – telewizja	44
	4.1 Wyniki finansowe i struktura właścicielska na rynku telewizyjnym	44
	4.2 Oferta programowa w telewizji	47
	4.3 Kto decyduje o ofercie programowej - operatorzy czy nadawcy?	52
	4.4 Tendencje na rynku telewizyjnym - zmiana sposobu korzystania z mediów	54
	4.5 Naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T)	54
	4.6 Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w zakresie usług na żądanie (VoD) w krajach europejskich	58
	4.7 Konkurencja i koncentracja na rynku medialnym i telekomunikacyjnym	61

ROZDZIAŁ 5	Media publiczne	63
	5.1 Podsumowanie doświadczeń w związku z nowym systemem wyboru władz mediów publicznych	63
	5.2 Modele finansowania mediów publicznych w krajach europejskich	64
	5.3 Kondycja finansowa mediów publicznych w Polsce	65
	5.4 Problematyka pomocy publicznej a realizacja misji w związku z zaleceniami Komisji Europejskiej	66
	5.5 Efekty wprowadzania planów finansowo-programowych	67
	5.6 Strategie programowe nadawców publicznych	68
	5.7 Rola nadawców publicznych w procesie cyfryzacji	69
	5.8 Nadawcy publiczni a nowe media	70
	5.9 Cyfryzacja zasobów archiwalnych	72
ROZDZIAŁ 6	Kierunki zmian regulacyjnych	73
	6.1 Modernizacja systemu finansowania mediów publicznych	73
	6.2 Usprawnienie systemu wyboru władz mediów publicznych	77
	6.3 Dostosowanie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji do wyroku Trybunału Konstytucyjnego w zakresie delegacji do rozporządzenia ws. opłat koncesyjnych	77
	6.4 Objęcie regulacją nowych mediów w stopniu odpowiadającym ich oddziaływaniu na odbiorców – pełna implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	78
	6.5 Ochrona interesu odbiorców poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań dotyczących zasady must carry/must offer	79
	6.6 Zmiany przepisów utrudniających prowadzenie działalności przez nadawców	79
	6.7 Zmiany wspierające realizację zadań ustawowych przez nadawców w ramach systemów samo i współregulacji	80
	6.8 Zmiany pobudzające rozwój pluralistycznej i różnorodnej oferty programowej	80
	6.9 Wprowadzenie przepisów deregulujących zasady uzyskiwania i wykonywania koncesji przez nadawców satelitarnych i kablowych	81
	6.10 Wprowadzenie mechanizmów wspierania mediów lokalnych, społecznych i środowiskowych	81
	6.11 Zapisy antykoncentracyjne	82
	6.12 Nowe media – nowy zintegrowany regulator	83
PODSUMOWANIE		85

WSTĘP

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wraz ze Sprawozdaniem z rocznej działalności przedstawia Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.

Obraz objętego regulacją rynku radiowo-telewizyjnego, ukazany na tle rynków sąsiadujących: prasy, kinematografii, Internetu i sektora telekomunikacyjnego, służy sformułowaniu przez KRRiT diagnozy kondycji mediów elektronicznych i ich zdolności do podjęcia nowych wyzwań związanych z postępowaniem technologicznym.

Aby sprostać temu zadaniu KRRiT dokonała przeglądu stosunków gospodarczych i kapitałowych między przedsiębiorcami, potrzeb i upodobań odbiorców oraz zależności środowiskowych, demograficznych i kulturowych w odbiorze mediów.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji poddaje pod rozagę Prezydentowi Rzeczypospolitej, Sejmowi, Senatowi, Prezesowi Rady Ministrów, instytucjom właściwym w sprawach mediów elektronicznych oraz wszystkim innym podmiotom zainteresowanym problematyką mediów, w tym w szczególności przedsiębiorcom działającym w tym sektorze, propozycje modernizacji prawa mediów w kierunku:

- deregulacji;
- uproszczenia procedur;
- stworzenia nowoczesnych rozwiązań odpowiadających wyzwaniom społeczeństwa cyfrowego;
- przeniesienia w sferę współodpowiedzialności nadawców niektórych ważnych elementów kontroli nad treścią przekazów medialnych w ramach systemów samo- i współregulacji;
- pobudzenia aktywności sektora pozarządowego w sferze radiofonii i telewizji w samych mediach, a także jako partnerów w tworzeniu polityki i wdrażaniu regulacji.

Informacja dokumentuje także sytuację mediów publicznych, wskazując na brak możliwości realizacji zadań publicznych w wyniku nieskutecznego systemu ich finansowania. Zdaniem KRRiT, przy obecnym poziomie wpływów środków abonamentowych media publiczne nie mają możliwości właściwego wypełniania ustawowej misji społecznej i nie są w stanie sprostać wyzwaniom technologicznym, takim jak: pełny i szeroki udział w cyfryzacji telewizji czy digitalizacja zasobów archiwalnych oraz rozwój nowych form przekazu w środowisku internetowym.

Zdaniem KRRiT, wszystkie sformułowane w Informacji wnioski i propozycje powinny podlegać szerokiej debacie publicznej. Liczymy, że wezmą w niej udział nie tylko instytucje, lecz także ci, którym media służą: widzowie i słuchacze. Zagwarantuje to, że ostateczne rozwiązania modernizujące prawo medialne w Polsce będą odpowiadać potrzebom odbiorców, możliwościom tworzących ten rynek przedsiębiorców oraz sprzyjać rozwojowi sektora mediów elektronicznych i innych komplementarnych rynków.

1 ROK 2011 – UŻYTKOWNIK MEDIÓW

1.1 Czas i sposób korzystania z mediów

Dzięki rozwojowi technologicznemu, czyli przede wszystkim procesom konwergencji i cyfryzacji, zmienia się na całym świecie sposób korzystania z mediów elektronicznych. Treści stają się dostępne na coraz więcej sposobów, za pomocą coraz to nowych urządzeń i towarzyszą odbiorcy w każdym miejscu.

Z czasów tradycyjnych mediów i ich dominującej roli, jeżeli chodzi o dostępne treści oraz miejsce i czas ich odbioru, przenosimy się w erę wolnego wyboru. Rośnie rola urządzenia odbiorczego jako miejsca agregowania treści medialnych. Widz czy słuchacz przestaje być „przywiązany” do gniazdka, do którego podłączony jest jego odbiornik. Może słuchać lub oglądać to, co chce, gdzie chce i kiedy chce. Co więcej, może sam tworzyć obrazy i dźwięki i dzielić się nimi z innymi odbiorcami.

Nową erę charakteryzuje:

- Coraz większa dostępność treści dzięki coraz większej liczbie sieci, takich jak telewizja naziemna, kablowa, satelitarna lub internetowa, telefonia komórkowa, Internet bezprzewodowy i szerokopasmowy;
- Coraz powszechniejszy odbiór przesunięty w czasie w stosunku do nadawania; nielinearne korzystanie z nagranych treści lub korzystanie z usług typu VoD¹ lub catch-up TV²;

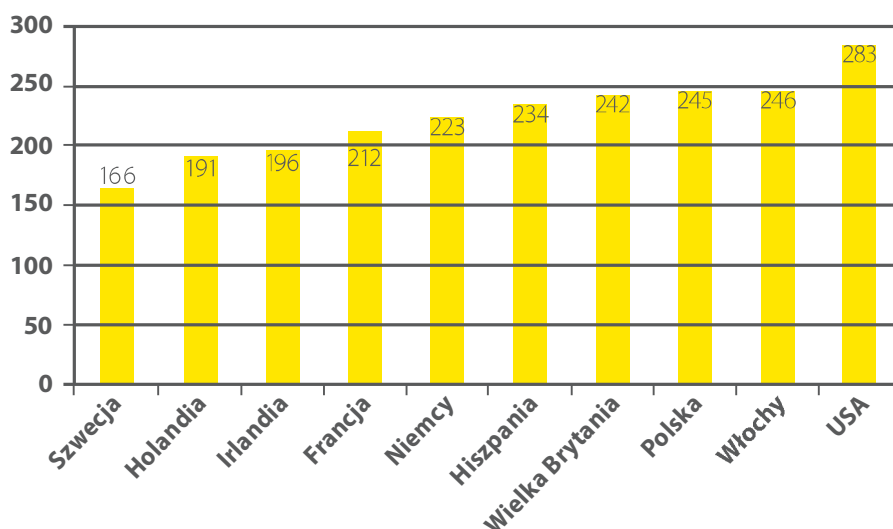
- Coraz powszechniejsze korzystanie z urządzeń wieloczynnościowych takich jak komputery, laptopy, telefony komórkowe i tablety, gdzie odbiór treści audiowizualnych jest tylko jedną z funkcji;
- Dążenie do niezależności technologicznej urządzeń, takich jak połączona z Internetem telewizja czy domowe odtwarzacze, które pozwalają na wzajemną wymianę treści komputerowych i telewizyjnych,
- Coraz większa możliwość korzystania z tych udogodnień w celu – paradoksalnie – zawężania, a nie poszerzania gamy odbieranych treści, ograniczania ich do tego co znane, bezpieczne i zgodne z poglądami odbiorcy.

Mimo wielu nowych, w tym mobilnych, form dostępu do telewizji tradycyjna „ramówkowa” dystrybucja treści i stacjonarny sposób odbioru wciąż cieszą się dużym powodzeniem. Badania wskazują, że mimo rosnącej popularności Internetu, w większości krajów na świecie czas poświęcany na oglądanie telewizji systematycznie rośnie. Wśród krajów, których mieszkańcy najwięcej czasu spędzają przed telewizorem, Polska zajmuje jedno z czołowych miejsc (po Stanach Zjednoczonych i Włoszech).

¹ Wideo na żądanie (ang. *video on demand*)

² catch-up TV – usługa polegająca na udostępnianiu odbiorcy wybranych audycji za pośrednictwem Internetu przez określony czas po ich wyemitowaniu

Wykres nr 1. Średni czas poświęcony na oglądanie telewizji w ciągu dnia (w min.) w 2010 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Ofcom, *International Communications Market Report 2011*

1.2 Potrzeby i upodobania użytkowników mediów

Telewizja pozostaje najbardziej popularnym medium szczególnie dla osób starszych, mieszkańców małych miejscowości i osób zagrożonych wykluczeniem cyfrowym (kryteria te często się pokrywają). Dla tych osób to właśnie telewizja i radio stanowią główne źródło informacji i rozrywki. Na drugim biegunie jeśli chodzi o źródła informacji i rozrywki znajdują się tzw. „dzieci sieci” (pokolenie wychowane w świecie cyfrowym). Dla nich z kolei głównym źródłem informacji i rozrywki jest Internet, w tym treści pochodzące z nieformalnych obiegów (na przykład ściąganie plików z muzyką czy filmami). Obieg nieformalny jest dla Polaków, zgodnie z tym, co mówią badania Centrum Cyfrowego Projekt Polska³, „drugim – po masowych mediach nadawczych, takich jak telewizja i radio - źródłem dostępu do kultury”.

³ Mirosław Filiciak, Justyna Hofmokl, Alek Tarkowski, *Obiegi Kultury. Społeczne cyrkulacje treści, raport z badań*, Centrum Cyfrowe Projekt Polska, Warszawa styczeń 2012 r.

Te same badania wskazują jednocześnie, że nieformalne obiegi nie zastępują obiegów formalnych, lecz są traktowane przez internautów jako komplementarne.

Podobnie jeśli chodzi o komplementarność, wydają zachowania internautów w zakresie czerpania informacji z kilku rodzajów mediów. Otóż, internauci nie tylko korzystają z wielu źródeł internetowych, ale w dalszym ciągu czerpią informacje z różnych stacji telewizyjnych i/lub radiowych, a potem doczytują i uzupełniają to w Internecie, korzystając przy tym z funkcji społecznościowych. Nie rezygnują oni z mediów tradycyjnych, gdyż wydają im się bardziej wiarygodne i rzetelne. Co ciekawe, wraz z wiekiem wzrasta zainteresowanie informacją. Starsze osoby poszukują bardziej pogłębionych i osadzonych w kontekście informacji oraz dyskusji i debat. Badania pokazują też, że również internauci wraz z wiekiem kierują się z powrotem do mediów tradycyjnych.

Polskie Badania Czytelnictwa i GFK Polonia⁴ podjęły próbę opisanego konsumenta mediów i jego preferencji wobec treści. Wyniki badania pomagają lepiej zrozumieć zachowania związane z konsumpcją mediów oraz prognozować trendy w tym zakresie. Na ich podstawie autorzy badania ustalili, że odbiorcy poszukują w mediach 8 głównych typów treści. Są to:

- informacje o bieżących wydarzeniach w Polsce i na świecie,
- rozrywka,
- wiedza i edukacja,
- treści błahe i porady,
- komentarze i analiza bieżących informacji,
- transmisje sportowe,
- relacje z ważnych wydarzeń,
- treści wytworzone przez współuczestników (ich dynamika wzrostu, zwłaszcza wśród „dzieci sieci” jest bardzo wysoka).

Widzowie telewizji w programach poszczególnych stacji najczęściej poszukują:

- filmów fabularnych,
- transmisji z ważnych wydarzeń społecznych, kulturalnych i sportowych,
- informacji i doniesień na temat najnowszych wydarzeń życia społecznego.

Natomiast słuchacze radia preferują:

- informacje o wydarzeniach politycznych i gospodarczych ogólnopolskich i światowych,
- poranne przeglądy prasy,
- informacje lokalne i regionalne,
- audycje poradnikowe,
- transmisje sportowe,
- relacje z wydarzeń religijnych.

Ponadto, na podstawie badania stwierdzono, że głównymi cechami wymaganymi przez odbiorców od radiofonii i telewizji są: jasny i zrozumiały język, treści zgodne z rzeczywistością i tworzone przez wiarygodnych ludzi, darmowy dostęp oraz hierarchiczny układ treści i możliwość odbioru równoległe z wykonywaniem innych czynności.

1.3 Zmiana sposobu słuchania radia w grupie młodych odbiorców

Słuchacze ze wszystkich grup wiekowych poświęcali radiu z roku na rok (2001-2010) coraz mniej czasu. W największym stopniu dotyczyło to grupy wiekowej 15-24 lata. W ciągu dziesięciu lat średni dzienny czas słuchania radia skrócił się o 1/3 (o jedną godzinę i 18 minut).

Wśród słuchaczy w wieku 60-75 lat przez ostatnie 4 lata czas poświęcony na słuchanie radia pozostawał na poziomie 2,5 godziny dziennie. Coraz więcej młodych odbiorców korzysta natomiast z Internetu jako źródła dostępu do radia. Słuchacze w wieku 15-24 i 25-39 lat odchodzą od słuchania radia w domu. W Polsce można wyróżnić trzy formuły radiowych programów internetowych:

- stacje internetowe będące dokładnym odpowiednikiem programu nadawanego w FM,
- oferta dodatkowa tradycyjnych nadawców w postaci kanałów dostępnych tylko w Internecie. Są to często wąsko sprofilowane kanały, skierowane do miłośników konkretnych gatunków muzycznych. Grupa Eurozet oferuje 47 takich kanałów, Eska – 31, RMF ok. 100 sformatowanych kanałów pod nazwą miastomuzyki.pl, Grupa Radiowa Agory, budując serwis Tuba.fm, umożliwia odbiorcy stworzenie własnej stacji radiowej nadającej samodzielnie wybraną muzykę. Według informacji nadawcy, na Tuba.fm takich indywidualnych stacji stworzono ponad 20 tys.,

⁴ Media Trendy 2010, Adam Wojdyło, Polskie Badania Czytelnictwa, partner GFK Polonia, DeKodowanie odbiorcy. Jakiego dokładnie kontentu i doświadczeń szukają konsumenci w różnych rodzajach mediów w Polsce?, kwiecień 2010 r.

- radia, gdzie oprócz samodzielnego generowania play listy, serwis proponuje słuchaczom tworzenie *własnej stacji radiowej* na bazie ulubionych utworów wraz z możliwością umieszczania takiego sygnału w serwisie www, blogu itp.

Charakterystyczny dla młodszych słuchaczy model słuchania radia w Internecie łączy się z nieliniarnym odbiorem programu (na przykład last.fm, polskastacja.pl), bądź w ogóle jedynie zastąpienie radia przez podcasting, czy ściąganie plików w mp3 na przykład na telefony komórkowe czy tablety.

Głównym powodem wyboru konkretnej stacji jest muzyka – przy czym słuchacze wolą stacje z określonym typem muzyki niż z mieszanką stylów. Jednak prawie połowa słuchaczy wybiera konkretną stację, ponieważ słuchali jej także w eterze.

Grupą słuchaczy najbardziej otwartą na słuchanie programów radiowych ze strony internetowej są osoby z kategorii wiekowej 15-24 lata. Z badania

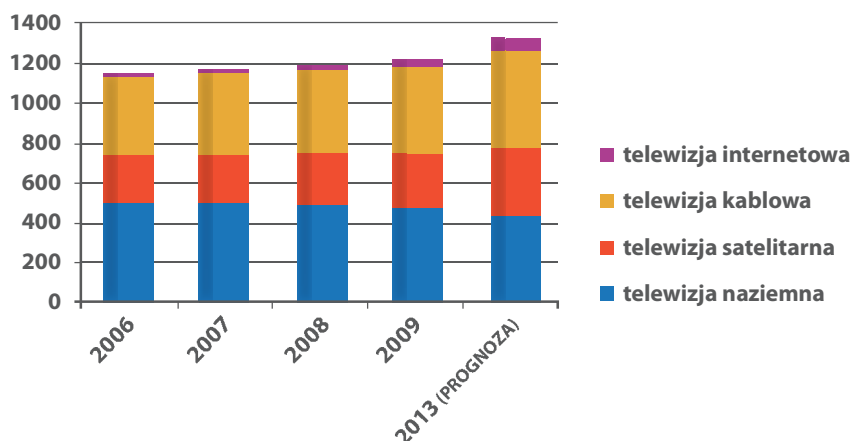
Radio Track wynika, że w 2011 r. udział programów radiowych słuchanych przez te osoby za pośrednictwem stron internetowych (Internet był źródłem sygnału) wyniósł 11,3%. Do tego trzeba doliczyć programy, które nie są identyfikowane w badaniu (czyli między innymi nadające tylko w Internecie - bez koncesji). KRRiT nie dysponuje danymi ile takich programów jest i jaki jest ich udział w czasie słuchania. Z badań opublikowanych przez Komitet Badań Radiowych wynika, że wśród młodych odbiorców 81% korzysta ze strony internetowej do odtwarzania stacji. Jednocześnie, w większości przypadków najczęściej słuchaną stacją jest ta dostępna również w eterze. Przewagę w słuchaniu stacji dostępnej jedynie w Internecie deklaruje 1/3 odbiorców.

Okolo 10% odbiorców słucha radia on-line przy użyciu telefonu komórkowego, prawie wszyscy odtwarzają je za pomocą komputera. Najczęściej słuchacze korzystają ze strony internetowej do odtwarzania stacji – 1/3 korzysta z playera (najczęściej Winamp i WMP⁵)⁶.

1.4 Preferencje widzów: kim są i jaki rodzaj telewizji wybierają?

Wykres nr 2.
Zmiany w sposobie oglądania telewizji na świecie w latach 2006 – 2013 (w mln gospodarstw domowych)

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie IDATE, TV Markets and Trends, Facts and Figures, 2010



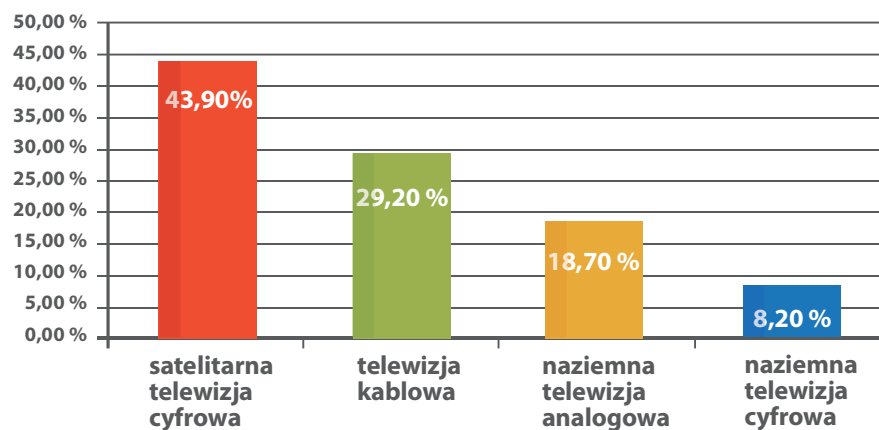
⁵ Winamp i WMP (Windows Media Player) – programy do odtwarzania plików muzycznych

⁶ Badanie Internetowego Audytorium Radia - „Radio internetowe w Polsce”, czerwiec 2011, Komitet Badań Radiowych i Millward/BrownSMG/KRC

Ukazana na powyższym wykresie tendencja ma również miejsce w Polsce, gdzie podobnie jak w innych krajach, coraz więcej gospodarstw domowych

wybiera telewizję satelitarną, by uzyskać dostęp do jak najszerszej oferty programowej.

Wykres nr 3. Sposób odbioru sygnału telewizyjnego w Polsce w 2011 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Establishment Survey firmy AC Nielsen 2011 r.

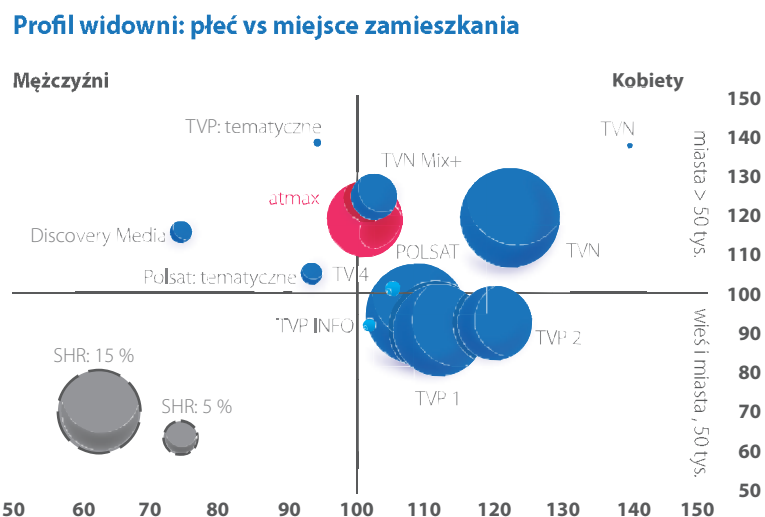
Dzisiaj w Polsce ok. 44% gospodarstw domowych może odbierać sygnał telewizyjny za pomocą cyfrowych platform satelitarnych. Jeśli spojrzeć z perspektywy kilku ostatnich lat, ten sposób odbioru sygnału telewizyjnego odnotował największy wzrost kosztem telewizji naziemnej, co wskazuje, że na opóźnieniach w uruchomieniu naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce najwięcej zyskują operatorzy cyfrowych platform satelitarnych.

Również w krajach, które przeszły już na odbiór cyfrowy, systematycznie wzrasta rola płatnej telewizji. Według ABI Research, w I kwartale 2011 roku liczba abonentów płatnej telewizji na całym świecie zwięk-

szyła się o 11,3 mln, a łączna liczba jej abonentów na koniec 2011 roku wyniosła ponad 759 mln. Telewizja kablowa nadal utrzymuje największy udział w rynku, jednak jej względny udział spadł z 72% w 2009 roku do 69% w roku następnym, gdyż nowe usługi telewizyjne, takie jak IPTV zaczynają zastępować tradycyjne usługi telewizji kablowej.

Poniższy schemat pozwala na prześledzenie zachowań widzów najpopularniejszych kanałów telewizyjnych. Zauważyć można, że w Polsce czas przed telewizorem spędzają głównie kobiety, preferując w dużych miastach nadawców komercyjnych, zaś w mniejszych miejscowościach telewizję publiczną.

Wykres nr 4. Preferencje polskich widzów – najpopularniejsze kanały telewizyjne

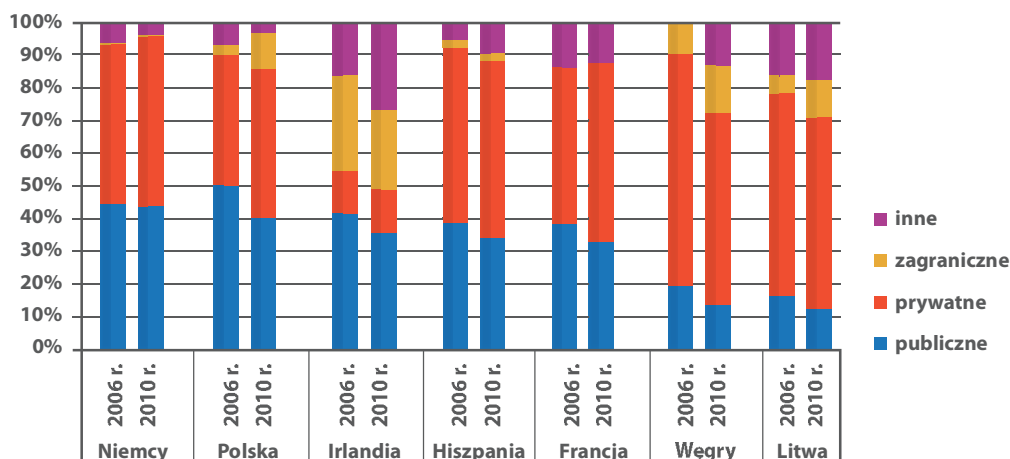


Źródło: AT media. Badania i opinie

Nowym zjawiskiem, na które również zwracają uwagę analitycy mediów, jest rosnąca fragmentaryzacja źródeł informacji. O ile do tej pory większość widzów korzystała głównie z krajowych mediów publicznych i komercyjnych, obecnie widzowie coraz częściej preferują media zagraniczne, dzięki większej

ich dostępności. Tendencję tę widać szczególnie wyraźnie w przypadku Polski, Węgier i Litwy, a więc krajów dotąd mniej zaawansowanych technologicznie i przez to długo pozbawionych dostępu do szerszej oferty programowej.

Wykres nr 5. Zmiany preferencji widowni w latach 2006 – 2010

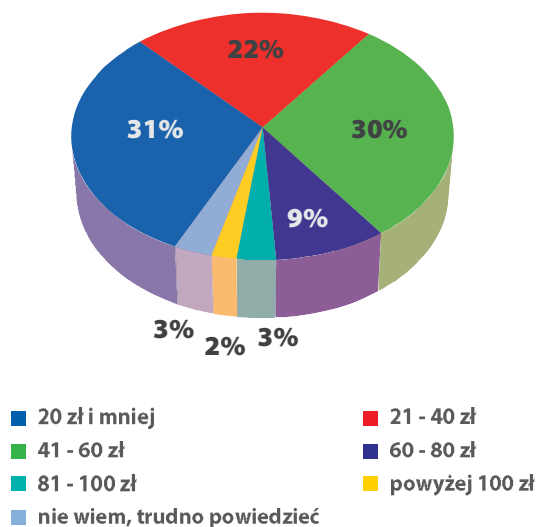


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Rocznika Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego

1.5 Ile widzi płaci za korzystanie z telewizji?

W Polsce odbiornik telewizyjny pozostaje dominującym urządzeniem służącym do odbioru telewizji. Według danych GUS w 2010 roku odbiornik telewizyjny posiadało 98,5%⁷ gospodarstw domowych.

Wykres nr 6.
Średnie miesięczne wydatki
na korzystanie z telewizji w 2011 r.



Źródło: Odsetek respondentów deklarujących określoną wysokość opłat za korzystanie z telewizji, badanie PBS DGA i CBM Indicator, s.158⁸.

Największe grono wśród badanych widzów stanowiły osoby deklarujące opłatę za korzystanie z telewizji w 2011 r. do 20 zł miesięcznie (31%), 22% deklaroowało wydatek od 21 do 40 zł miesięcznie, a ok. 30% płaciło w granicach 41- 60 zł miesięcznie. Podsumowując, ponad połowa (53%) osób korzystających z telewizji deklarowała, że płaci do 40 zł miesięcznie. Dla porównania miesięczna opłata za używanie odbiornika telewizyjnego lub radiofonicznego i telewizyjnego (tzw. abonament rtv) wynosiła w 2011 roku 17,15 zł.

⁷ Mały Rocznik Statystyczny, 2011.

⁸ Rynek telekomunikacyjny w Polsce w 2011 roku. Klienci indywidualni. Raport z badania konsumenckiego przeprowadzonego dla Urzędu Komunikacji Elektronicznej przez PBS DGA sp. z o.o., CBM INDICATOR sp. z o.o., grudzień 2011 r.

1.6 Zagrożenie wykluczeniem cyfrowym

CZYM JEST WYKLUCZENIE CYFROWE I KOGO DOTYCZY?

Wykluczenie cyfrowe to nieobecność w cyfrowej rzeczywistości, przez którą rozumie się dostęp do cyfrowych środków przekazu oraz umiejętność korzystania z nich. Najczęściej kojarzy się to z Internetem, ale chodzi również o dostęp do cyfrowej telewizji i cyfrowego radia. Wykluczenie cyfrowe to uniwersalny problem. W całej Europie zjawisko to dotyka około 150 mln osób. Z kolei w USA szacuje się, że blisko 100 milionów osób nie ma dostępu do sieci, a e-wykluczenie kosztuje ten kraj blisko 32 mld USD rocznie⁹. W Polsce ponad połowa polskiego społeczeństwa korzysta z Internetu, jednak wykluczonych z tego świata pozostaje wciąż około 13 mln Polaków aktywnych zawodowo. Głównym czynnikiem wykluczenia cyfrowego jest dziś wiek – problem dotyczy szczególnie pokolenia 50+, które w Polsce stanowi ponad 30% społeczeństwa. Spośród 13 mln Polaków po 50. roku życia ponad 10 mln (78%) nie korzysta z Internetu, co plasuje Polskę na jednym z ostatnich miejsc w Europie. Problem wykluczenia cyfrowego dostrzega Unia Europejska. UE bierze między innymi udział w programie „Nowoczesne technologie w służbie osobom starszym” (AAL). Według Neelie Kroes, wiceprzewodniczącej Komisji Europejskiej odpowiedzialnej za Agendę Cyfrową, w czasach kryzysu potrzebne są skuteczne programy zwalczania wykluczenia cyfrowego, a edukacja cyfrowa powinna znaleźć się w samym centrum zmian społecznych i ekonomicznej odbudowy Europy.

WYKLUCZENIE CYFROWE: INTERNET

Wykluczenie cyfrowe to nie tylko brak dostępu do Internetu, ale też w coraz większym stopniu brak umiejętności wszechstronnego korzystania z nowych technologii (znamienne jest, że ponad połowa e-wykluczonych ma w domu dostęp do sieci,

⁹ Za Gazeta Wyborcza, Microsoft walczy z cyfrowym wykluczeniem

ale o tym nie wie albo na przykład nie umie zapłacić za jej pomocą rachunków lub sprawdzić rozkładu jazdy autobusu). Z badań¹⁰ wynika, że osoby o niskim kapitale społecznym albo nie mają motywacji do szukania korzyści wynikających z aktywnego używania Internetu albo, jeśli już to robią, ich aktywność w sieci sprowadza się do powielania zachowań znanych z realnego świata. Osoby o wyższych kompetencjach społeczno-technologicznych, poza rozrywką, docierają do takich zasobów informacji, które pozwalają im rozwijać posiadane umiejętności i zdobywać nowe, a to z kolei służy poprawie jakości życia, statusu społecznego lub zawodowego. Aby zapobiegać wykluczeniu w tym zakresie, oprócz inwestycji technologicznych, które w dalszym ciągu są niezbędne w celu poszerzenia dostępu do Internetu, potrzebne są działania kształtujące kapitał społeczny. Są to głównie tzw. działania miękkie, aktywizujące, również za pomocą Internetu. Działania te powszechnie nazywa się edukacją cyfrową.

Wydaje się, że w Polsce problem wykluczenia w zakresie korzystania z nowych technologii jest zauważalny na forum publicznym i podejmowany w mniej lub bardziej systemowy sposób. Brakuje jednak całościowego, spójnego podejścia na poziomie państwa oraz korelacji działań. Wykluczeniu cyfrowemu starają się przeciwdziałać liczne, społeczne i urzędowe programy i inicjatywy, na przykład:

- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka;
- Program „Certyfikat Prezesa UKE”:
- „Certyfikat Seniora”
- „Certyfikat Bez Barier”;
- „Dojrzałość w sieci” (inicjatywa Koalicji Cyfrowego Włączenia Generacji 50+);

- „Polska Cyfrowa Równych Szans” (narodowy program ustawicznej edukacji cyfrowej dorosłych Polaków skierowany do: osób 50+, mieszkańców wsi i małych miasteczek, osób niepełnosprawnych, kobiet i przedsiębiorców oraz pracowników sektora publicznego). Jednym z filarów programu są tzw. „Latarnicy” – lokalni liderzy i animatorzy wprowadzający osoby dorosłe w cyfrowy świat w lokalnych środowiskach.

WYKLUCZENIE CYFROWE: TELEWIZJA CYFROWA

Telewizja w dalszym ciągu jest w Polsce najpopularniejszym źródłem dostępu do informacji, kultury i rozrywki. Toczący się obecnie proces cyfryzacji naziemnej telewizji powoduje, że stanie się ona treściowo bogatsza, jakościowo i funkcjonalnie bardziej atrakcyjna. Proces ten rozwiąże problem obecnego wykluczenia w zakresie pokrycia ludnościowego dla jednego programu ogólnopolskiego (Polsat) i dwóch programów ponadregionalnych (TVN i Puls): obecnie Polsat nie dociera drogą analogową naziemną do 15% mieszkańców Polski, a TVN i Puls – nie docierają analogowo naziemnie odpowiednio do 52% i 76% mieszkańców Polski. Jednakże cyfryzacja nadawania telewizyjnego niesie za sobą również określone zagrożenia i bariery, powodując, że część obywateli może podlegać cyfrowemu wykluczeniu.

Można je w uproszczeniu podzielić na trzy grupy:

- zagrożenia ekonomiczne;
- bariery kompetencyjne;
- bariery zdrowotne.

Należy przy tym zaznaczyć, że zagrożenia te nie dotyczą 81% społeczeństwa, ale za to ci, których one dotyczą, stanowią najpoważniejsze pod tym względem wyzwanie dla polityki państwa, gdyż często łączą kilka czynników zagrożenia naraz (zagrożenie wykluczeniem ze względu na wiek, na niskie dochody, na miejsce zamieszkania, na niski kapitał społeczny itp.).

¹⁰ Dominik Batorski, Nie każdy umie korzystnie używać technologii, Gazeta Wyborcza 1.03.2009 r. http://wyborcza.pl/1,76842,6332446,Nie_kazdy_umie_korzystnie_uzywac_technologii.html

Wykluczenie związane z odbiorem telewizji cyfrowej nie dotyczy abonentów płatnych telewizji – kablowej (29%) i satelitarnej (44%)¹¹ - oni już korzystają z cyfrowej oferty programowej dostarczanej im przez wybranych operatorów, jak też nie dotyczy tych osób, które korzystają z bezpłatnej naziemnej telewizji cyfrowej (8%). A zatem, zagrożenia i bariery związane z odbiorem telewizji cyfrowej mogą ewentualnie dotyczyć 7 milionów ludzi, czyli tych osób, które w dalszym ciągu korzystają z bezpłatnej naziemnej telewizji analogowej i które chcąc, nie chcąc, najpóźniej do 31 lipca 2013 r. muszą przejść na wyłączny odbiór cyfrowy.

Zagrożenia ekonomiczne dotyczą grupy najuboższych obywateli, dla których nabycie najprostszego urządzenia do odbioru telewizji cyfrowej stanowi poważny problem finansowy, nie mówiąc już o braku możliwości skorzystania z płatnej oferty operatorów satelitarnych czy kablowych. W większości krajów europejskich problem ten rozwiązano stwarzając system pomocy publicznej w najróżniejszych formach i wysokości. W Polsce jak dotąd koncepcja pomocy publicznej dla tej części obywateli nie została opracowana, chociaż ok. 12% społeczeństwa deklaruje brak środków na zakup najprostszego dekodera cyfrowego.

Bariera kompetencyjna dotyczy przede wszystkim odbiorców cyfrowej telewizji naziemnej. O ile abonenci platform satelitarnych i sieci kablowych otrzymują od operatora odpowiednie urządzenie i instrukcję jego obsługi, o tyle odbiorcy telewizji naziemnej skazani są na zakup dekodera lub odbornika zgodnie z własną wiedzą oraz na samodzielne zainstalowanie go. Może pojawiać się tu pole do nadużyć ze strony nieuczciwych przedsiębiorców, którzy wykorzystują brak kompetencji odbiorców dla osiągnięcia łatwego zysku.

Problem ten dotyka przede wszystkim ludzi starszych i samotnych, mieszkańców małych miast i wsi. Przewyciężaniu tych barier służyć powinna specjalnie zorganizowana pomoc techniczna złożona z dyspozycyjnych i odpowiednio przeszkolonych specjalistów.

Barierę zdrowotną wiążą się nie tylko z telewizją cyfrową, ale z dostępem do telewizji w ogóle. Dotyczą one osób starszych oraz osób z niepełnosprawnością wzroku i słuchu. Tu akurat telewizja cyfrowa jest szansą, bo stwarza tym osobom dodatkowe możliwości w postaci ułatwień łagodzących te bariery.

Niezależnie jednak od wskazanych wyżej zagrożeń i barier podstawowym warunkiem włączenia wszystkich obywateli w proces konwersji analogowo-cyfrowej jest kompleksowa, sprawnie przeprowadzona kampania informacyjno-edukacyjna, z której wynika potrzeba, sposób i termin przygotowania gospodarstw domowych do ww. zmiany technologicznej. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wskazywała na wagę tego czynnika podczas konferencji „Telewizja cyfrowa dla wszystkich”. (Poznań, kwiecień 2011 r.), a dokument końcowy tej konferencji, zawierający przewidywane rozmiary wykluczenia, jak i sposoby zapobiegania temu zjawisku został rozesłany do zainteresowanych resortów, parlamentarzystów i organizacji społecznych oraz znajduje się na stronie internetowej KRRiT¹². Przykładowe kampanie w innych krajach (Francja, Finlandia, Szwecja i Wielka Brytania) zostały opisane w Analizach Biura KRRiT nr 1/2011 i 2/2011¹³. Szerzej o kampanii informacyjnej w Polsce na temat DVB-T piszemy w rozdz. dotyczącym telewizji.

¹¹ Udział w rynku na podstawie badania Establishment Survey firmy AC Nielsen 2011 r.

¹² http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/dok_koncowy_konf_110415.pdf.

¹³ <http://www.krrit.gov.pl/dla-mediow-i-analitykow/publikacje/analizy/>

1.7 Potrzeby edukacji medialnej w środowisku cyfrowym

CZYM JEST EDUKACJA MEDIALNA?

Mówiąc kolokwialnie, edukacja medialna to współczesny odpowiednik nauki pisania i czytania. Teoretycy zagadnienia nazywają ją czasem alfabetyzacją medialną. Dlaczego jest potrzebna? Środowisko cyfrowe, w którym żyjemy, jest wynikiem konwergencji świata mediów, telekomunikacji i informatyki, które dotychczas traktowane były jako oddzielne obszary. Ich integracja, a także szeroki proces zmiany, do którego to zjawisko się przyczynia powoduje nieodwracalne zmiany technologiczne, przemysłowe, kulturowe i społeczne. Społeczeństwo wobec tej cyfrowej rewolucji dzieli się pokoleniowo na dwie części: młodzi, którzy nie znają czasów maszyny do pisania czy dyskietek, to tzw. „dzieci sieci”. Zwykle lepiej od pokolenia swoich rodziców umieją oni obsługiwać komputer i swobodnie poruszają się w środowisku internetowym, często brakuje im za to krytycznej analizy, znajomości zasad odpowiedzialnego korzystania z wolności słowa czy kreatywności polegającej na wyjściu poza pasywną rozrywkę w sieci. Z kolei pokolenie rodziców i dziadków będące potencjalnie pokoleniem najbardziej zagrożonym wykluczeniem cyfrowym (patrz. poprzedni podrozdział), często ma problemy z wszechstronną obsługą techniczną nowych mediów lub nie ma nawet motywacji, żeby próbować się z tym zmierzyć. Dlatego edukacja medialna i informacyjna¹⁴ traktowane łącznie i w szerokim rozumieniu, obejmującym również edukację cyfrową, stanowią jedno z podstawowych praw człowieka i stają się coraz pilniejszą potrzebą cywilizacyjną.

¹⁴ Edukacja informacyjna jako zestaw umiejętności związanych ze zdobywaniem informacji, od rozpoznania potrzeb informacyjnych po właściwe wykorzystanie zdobytych informacji - L. Derfert-Wolf, *Information literacy – kształcenie umiejętności informacyjnych w bibliotekach akademickich*, [w] *Cyfrowa przyszłość. Edukacja medialna i informacyjna w Polsce, raport otwarcia*, praca zbiorowa pod red. Jarosława Lipszyca, Fundacja Nowoczesna Polska, Warszawa 2012 r. s. 13.

POTRZEBY EDUKACJI MEDIALNEJ: DLA KOGO I NA JAK DŁUGO?

Zarówno organizacje międzynarodowe (Unia Europejska, UNESCO), jak i teoretycy przedmiotu uznają, że edukacja medialna powinna dotyczyć wszystkich obywateli, począwszy od wieku przedszkolnego po seniorów oraz trwać przez całe życie człowieka. Objęcie tą edukacją wszystkich grup wiekowych i społecznych jest niezbędne, gdyż każda z nich ma odrębne potrzeby edukacyjne w tym zakresie, a nieustannie zmieniające się cyfrowe środowisko wymaga kształcenia ustawicznego. Wynikiem edukacji medialnej i informacyjnej jest zdobycie kompetencji pozwalających zarówno świadomie i krytycznie odbierać treści komunikowania, jak i samemu je przetwarzać, tworzyć lub współtworzyć, przestrzegając jednocześnie zasad bezpieczeństwa i netykiety¹⁵. Tego rodzaju kompetencje - przy szerokim rozumieniu edukacji medialnej i informacyjnej, można nazwać konwergencją kompetencji.

POTRZEBY EDUKACJI MEDIALNEJ: ROLA PAŃSTWA

Społeczność międzynarodowa wypracowała liczne dokumenty¹⁶ - deklaracje lub rekomendacje końcowe międzynarodowych konferencji, które mogą posłużyć jako inspiracja do budowy modelu edukacji medialnej w Polsce. Do edukacji medialnej w kontekście polityki państw członkowskich nawiązują również lub mówią o niej wprost dokumenty unijne. Wymienić tu należy: dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych (2010/13/UE), Zalecenia i Rezolucję Parlamentu Europejskiego, Komunikat i Zalecenie

¹⁵ Oznacza zbiór zasad obowiązujących w Internecie.

¹⁶ Na przykład: Deklaracja z Fezu (2011 r.), Deklaracja Brukselska (2010 r.), Agenda Paryska UNESCO (2007), Deklaracja Aleksandryjska (2005), Deklaracja z Grunwaldu (1982 r.)

Komisji Europejskiej czy opinie Komitetu Regionów¹⁷.

Jeśli chodzi o Polskę, w styczniu 2011 r. w ramach projektu „Cyfrowa przyszłość” został opublikowany raport otwarcia na temat edukacji medialnej i informacyjnej w Polsce. Jest to pierwsza w Polsce próba kompleksowego opisanego naszego stanu wiedzy o kompetencjach medialnych Polaków i zbudowania wizji rozwoju tych kompetencji w przyszłości. Zadanie to zostało sfinansowane przez Narodowy Instytut Audiowizualny, a wykonane pod szyldem Fundacji Nowoczesna Polska¹⁸.

W sprawie edukacji medialnej w Polsce wypowiedział się również w swoim Stanowisku Polski Komitet Programu Informacja dla Wszystkich UNESCO. W uzasadnieniu do tego Stanowiska czytamy między innymi „Biorąc pod uwagę procesy i działania podejmowane w skali międzynarodowej i krajowej, konieczne wydaje się zatem wprowadzenie w Polsce systemowego podejścia w zakresie edukacji medialnej i to zarówno na poziomie znacznie wzmocnionej

w tym zakresie edukacji formalnej (system oświaty), jak i nieformalnej (środowisko rodzinne, organizacje pozarządowe, sieci bibliotek...). Zwłaszcza edukacja formalna, zarówno w przekazywanych treściach jak i metodach i narzędziach pracy nie nadąża za wyzwaniami współczesnego konwergentnego i cyfrowego świata”. Dokument ten zawiera również sześć wniosków, których podjęcie przysłużyłoby się rozwojowi edukacji medialnej i informacyjnej na poziomie państwa, w tym postulat powołania krajowego koordynatora ds. edukacji medialnej.

1.8 Udział niepełnosprawnych w dostępie do mediów

Grupą szczególnie zagrożoną wykluczeniem społecznym, a w szczególności ograniczeniem dostępu do mediów elektronicznych są osoby z niepełnosprawnością sensoryczną (upośledzenie wzroku, upośledzenie słuchu). Dostępność mediów, w tym telewizji, dla tych osób jest przedmiotem wielu dokumentów o zasięgu międzynarodowym, na przykład Konwencji ONZ o Prawach Osób Niepełnosprawnych czy dyrektywy UE o audiowizualnych usługach medialnych.

W Polsce, w wyniku implementacji ww. dyrektywy dokonano zmiany w ustawie o radiofonii i telewizji, poprzez wpisanie do niej obowiązku przeznaczania, począwszy od 2012 r., 10% czasu antenowego (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży) na audycje zawierające ułatwienia umożliwiające ich odbiór przez osoby niepełnosprawne. Obowiązek ten dotyczy wszystkich nadawców posiadających polskie koncesje. Jest to istotny krok naprzód w stosunku do praktyki sprzed wejścia w życie ww. nowelizacji ustawy, kiedy ułatwienia takie oferowała jedynie Telewizja Polska SA oraz niektórzy nadawcy satelitarni działający w oparciu o standardy obowiązujące w krajach macierzystych (na przykład Canal+). W marcu 2012 r. Canal+ Cyfrowy otrzymał na Sympo-

¹⁷ Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie, 2006/962/WE, L 394/10; Zalecenie 2006/952/WE z dnia 20.12.2006 r. w sprawie ochrony małoletnich, godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi w odniesieniu do konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego oraz internetowych usług informacyjnych, L 378/72; Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 18 grudnia 2008 r. w sprawie umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym (2008/2129/INI), 2010/C/ 45 /E/02; Zalecenie Komisji Europejskiej ws. umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym w celu stworzenia bardziej konkurencyjnego sektora audiowizualnego i treści cyfrowych oraz stworzenia integracyjnego społeczeństwa opartego na wiedzy, K(2009) 6464 wersja ostateczna; Komunikat Komisji Europejskiej, Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym, COM/2007/0833 końcowy; Opinia Komitetu Regionów, Umiejętności korzystania z mediów oraz Kreatywne treści on-line, 2008/C 325/12 oraz Rozwijanie umiejętności korzystania z mediów w perspektywie regionalnej – edukacja medialna w polityce edukacyjnej UE, 2010/C 141/4.

¹⁸ Raport dostępny jest na zasadzie wolnej licencji Creative Commons pod adresem <http://nowoczesnapolska.org.pl/2012/01/20/edukacja-medialna-i-informacyjna-raport-otwarcia/>

zjum Świata Telekomunikacji i Mediów Kryształową Antenę w kategorii „Telewizja”, między innymi za specjalne wersje napisów dla osób z niepełnosprawnością narządu słuchu.

W telewizji analogowej dostępność emitowanych treści audiowizualnych możliwa była ograniczonymi środkami: wkomponowana w obraz sylwetka tłumacza na język migowy, napisy dla niesłyszących jako element obrazu lub na stronach telegazety, lektor czytający dialogi w filmach obcojęzycznych.

Wprowadzenie telewizji cyfrowej oznacza możliwość dostarczenia nowych oraz udoskonalenia istniejących ułatwień dla osób niepełnosprawnych. Napisy dla niesłyszących i sylwetka tłumacza migowego nie muszą stanowić stałego elementu obrazu, ale mogą być włączane w zależności od potrzeb. Audiodeskrypcja, czyli udostępnianie treści wizualnych osobom niewidomym poprzez dźwiękowy opis sytuacji i zdarzeń, możliwa jest dzięki wielokanałowemu zapisowi dźwięku.

Ułatwienia te wprowadzane są systematycznie do oferty polskich nadawców, jednakże obowiązujące zapisy nie w pełni zadawalają środowiska osób, dla których są przeznaczone. Wzorem niektórych krajów europejskich należałoby wprowadzić stopniowe zwiększanie ustawowych kwot audycji dla niepełnosprawnych, a także określić szczegółowe i jasne zasady ich stosowania. Wymagać to będzie jednak zmiany istniejących zapisów w ustawie o radiofonii i telewizji.

Ujednoliceniem tych zasad w skali światowej, a także wprowadzeniem międzynarodowych standardów dotyczących parametrów i usług zajmuje się powołana przez Międzynarodowy Związek Telekomunikacyjny (ITU) grupa celowa pod nazwą „dostępność mediów audiowizualnych”, w której czynnie uczestniczy przedstawiciel KRRiT.

2 OBRAZ RYNKU MEDIÓW W LICZBACH

2.1 Rynek mediów elektronicznych w Polsce na tle wybranych rynków europejskich

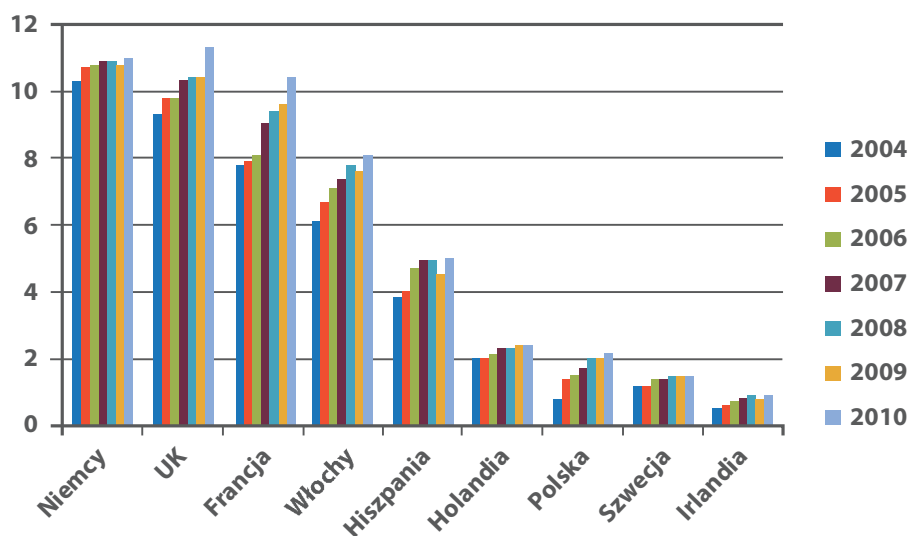
ZMIANY O CHARAKTERZE EKONOMICZNYM

Po czasowym załamaniu na światowym rynku telewizyjnym w 2009 roku w związku z kryzysem ekonomicznym, już rok później pojawiła się znów tendencja wzrostowa. Dochody wzrosły¹⁹ o 7,7% w skali światowej, osiągając poziom £239 mld²⁰ w wyniku wzrostu przychodów z reklam (o 9,9%) i płatnej telewizji (o 7,1% w stosunku rocznym). Jeśli spojrzeć z dalszej perspektywy, w ciągu czterech lat, pomimo recesji, dochody światowego rynku telewizyjnego wzrosły o prawie jedną czwartą (o 23,2%) w porównaniu z rokiem 2006. W tym samym czasie można zaobserwować zmianę w strukturze rynku telewizyjnego.

O ile dawniej dochód był generowany głównie przez reklamy ok. 50% wobec 40% uzyskiwanych z telewizji płatnej i 10% z finansowania publicznego, o tyle ostatnio podział ten ulega zmianie: w 2009 roku wpływy z płatnej telewizji zrównały się z wpływami z reklam i obecnie dochody rynku telewizyjnego pochodzą przede wszystkim z opłat za dostęp do telewizji płatnej.

Trendy światowe w różnym stopniu znajdują odzwierciedlenie w gospodarce poszczególnych krajów europejskich.

Wykres nr 7. Dochody rynku TV w latach 2004 – 2010 w wybranych krajach europejskich (w mld £)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *International Communications Market Report 2011*, Ofcom

¹⁹ *International Communications Market Report 2011*, Ofcom

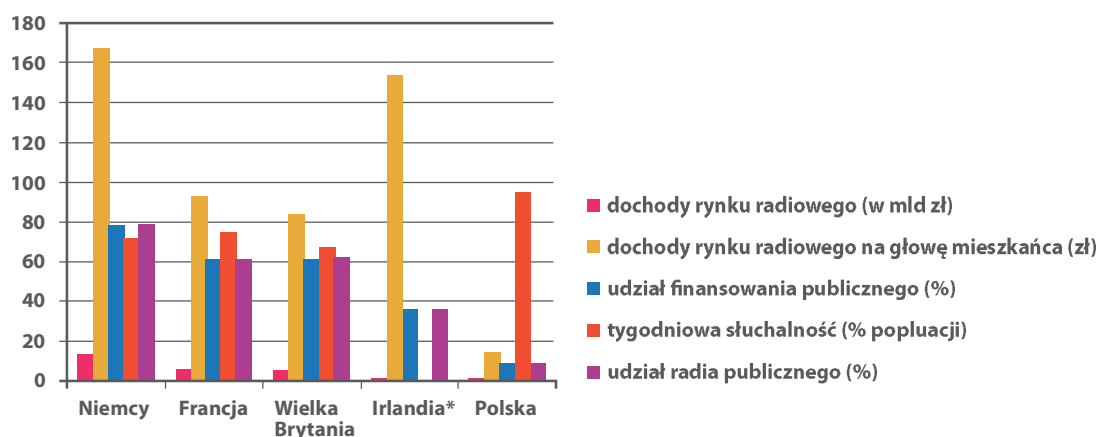
²⁰ Wg średniego kursu NBP za 2010 r. – odpowiada to ok. 1113 mld zł

W stosunku rocznym największy przyrost procentowy w stosunku do wartości całego rynku osiągnęły Hiszpania i Polska (odpowiednio 11% i 10,7%), a patrząc z dalszej perspektywy (6 lat), można zauważyć, że polski rynek telewizyjny był miejscem najszybszego wzrostu (9,1%) wśród wybranych państw.

Kondycja europejskiego rynku radiowego jest znacznie gorsza. Z raportu brytyjskiego organu regulacyjnego Ofcom²¹ wynika jednak, że spośród badanych w nim rynków radiowych, jedynie

Irlandia, Hiszpania i Polska poniosły straty w 2010 roku, co wiąże się z dużym udziałem reklam w ich finansowaniu, a te w związku z kryzysem ekonomicznym znacząco spadły. Globalne dochody rynku radiowego wzrosły wówczas o 5% w stosunku do roku poprzedniego, osiągając wartość £29 mld²², zaś Polska odnotowała w tym samym czasie spadek w wysokości 4,1%. Polskie radio publiczne jako jedyne w Europie odnotowało redukcję poziomu finansowania publicznego.

Wykres nr 8. Rynek radiowy wybranych krajów europejskich w 2010 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *International Communications Market Report 2011*, Ofcom (*w Raporcie brak danych na temat słuchalności radia w Irlandii)

Powyższy wykres ukazuje znaczną odmienność polskiego rynku radiowego od rynków innych krajów europejskich. Widać, że mimo bardzo wysokiej słuchalności (94,8% dorosłych), dochody rynku są na

bardzo niskim poziomie w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Podobnie zaskakująco niski jest udział finansowania publicznego, co ma wpływ na pozycję radia publicznego na rynku.

ZMIANY NA RYNKU REKLAMY

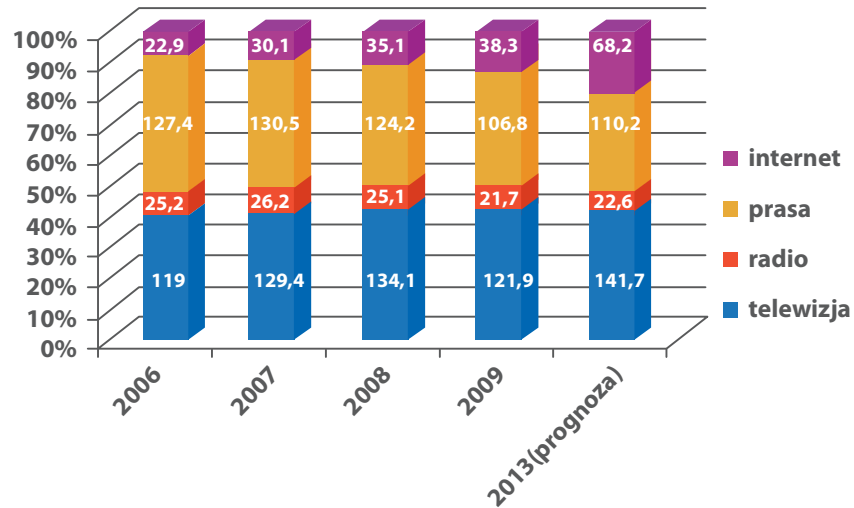
W efekcie kryzysu ekonomicznego nakłady na reklamę na całym świecie spadły w 2009 r. o 9,4%. W ciągu czterech lat (2006 – 2009) udział reklamy telewizyjnej pozostał na niezmiennym poziomie,

natomiast znacząco spadły nakłady na reklamę w prasie i radiu – w ciągu czterech lat odpowiednio o 14,1% i 13,6%. Zauważalny jest też istotny wzrost znaczenia Internetu.

²¹ *International Market Report 2011*, Ofcom

²² Wg średniego kursu NBP za 2010 r. – odpowiada ok. 135 mld zł

Wykres nr 9. Zmiany na światowym rynku reklamy w latach 2006 – 2013 (w mld euro)

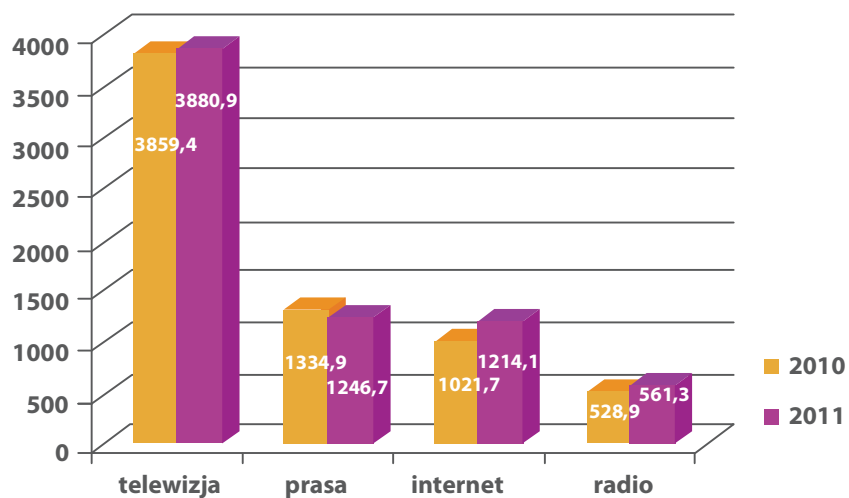


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie IDATE, TV 2010, Markets and trends

W Polsce ma miejsce podobna tendencja, choć tu nie występuje tak duża różnica w tempie zmian między

telewizją a Internetem i nie widać tak wyraźnego spadku w reklamie prasowej:

Wykres nr 10. Zmiany na polskim rynku reklamy w latach 2010 – 2011 (w mln zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych STARLINK

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na specyficzną sytuację polskiej telewizji publicznej. Otóż, o ile jej udział w rynku widowni porównywalny jest z udziałem telewizji publicznej w innych krajach, takich jak Niemcy, Irlandia, Francja czy Hiszpania (ok. 40%), o tyle poziom finansowania ze środków publicznych drastycznie odbiega od średniej europejskiej (17% wobec 60% i więcej)²³.

2.2 Rozwój nielinearnych usług medialnych w Polsce

Wobec nieimplementowania przez Polskę zapisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w części dotyczącej nielinearnych usług medialnych, regulacja tego obszaru pozostaje wciąż kwestią przyszłości. Z regulacyjnego punktu widzenia utrudnione jest więc uzyskanie pełnego obrazu tego sektora.

Mimo wielu problemów związanych z interpretacją przepisów wynikających z implementacji dyrektywy pojawiających się w krajach europejskich, rynek usług na żądanie rozwija się w szybkim tempie. We Francji i w Wielkiej Brytanii ponad jedna czwarta użytkowników Internetu deklaruje, że korzysta z usług VoD. Jednak na tym etapie rozwoju telewizja hybrydowa oraz VoD są jeszcze w dalszym ciągu usługami komplementarnymi, a nie substytutem usług linearnych. Co jednak ważne, zdaniem analityków rynku, telewizja hybrydowa zmieni sposób korzystania z Internetu i telewizji, a także zachowania widzów oraz może stać się częścią szerszego ekosystemu audiowizualnego.

Nielinearne usługi medialne można odbierać nie tylko w komputerze, ale też na urządzeniach przenośnych (laptop, tablet, smartfon), a telewizor nowej generacji, czyli z podłączeniem do Internetu staje się centrum domowej rozrywki. W 2011 r. sprzedano ponad 2,2 mln telewizorów, z czego ponad pół miliona umożliwiło podłączenie do Internetu²⁴. Sza-

cuje się, że co drugi telewizor sprzedawany w 2012 r. będzie odbiornikiem smart²⁵. Z kolei IPTV to telewizja oparta na technologii umożliwiającej przesyłanie sygnału telewizyjnego w sieciach szerokopasmowych opartych na protokole IP. Jest to jedna z form telewizji cyfrowej z rozbudowanymi możliwościami interakcji i usług na żądanie. Do korzystania z niej nie jest potrzebny komputer – wystarczy telewizor podłączony do sieci za pomocą dekodera.

Aktualnie w Polsce i w części krajów Europy Środkowej i Wschodniej o tym, do jakich usług oferowanych przez Internet mają dostęp odbiorcy, decydują producenci telewizorów (kontrolując tzw. „bramy cyfrowe”). Taka sytuacja miała miejsce wcześniej również w Europie Zachodniej. Obecnie w dużej części, m.in. w Niemczech, Francji i Hiszpanii wprowadzany jest otwarty standard HbbTV26. Również w Polsce rynek i oczekiwania konsumentów wymuszą wprowadzenie otwartych standardów. Póki co, można zaobserwować fragmentaryzację rynku telewizji hybrydowej związaną z brakiem interoperacyjności oferowanego sprzętu i stosowaniem różnych standardów.

Warto odnotować, że na polskim rynku usług nielinearnych najpopularniejsze są treści polskich dostawców (dane za grudzień 2011 r.): na pierwszym miejscu plasuje się ipla, potem iplex i tvn player, zaś dopiero na czwartej pozycji jest YouTube. Kolejne pozycje zajmują: polska usługa VOD.TVP.pl, dwie usługi zagraniczne: Social TV i Explore 3 D oraz Tuba.fm (jedyne serwis audio!) i Onet.TV. Listę tę zamyka zajmujący 10.

do Internetu (na przykład Wi-Fi), które łączą tradycyjny sposób oglądania programów telewizyjnych (usługi linearne) z usługami oferowanymi za pomocą Internetu (usługi nielinearne) nazywane są odbiornikami hybrydowymi, czy właśnie smart TV.

²⁵ Paweł Tutka, Rynek smart TV w Polsce, Telekabel, marzec 2012 r.

²⁶ Standard HbbTV (Hybrid TV Broadband Broadcast) jest zgodny z normą ETSI TS 102 796 Europejskiego Instytutu Norm Telekomunikacyjnych. Standard ten umożliwia otwarty dostęp do tworzenia aplikacji dla telewizji hybrydowej bez konieczności tworzenia ich odrębnie dla każdej marki telewizora, a także możliwość dołączania przez nadawców linearnych bezpośrednio do programów dodatkowych informacji i serwisów nielinearnych (tzw. „red buton”).

²³ Więcej na ten temat w rozdziale na temat mediów publicznych.

²⁴ Nazwa smart TV wynika z analogii do smartfonów: takie odbiorniki z bezprzewodowym szerokopasmowym dostępem

pozycję Facebook²⁷.

Na uwagę zasługuje również interaktywny projekt telewizji publicznej – iTVP-HD, który pokazuje produkcje TVP w nowych mediach. Na projekt ten składają się odcinki serii, materiały graficzne, dodatkowe materiały wideo wyprodukowane przez iTVP-HD, materiały redakcyjne, ale też aktywności społecznościowe, wideocząty, aplikacje i gry, komentarze i konkursy. W październiku 2011 r. Telewizja Polska nadała też po raz pierwszy spektakl Teatru Telewizji na żywo ("Boska") nie tylko w programie 1 TVP, ale również w Internecie z obrazem przekazywanym przez 4 kamery, uzyskując ponad 60-tysięczną widownię (kontynuacja projektu przewidziana jest w 2012 r.). Interaktywne projekty prowadzone przez telewizję publiczną możliwe są między innymi dzięki niskiemu kosztowi jednostkowemu dotarcia z siecią IP.

2.3 Rynki sąsiadujące

Według danych StarLink²⁸, w 2011 roku szacowana wartość rynku reklamowego w Polsce wyniosła 7 miliardów 492 miliony złotych, co oznacza wzrost wydatków reklamowych o 1,9% w stosunku do 2010 roku. W analizowanym okresie pozytywną zmianę zanotowały takie media jak: Internet, radio, reklama kinowa oraz telewizja, przy czym wydatki reklamowe w tym ostatnim, największym przecież medium, wzrosły w 2011 r. jedynie o 0,6% (w porównaniu do +7,2% w 2010 r.). Po raz kolejny wydatki reklamowe najbardziej wzrosły na rynku Internetu (+18,8%), przede wszystkim za sprawą inwestycji w reklamę w wyszukiwarkach (wzrost o 26%). Kolejnym medium pod względem dynamiki wydatków reklamowych w 2011 r. było kino, gdzie wzrost wyniósł 6,7%.

²⁷ Źródło: prezentacja M. Wojciechowskiego - przedstawiciela firmy Samsung na konferencji „aplikacje.tv”, Warszawa, 13.03.2012 r.

²⁸ Rynek reklamy w Polsce w 2011 r. Raport domu mediowego StarLink

Jeśli chodzi o telewizję, spadek wpływów z reklamy w 2011 r. wyniósł aż -4,2%. Na tak słaby wynik największy wpływ miały redukcje budżetów reklamodawców w największych stacjach - TVP, Polsat i TVN. Stacje tematyczne nadal powiększają swój udział w rynku reklamy telewizyjnej – w 2011 r. zanotowały wzrost z 15,6% do 18,8%.

Podobnie jak w poprzednim roku spadki zanotowały dzienniki, reklama zewnętrzna oraz magazyny. To efekt dalszego przenoszenia budżetów reklamowych do Internetu i wzmocnienia kampanii w radiu, które w 2011 r. odnotowało wzrost o 6,1%. Najwięcej straciły dzienniki, gdzie spadek wyniósł -9,1%. Wydatki na reklamę zewnętrzną spadły o -4,6%, a w magazynach o -4,5%.

PRASA

Prasa drukowana, aby stawić czoło konwergencji technologicznej, zmuszona jest do coraz ostrzejszej rywalizacji, zwłaszcza z Internetem. W opinii Izby Wydawców Prasy²⁹ momentem, który przyspieszył inwestycje tego sektora w sieci było pojawienie się na polskim rynku w 2010 roku pierwszego tabletu. Znalazło to odzwierciedlenie w spadkach nakładów dzienników i czasopism. Choć spada liczba czytelników poszczególnych tytułów, to według obserwacji Izby, starannie zredagowana gazeta jest jednak ciągle dla większości Polaków najlepszym źródłem informacji i opinii.

Potwierdzają to wyniki badań Instytutu Monitorowania Mediów³⁰ w 2011 roku. Pierwsze miejsce w rankingu najczęściej cytowanych źródeł informacji dla pozostałych mediów zajmuje Rzeczpospolita, na drugiej pozycji znalazła się Gazeta Wyborcza,

²⁹ http://www.izbapraczy.pl/rynek_prasy_details.php?id_rynek-prasy=39

³⁰ Instytut Monitorowania Mediów „Najbardziej opiniotwórcze polskie media w grudniu 2011 roku”, Analiza częstotliwości cytowania poszczególnych mediów przez inne media na podstawie przekazów prasowych, telewizyjnych i radiowych z okresu od 1 do 31 grudnia 2011 roku.

a czwarte miejsce przypadło Dziennikowi Gazeta Prawna (trzecie miejsce zajmowała stacja TVN24). Czytelnictwu prasy odbiorcy poświęcają dziennie około 20 minut (gazety) i 24 minut (czasopisma)³¹.

Tradycyjnie największe nakłady mają dzienniki ogólnopolskie. Ich udział w globalnym nakładzie prasy wynosi 57% a w liczbie ogólnie rozpowszechnianych egzemplarzy 54%. Utrzymującą się tendencją jest ponadto duża dysproporcja między nakładem tygodniowym i weekendowym dzienników (na korzyść tego drugiego). Stanowi to odzwierciedlenie postaw czytelnicych – polscy odbiorcy prasy korzystają z niej wprawdzie regularnie, wolą jednak sięgać po gazetę raz w tygodniu, a nie codziennie.

Przychody z reklam stanowią zdecydowaną większość dochodów prasy. Tymczasem w roku 2011 dzienniki odnotowały spadek wpływów reklamowych. Sytuacja ta związana jest z pogłębiającym się spadkiem sprzedaży egzemplarzowej większości z nich oraz narastającej presji rabatowej ze strony reklamodawców. Gorzej niż przed rokiem sprzedawała się także większość tygodników opinii³² i tygodników lokalnych.

Na rynku dzienników działa czterech dużych wydawców: Axel Springer Polska, Agora S.A., Grupa Wydawnicza Polskapresse (to jednocześnie największy wydawca prasy lokalnej) oraz Orkla/Media Regionalne. Szacuje się, że wymienieni wyżej wydawcy sprzedają około ¾ łącznego jednorazowego nakładu gazet codziennych.

TABELA NR 1. NAJWIĘKSZY WYDAWCY GAZET W 2010 r.³³

	Wydawca	Nakład ogółem (000)
1	Agora	237 949
2	Ringier Axel Springer Polska	215 157
3	Grupa Polskapresse	159 845
4	Grupa Media Regionalne	101 749
5	Murator	97 055
6	Presspublica	67 762
7	SPES	36 600
8	Infor Biznes	36 077

Źródło: Dane Polskiej Izby Wydawców Prasy 2010 ZKDP, dla dzienników pozostających poza kontrolą ZKDP – szacunki Press-Service Monitoring Mediów

³¹ Dla porównania oglądanie telewizji zajmuje przeciętnie około 230 minut dziennie, korzystanie z Internetu około 117 minut, słuchanie radia około 80 minut dziennie na podstawie: Źródło: dla gazet i czasopism TGI, I-XII.2010, N= 17 844 (newspapers readers), 29061 (magazines readers); Dane dla Internetu pochodzą z badań PBI/Gemius, Dane dla radia – Radio Track SMG/KRC, 2010, Dane dla telewizji – AGB Nielsen Media Research, 2010.

³² W 2011 r. gorzej niż w 2010 r. radziła sobie większość tygodników opinii. Były jednak wyjątki: zyskały *Gość Niedzielny*, *Gazeta Polska i Wprost*.

³³ Dane Polskiej Izby Wydawców Prasy 2010

Najsilniejszą grupę czasopism stanowią te o tematyce radiowo-telewizyjnej. Z kolei najwięcej wpływów z reklam generują pisma kobiece. Pisma społeczno-polityczne, przeżywające boom w latach dziewięćdziesiątych, obecnie cieszą się mniejszym zainteresowaniem, a ich nakład spada. Tania prasa kobieca początkowo osiągała wielką popularność. Zainteresowanie tymi tygodnikami i dwutygodnikami jednak po kilku latach zdecydowanie spadło, przy jednoczesnym wzroście liczby tytułów czasopism z tzw. górnej półki wydawniczej (luksusowe pisma o stosunkowo dużej objętości). Nowością wśród czasopism są tzw. wielkomięskie pisma kulturalne.

Nowy typ czasopism doprowadził do powstania nowego typu recepcji prasy – tzw. „ogładactwa”, rozumianego jako „przeoglądanie krótkich na ogół materiałów przetykanych licznymi ilustracjami i reklamami”³⁴.

Tygodniki opinii w ciągu ostatnich lat najbardziej ucierpiały na skutek rozwoju dostępności globalnej

sieci, co szczególnie silnie zmienia nawyki w gronie ich czytelników – młodych, dobrze wykształconych i zamieszkujących duże ośrodki miejskie.

Konserwatywna forma wydawnicza, jaką jest tygodnik opinii, może utrzymać na dotychczasowym poziomie niektóre wydawnictwa skierowane do środowisk przyzwyczajonych do tradycyjnego sposobu dostępu do informacji i komentarzy.

Warto zwrócić uwagę na różnice w wynikach badań czytelnictwa. Na przykład Badania PBC nie potwierdzają spadku zainteresowania czytelnictwem gazet³⁵. Zdaniem PBC zanotowano nawet wzrost czytelnictwa prasy codziennej wśród młodzieży.

Wydawnictwo Bauer posiada około 50% udziału w rynku czasopism; podczas gdy trzej kolejni (tj. Axel Springer, Gruner & Jahr oraz Edipresse) zajmują zaledwie 5-8% rynku.

TABELA NR 2. NAJWIĘKSI WYDAWCY CZASOPISM KONSUMENCKICH WEDŁUG GLOBALNYCH – ROCZNYCH – NAKŁADÓW W ROKU 2010³⁶

Wydawca	Liczba tytułów	Nakłady globalne
Wydawnictwo Bauer	(33)	424 080 911
Teleprogram - Dokładna Informacja	(1)	68 904 418
Edipresse Polska	(12)	62 597 536
Grupa Polskاپresse	(3)	45 275 561
Grupa Burda	(15)	33 281 852
Ringier Axel Springer Polska	(14)	27 795 869
Wydawnictwo Westa-Druk Mirosław Kuliś	(1)	27 180 931
Grupa G+J	(15)	26 612 684
Phoenix Press	(7)	22 446 120
Agora	(14)	18 626 694

Źródło: ZKDP (uwaga: zestawienie obejmuje wyłącznie wydawców i tytuły zgłoszone do kontroli dystrybucji w ZKDP).

³⁴ Ryszard Filas, Zeszyty Prasoznawcze, Kraków 2010, s. 27 i in.

³⁵ Być może, jak sugeruje opracowanie Izby Wydawców Prasy wynika to z optyki badań nakierowanych na potrzeby reklamodawców, a nie pokazujących zainteresowań i preferencji czytelnicych, motywacji przywiązania do konkretnego tytułu czy doświadczeń czytelników.

³⁶ Dane Polskiej Izby Wydawców Prasy 2011

Większość dzienników i czasopism jest w posiadaniu kapitału zagranicznego lub kapitał zagraniczny je kontroluje³⁷.

1. Agora SA (polska ółka giełdowa),
2. Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o.
3. Polskapersse sp. z o.o. (grupa Verlagsgruppe Passau),
4. Wydawnictwo Bauer Sp. z o.o., sp. kom.
5. Gruner+Jahr Polska
6. Phoenix Press (grupa Bauer Media Group),
7. Marquard Media Polska ,
8. Burda Media Polska Sp. z o.o.
9. Edipresse Polska
10. Presspublica Sp. z o.o.

W związku z nowymi tendencjami na rynku sektor prasy staje wobec kolejnych wyzwań związanych z następującymi zjawiskami³⁸:

- przychody reklamowe z działalności internetowej wydawców nie rekompensują strat związanych z utratą reklam w druku;
- media społecznościowe zmieniają sposób zbierania i dystrybucji informacji przez wydawców prasowych;

Biznes wydawniczy przyjmuje formę ciągłego uzupełniania informacji, monitorowania innych mediów, odsiewania nieprawdziwych lub mniej ważnych wiadomości i przedstawiania informacji w nowej szacie graficznej (dostosowanej m.in. do platform mobilnych i tabletów).

KINEMATOGRAFIA

Polska kinematografia mimo dynamicznego rozwoju multimedialnych nadal skutecznie konkuruje z nowymi

³⁷ Zgodnie z informacjami podanymi w artykule pt. Kondycja rynku prasy w Polsce – analiza, opublikowanym w Media Watch z 24 marca 2011 roku

³⁸ Źródło: Raport World Press Trends przygotowany przez Światowe Stowarzyszenie Gazet i Wydawców prezentowany w Wiedniu 2011 na Światowym Kongresie Gazet

formami przekazu i docierania do widza, jak na przykład Internet, telefonia komórkowa, VoD, itp. Istniejące systemy wsparcia produkcji kinematograficznej, czyli głównie system wspierania polskiej produkcji wprowadzony w 2005 roku ustawą o kinematografii i realizowany przez Państwowy Instytut Sztuki Filmowej³⁹, a także Program Unii Europejskiej MEDIA oraz tworzone od 2008 roku Regionalne Fundusze Filmowe, przyniosły wymierne efekty w postaci wzrostu ilości produkowanych filmów. Dla porównania: w 2004 r wyprodukowano w Polsce 14 filmów fabularnych⁴⁰, w 2005 – 0, ale już w 2007 roku – 39, w 2009 – 60⁴¹ a w 2010 – 35. W 2011 roku – dofinansowano produkcję aż 48 premier fabularnych⁴². Nastąpił zauważalny wzrost zainteresowania widzów rodzimą produkcją (30%). Taką tendencję można zaobserwować także w innych krajach europejskich, gdzie obok Francji, w której tradycyjnie udział oglądalności filmów francuskich w porównaniu do całej oferty filmowej jest duży (41,6%), zanotowano wzrost także m.in. we Włoszech (37,5%), Wielkiej Brytanii (36,2%), Czechach (29%), Danii (28%) czy Holandii (22,4%)⁴³.

W 2011 roku w krajach unijnych zauważono nieznaczny spadek sprzedaży biletów (0,4%) w stosunku do roku 2010 (z 964 mln w 2010 r. do 960 mln w 2011 r.), natomiast w Polsce przy lekkim spadku frekwencji w 2010 roku spowodowanym, jak oceniają obserwatorzy, katastrofą w Smoleńsku, klęskami żywiołowymi oraz dużą ilością premier amerykańskich superprodukcji w formacie 3D, od 2006 roku systematycznie wzrasta liczba widzów na polskich filmach.

³⁹ Utworzenie Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, zarządzającego budżetem na wsparcie produkcji, na który składają się odpisy (1,5%) wnoszone przez podmioty działające na rynku audiowizualnym.

⁴⁰ Odpowiedź min. Bogdana Zdrojewskiego na zapytanie posła Jana Kulasa w sprawie funkcjonowania PISF z dnia 14 maja 2008 r.

⁴¹ Raport Screen International, 2010

⁴² PISF – Podsumowanie 2011 r.

⁴³ Komunikat Prasowy Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, 9.02.2012 r.

TABELA NR 3. KINEMATOGRAFIA POLSKA W LATACH 2007-2009

	2007	2008	2009
Ogólnie frekwencja	32,6 mln	33,8 mln	39,2 mln
Sprzedaż ogółem	492,2 mln zł	516,2 mln zł	696,4 mln zł
Średnia cena biletu	15,1 zł	16,6 zł	17,08 zł
Wyświetlane filmy ogółem	272	260	264
Wyświetlane filmy polskie	25	35	35
Udział produkcji polskiej w rynku	41,2%	44,4%	30,5%

Źródło: Polski Instytut Sztuki Filmowej, Raport Screen International, 2010

Polski rynek kinematograficzny jest stabilny. Działa na nim ponad 100 firm producenckich, z których większość powstała także w ubiegłej dekadzie i wciąż powstają nowe. Ostatnio widać wśród nich coraz wyraźniejszą specjalizację w produkcji.

Są firmy zajmujące się głównie dokumentem, kinem popularnym, animacją czy współpracą z podmiotami zagranicznymi.

Wśród dystrybutorów nadal dominującą pozycję zajmują przedstawiciele studiów amerykańskich, ale z drugiej strony od wielu lat ugruntowaną pozycję mają także polskie firmy dystrybucyjne (na przykład Gutek Film, Best Film, Vision Film, Monolith, SPI, Forum, Film Poland).

W Polsce co roku organizowanych jest kilkadziesiąt festiwali filmowych, z których wiele wyrobiło sobie znaczącą markę, także międzynarodową. Najważniejsze to: Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Plus Camerimage, Międzynarodowy Festiwal Era Nowe Horyzonty, Krakowski Festiwal Filmowy oraz Warszawski Festiwal Filmowy.

W Raporcie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego o stanie polskiej kinematografii z 2011 roku zauważono niepokojące zjawisko zmniejszania się liczby kin w Polsce, dlatego postuluje się przywiązanie większej wagi do rozwoju Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych, a także zwiększenie nakładów na eduka-

cję filmową i multimedialną, w tym na cyfryzację kin. Raport stwierdza także, że państwo powinno wyraźniej określić miejsce i rolę telewizji publicznej w sferze kultury jako ważnego miejsca produkcji/koprodukcji i dystrybucji oraz promocji polskich filmów.

2.4 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego

W związku z niekorzystną sytuacją makroekonomiczną i widoczną od czwartego kwartału 2011 roku redukcją budżetów reklamowych dom mediowy StarLink prognozuje, że mimo Euro 2012, wydatki na reklamę utrzymają się na poziomie z 2011 r. z możliwością niewielkiej dynamiki wzrostowej (max +2%).

Możliwy jest dalszy nieznaczny spadek w sektorze FMCG⁴⁴ i w sektorze telekomunikacji⁴⁵. Pozytywny wpływ na rynek reklamy będą prawdopodobnie w dalszym ciągu mieć takie sektory jak farmaceutyki, handel i finanse. W tym ostatnim sektorze może dojść do uaktywnienia sektora ubezpieczeń w związku z wejściem na rynek nowych graczy.

Same mistrzostwa Europy w piłce nożnej przyniosą zwiększenie wydatków reklamowych, ale najprawdopodobniej będzie to wzrost czasowy, czyli przypad-

⁴⁴ ang. *Fast Moving Consumer Goods* - dobra szybko zbywalne, najczęściej codziennego użytku, na przykład artykuły spożywcze, kosmetyki itp.

⁴⁵ W związku z możliwością ograniczenia wydatków reklamowych Polkomtela

jący na okres 8 czerwca – 1 lipca 2012 r. Wydaje się, że wpływ tego wydarzenia na rynek reklamowy w skali całego roku będzie niewielki.

W dalszym ciągu będzie miała miejsce dodatnia dynamika inwestycji w Internecie oraz umacniać się będą telewizyjne stacje tematyczne. StarLink

przewiduje, że nadal będzie spadał udział reklamy telewizyjnej, między innymi w związku z wyraźnie zauważalną w 2011 r. tendencją do zwiększania wydatków w Internecie przez sektory umieszczające swoje budżety do tej pory w telewizji (FMCG i farmaceutyki).

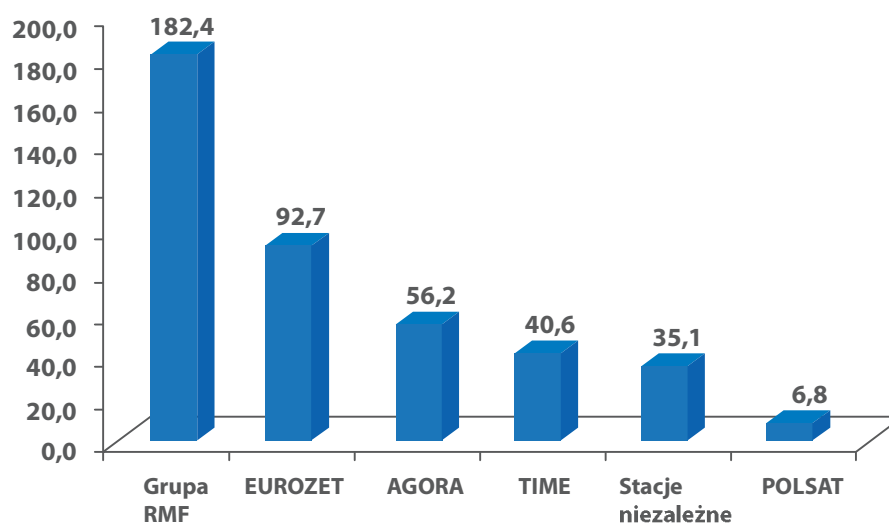
3 ROK 2011- RADIO

3.1 Wyniki finansowe i struktura własnościowa na rynku radiowym

Koncentracja kapitału połączona z wysokimi barierami wejścia do sektora medialnego stworzyła warunki dla dalszego umocnienia się grup medialnych RMF FM, Eurozet, TIME (ESKA) i AGORA. Pozwo-

liło to grupom medialnym na rozłożenie ryzyka finansowego, jakie powstaje przy wchodzeniu w nowe inwestycje, nadążenie za rozwojem technologicznym i poszerzenie oferty o charakterze multimedialnym.

Wykres nr 11. Przychody sieci radiowych i stacji niezależnych ze sprzedaży reklam w 2010 r. w mln zł



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

TABELA NR 4. KONDYCJA FINANSOWA GRUP RADIOWYCH W 2010 ROKU

Rok 2010 (tys. zł)	Polskie Radio S.A	RMF FM	Eurozet	TIME	Agora
Przychody	271.235,3	182.378,5	92.741,8	40.632,5	56.157,0
Koszty	269.496,6	119.293,1	81.425,0	32.392,9	54.161,0
Wynik	1.738,7	63.085,4	11.316,8	8.239,6	1.996,0

Źródło: Dane ze sprawozdań finansowych złożonych w 2011 roku za rok poprzedni

Najważniejszą kwestią w prowadzeniu działalności radiowej jest uzyskanie maksymalnego dotarcia do odbiorcy. Nadawcy radiowi nie mogą wzorem nadawców telewizyjnych uzupełniać braków w pokryciu, licząc na uzyskanie audytorium poprzez platformy satelitarne i kablowe, mimo iż sygnał tych stacji jest w ofercie operatorów. Brak jest bowiem powszechnego zwyczaju korzystania z radia tą drogą

ze względu na fakt, że główną przewagą programu radiowego jest jego mobilność. Walka między nadawcami toczy się więc o pokrycie w paśmie UKF. Obecność stacji radiowych on line, mimo iż jest powszechna, także nie może zastąpić nadawania naziemnego.

TABELA NR 5. ZASIĘGI LUDNOŚCIOWE WYBRANYCH KOMERCYJNYCH GRUP RADIOWYCH

Nazwa grupy mediowej		GRUPA RMF	EUROZET	TIME	AGORA
Sieci ogólnokrajowe	program	RMF FM	Radio ZET	brak	brak
	zasięg ludn. w tys.	35 777,7	33 803,4		
Sieci wyspecjalizowane	program	RMF Classic	CHILLI ZET	ESKA ROCK	TOK FM
	zasięg ludn. w tys.	7 327,2	1 280,4	9 392,8	7 357,1
Sieci lokalne	nazwa	RMF MAXXX	PLANETA	Radio ESKA	Złote Przeboje
	zasięg ludn. w tys.	10 089,8	6 281,9	16 296,1	12 895,8
	nazwa		AntyRadio	Radio WAWA	ROXY
	zasięg ludn. w tys.		4 606,3	6 060,6	6 321,0

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT, stan na marzec 2012 r.

Rynek radiowy podlega integracji z innymi mediami głównie poprzez łączenie w ramach działalności przedsiębiorców z rynkiem wydawniczym, Internetem oraz w przypadku AGORY - z reklamą zewnętrzną, prasą i kinem.

Struktura własności głównych przedsiębiorców radiowych wskazuje na przewagę kapitału europejskiego nad polskim oraz wyraźną konsolidację z sektorem prasowym.

RMF FM – własność niemieckiej spółki BAUER – będącej również czołowym wydawcą w segmencie czasopism w Polsce (33 tytuły w segmentach: kobiecym, młodzieżowym, telewizyjnym, motoryzacyjnym, informatycznym i gier komputerowych).

Eurozet – własność francuskiego koncernu LAGARDERE – światowego wydawcy czasopism, obecnego na rynku polskim poprzez wydawnictwa Wiedza i Życie i Larousse Polska.

TIME – własność polskiej firmy ZPR S.A., która poprzez spółki zależne jest jednym z największych polskich wydawców prasowych. Wydaje ogólnokrajową gazetę codzienną Super Express i 10 miesięczników (m.in. *Murator*), a oprócz pism o tematyce budowlanej, architektonicznej i wnętrzarskiej, także magazyny o zdrowiu, dla kobiet w ciąży, podróżnicze, hobbystyczne i dla rolników oraz tematyczne wydawnictwa specjalne, informatory i katalogi.

Agora – spółka giełdowa, w której znaczny udział ma polski kapitał Agora Holding; jest obecnie właścicielem lub współwłaścicielem: ogólnopolskiego dziennika *Gazeta Wyborcza*, bezpłatnego dziennika *Metro* ukazującego się w większych polskich miastach, 3 bezpłatnych tygodników regionalnych, 14 ogólnopolskich magazynów kolorowych, spółki Trader.com zajmującej się ogłoszeniami dla branży nieruchomości i motoryzacyjnej, Helios SA - sieci 26 kin, ogólnopolskiej agencji outdoorowej AMS i sieci drukarni.

INTEGRACJA Z SIECIĄ INTERNET

Oprócz szerokiej oferty kanałów muzycznych w sieci nadawcy radiowi, działając w grupach mediowych, współpracują z:

- wielotematycznym portalem Interia PL (RMF);
- portalem informacyjnym Gazeta.pl, portalem poświęconym grom polygamia.pl, internetowym kanałem muzycznym tuba.pl, telewizją internetową tuba.fm i tuba.tv, (AGORA).

Interia i Gazeta.pl znajdują się w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych serwisów internetowych.

Eurozet niedawno utworzył własny portal informacyjny Zetnews.pl.

Z RADIA DO TELEWIZJI - ESKA TV I POLO TV

W związku z uruchomieniem naziemnej telewizji cyfrowej programy ESKA TV i POLO TV rozpoczęły naziemne nadawanie cyfrowe w ramach multipleksu 1. Informacja szczegółowa na temat postępowania o udzielenie tych koncesji znajduje się w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2011 roku.

3.2 Oferta programowa w radiu

Rynek radiowy w Polsce należy do największych i najbardziej konkurencyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej. Według stanu na dzień 31 grudnia 2011 roku, oprócz nadawców publicznych funkcjonuje tu 295 programów radiowych (w tym 52 programy rozpowszechniane na falach średnich).

W ofercie programowej ogólnokrajowego nadawcy publicznego (Polskie Radio SA) dostępne są cztery programy ogólnokrajowe oraz program skierowany do słuchaczy za granicą:

- Program 1 (*Jedynka*) – ma charakter uniwersalny, jest adresowany do szerokiego grona słuchaczy, poruszana jest w nim problematyka społeczna.
- Program 2 (*Dwójka*) – program muzyczno-literacki, emitowany z myślą o odbiorcach zainteresowanych wiedzą humanistyczną, muzyką, filmem, teatrem, literaturą.
- Program 3 (*Trójka*) – program informacyjno-rozrywkowy, adresowany do młodszego, wykształconego odbiorcy.
- Program 4 – program adresowany do młodych słuchaczy, proponuje odbiorcom audycje edukacyjne i muzyczne. Programowi towarzyszy również platforma multimedialna dla aktywnych słuchaczy.
- Polskie Radio dla Zagranicy – program skierowany do Polonii oraz innych słuchaczy mieszkających za granicą. Audycje Polskiego Radia dla Zagranicy nadawane są w siedmiu językach: angielskim, białoruskim, hebrajskim, niemieckim, polskim, rosyjskim oraz ukraińskim.

Ponadto 17 samodzielnych spółek regionalnych nadaje programy o zasięgach wojewódzkich. Spośród nich dodatkowo 5 rozgłośni regionalnych nadaje 6 programów miejskich: w Koszalinie, w Poznaniu, w Szczecinie, we Wrocławiu i w Zielonej Górze (dwa programy).

Wszyscy nadawcy ogólnokrajowi obejmują swoim zasięgiem ponad 80% ludności kraju. **RMF FM i Radio ZET** nadają program o charakterze uniwersalnym. Oba programy radiowe dostępne są również drogą satelitarną, w Internecie, na platformach cyfrowych oraz w sieciach kablowych.

Radio Maryja jako ogólnokrajowy nadawca społeczny rozpowszechnia program o charakterze społeczno-religijnym, przedstawiając zagadnienia wiary chrześcijańskiej oraz problemy społecznej nauki Kościoła Katolickiego. Program ten także jest dostępny na satelicie, w Internecie oraz w niektórych sieciach kablowych.

Do grona 5 **nadawców ponadregionalnych** należy: RMF CLASSIC z muzyką klasyczną i filmową, Chilli ZET i należące do Grupy Polsat Radio PIN z muzyką jazzową i inspirowaną jazzem, a także Eska ROCK z muzyką rockową oraz informacyjno-publicystyczne Pierwsze Radio Informacyjne TOK FM.

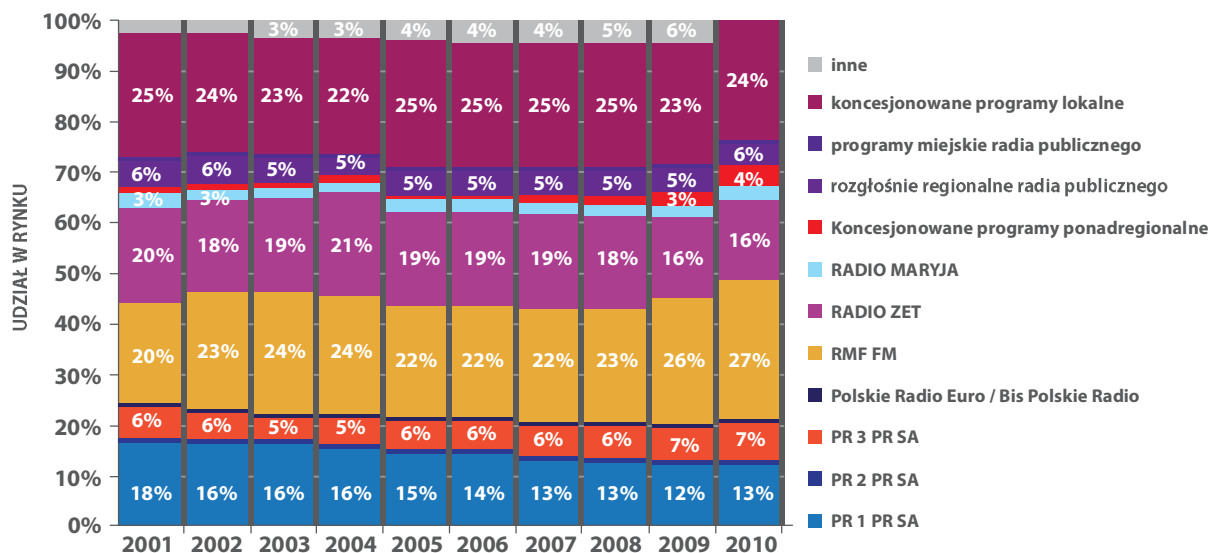
Największą grupę programów stanowią programy o zasięgu lokalnym. Jest ich obecnie 284. Większość z nich działa w ramach sieci programów lokalnych (na przykład RMF MAXX, Złote Przeboje, Plus, Eska). O nadawcach lokalnych patrz szerzej w rozdziale: Tematyka lokalna w radiu.

NAJPOPULARNIEJSZE STACJE RADIOWE

W roku 2011 można było zaobserwować wzrost popularności RMF FM – ogólnopolskiego, koncesjonowanego programu o charakterze uniwersalnym. Wielkość jego udziału w rynku wzrosła o 40%, przy czym najwięcej zyskiwał on na popularności wśród dojrzałych słuchaczy (po 40 roku życia).

Wśród programów radia publicznego zdecydowanie spadała popularność *Jedynki*. Jej udział w rynku w roku 2010 stanowił tylko 2/3 swojej wartości z roku 2001. Stopniowo wzmacniała się natomiast pozycja Programu 3 PR SA.

Wykres nr 12. Rynek radiowy w Polsce w latach 2001-2010

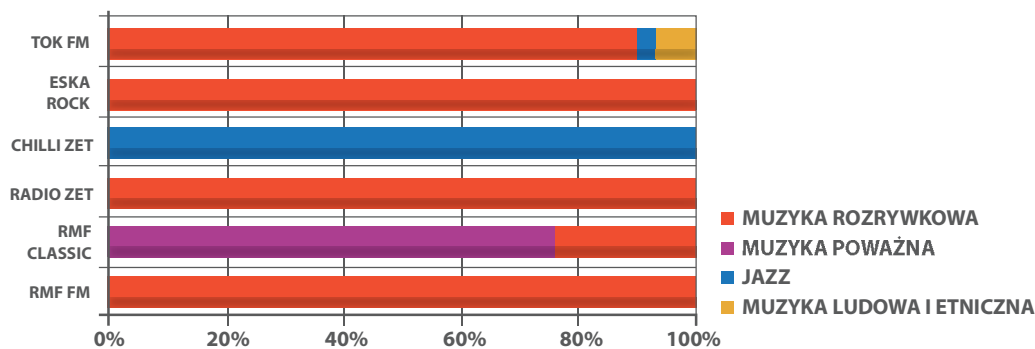


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

Drugi pod względem popularności program – również ogólnopolski i uniwersalny – Radio ZET utrzymywał stałą wielkość udziału w rynku na poziomie około 20%. Społeczno-religijne Radio Maryja utrzymywało swój 2-3% udział w rynku (w ciągu 10 lat zmniejszył się on ok. 0,6 punktu procentowego).

Poniżej przedstawiono strukturę gatunkową muzyki nadawanej w programach koncesjonowanych o zasięgu ogólnokrajowym i ponadregionalnym

Wykres nr 13. Struktura gatunkowa muzyki w programach koncesjonowanych



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań rocznych nadawców

Można zaobserwować, że w wielu stacjach komercyjnych przeważa muzyka nad słowem, co gwarantuje wyższe wyniki słuchalności i pozwala zmniejszać koszty. Formatowanie radia zostaje zredukowane do działań technicznych. Niepokojącym zjawiskiem jest degradacja funkcji dziennikarza radiowego. Interakcja ze słuchaczami jest najczęściej powierzchowna i radio staje się „szafą grającą”.

Uruchamianie nowych stacji radiowych jest coraz bardziej ryzykowne ze względu na dużą konkurencję na rynku, konieczność zaangażowania dużych środków finansowych na realizację nowego projektu, którego zwrot następuje w dłuższym okresie. Rozpoczęcie działalności w branży radiowej traktowane jest przez instytucje finansowe jako inwestycja wysokiego ryzyka.

3.3 Audytorium programów radiowych

Rok 2011 był kolejnym, w którym spadł odsetek osób słuchających radia. Dziennie medium tego słuchało 77,3% Polaków, czyli o 0,7% mniej niż przed rokiem.

Odbiorcy przeznaczali na słuchanie radia średnio 4 godziny 29 minut dziennie.

TABELA NR 6. WSKAŹNIKI SŁUCHALNOŚCI PROGRAMÓW RADIOWYCH W 2011 R. Z ZAZNACZENIEM KIERUNKU ICH ZMIANY W PORÓWNANIU Z ROKIEM POPRZEDNIM.

	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
WSZYSTKIE PROGRAMY	100,0% ➡	4 godz. 29 min. ↓
PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE	65,5% ↓	3 godz. 45 min. ↓
Program 1 PR SA	11,9% ↓	3 godz. 0 min. ↓
Program 2 PR SA	0,6% ↓	1 godz. 58 min. ↓
Program 3 PR SA	8,2% ↑	3 godz. 7 min. ↑
Program 4 PR SA	0,4% ↑	2 godz. 11 min. ↓
Radio RMF FM	26,0% ↓	2 godz. 52 min. ↓
Radio ZET	16,2% ➡	2 godz. 31 min. ↓
Radio Maryja	2,1% ↑	2 godz. 17 min. ↑
PROGRAMY PONADREGIONALNE-WYSPECJALIZOWANE	4,1% ↑	2 godz. 28 min. ↓
TOK FM	1,3% ➡	2 godz. 25 min. ↓
ESKA ROCK	1,4% ➡	2 godz. 10 min. ↓
RMF CLASSIC	0,7% ↑	2 godz. 7 min. ↓
CHILLI ZET	0,4% ➡	2 godz. 13 min. ↑
ROZGŁOŚNIENIE REGIONALNE I LOKALNE RADIA PUBLICZNEGO (W TYM PROGRAMY MIEJSKIE)	6,0% ➡	2 godz. 17 min. ↓
KONCESJOWANE PROGRAMY LOKALNE (W TYM ZSIĘCIOWANE)	24,4% ↑	2 godz. 47 min. ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

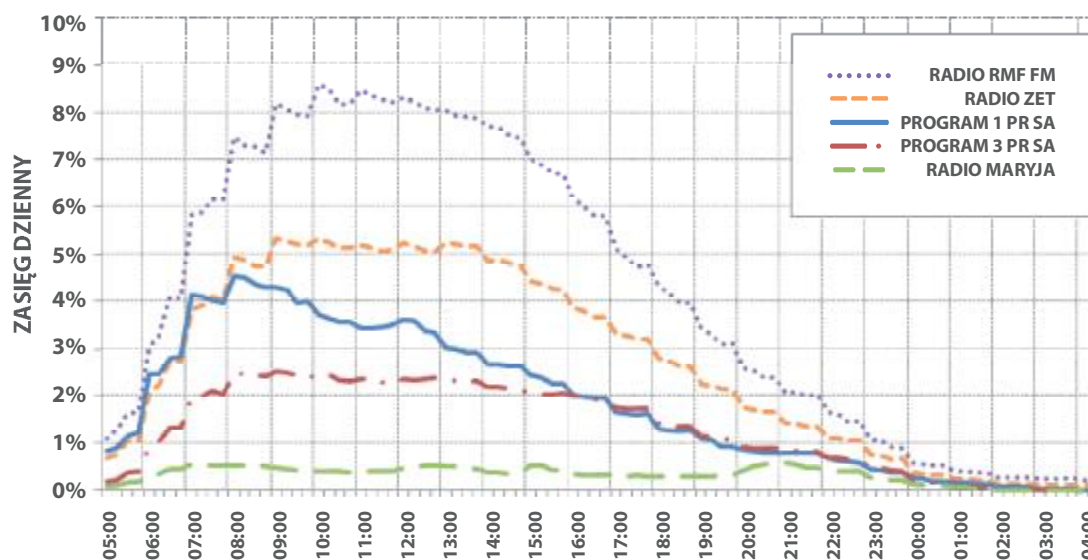
W porównaniu do lat ubiegłych zmiany są niewielkie, ale z każdym rokiem (podobnie jak w telewizji) następuje spadek udziałów słuchalności i czasu słuchania programów radiowych o zasięgu ogólnokrajowym.

W 2011 roku, wraz ze spadkiem udziałów w rynku stacji o zasięgu ogólnokrajowym odnotować można było wzrost udziałów koncesjonowanych progra-

mów o zasięgu lokalnym, dla których wskaźnik ten był o 1,0% wyższy niż przed rokiem.

Na wykresie nr 14 przedstawiono krzywą dzienną słuchalności programów radiowych, czyli odsetek słuchaczy danego programu w określonej porze dnia.

Wykres nr 14. Dzienny rozkład słuchalności⁴⁶ programów ogólnopolskich w 2011 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania RadioTrack, Millward Brown SMG/KRC

Program 1 PR SA notował swoją największą słuchalność rano, między godz. 7:00 a 11:00, przy czym maksymalną liczbę słuchaczy osiągał o godz. 8:00. O tej porze nadawana jest cykliczna audycja publicystyczna „Sygnały Dnia”. Po godz. 12:00 audytorium tej stacji systematycznie malało. Program 3 PR SA cieszył się stałym poziomem słuchalności w ciągu dnia, między godziną 7:30 a 16:00, kiedy to odsetek słuchaczy utrzymywał się na poziomie nieco ponad 2%. Najwięcej osób słuchało go o godzinie 9:00. Podobnie wyglądał rozkład słuchalności RMF FM

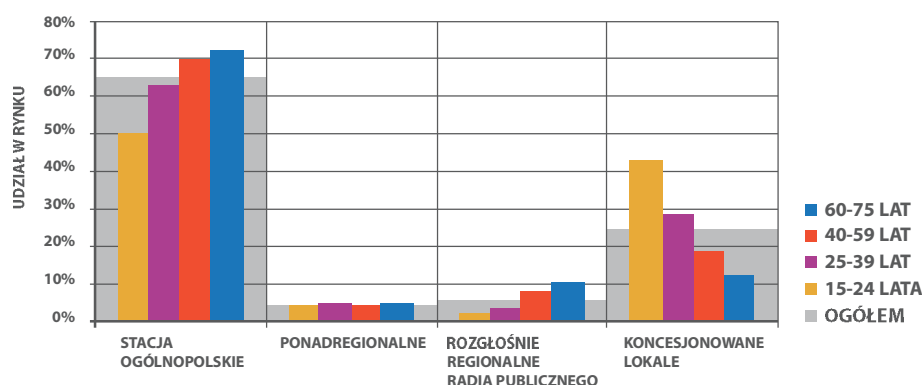
oraz Radia ZET. Maksimum ich słuchalności przypadło na godz. 10:00, a wysoki odsetek słuchaczy utrzymywał się między 9:00 a 14:00. Później ich audytorium szybko malało. Radio Maryja wzorem lat ubiegłych miało cztery pory największej słuchalności: rano między godz. 7:00 a 7:30, w południe pomiędzy 12:30 a 13:00, po południu między 15:00 a 15:30, kiedy nadawane są audycje modlitewne oraz wieczorem między 20:30 a 23:30 podczas nadawania cyklicznej audycji publicystycznej „Rozmowy niedokończone”.

⁴⁶ Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresach 14 i 15. nie zostały uwzględnione Programy 2 i 4 PR SA.

Na wykresach nr 15 i 16 pokazane zostały udziały w rynku grup programów radiowych publicznych i koncesjonowanych: ogólnopolskich, ponadregionalnych, regionalnych i lokalnych (wykres nr 15) oraz programów ogólnopolskich (wykres 16) w rynku

radiowym, wyznaczone w czterech kategoriach wiekowych odbiorców: najmłodszy – 15-24 lata, młodzi – 25-39 lat, starsi – 40-59 lat oraz najstarsi – 60-75 lat. Szarym kolorem w tle wykresów zaznaczono wielkość udziału w rynku obliczoną dla ogółu słuchaczy.

Wykres nr 15. Popularność grup programów radiowych w 2011 r. w 4 grupach wiekowych słuchaczy⁴⁷.

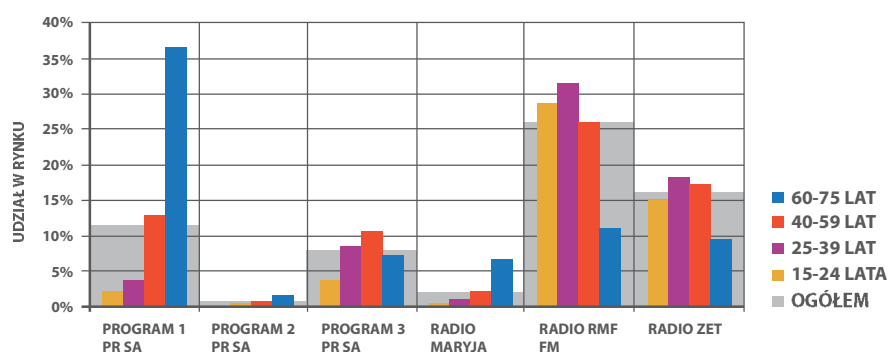


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Radio Track*, Millward Brown SMG/KRC

Programy o zasięgu ogólnokrajowym oraz programy regionalne miały większą popularność wśród starszych słuchaczy, a programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym były chętniej słuchane przez

młodszych odbiorców. Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresie 14. nie zostały uwzględnione Programy 2 i 4 PR SA.

Wykres nr 16. Popularność ogólnopolskich programów radiowych w 2011 r. w 4 grupach wiekowych słuchaczy.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Radio Track*, Millward Brown SMG/KRC

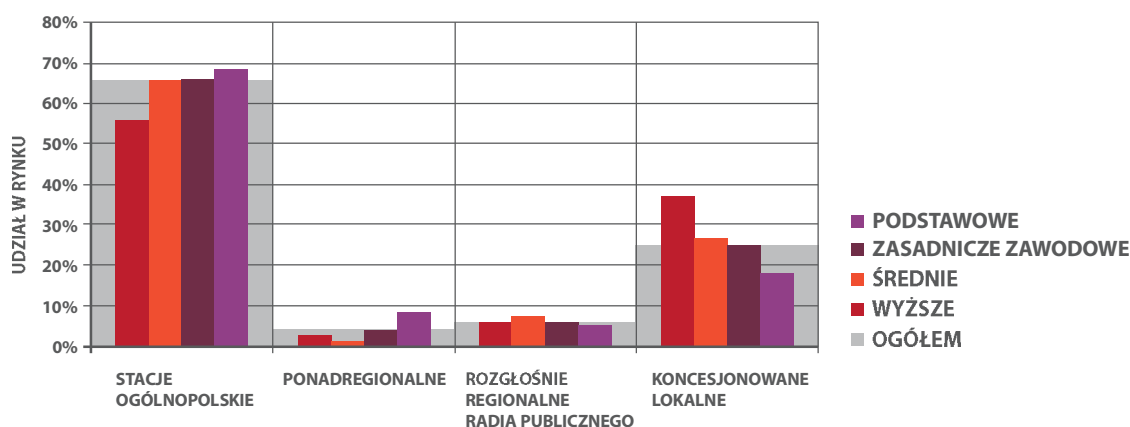
⁴⁷ Dane o wskaźnikach słuchalności programów radiowych pochodzą z badania audytorium radia *Radio Track*, Millward Brown SMG/KRC zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat, w okresie styczeń – grudzień 2011 r. Wielkość próby to 84 220 respondentów. W badaniu zostały uwzględnione programy radia publicznego oraz programy koncesjonowane nadawane 24 godz. na dobę.

Program 1 PR SA był ulubionym programem osób w wieku 60 - 75 lat – miał w tej grupie prawie 37% udziału w rynku, a więc 3-krotnie więcej niż wśród ogółu słuchaczy. Widać, że jednak tendencja ta z roku na rok słabnie, bo było to o 5 punktów procentowych mniej niż przed rokiem. Programu 3 PR SA najchętniej słuchały osoby w wieku 40-59 lat oraz 25-39 lat. RMF FM największą popularnością cieszyło się wśród słuchaczy w wieku 25-39 lat oraz 15-24 lat, a Radio

Zet wśród słuchaczy w wieku 25-39 lat i 40-59 lat. Osoby z najstarszej kategorii wiekowej zdecydowanie mniej chętnie niż pozostali słuchali RMF FM i Radia Zet.

W starszych kategoriach wiekowych wzrasta popularność Programów 1 i 2 PR SA oraz Radia Maryja (zob. wykres nr 18).

Wykres nr 17. Popularność ogólnopolskich programów radiowych w 2011 r. w 4 grupach wiekowych słuchaczy.

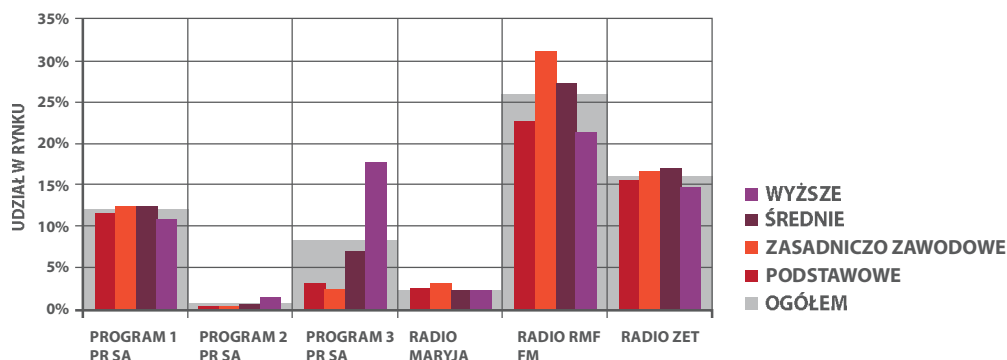


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Radio Track*, Millward Brown SMG/KRC

Programy o zasięgu ogólnopolskim cieszyły się nieco większą popularnością wśród osób z wyższym wykształceniem, a mniejszą wśród osób z wykształceniem podstawowym. Programy ponadregionalne były chętniej słuchane przez osoby z wykształceniem wyższym, zaś rozgłoszenie regionalne było nieco popularniejsze wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Koncesjonowane programy o zasięgu lokalnym notowały największą popularność wśród respondentów z wykształceniem podstawowym, co wiąże się z faktem, że były one najchętniej słuchane przez osoby w wieku 15-24 lata (patrz wykres nr 18), a więc takie, które nie zakończyły jeszcze swojej edukacji. Programy te były najmniej popularne w grupie osób z wykształceniem wyższym.

Program 1 PR SA, RMF FM oraz Radio Zet najchętniej były słuchane przez osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz średnim. Programy 2 i 3 PR SA były najpopularniejsze w grupie osób z wykształceniem wyższym, przy czym udział w rynku Programu 3 zmierzony wśród osób o wyższym wykształceniu był ponad dwukrotnie większy (18%) niż wśród ogółu słuchaczy (8%). Był on jednocześnie drugim (po RMF FM) pod względem popularności programem radiowym wśród tej grupy osób, wyprzedzając Radio ZET i Program 1. Radio Maryja było najchętniej słuchane przez osoby z wykształceniem podstawowym.

Wykres nr 18. Popularność ogólnopolskich programów radiowych w 2011 r. w zależności od wykształcenia słuchaczy.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

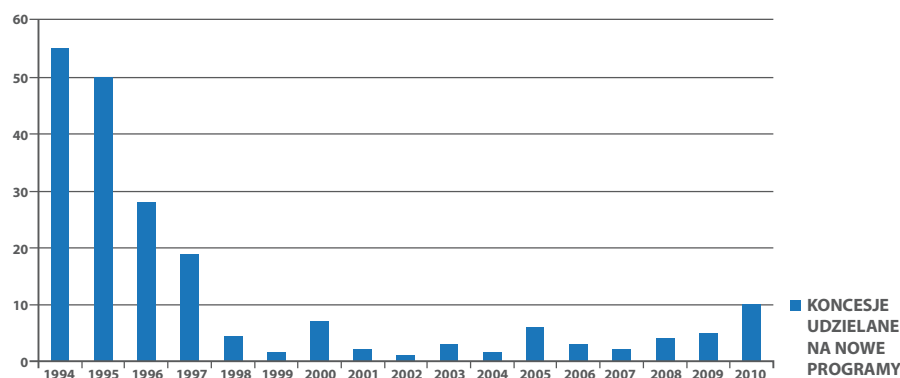
3.4 Tematyka lokalna w radiu

Oprócz dużych grup mediowych na rynku radiowym działają nadawcy niezależni: przedsiębiorcy, podmioty kościelne, wyższe uczelnie, samorządy i instytucje kultury. Pomimo ograniczeń, z jednej strony kapitałowych, z drugiej związanych z mniejszymi możliwościami lokalnego rynku reklamowego, wzbogacają oni ofertę radiową, dostarczając unikalnych treści. Programy te stanowią spoiwo integracyjne społeczności lokalnej, do której są adresowane, a przede wszystkim oddają niepowtarzalny charakter danego regionu.

Dynamiczny rozwój rynku nadawców lokalnych od 1994 roku zakończył się w latach 2000-2001. Ówczesny

krzys oraz silna konkurencja ze strony nadawców sieciowych (Radio ESKA, AGORA) przyczyniły się do uruchomienia procesu konsolidacji kapitałowej i programowej rynku radiofonii lokalnej. W 2001 roku działało 91 niezależnych nadawców lokalnych, w tym również nadających w dużych miastach. W ciągu kolejnych 10 lat grupy kapitałowe, nie mogąc uzyskać własnych koncesji z braku wolnych częstotliwości, dokonały akwizycji spółek lokalnych. W miejsce niezależnych stacji lokalnych pojawiły się zunifikowane programy lokalne, tworzone przez przygotowane do działania w tym segmencie rynku sieci radiowe.

Wykres nr 19. Dynamika rozwoju niezależnych lokalnych stacji radiowych w latach 1994 – 2010 (zakres FM)

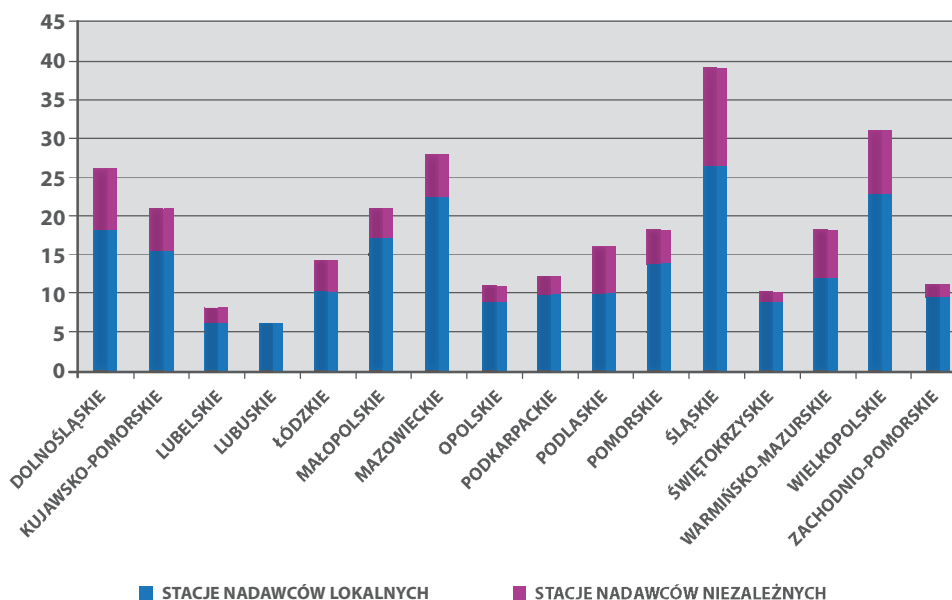


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Wg stanu na koniec grudnia 2011 roku na rynku działało 52⁴⁸ niezależnych nadawców komercyjnych. Poza 8 wyjątkami (Warszawa, Kraków, Gliwice, Łódź, Wrocław - dwie stacje i Białystok dwie stacje) działają oni na mniejszych rynkach. W większości są zrzeszeni

w tzw. Pakiecie Niezależnych, organizowanym przez Eurozet. Aby zwiększyć przychody stacje te zabiegają o włączenie ich oferty do pakietów ogólnopolskich kampanii reklamowych, organizowanych poprzez RRM dom sprzedaży Eurozetu. Współpraca ta ma także charakter programowy.

Wykres nr 20. Udział programów nadawców niezależnych na tle udziału wszystkich lokalnych stacji w rynku reklamy radiowej wg podziału na województwa (zakres FM).



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

W latach 2009-2011 KRRiT przeprowadziła 130 kontroli komercyjnych programów radiowych o zasięgu lokalnym. W tej liczbie 91 programów zostało zmonitorowanych pod kątem obecności w programie tematyki lokalnej⁴⁹.

Badania pokazały, że dwie trzecie stacji z monitorowanej grupy realizowały koncesję. Z przeprowadzonych analiz wynika również, że sposób realizacji koncesji przez nadawców zależy od tego, czy działają oni samodzielnie czy też w grupach kapitałowo – programowych. Można zauważyć, że:

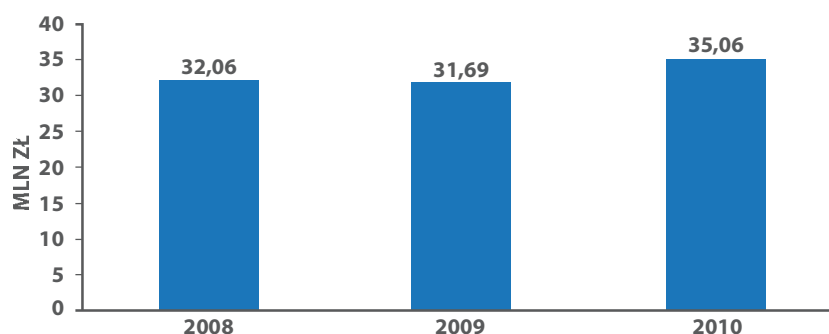
⁴⁸ w liczbie nie uwzględniono 52 koncesji na falach średnich, których właścicielem jest spółka Polskie Fale Średnie S.A.

⁴⁹ Monitorowaniem objęto programy tych nadawców, którzy złożyli wnioski o udzielenie koncesji na kolejne 10 lat, w trybie art. 35a ustawy o radiofonii i telewizji oraz programy które w latach wcześniejszych nie realizowały koncesji.

- w programach nadawców działających w grupach kapitałowo - programowych istnieje większy udział lokalności niż w programach nadawców działających niezależnie,
- tematyka lokalna w programach nadawców działających w grupach kapitałowych jest mało różnorodna gatunkowo - są to głównie magazyny informacyjno - publicystyczne,
- w programach nadawców działających w ramach grup kapitałowo-programowych tematyka lokalna to w dużej mierze materiały powtórkowe, które nadawane są w godzinach niskiej słuchalności, głównie w godzinach porannych w dni weekendowe,
- tematyka lokalna w programach nadawców niezależnych jest bardziej różnorodna gatunkowo i nadawana jest równomiernie przez całą dobę i przez cały tydzień,
- w programach nadawców działających w grupach programowo – kapitałowych pod wspólnym „brandem” zamiast oznaczenia programu nazwą określoną w koncesji, zazwyczaj stosowana jest nazwa sieciowa.

W ostatnich latach daje się zauważyć rosnąca stabilizacja niewielkich niezależnych rozgłośni lokalnych. Jest to grupa w branży radiowej, na którą spowolnienie gospodarcze miało mniejszy wpływ. Nadawcy ci, przy dużej dyscyplinie kosztowej, uzyskują coraz lepsze wyniki finansowe, co pozwoliło im na poprawę płynności finansowej oraz dokonanie niewielkich inwestycji w odtworzenie majątku trwałego. W 2010 roku lokalni niezależni nadawcy radiowi odnotowali łączne przychody, przede wszystkim ze sprzedaży czasu reklamowego, na poziomie o prawie 11% wyższym niż w 2009 roku.

Wykres nr 21. Przychody z działalności operacyjnej niezależnych lokalnych stacji w latach 2008-2010



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Obecnie to Internet, oprócz podstawowego kanału przekazu, staje się miejscem działalności nadawców, dając im nowe możliwości dotarcia do odbiorców. Na portalach internetowych nadawcy radiowi mogą wzbogacić swoją ofertę poprzez przekazy audio-wideo i rozszerzone omówienie podejmowanych na antenie tematów.

Należy zauważyć, że nadal istnieje zainteresowanie podmiotów lokalnych wolnymi częstotliwościami, co jest zjawiskiem pożądanym w celu zapewnienia pluralizmu mediów. Jednak przyrost nowych stacji lokalnych w ostatnich latach jest niewielki. Przyczyny należy dopatrywać się w barierach ekonomicznych oraz formalnych. Nowe podmioty rozpoczynające

działalność w tej branży borykają się z dużymi nakładami na zakup technologii, uzyskanie koncesji na nadawanie programu oraz decyzji w sprawie dokonania rezerwacji częstotliwości, a także pozwoleń radiowych, umów operatorskich dotyczących technicznej emisji sygnału oraz umów licencyjnych z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.

Uwzględniając problemy finansowe, KRRiT w granicach swoich kompetencji prawnych na wniosek koncesjonariusza udziela ulg w spłacie zobowiązań wynikających z opłaty koncesyjnej - rozkładając ją na raty. Ulgi stanowią pomoc publiczną w zakresie i na zasadach określonych w bezpośrednio obowiązujących aktach prawa wspólnotowego dotyczących pomocy w ramach zasady *de minimis*.

KRRiT dostrzega potrzebę ustawowego określenia statusu mediów lokalnych oraz systemu ich wspierania.

3.5 Media społeczne i obywatelskie

Media społeczne i obywatelskie, tzw. media trzeciego sektora, oferują treści adresowane do grup społecznych i społeczności lokalnych, niewystarczająco eksponowanych lub pomijanych przez nadawców publicznych i komercyjnych. Rolą nadawcy społecznego jest wzbogacenie strukturalnego pluralizmu mediów, różnorodności treści oraz edukacji medialnej.

ROZWIĄZANIA KWESTII NADAWCY SPOŁECZNEGO W INNYCH KRAJACH I W POLSCE

Definicja nadawcy społecznego określona jest poprzez strukturę własnościową, ofertę programową oraz grupę (społeczność), której ma służyć. Takimi nadawcami mogą być organizacje o charakterze non-profit na szczeblu lokalnym: religijne, pozarządowe, reprezentujące mniejszości narodowe i etniczne, reprezentujące grupy interesów lub grupy wiekowe.

Nadawcy społeczni posiadają różne źródła finansowania, na przykład: specjalne fundusze, granty i dotacje od władz lokalnych (w Wielkiej Brytanii wpływ z jednego źródła nie mogą być większe niż 50% budżetu stacji; zysk z działalności przeznaczony jest w całości na działalność nadawczą i korzyść społeczności lokalnej), zwolnienia i ulgi (na przykład z opłat koncesyjnych), przychody własne, na przykład: składki, darowizny, dochody z reklam (w Irlandii przychody z działalności komercyjnej nie mogą być większe niż 50% budżetu stacji).

Ustawodawca może również nakładać na takich nadawców szczególne ograniczenia i obowiązki, na przykład: zakaz posiadania koncesji komercyjnej (Szwecja) lub ograniczenia udziału reklam (Irlandia - 6 min. lokalnej reklamy na godzinę, Węgry - 3 min. reklamy na godzinę, Wielka Brytania - mniej niż 50% przychodów z reklamy w budżecie).

W Polsce, zgodnie z obecnym stanem prawnym, nadawcą społecznym może być podmiot, którego program upowszechnia działalność wychowawczą i edukacyjną, działalność charytatywną, respektuje chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz zmierza do ugruntowania tożsamości narodowej.

Nadawca społeczny nie może nadawać w programie audycji zagrażających małoletnim ani przekazów handlowych. Nie może także pobierać opłat z tytułu rozpowszechniania, rozprowadzania lub odbierania jego programu. Ponadto, w związku z pełnioną rolą, nadawca społeczny jest zwolniony z opłat za udzielenie lub zmianę koncesji.

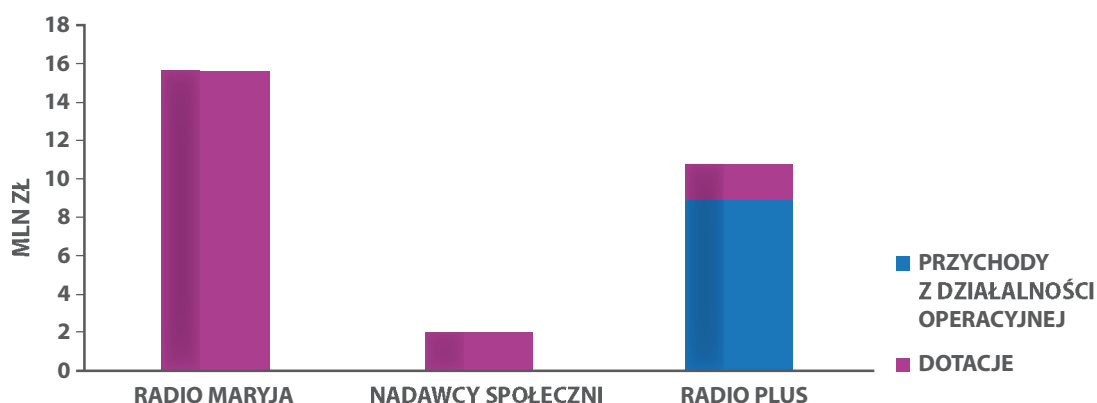
O przyznanie statusu nadawcy społecznego mogą występować do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji fundacje i stowarzyszenia w ramach realizacji celów statutowych, a także kościelne lub wyznaniowe osoby prawne kościoła lub związku wyznaniowego o uregulowanej ustawowo sytuacji prawnej.

W Polsce ze statusu nadawcy społecznego korzystają dotychczas wyłącznie nadawcy programów religijnych: ogólnopolskie Radio Maryja, 4 diecezje Kościoła Katolickiego, 1 diecezja Kościoła Prawosławnego oraz 2 parafie katolickie. Jest to niewielka liczba nadawców biorąc pod uwagę, że programy radiowe w Polsce nadaje 295 podmiotów.

Kościół katolicki jest aktywny na polu tworzenia mediów, jednak rzadko korzysta ze statusu nadawcy

społecznego, w większości koncesji działa na zasadach komercyjnych. Stacje diecezjalne zsięciowane i niezależne generują zyski z przychodów reklamowych, a pozyskiwane środki przeznaczają na działalność: radiową, charytatywną, inwestycyjną. Większość stacji diecezjalnych poszukuje źródeł finansowania na przykład w umowach franczyzowych (37 programów PLUS), konkurując na rynku reklamy.

Wykres nr 22. Przychody nadawców społecznych i działających w ramach sieci Radio PLUS w 2010 roku



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Polskie samorządy w niewielkim stopniu są zaangażowane w działalność mediów lokalnych. Na ok. 2 500 gmin koncesje na programy samorządowe posiada zaledwie 8 z nich, a na ok. 460 szkół wyższych tylko 10 posiada koncesję radiową.

Istniejące obecnie uregulowania prawne w postaci całkowitego zakazu partycypacji w rynku reklamy,

przy braku innych źródeł finansowania, w znacznym stopniu ograniczają możliwości rozwoju podmiotów posiadających status nadawcy społecznego. Dlatego też należałoby rozważyć wprowadzenie w ustawie o radiofonii i telewizji zmian związanych z uprawnieniami oraz obowiązkami nadawcy społecznego. Szerzej w Rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

3.6 Rynek radiowy w perspektywie cyfryzacji

Na przełomie 2011 i 2012 roku KRRiT przeprowadziła konsultacje publiczne na temat wprowadzenia radiofonii cyfrowej w Polsce. 20 spośród 29 uczestników konsultacji, w tym: nadawcy publiczni, Radio Maryja, operatorzy Sp. z o.o. i Info TV FM Sp. z o.o., organizacje gospodarcze, takie jak Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji (KIGEiT), Polska Izba Radiodiffuzji Cyfrowej (PIRC), Polskie Forum Radiofonii Cyfrowej (PFRC) oraz Krajowa Izba Gospodarcza e-gospodarka opowiedziało się za ustanowieniem w Polsce jako obowiązującego standardu DAB+⁵⁰. Niektórzy respondenci opatrzyli swoje stanowisko dodatkowym komentarzem, że cyfryzację radia należałoby rozpocząć od standardu DAB+ i ewentualnie, po wyłączeniu telewizji analogowej, wdrożyć w następnych multipleksach standard DMB⁵¹.

Odpowiadając na pytanie dotyczące charakteru operatora multipleksu większość podmiotów uważa, że o zawartości oferty programowej multipleksu powinna decydować KRRiT, czyli operator multipleksu powinien być bierny. Jeśli wskazywano na operatora czynnego, podkreślano konieczność określenia ścisłych kryteriów doboru programów i kontroli zawartości multipleksu przez organ regulacyjny. Nadawcy publiczni upatrują w radiofonii cyfrowej rozsiewczej szansę swojego rozwoju.

Zdaniem większości multipleks powinien zawierać zrównoważoną ofertę programów istniejących i nowych. Zasada *must carry* powinna dotyczyć programów radia publicznego i istniejących naziemnych programów analogowych. Pytanie dotyczące zastosowania zasady *zamrożenia rynku* dla ochrony istniejących nadawców radiowych nie przyniosło jednoznacznej odpowiedzi. Proponowano różne okresy

zamrożenia od 3 do 10 lat oraz propozycje będące kompromisem między zamrożeniem niewielkim otwarciem rynku.

Za ustaleniem na poziomie krajowym terminu wyłączenia radiofonii analogowej w paśmie UKF FM opowiedziało się 16 podmiotów. Emisja równoległa powinna trwać do 10 lat, wyłączenie radiofonii analogowej nie powinno nastąpić przed 2020 rokiem, po analizie rynkowej. Pojawił się również komentarz, że ważniejsze od ustalenia daty jest określenie kryteriów wyłączenia.

Według 14 podmiotów zwolnione pasmo UKF FM powinno zostać przeznaczone radiofonii lokalnej w standardzie DRM+⁵², inne propozycje to radiofonia amatorska lub oddanie pasma telekomunikacji. Dużo nadawcy komercyjni zgłaszają do koncepcji DAB+ w paśmie III wiele zastrzeżeń. Nieufnie odnoszą się do przykładów wdrożenia tego standardu w innych krajach. Podobne stanowisko wyrażają stacje Niezależnego Porozumienia Radiowego, reprezentującego koncesjonowanych nadawców lokalnych.

Obie grupy nadawców deklarują chęć aktywnego uczestnictwa w procesie wdrożenia naziemnej radiofonii cyfrowej, co daje szansę na wypracowanie porozumienia. Nadawcy komercyjni uważają, że tylko stacje ogólnopolskie, dysponujące relatywnie większymi środkami, będą w stanie przetrwać proces cyfryzacji radia.

⁵⁰ DAB+ - *Digital Audio Broadcasting* - technologia pozwalająca nadawać programy radiowe w formie cyfrowej.

⁵¹ DMB - *Digital Multimedia Broadcasting* - standard cyfrowej telewizji mobilnej.

⁵² DRM+ - *Digital Radio Mondiale* - komplementarny do T-DAB system radiofonii cyfrowej.

Oprócz nadawców, największe koszty poniosą słuchacze - zmuszeni do wymiany odbiorników radiowych. Tych odbiorników jest w każdym gospodarstwie znacznie więcej niż telewizorów, a wziąć pod uwagę trzeba również odbiorniki zamontowane w samochodach.

Kolejne multipleksy, po wyłączeniu telewizji analogowej, będą mogły być uruchamiane na bazie doświadczeń pierwszego i poszerzać ofertę programów nowych i przenoszonych z pasma analogowego. Stopniowe rozluźnianie pasma UKF FM pozwoli zaistnieć cyfrowo radiofonii lokalnej w standardzie DRM+. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby nadawcy komercyjni rozpoczęli wdrażanie, testowo lub komercyjnie, preferowanej przez siebie usługi Radio DNS⁵³ w paśmie UKF FM w oparciu o dostępne usługi internetowe.

⁵³ RadioDNS – technologia pozwalająca na współdziałanie radia z Internetem, radio hybrydowe.

4 ROK 2011 – TELEWIZJA

4.1 Wyniki finansowe i struktura właścicielska na rynku telewizyjnym

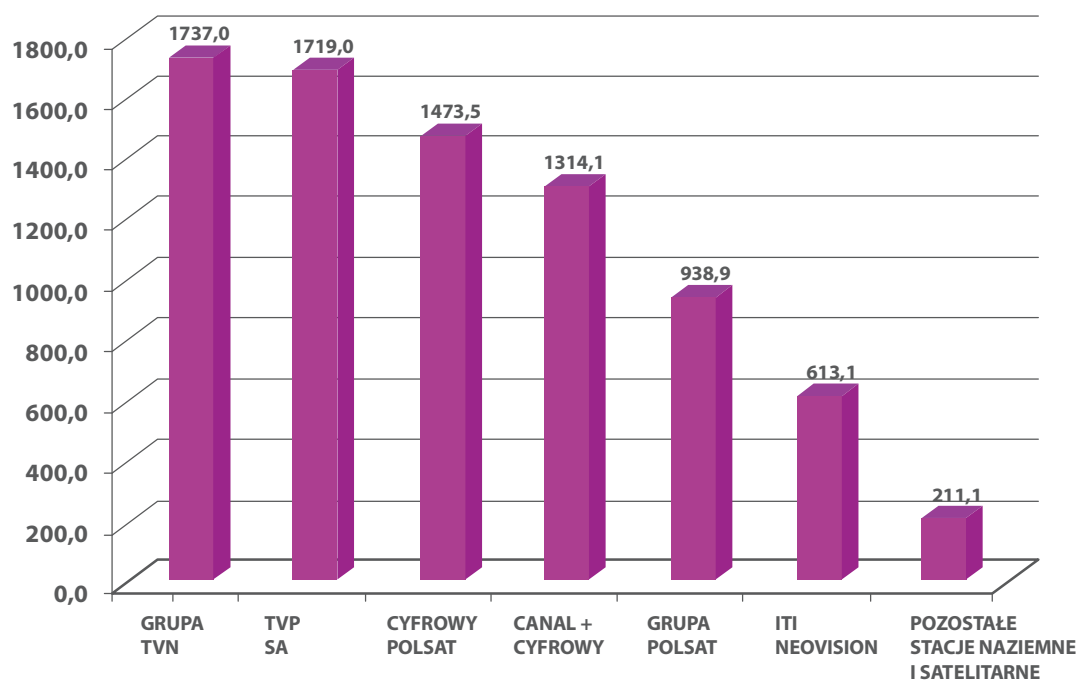
WYNIKI FINANSOWE

Rynek nadawców telewizyjnych, biorąc po uwagę liczbę nadawanych programów, system przekazywania sygnału, liczbę odbiorców, potencjał programowy, organizacyjny i finansowy oraz udział w rynku reklamowym, należy w większości do trzech spółek: Telewizji Polsat, Telewizji Polskiej (TVP) oraz TVN. Znajduje to odzwierciedlenie w osiągniętych przychodach.

Jednocześnie nadawcy ci ponoszą ciężar inwestycji w nowe technologie, w tym w konwersję analogowo – cyfrową oraz nowe technologie produkcji i dystrybucji.

Mimo silnej pozycji tych podmiotów nie sposób mówić o dominującym czy ograniczającym konkurencję wpływie czołowych nadawców na rynek telewizyjny. Warto zwrócić uwagę, że wszyscy trzej nadawcy, w tym w szczególności nadawca publiczny, mając istotny udział w oglądalności i przychodach reklamowych, mogą nadal skutecznie konkurować ze zdelokalizowanymi programami tematycznymi należącymi do FOX, Time Warner, czy Canal+.

Wykres nr 23. Przychody stacji telewizyjnych w 2010 r. w mln zł.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni. Dane dot. ITI Neovision Sp z o.o. na podstawie sprawozdania skonsolidowanego Grupy TVN za 2011 r.

TABELA NR 7. PRZYCHODY OPERACYJNE I KOSZTY OPERACYJNE WYBRANYCH STACJI TELEWIZYJNYCH W 2010 ROKU (W TYS. ZŁ)

	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.	TVN SA	Telewizja Polska SA
Przychody	992.154,9	1.665.723,0	1.719.049,1
Koszty	812.335,2	1.118.601,0	1.839.842,8
Wynik	179.819,7	547.122,0	-120.793,7

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni

POLSAT i TVN oprócz działalności nadawczej prowadzą również usługi dostępu do telewizji publicznej i do płatnej telewizji satelitarnej. Na rynku tym panuje

ostra konkurencja między Cyfrowym Polsatem SA, Canal+ Cyfrowym Sp. z o.o. i ITI Neovision Sp. z o.o. (platforma n i telewizja na kartę).

TABELA NR 8. LICZBA ABONENTÓW PLATFORM SATELITARNYCH NA KONIEC 2011 ROKU (W TYS.)

Cyfrowy Polsat	3.506
Cyfra +	1.550
Platforma n + telewizja na kartę	1.275

Źródło: Sprawozdanie skonsolidowane grupy TVN za 2011 rok

Platformy cyfrowe konkurują liczbą programów, programami w jakości HD i 3D (Cyfra+, n), dostępem

do Internetu i telefonii mobilnej bądź stacjonarnej (z wyjątkiem Cyfra+) oraz ofertą VoD.

TABELA NR 9. PRZYCHODY OPERACYJNE I KOSZTY OPERACYJNE PLATFORM SATELITARNYCH W 2010 ROKU (W TYS. ZŁ)⁵⁴

Koncesjonariusz	TVN SA	CYFROWY POLSAT SA	CANAL+ Cyfrowy Sp. z o.o.
Przychody operacyjne	613.146,0	1.473.540,0	1.314.089,0
Koszty operacyjne	-----	1.096.418,0	1.219.252,0
Wynik na działalności operacyjnej	-215.874,0	377.122,0	94.837,0

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni. Dane dot. ITI Neovision Sp z o.o. na podstawie sprawozdania skonsolidowanego Grupy TVN za 2011 r.

⁵⁴ Skonsolidowane sprawozdanie TVN nie prezentuje wyodrębnionych kosztów dla segmentu płatnej telewizji

Dynamiczny rozwój platform cyfrowych w Polsce występujący w ciągu ostatnich kilku lat może zostać zahamowany poprzez nasycenie popytu, wysoki stopień konkurencji i osiągnięcie przez DVB-T pełnego pokrycia kraju.

STRUKTURA WŁAŚCICIELSKA RYNKU NADAWCÓW I OPERATORÓW SATELITARNYCH

Struktura właścicielska rynku nadawców i operatorów satelitarnych wskazuje na równowagę między polskim a zagranicznym kapitałem, głównie dzięki silnej pozycji Polsatu Cyfrowego.

Cyfrowy Polsat: kapitał polski, spółka poprzez Pola Investments Ltd. (Cypr) jest kontrolowana przez Zygmunta Solorza - Żaka⁵⁵.

Cyfra + : kapitał francuski; Spółka Groupe Canal+ SA (Francja) – 75% . Pozostałe udziały LGI Ventures B.V. (Holandia) – 25% należy do grupy Vivendi SA⁵⁶.

TVN: kapitał międzynarodowy i polski; spółka giełdowa kontrolowana przez Grupę kapitałową ITI – własność rodzin P.P. Walterów i Wejhertów⁵⁷.

Dla porównania w przypisie znajdują się wyniki finansowe trzech dużych grup medialnych działających na rynku międzynarodowym⁵⁸.

⁵⁵ Sytuacja finansowa w tys. zł. wg skonsolidowanego raportu Grupy na dzień 31 grudnia 2010 r. (opublikowany na stronach internetowych): aktywa - 1 015 195, kapitał własny – 427 938, obroty roczne – 376 633, dochód operacyjny - 47 617.

⁵⁶ Informacja na temat sytuacji finansowej Vivendi SA, do której należy Canal + SA, Francja (w mln EUR): aktywa – 58 933, kapitał własny – 28 173, obroty roczne – 28 878, dochód – 5 324.

⁵⁷ Sytuacja finansowa w tys. zł. wg skonsolidowanego raportu Grupy na dzień 31 grudnia 2010 r. (opublikowany na stronach internetowych): aktywa Grupy – 5 191 482, kapitał własny – 1 238 685, obroty roczne – 2 490 697, dochód operacyjny – 363 761.

⁵⁸ **Fox Entertainment Group** - amerykańska spółka Ruperta Murdocha, właściciela studiów filmowych produkujących filmy oraz stacji telewizyjnych: aktywa Grupy – 54 384 mln USD, kapitał własny – 25 113 mln USD, obroty roczne Grupy – 32 778 mln USD, dochód operacyjny za rok 2010 – 3 959 mln USD.
Time Warner - druga największa korporacja medialna świata po The Walt Disney Company, (m.in. HBO): aktywa Grupy – 66

OPERATORZY KABLOWI

Z usług 4 największych firm operatorskich korzysta około 3 mln abonentów, co stanowi w przybliżeniu 70% ogółu korzystających z telewizji kablowej. Są to:

1. UPC Polska - 1. 096 300 abonentów,
2. Vectra - 771 300 abonentów,
3. Multimedia Polska - 699 000 abonentów,
4. ASTER - 380 000 abonentów.

Platformy kablowe dotychczas dysponowały przewagą technologiczną poprzez posiadanie infrastruktury pozwalającej na udostępnienie oprócz programów telewizyjnych także usług dodatkowych (Internet, telefon, obecnie także VoD). Opisana powyżej sytuacja ulega zmianie ze względu na rozwój oferty operatorów satelitarnych. W przypadku platform satelitarnych istotna jest możliwość korzystania z oferty w dowolnym miejscu, brak powiązania umowy z adresem. Operatorzy kablowi nadal jednak dysponują największą przepływnością sieci, co ma istotne znaczenie w dostępie do Internetu oraz wysokim stopniem zabezpieczenia danych. Własność w sektorze płatnej telewizji kablowej, podobnie jak w przypadku platform satelitarnych, podzielona jest między kapitał europejski i polski.

UPC i ASTER – LGI Ventures B.V. międzynarodowy fundusz z siedzibą w Holandii mniejszościowy właściciel Canal + (Francja);

VECTRA - Vectra Investments SKA z siedzibą w Gdyni – kapitał polski;

Multimedia Polska – spółka giełdowa - fundusze kapitałowe M2 Investments Limited i Tri Media Holdings LTD z siedzibą w Nikozji (Cypr) posiadają pakiet kontrolny akcji.

524 mln USD, kapitał własny – 32 945 mln USD, obroty roczne Grupy – 26 888 mln USD, dochód operacyjny za rok 2010 – 3 919 mln USD.

Bertelsmann AG - międzynarodowy koncernem medialny z siedzibą w Niemczech (m.in. RTL): aktywa Grupy – 18 779 mln EUR, kapitał własny – 6 486 mln EUR, obroty roczne Grupy – 15 786 mln EUR, dochód operacyjny za rok 2010 – 1 496 mln EUR.

4.2 Oferta programowa w telewizji

NAJWIĘKSI NADAWCY

Na polskim rynku telewizyjnym nadal głównymi aktorami są: telewizja publiczna TVP oraz największe stacje koncesjonowane – Polsat i TVN.



TVP S.A. oferuje 2 programy ogólnopolskie (**TVP 1** i **TVP 2**) o charakterze uniwersalnym oraz 6 programów satelitarnych. Są to: **TVP Polonia** nadająca program o charakterze uniwersalnym skierowany głównie do Polaków mieszkających za granicą, **TVP Kultura** poświęcony tematyce kulturalnej, **TVP Sport** o charakterze sportowym, **TVP Historia** o tematyce historycznej, **TVP Seriale** nadający głównie serie własnej produkcji i **Belsat TV** poruszający tematykę ważną dla narodu białoruskiego (w języku białoruskim). Ponadto telewizja publiczna nadaje kanał informacyjny **TVP Info**, który dzieli pasmo programowe z 16 ośrodkami regionalnymi (3,5 – 4 godz. audycji dziennie), dostarczającymi m.in. informacje lokalne. Nadawca publiczny nadaje jeden swój program w jakości HD.



Ze względu na ograniczony zasób kanałów analogowych dotychczas jedynym telewizyjnym nadawcą naziemnym działającym na podstawie koncesji o zasięgu ogólnokrajowym (86% ludności kraju) była Telewizja Polsat Sp. z o.o., oferująca program o charakterze uniwersalnym. Do grupy POLSATU należą także uniwersalne programy **TV4** i **TV6** skierowane głównie do młodzieży, które dzięki konwersji cyfrowej zwiększyły zasięg nadawania do ogólnopolskiego. Obecnie POLSAT nadaje także 14 satelitarnych programów telewizyjnych, które stanowią bukiet cyfrowy dostępny

na platformie satelitarnej Cyfrowy POLSAT oraz w ofercie innych operatorów. Są to: **Polsat 2** nadający program o charakterze uniwersalnym, **Polsat Play** kanał rozrywkowy skierowany głównie do mężczyzn, **Polsat Café** o charakterze rozrywkowo-poradnikowym adresowany do kobiet, informacyjno-publicystyczny **Polsat News**; **Polsat Sport**, **Polsat Sport Extra** i **Polsat Futbol** nadające programy o charakterze sportowym, **Polsat Film** o tematyce filmowej, **Polsat Jim Jam** adresowany do dzieci w wieku od 6 lat, **TV Biznes** o charakterze ekonomiczno-informacyjnym, informacyjno-sportowy **Polsat Sport News**, **Polsat Crime & Investigation** - dokumentalno-kryminalny wspólny projekt z podmiotem zagranicznym. Grupa Polsat nadaje 2 swoje programy w jakości HD.



TVN nadaje drogą naziemną uniwersalny TVN docierający analogowo do 48% odbiorców oraz filmowo rozrywkowy TVN 7 dostępny wyłącznie w systemie cyfrowym. Wkrótce oba programy będą dostępne w całej Polsce również w systemie cyfrowym. Do bukietu cyfrowego TVN należy 13 programów satelitarnych. Są to: **TVN 24**, pierwszy w Polsce całodobowy program informacyjny, **TVN Style**, nadający program przeznaczony głównie do kobiet, **TVN Turbo**, kanał o tematyce motoryzacyjnej skierowany do mężczyzn, kanał o profilu ekonomiczno-biznesowym **TVN CNBC**, **TVN Meteo** o profilu meteorologicznym, **iTVN** skierowany do Polaków mieszkających za granicą, kanał sportowy **nSport** oraz kanał telezakupowy **Mango 24**. Ponadto w ofercie grupy TVN dostępne są kanały o charakterze filmowym: **nFilm HD** i **nFilm HD2** oraz serwis nadający w standardzie 3D - **nShow 3D**. Grupa TVN nadaje 8 swoich programów w jakości HD.

INNE PROGRAMY

Oferta telewizji PULS Sp. z o.o. to docelowo dwa programy uniwersalne dostępne w naziemnej tele-

wizji cyfrowej. Obecnie Program **TV PULS** z anten naziemnych dociera do 23% mieszkańców.

Tematyka lokalna występuje w 8 naziemnych programach koncesjonowanych przez około 2 godziny dziennie. W pozostałym czasie na tych antenach ma miejsce retransmisja TVN lub TV4 na podstawie współpracy programowej z tymi nadawcami. Są to: „**Telewizja ODRA**” Sp. z o.o., Telewizja „**TVT**”, „**Studio Lubań – Bolesławiec**” oraz „**Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko**”. Obecnie planowana jest koncepcja konwersji cyfrowej tych nadawców i ewentualnego rozwoju lokalnej naziemnej telewizji cyfrowej w oparciu o posiadane zasoby częstotliwości, o ile będzie to możliwe, biorąc pod uwagę zdolność rynku do utrzymania lokalnej produkcji.

OGŁĄDALNOŚĆ NAZIEMNYCH PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

Spośród nadawców koncesjonowanych niewielki wzrost odnotowały programy naziemne TV4, TV Puls oraz satelitarne TVN 7 i Polsat 2 wchodzące w skład multipleksu 2 naziemnej telewizji cyfrowej, które szerzej pojawiły się w ofertach operatorów satelitarnych i kablowych, a także w bezpłatnym odbiorze z indywidualnych anten satelitarnych w związku z zapowiedziami objęcia ich sygnałem całego kraju.

TABELA NR 10. WSKAŹNIKI OGŁĄDALNOŚCI PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH W 2011 r. ODBIERANYCH NAZIEMNIE ANALOGOWO I Z MUX-2 Z ZAZNACZENIEM KIERUNKU ICH ZMIANY W PORÓWNANIU Z ROKIEM POPRZEDNIM⁵⁹

	Udział w czasie oglądania TV (%)	Dzienny czas oglądania TV
WSZYSTKIE PROGRAMY	100,0% ➡	4 godz. 2 min. ↓
PROGRAMY TV PUBLICZNEJ	34,9% ↓	2 godz. 21 min. ↓
TVP 1	17,4% ↓	1 godz. 21 min. ↓
TVP 2	13,3% ↓	1 godz. 7 min. ↓
TVP INFO	4,2% ↓	41 min. ↓
PROGRAMY KONCESJOWANE	36,9% ↑	2 godz. 37 min. ↑
TV Polsat	14,5% ↑	1 godz. 20 min. ↑
TVN	15,0% ↓	1 godz. 25 min. ↓
TV 4	2,4% ↑	29 min. ↑
TV Puls	1,9% ↑	34 min. ↑
TVN 7	1,8% ↑	29 min. ↑
Polsat 2	1,3% ↑	31 min. ↑
POZOSTAŁE PROGRAMY	28,2% ↑	2 godz. 16 min. ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

⁵⁹ ATV dla wszystkich programów TV i ATS dla poszczególnych programów

KANAŁY TEMATYCZNE

Znaczące miejsce na rynku telewizyjnym zajmują wyspecjalizowane kanały tematyczne. Wśród 85 koncesjonowanych programów satelitarnych (dostępnych na cyfrowych platformach satelitarnych i w sieciach kablowych) stanowią one zdecydowaną większość.

Oferta polskich programów, dostępnych dla odbiorców posiadających indywidualne zestawy satelitarne lub będących abonentami satelitarnych platform cyfrowych albo sieci telewizji kablowej, systematycznie rośnie. W 2009 roku KRRiT przyznała 17 nowych koncesji, w 2010 roku 10 koncesji, a do końca 2011 r. 25 koncesji na programy rozpowszechniane w tym systemie. Oprócz polskich programów satelitarnych odbiorcy mają również dostęp do programów zagranicznych nadawanych w języku polskim lub w językach oryginalnych.

Na każdej płatnej platformie znajduje się ponad 600 kanałów telewizyjnych, w tym około 100 polskojęzycznych. Znaczącą pozycję osiąga jednak tylko kilkunastu nadawców. Około 9% udziałów w oglądalności mają łącznie kanały tematyczne należące do grup Polsatu i TVN. Pozostałe udziały w oglądalności należą do: Viacom (m.in. MTV, Viva), Discovery Networks (Discovery, Animal Planet), Disney Media (Disney Channel, Disney XD), HBO Polska (HBO, AXN) czy wspomniane już BBC Worldwide (BBC, CBeebies). To właśnie te programy są magnesem dla polskich widzów.

Patrząc z perspektywy ostatnich lat można zauważyć, że utrzymuje się tendencja spadku oglądalności tradycyjnych programów uniwersalnych dostępnych naziemnie (z wyjątkiem Polsatu) a także tych, które nadaje telewizja publiczna. W tej chwili do najpopularniejszych formatów należą kanały informacyjne, dziecięce, sportowe, muzyczne, popularno naukowe, filmowe i life-stylowe.

TABELA NR 11. KONCESJONOWANE PROGRAMY SATELITARNE

Profil programów	liczba
• uniwersalne	17
• sportowe	11
• filmowe i filmowo-rozrywkowe	9
• informacyjne, informacyjno-publicystyczne i ekonomiczno-informacyjne	9
• muzyczne, muzyczno-rozrywkowe i muzyczno-publicystyczne	8
• adresowane do dzieci	5
• adresowane do kobiet	3
• rozrywkowe	4
• edukacyjne	3
• dokumentalne i poradnikowo-dokumentalne	3
• edukacyjno-poradniczy i religijny	1
• społeczno-religijny	1
• poświęcone telesprzedaży	2
• poświęcone historii oraz popularyzujące kulturę i sztukę	2
• pozostałe, m.in.: meteorologiczne, kulinarne i motoryzacyjne	6

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

TABELA NR 12. KANAŁY DOSTĘPNE DROGĄ SATELITARNĄ W 2011 R. (UDZIAŁ DO 0,1%)

Lp.	Program	Widownia	Udział	Lp.	Program	Widownia	Udział
1.	TVN24	188 723	3,1%	42.	Zone Reality	12 411	0,2%
2.	TVN7	107 782	1,8%	43.	TVP Sport	12 235	0,2%
3.	Polsat2	79 086	1,3%	44.	Universal Channel	11 642	0,2%
4.	Disney Channel	60 117	1,0%	45.	Comedy Central Family	11 290	0,2%
5.	Disney XD	49 607	0,8%	46.	AXN Crime	10 983	0,2%
6.	Cartoon Network	49 403	0,8%	47.	FOXLife	10 754	0,2%
7.	Polsat News	48 432	0,8%	48.	Zone Europa	10 103	0,2%
8.	AXN	42 815	0,7%	49.	Polsat Sport Extra	9 998	0,2%
9.	TVP Polonia	40 458	0,7%	50.	Canal+ Sport	9 724	0,2%
10.	Discovery	40 203	0,7%	51.	Planete	9 714	0,2%
11.	Polsat Sport	39 256	0,7%	52.	HBO2	9 538	0,2%
12.	Nickelodeon	35 877	0,6%	53.	TVP HD	9 369	0,2%
13.	MiniMini	35 570	0,6%	54.	BBC CBeebies	9 148	0,2%
14.	VIVA Polska	34 410	0,6%	55.	Nat Geo Wild	8 973	0,1%
15.	Eurosport	32 741	0,5%	56.	TVP Szczecin	8 038	0,1%
16.	National Geographic	26 021	0,4%	57.	Canal+	7 934	0,1%
17.	TLC	25 652	0,4%	58.	Eska TV	7 927	0,1%
18.	TVN Turbo	25 421	0,4%	59.	FilmBox	6 781	0,1%
19.	TVS	24 638	0,4%	60.	teleTOON+	6 654	0,1%
20.	Disney Junior	24 413	0,4%	61.	Zone Romantica	6 293	0,1%
21.	Comedy Central	23 325	0,4%	62.	TVN Meteo	6 158	0,1%
22.	TVN Style	22 477	0,4%	63.	HBO Comedy	6 114	0,1%
23.	Kino Polska	20 972	0,3%	64.	Eurosport2	6 077	0,1%
24.	TVP Seriele	20 628	0,3%	65.	Polo TV	6 045	0,1%
25.	13th Street Universal	20 586	0,3%	66.	TV Trwam	6 022	0,1%
26.	Tele5	19 692	0,3%	67.	Canal+ Film	5 958	0,1%
27.	Ale Kino	18 899	0,3%	68.	ITV	5 738	0,1%
28.	Polsat JimJam	18 607	0,3%	69.	Travel Channel	5 702	0,1%
29.	4fun.tv	16 834	0,3%	70.	Extreme Sports	5 669	0,1%
30.	Polsat Film	16 691	0,3%	71.	kuchnia.tv	5 588	0,1%
31.	HBO	16 603	0,3%	72.	TVP Historia	5 134	0,1%
32.	Boomerang	16 114	0,3%	73.	Club TV	4 948	0,1%
33.	Polsat Play	15 984	0,3%	74.	BBC Entertainment	4 657	0,1%
34.	Animal Planet	15 943	0,3%	75.	BBC Knowledge	4 487	0,1%
35.	Discovery Science	15 827	0,3%	76.	HISTORY	4 073	0,1%
36.	Polsat Cafe	15 351	0,3%	77.	AXN Sci-Fi	4 067	0,1%
37.	Superstacja	15 120	0,3%	78.	Polonia1	3 845	0,1%
38.	TCM	14 921	0,2%	79.	TVN+1	3 633	0,1%
39.	MTV Polska	14 133	0,2%	80.	Orange Sport	3 624	0,1%
40.	TVP Kultura	13 725	0,2%	81.	Movies 24	3 254	0,1%
41.	Discovery World	12 740	0,2%	82.	TVN CNBC	3 094	0,1%

Źródło: Opracowanie Biura KRiIT na podstawie Nielsen Audience Measurement

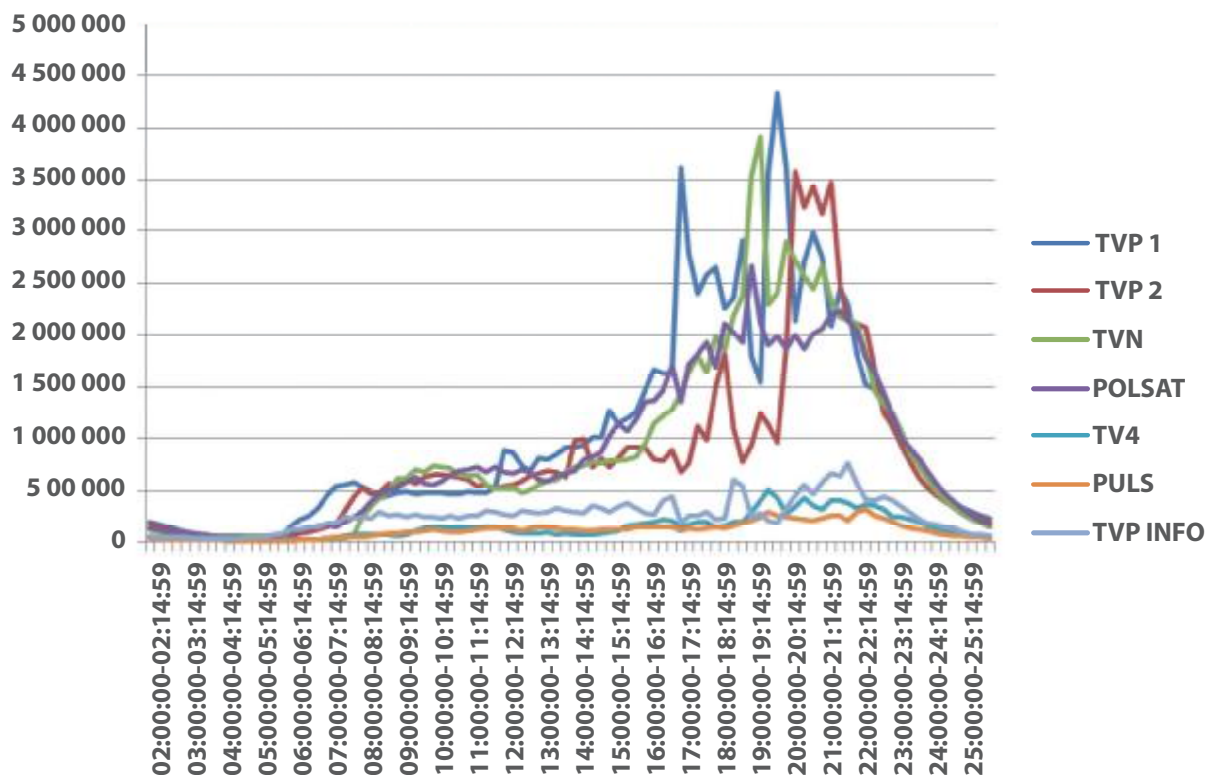
Oferta programów dla dzieci składa się w większości z programów zagranicznych w polskich wersjach językowych. Wyjątek stanowią programy MiniMini (dla młodszych dzieci) i TeleTOON+ (dla starszych dzieci i młodzieży) wchodzące w skład pakietu Cyfry+. Największą oglądalnością cieszą się programy z grupy Disney Channel oraz kanał Cartoon Network.

Jeśli chodzi o programy popularnonaukowe, polscy widzowie wybierają najchętniej zagraniczne programy takie jak Discovery lub National Geographic. Wśród programów filmowych liderem jest japoński AXN⁶⁰.

ROZKŁAD OGLĄDALNOŚCI TELEWIZJI W PORACH DNIA

Jak wynika z analizy danych telemetrycznych, pory największej oglądalności naziemnych programów telewizyjnych mieszczą się w podobnym przedziale czasowym, tj. między 18.00 a 23.00 (wykres nr 24), mimo że dla poszczególnych programów ulegają one indywidualnym przesunięciom. Na poniższym wykresie przedstawiono szczegółowe rozkłady dobowej oglądalności dla programów - TVP 1, TVP 2, TVP INFO, Polsat, TVN, Puls, TV4.

Wykres nr 24. Dobowa oglądalność programów naziemnych w 2011 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRIIT na podstawie Nielsen Audience Measurement

⁶⁰ AXN jest własnością medialnego skrzydła (Sony Pictures Television International) japońskiego koncernu Sony. W Polsce dystrybucją oraz promocją kanałów AXN zajmuje się HBO Polska.

Program TVP 1 największy wzrost oglądalności odnotowuje o godz. 17.00 i 19.30 podczas trwania audycji informacyjnych „Teleexpress” i „Wiadomości”. Natomiast Program TVP 2 cieszy się popularnością między godziną 20.00 a 22.00, kiedy nadawane jest pasmo serialowe.

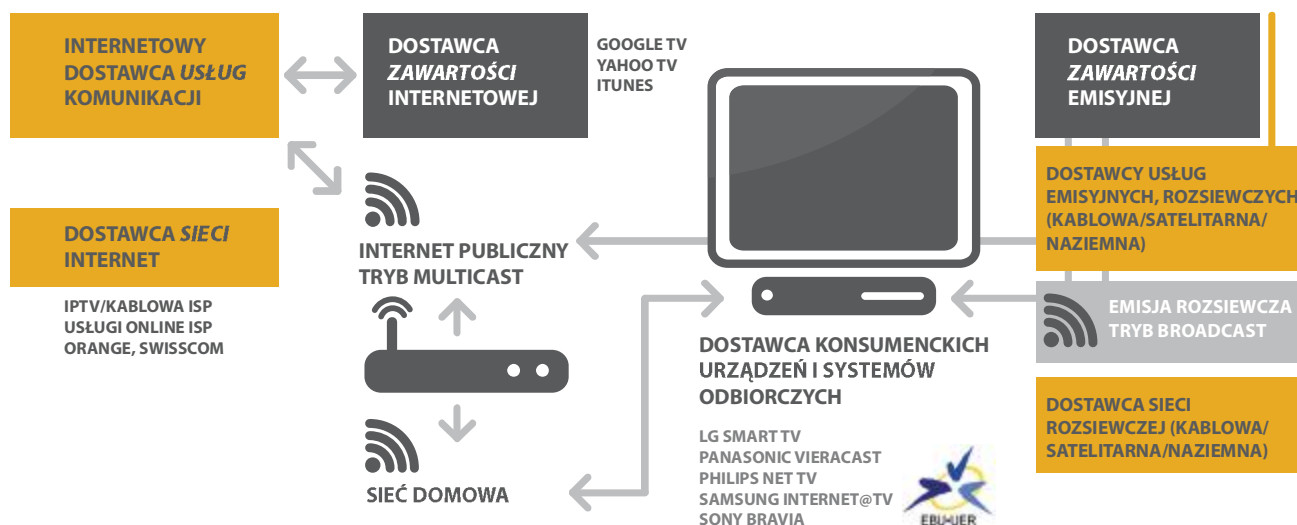
Podobnie jest w przypadku TVN o godz. 19.00 w czasie nadawania „Faktów” oraz po godz. 20.00, gdy emitowane są seriale.

Polsat gromadzi największą widownię o godz. 18.50 w trakcie „Wydarzeń” i po godz. 21.00 w paśmie filmowym.

4.3 Kto decyduje o ofercie programowej – operatorzy czy nadawcy?

Przedłużający się czas przygotowań do przejścia na nadawanie cyfrowe sprzyja osiągnięciu szczególnej pozycji przez operatorów platform satelitarnych, sieci kablowych i telekomunikacyjnych. Stają się oni nieodzownymi pośrednikami w dotarciu do szerokiej oferty programowej.

Schemat nr 1 Rywalizacja o uwagę odbiorcy (telewizja)



Wykorzystując swoją pozycję, operatorzy z jednej strony dyktują warunki swoim abonentom, z drugiej zaś konkurują między sobą, oferując oprócz coraz szerszej gamy programów również usługi dodatkowe. Dużą popularnością wśród odbiorców cieszy się na przykład system *Triple Play*, który zapewnia abonentom sieci telekomunikacyjnej oprócz usług łączności telefonicznej również dostęp do szerokopasmowego Internetu i telewizji. Podobne możliwości oferowane są również abonentom platform telewizyjnych czy sieci kablowych – ci również mogą podpisać z operatorem umowy na świadczenie usług dodatkowych. Jednakże konsekwencją takich umów jest korzystanie z określonego przez operatora pakietu programów (różnego w zależności od wysokości opłaty), a więc tym samym ograniczenie w pewnym sensie wolności wyboru oferty programowej przez odbiorcę.

Z kolei unijna dyrektywa o usłudze powszechnej⁶¹ mówi o możliwości wprowadzenia przez

⁶¹ Dyrektywa 2002/22/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 marca 2002 roku, zmieniona Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/136/WE z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników

państwa członkowskie tzw. zasady *must carry*, która polega na obowiązku dostarczania wybranych programów w sieciach łączności elektronicznej, w sytuacji, gdy jest to uzasadnione jasno sprecyzowanym i zgodnym z prawem wspólnotowym interesem ogólnym. Najczęściej status taki uzyskują programy nadawców publicznych. Pozostaje pytanie, na ile zasadne będzie kontynuowanie zasady *must carry* w erze cyfrowej, gdy każdy z operatorów będzie miał dużo większe możliwości, jeśli chodzi o pojemność oferowanych przez siebie pakietów.

Szerzej o zasadzie *must carry* w rozdz. VI. Kierunki regulacyjne

Pod koniec 2011 roku KRRiT⁶² przeprowadziła konsultacje społeczne w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów. Na ich podstawie stwierdzono, że klienci korzystający z usług operatorów rozprowadzających programy oczekują możliwości wyboru pojedynczych programów z oferty operatorów. Zwrócono uwagę, że chcąc korzystać z programów, którymi klient był zainteresowany, konieczne było wykupienie 2-3 dodatkowych pakietów *premium*. Z oferty ok. 100 programów dany klient

korzystał jedynie z 15-20 - tym samym miał wrażenie, że płaci za coś, czego nie potrzebuje a firma zwyczajnie go naciąga. Dodatkowo respondenci badania informowali o niezrozumiałym pakietowaniu programów: na przykład kanały sportowe sprzedawane są z erotycznymi w jednym pakiecie.

Ponadto wskazano na zmuszanie abonentów platform satelitarnych do używania dedykowanych dekodery i uniemożliwianie odbioru oferty na sprzęcie posiadanym przez abonenta⁶³, a także na brak norm jakościowych wobec oferowanych programów. Obecnie każdy z operatorów dostarcza programy w jakości regulowanej przez siebie, a nie obowiązującej normy technicznej.

Platformy konkurują ze sobą za pomocą różnego rodzaju promocji dla klientów, ale również poprzez swoiste „blokowanie” konkurencji dostępu do programów będących ich własnością lub wywodzących się z tej samej grupy kapitałowej.

>>

TABELA NR 13. WYKAZ PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH NADAWANYCH PRZEZ WŁAŚCICIELI PLATFORM ORAZ TVP, KTÓRE NIE SĄ DOSTĘPNE NA PLATFORMACH KONKURENTÓW

Cyfra+	Cyfrowy Polsat	n	Neostrada TP z telewizją
TVP 1HD	TVP1 HD	Canal+	Canal+
Polsat HD	Canal+	Canal+ HD	Canal+ HD
nPremium	Canal+ HD	Canal+ 3D	Canal+ 3D
nPremium 2	Canal+ 3D	Canal+ Film	Canal+ Film
nPremium 3	Canal+ Film	Canal+ Film HD	Canal+ Film HD
nPremium 4	Canal+ Film HD	Ale Kino+	Ale Kino+
Polsat Sport	Ale Kino+	Ale Kino+ HD	Ale Kino+ HD

⁶² Wyniki konsultacji w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konsultacje/wyniki-konsultacji-w-sprawie-potrzeb-i-oczekiwan-klientow-wobec-pakietowania-programow-po-redakcji.pdf

⁶³ Na przykład poprzez moduł CAM - Conditional Access Module - wbudowany w TV

Polsat Sport HD	Ale Kino+ HD	Polsat Sport	Polsat Sport
Polsat Sport Extra	nPremium	Polsat Sport HD	Polsat Sport HD
Polsat Sport News	nPremium 2	Polsat Sport Extra	Polsat Sport Extra
nSport	nPremium 3	Canal+ Sport	Canal+ Sport
nSport HD	nPremium 4	Canal+ Sport HD	Canal+ Sport HD
TVP Historia	nSport	Canal+ Gol	Canal+ Gol
TVN Style HD	nSport HD	Canal+ Gol HD	Canal+ Gol HD
TVN Turbo HD	Canal+ Sport	Canal+ Weekend	Canal+ Weekend
	Canal+ Sport HD	Canal+ Weekend HD	Canal+ Weekend HD
	Canal+ Gol	Kuchnia+	Kuchnia+
	Canal+ Gol HD	Domo+	Domo+
	Canal+ Weekend	Domo+ HD	Domo+ HD
	Canal+ Weekend HD	teleTOON+	teleTOON+
	TVN Style HD	teleTOON+ HD	teleTOON+ HD
	Kuchnia+	MiniMini+	MiniMini+
	Domo+	MiniMini+ HD	MiniMini+ HD
	Domo+ HD		
	teleTOON+		
	teleTOON+ HD		
	MiniMini+		
	MiniMini+ HD		

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Wydaje się, że zasadne byłoby wprowadzenie przepisów wprowadzających neutralność technologiczną, która gwarantowałaby swobodny dostęp do oferty programowej.

4.4. Tendencje na rynku telewizyjnym – zmiana sposobu korzystania z mediów

Udostępnianie audycji telewizyjnych on-line, segmentacja treści oraz systematyczny wzrost popularności DVR, czyli nagrywania programów w formacie cyfrowym na dysk twardy daje widzowi możliwość wyboru dogodnego dla siebie czasu, w którym obejrzy ulubioną audycję. W ten sposób, dzięki rozwojowi technologii, następuje powolne przekazywanie władzy w ręce widza.

Postęp naukowy i ewolucja elektroniki spowodowały powstanie inteligentnych, wielofunkcyjnych urządzeń - smartfonów oraz telewizji hybrydowej, które łączą

możliwości telewizji i Internetu, dając konsumentom wybór nie tylko czasu, ale również nośnika oraz miejsca. Dzięki temu to odbiorca decyduje, kiedy i gdzie skorzysta z sieci lub obejrzy audycję. Temat ten został również poruszony w rozdziale I.

4.5. Naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T)

Polska jest jednym z ostatnich krajów unijnych, jeśli chodzi o datę przejścia na naziemne nadawanie cyfrowe. W tej chwili w Europie można wyróżnić trzy grupy krajów, ze względu na rodzaj odbieranego sygnału telewizyjnego.

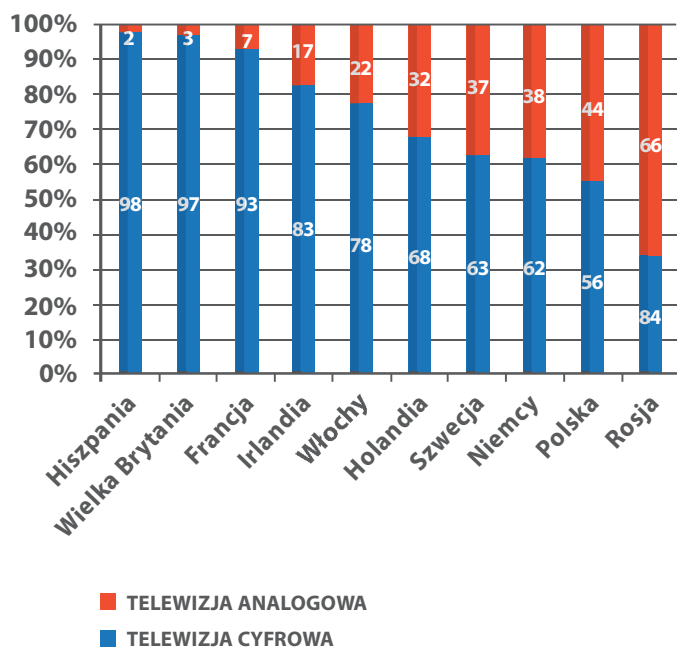
Pierwsza to kraje takie jak Hiszpania, Francja czy Wielka Brytania, gdzie odbiór telewizji cyfrowej za pomocą różnych platform (satelitarne, kablowe, naziemne) jest niemal powszechny. Jest to związane z przejściem na całkowite nadawanie cyfrowe oraz

dotychczasową popularnością naziemnych platform telewizyjnych.

Do drugiej grupy zaliczyć można kraje, gdzie sygnał cyfrowy z tych platform odbiera od 60 do 80% gospodarstw domowych. Do tej grupy należą też kraje takie jak Niemcy, Szwecja czy Holandia, gdzie bardzo rozpowszechnione są sieci kablowe, które często dają swoim abonentom możliwość pozostania przy starym systemie. Kraje te dodatkowo charakteryzuje niższy poziom oglądalności telewizji i to zarówno analogowej, jak cyfrowej.

Trzecia grupa to kraje takie jak Polska, gdzie co prawda sygnał cyfrowy rozprowadzany jest drogą kablową i satelitarną, ale nie nastąpiło jeszcze przełączenie telewizji naziemnej na nadawanie cyfrowe.

Wykres nr 25. Sposób odbioru telewizji w wybranych krajach europejskich w 2010 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Ofcom, International Communications Market Report 2011

Przejsie na odbiór cyfrowy wymagało w każdym kraju dostosowania urządzeń odbiorczych i nadawczych do nowego systemu. Wiązało się to ze znacznym nakładem sił i środków – z jednej strony budowy sieci nadajników sygnału, z drugiej przestrojenia anten zbiorczych lub zakupu nowych odbiorników/dekoderów.

Zmiana tradycyjnego łańcucha wartości, a szczególnie sposobu dystrybucji treści, która z technicznego punktu widzenia staje się bardziej złożona, co z kolei prowadzi do pojawiania się pośredników, którzy zapewniają niezbędne urządzenia techniczne (dekodery, oprogramowanie). W niektórych przypadkach to właśnie ci pośrednicy odgrywają dominującą rolę.

Cyfrowa konwergencja mediów i stopniowe zacieranie się jakościowych różnic pomiędzy poszczególnymi środkami przekazu jest faktem. Odbiór cyfrowy treści jest możliwy na następujących platformach: telewizja satelitarna (DVB-S)⁶⁴, telewizja kablowa (DVB-C)⁶⁵, telewizja internetowa (IPTV)⁶⁶, naziemna telewizja cyfrowa odbierana za pomocą odbiornika przenośnego (DVB-H)⁶⁷, mobilna telewizja cyfrowa oraz naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T)⁶⁸.

W Polsce działają trzy multipleksy naziemnej telewizji cyfrowej, z których jeden ma zasięg ogólnopolski (MUX-2). Konwersja przebiega „wyspowo”, na wybranych obszarach. Po okresach jednoczesnej emisji analogowej i cyfrowej będzie następowało wyłączenie systemu analogowego (szerzej na ten temat w Sprawozdaniu KRRiT).

⁶⁴ DVB-S (ang. Digital Video Broadcasting - Satellite) - jest standardem cyfrowej telewizji DVB, nadawanej przez satelity.

⁶⁵ DVB-C (ang. Digital Video Broadcasting - Cable) - jest standardem cyfrowej telewizji DVB.

⁶⁶ IPTV (ang. Internet Protocol Television) - telewizja internetowa

⁶⁷ System DVB-H (ang. Digital Video Broadcast Handheld) jest odmianą systemu DVB-T, dostosowaną do małych urządzeń przenośnych na przykład telefonów komórkowych

⁶⁸ DVB-T (ang. Digital Video Broadcasting - Terrestrial) - naziemna telewizja cyfrowa

Polski rynek abonentów telewizyjnych podzielony jest pomiędzy telewizję naziemną, platformy satelitarne i sieci kablowe⁶⁹. Naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T) na tym etapie nadal stanowi niewielki fragment rynku telewizji naziemnej - ok. 8%.

Przewidywany wzrost użytkowników DVB-T nastąpi po wyłączeniu transmisji analogowej (switch-off), czyli w połowie 2013 r.⁷⁰ i po osiągnięciu 95% powierzchni kraju przez sygnał z MUX-1 po zakończeniu trzeciego etapu jego budowy. W kolejnych okresach do DVB-T mogą sukcesywnie dołączać osoby, którym kończą się umowy abonenckie na płatną telewizję, bądź odbiorcy najtańszych pakietów telewizji kablowej⁷¹. Analitycy oceniają jednak, że masowy wzrost popularności DVB-T nastąpi dopiero w momencie, kiedy przestanie istnieć alternatywa w postaci odbioru analogowego.

Z przeprowadzanych analiz rynku wynika, że na bezpłatną naziemną ofertę przejdą klienci najtańszych pakietów telewizji płatnej Cyfrowego Polsatu, Cyfry+ i „n”. Na podstawie doświadczeń innych krajów UE przewiduje się, że docelowo z DVB-T korzystać będzie do 40% widzów.

Korzyści z procesu cyfryzacji dla widza to przede wszystkim większa ilość programów telewizyjnych w obrębie jednego kanału⁷². Poza zwiększeniem ilości programów, naziemna telewizja cyfrowa oferuje lepszą jakość obrazu i dźwięku (wielokanałowy, przestrzenny dźwięk Dolby Digital) oraz oferuje następujące funkcje, które zwiększają atrakcyjność oglądania telewizji:

- **EPG** (electronic programme guide) - elektroniczny przewodnik po programach, dzięki któremu na ekranie widzimy program telewizyjny wszystkich kanałów, jakie możemy odbierać,
- **PVR** (personal video recorder) - posiadając odpowiedni tuner możemy również nagrywać na twardy dysk (z możliwością zaprogramowania) programy telewizyjne oraz zatrzymać na chwilę program, który jest nadawany,
- **VoD** (video on demand) czyli wirtualna wypożyczalnia filmów i programów.

Odbiór naziemnej telewizji cyfrowej wiąże się z koniecznością wymiany starych odbiorników telewizyjnych na nowe lub zakup tunera DVB-T do starych odbiorników. Koszt najprostszego nowego telewizora z wbudowanym tunerem MPEG4 umożliwiającym odbiór DVB-T to ok. 550 zł, zaś najprostszą przystawkę cyfrową do telewizora analogowego można kupić za 50 zł⁷³.

Proces wdrażania DVB-T jest rozłożony w czasie i tak zaplanowany, aby odbiorcy nie stracili dostępu do ogólnodostępnych programów. Sygnał analogowy jest początkowo nadawany jednocześnie z cyfrowym, co powinno dać czas odbiorcom na wyposażenie gospodarstw domowych w odpowiednie odbiorniki.

Cyfryzacja zaostrzy konkurencję na rynku telewizji naziemnej, mobilizując nadawców do zwiększenia inwestycji w rozwój programów oraz zwiększenia wydatków na promocję.

Zgodnie z art. 16 ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, minister właściwy ds. łączności jest obowiązany do przeprowadzenia kampanii informacyjnej. Jak wynika z danych przedstawionych przez Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, działania, które zostały zrealizowane w tym zakresie to:

⁶⁹ Patrz wykres nr 3, s.11

⁷⁰ Zgodnie z ustawą o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, całkowite przejście z nadawania analogowego na cyfrowe na terenie Rzeczypospolitej Polskiej powinno nastąpić do dnia 31 lipca 2013 r.

⁷¹ Prognoza rozwoju NTC Starcom

⁷² W przypadku emisji cyfrowej na jednym kanale można odbierać jeden tzw. multipleks czy zestaw kilku kanałów telewizyjnych wysokiej rozdzielczości

⁷³ Porównywarka internetowa cen Ceneo – marzec 2012 r.

- uruchomienie oficjalnej strony rządowej www.cyfryzacja.gov.pl, poświęconej procesowi cyfryzacji telewizji naziemnej, która umożliwi kontakt z konsultantem za pośrednictwem: VoiceLink, drogą mailową lub telefonicznie,
- emisja 30-sekundowych przekazów (9 spotów na temat procesu cyfryzacji telewizji naziemnej w telewizji publicznej oraz w stacjach komercyjnych 2 razy dziennie w tzw. *prime time*⁷⁴,
- emisja 3-minutowych przekazów (8 audycji przekazujących praktyczne informacje na temat odbioru naziemnej telewizji cyfrowej),
- kampania reklamowa w prasie, przeprowadzona w dzienniku Super Express, Super Ekspres TV oraz w Tele Magazynie, dodatku do dziennika „Polska”.

W 2012 roku Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji ma przeprowadzić badania stanu wyposażenia gospodarstw domowych, których wyniki będą służyły ocenie potrzeby wdrożenia planu pomocy Państwa dla osób, które mogą w wyniku cyfryzacji telewizji naziemnej utracić dostęp do oferty programowej. Trzeba będzie rozważyć sposoby pomocy zarówno finansowej (ewentualne ulgi czy raty dla osób narażonych na wykluczenie z powodów ekonomicznych), jak technicznej, konsumenckiej czy edukacyjnej. Kampania mogłaby zostać zintensyfikowana na przykład przez:

- informacyjne audycje radiowe, w celu dotarcia zwłaszcza do osób starszych;
- informacyjne lekcje w szkołach;
- ulotki rozpowszechniane przez jednostki samorządu terytorialnego;
- plakaty, reklamę zewnętrzną.

⁷⁴ Zgodnie z art. 12 ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej elementy kampanii informacyjnej w telewizji realizowane są wspólnie z nadawcami.

W związku z faktem, że do przewidzianej daty wyłączenia sygnału analogowego jest już niedużo czasu, działania takie powinny zostać podjęte jak najszybciej.

Realizacja procesu cyfryzacji spowoduje uwolnienie dywidendy cyfrowej. Wyłączenie telewizji analogowej umożliwi wykorzystanie zwolnionych zasobów częstotliwości na dodatkowe usługi. Wg dokumentu o charakterze strategicznym pt. Plan wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce, opracowanego przez Międzyresortowy Zespół ds. Telewizji i Radiofonii Cyfrowej i przyjętego przez rząd w czerwcu 2011 r. powstała w ten sposób dywidenda cyfrowa ma być spożytkowana na następujące potrzeby:

- uzupełnienie do pełnego pokrycia ogólnokrajowego zasięgu multipleksu MUX-3, zajmowanego w całości przez telewizję publiczną i pozwalającego na umieszczenie dodatkowej oferty programowej TVP,
- uzupełnienie do pełnego pokrycia ogólnokrajowego multipleksu MUX-6, przeznaczonego na usługę telewizji mobilnej,
- budowę dwóch ogólnokrajowych multipleksów telewizyjnych (MUX-4 i 5) dla nadawców koncesjonowanych celem poszerzenia oferty programowej okresu przejściowego.

Do ustalenia pozostaje kwestia sposobu zagospodarowania kolejnych multipleksów (4 i 5).

Szczególnie w oparciu o analizy rynkowe należy ustalić, czy istnieje potencjał ekonomiczny sektora do stworzenia kolejnych programów udostępnianych widzom w bezpłatnej ofercie. Doświadczenia z wyłonieniem programów rozprowadzanych w MUX-1 wskazują, że nadawcy mają trudności ze stworzeniem modelu programowo-biznesowego w otwartej dystrybucji DVB-T. Dotychczasowy sposób zagospodarowywania multipleksów DVB-T oparty był na udostępnieniu

niu nadawcom do wspólnego zagospodarowania wolnych zasobów częstotliwości na zasadach współużytkowania, z obowiązkiem wspólnego wyłonienia operatora technicznego. W przypadku kolejnego etapu wdrażania DVB-T należy rozważyć możliwości powołania aktywnego operatora multipleksu, który przedstawi organom regulacyjnym, czyli KRRiT oraz UKE, propozycję stworzenia pełnej oferty programowej wraz z pakietem usług dodatkowych.

Zakres częstotliwości 780 – 862 MHz obejmujący kanały telewizyjne o numerach od 61 do 69 stanowi ma zharmonizowaną w skali europejskiej dywidendę cyfrową, przeznaczoną na usługi telekomunikacyjne, w tym usługi dostępu do Internetu.

Wiadomo także, że w Komisji Europejskiej i w organizacji CEPT⁷⁵ toczą się prace nad harmonizacją w skali europejskiej tzw. dywidendy cyfrowej 2, która miałaby objąć kanały telewizyjne od 48 do 60 (częstotliwości 694 - 790 MHz).

Przyjęcie takiej koncepcji oznacza w Polsce konieczność rezygnacji w znacznej części z planów rozszerzenia telewizyjnej oferty programowej, a także pociągnię za sobą zmiany w konfiguracji multipleksów istniejących i związane z tym dodatkowe koszty. W krajach Europy Zachodniej koncepcja ta nie jest postrzegana jednoznacznie, szczególnie przez kraje, które już zagospodarowały cały zakres częstotliwości 470 – 790 MHz na usługi telewizji naziemnej.

Zajęcie przez polski rząd stanowiska w tej sprawie powinno być poprzedzone szeroką dyskusją z udziałem wszystkich uczestników rynku, regulatorów i rządu. Wydaje się, że organem właściwym do przeprowadzenia konsultacji publicznej w tym zakresie jest Urząd Komunikacji Elektronicznej. Konsultacja taka powinna dać odpowiedź na temat rzeczywistego zainteresowania wspomnianymi zasobami

częstotliwości wśród nadawców telewizyjnych, operatorów telekomunikacyjnych i inne podmioty rynkowe, a także o ewentualnych konsekwencjach ich wycofania z radiodiffuzji.

4.6 Implementacja dyrektywy w zakresie usług na żądanie w krajach europejskich

Interpretacja zapisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w zakresie usług na żądanie sprawia kłopoty wielu krajom europejskim. Poszczególne kraje przyjęły różne rozwiązania. W większości przypadków usługi takie podlegają jedynie obowiązkowi rejestracji, przy czym pojawiają się tu różnice interpretacyjne co do zakresu usług objętych regulacją. Niektóre organy regulacyjne prowadzą jedynie spisy usług rozpowszechnianych za pomocą platform dostępu, takich jak sieci kablowe czy telewizja internetowa, inne zaś włączają również sieci społecznościowe, usługi typu catch-up TV lokalnych stacji telewizyjnych oraz usługi VoD przeznaczone dla dorosłych.

>>

⁷⁵ Europejska Konferencja Administracji Poczty i Telekomunikacji (ang. European Conference of Postal and Telecommunications Administrations), CEPT jest organizacją koordynującą regulacje na rynku pocztowym i telekomunikacyjnym w Europie

TABELA NR 14. REJESTRACJA USŁUG NA ŻĄDANIE

BELGIA	<p>W części walońskiej przewidziany jest system rejestracji usług na żądanie przez audiowizualny organ regulacyjny CSA. Ponadto, specyfiką Walonii jest to, iż wszyscy dostawcy audiowizualnych usług medialnych, czy to linearnych, czy na żądanie, muszą na wstępie dokonać w CSA zgłoszenia (deklaracji) według reguł określonych rządowym rozporządzeniem z dn. 14 maja 2009 r.</p> <p>W części flamandzkiej na 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem świadczenia nielinearnej usługi radiowej, musi być ona zgłoszona regulatorowi rynku (VRM). Ponadto do VRM muszą również być zgłoszone nielinearne usługi telewizyjne na 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem świadczenia.</p>
BUŁGARIA	<p>Usługi na żądanie podlegają zasadom powiadomienia. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są zobowiązani do złożenia powiadomienia o prowadzonej działalności do Rady ds. Mediów Elektronicznych (CEM) w terminie jednego miesiąca od daty wejścia w życie ustawy.</p>
CZECHY	<p>Konieczne jest powiadomienie regulatora o planowanej działalności polegającej na świadczeniu audiowizualnej usługi medialnej na żądanie.</p>
FRANCJA	<p>Zgodnie z ustawą o swobodzie komunikacji z dn. 30 września 1986 r. istnieje rozróżnienie między nowymi AUM w zależności od tego, czy korzystają z częstotliwości naziemnych (analogowych lub cyfrowych) czy też z nich nie korzystają.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dostawcy nowych audiowizualnych usług medialnych korzystający z częstotliwości naziemnych podlegają procedurze koncesyjnej; 2. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie nie korzystający z częstotliwości naziemnych przyznawanych przez CSA, mogą działać bez żadnych uprzednich formalności typu rejestracja czy koncesja. Niemniej jednak podlegają oni obowiązkom wynikającym z przepisów znowelizowanej ustawy o swobodzie komunikacji oraz kontroli CSA, który może wobec nich wszczynać postępowania oraz stosować przewidziane prawem sankcje, łącznie z odwołaniem się do Rady Stanu. <p>CSA w swoim stanowisku ws. nowych medialnych usług audiowizualnych wyraźnie stwierdza, iż „będzie czuwał, aby wszystkie AUM na żądanie podlegające kompetencjom Francji, podlegały jego regulacji w sposób zapewniający rzeczywistą konkurencję pomiędzy poszczególnymi podmiotami”. W związku z powyższym, CSA skłania się do tego, by jego kompetencje w zakresie rozwiązywania sporów rozciągnąć również na dostawców AUM na żądanie.</p>
HISZPANIA	<p>Zgodnie z nowymi regulacjami dostawcy audiowizualnych usług medialnych (w tym usług na żądanie) mają obowiązek dokonania wpisu do państwowego lub regionalnego rejestru publicznego, w zależności od zasięgu prowadzonej działalności.</p>
HOLANDIA	<p>Holenderscy dostawcy usług na żądanie muszą zarejestrować swoją działalność u holenderskiego regulatora (Commissariaat voor de Media) w przeciągu dwóch tygodni po rozpoczęciu świadczenia audiowizualnej usługi na żądanie. Komisarz sprawdzi, czy usługa jest audiowizualną usługą medialną w rozumieniu ustawy. Jeśli tak, Komisarz będzie monitorować, czy zakres usług jest zgodny z zasadami określonymi w ustawie.</p>

LITWA	Dostawcy usług nielinearnych mają obowiązek wpisu swojej działalności do rejestru.
MALTA	Zgodnie z ustawą implementującą Dyrektywę, dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są zobowiązani do poinformowania regulatora o zamierzeniu podjęcia działalności.
RUMUNIA	Każda osoba zamierzająca dostarczyć audiowizualne usługi medialne na żądanie ma obowiązek przedłożyć regulatorowi, co najmniej 7 dni przed rozpoczęciem pracy, zgłoszenie takiego zamiaru.
SŁOWACJA	Dostawcy usług na żądanie mają obowiązek dostarczyć konieczne informacje umożliwiające monitoring oraz określenie jurysdykcji do regulatora. Dane te mogą być dostarczone w ciągu 60 dni od rozpoczęcia prowadzenia działalności.
SZWECJA	Wprowadzony został obowiązek rejestracji dostawców linearnych i nielinearnych usług.
WIELKA BRYTANIA	Każdy operator usługi na żądanie musi dokonać formalnego zgłoszenia swojej działalności do ATVOD (Stowarzyszenie na rzecz telewizji na żądanie, będące organem samoregulacyjnym).
WŁOCHY	Zgodnie z dekretem, działalność dostawcy audiowizualnych usług na żądanie podlega zgłoszeniu do regulatora. Podmiot chcąc rozpocząć taką działalność zobowiązany jest do złożenia stosownego oświadczenia regulatorowi.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

TABELA NR 15. UTWORY EUROPEJSKIE W AUDIOWIZUALNYCH USŁUGACH MEDIALNYCH NA ŻĄDANIE

BELGIA	W części walońskiej ustawa zakłada jedynie obowiązek właściwego promowania audycji europejskich w usługach na żądanie. W chwili obecnej CSA (organ regulacyjny) pracuje jednak nad systemem oceniania sposobów promowania tych audycji w katalogach, a także ewentualne doprecyzowanie obowiązku przez wprowadzenie kwot europejskich.
FRANCJA	Dekret z 12 listopada 2010 r. określa obowiązek umieszczania 60% utworów europejskich (40% utworów francuskich) w katalogach usług na żądanie. Przez pierwsze 3 lata obowiązek ten został ograniczony do 50% i 35%. Dodatkowo na dostawców, których roczny obrót przekracza 10 milionów euro nałożone zostały obowiązki udziału w produkcji europejskiej.
HISZPANIA	Dostawcy usług na żądanie powinni zarezerwować dla utworów europejskich 30% katalogu. Połowa tej rezerwacji dotyczy audycji w jednym z urzędowych języków Hiszpanii.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

4.7 Konkurencja i koncentracja na rynku medialnym i telekomunikacyjnym

Rynek mediów elektronicznych to obszar coraz bardziej wyrafinowanych technologii oraz eksploatacji kapitałowej. Do końca 2010 r. na rynku telewizyjnym można było mówić o oligopolu trzech nadawców programów naziemnych: TVP, Polsat i TVN, którzy łącznie mieli ponad 80% udziałów w rynku reklamy telewizyjnej. Ten układ sił przenosi się również częściowo na rynek operatorów telekomunikacyjnych i do sieci Internet.

Cyfrowy Polsat nabył 100% akcji w kapitale zakładowym Telewizji Polsat. Transakcja ta ma zapewnić Grupie Cyfrowy Polsat dywersyfikację przychodów oraz synergię w takich obszarach, jak: promocja, zabezpieczenie treści, marketing, transpondery, zakupy czy centralizacja funkcji administracyjnych

Zygmunt Solorz-Żak poprzez spółkę Aero2 i Narodowy Fundusz Inwestycyjny Magna Polonia jest także zaangażowany w:

- w świadczenie komercyjnych usług bezprzewodowego Internetu na częstotliwościach 900 MHz, 2500 MHz w technologii HSPA+, która zapewnia mobilny dostęp do szybkiego Internetu, umożliwiając pobieranie danych z prędkością do 28,8 Mb/s. Sieć Aero2 liczy ponad 510 stacji bazowych i ma zasięg ok. 60 proc. populacji;
- w budowę sieci szybkiego internetu w technologii LTE (ang. Long Term Evolution) na częstotliwości 1800 MHz, która może być nawet kilkadziesiąt razy szybsza niż obecnie wykorzystywane przez operatorów komórkowych. Dzięki takim sieciom można na przykład oglądać wideo w wysokiej rozdzielczości w komórkach oraz szybko przesyłać duże pliki przez internet. Nowa usługa świadczona jest hurtowo, co oznacza, że jest ona skierowana na przykład do operatorów komórkowych. Mogą oni m.in. wydzierżawić łącza i sprzedawać na nich detalicznie swoje usługi;

- nadawanie telewizji cyfrowej dla urządzeń mobilnych (DVB-H) do telefonów komórkowych i tabletów. POLSAT zapowiada stworzenie ze swoich kanałów tematycznych bukietu cyfrowego do odbioru w systemie mobilnym;
- tworzenie platformy do dystrybucji telewizyjnych treści przez Internet. Plan ten jest realizowany od kilku lat między innymi przy okazji platformy ipla.tv, która obecnie dostępna jest nie tylko w komputerach osobistych, ale także w telewizorach oraz urządzeniach mobilnych. Ipla pod względem oferty jest coraz bardziej konkurencyjna i może być postrzegana przez klientów jako alternatywa dla operatorów kablowych i satelitarnych.

Przejęcie Polkomtela przez grupę POLSAT, w październiku 2011 roku, daje szansę na ekspansywne zwiększenie bazy klientów w trzech obszarach działalności grupy kapitałowej inwestora: telefonii komórkowej, usług internetowych i telewizji cyfrowej.

W obliczu rosnącej konkurencji operatorów telekomunikacyjnych, konsolidujących się operatorów alternatywnych i platform satelitarnych, w styczniu 2012 roku Liberty Global, właściciel największej w Polsce telewizji kablowej, sfinalizował transakcję zakupu operatora sieci kablowej Aster od Mid Europa Partners. Połączenie UPC i Aster przyspiesza proces konsolidacji rozdrobnionej branży kablowej w Polsce, gdzie działa ponad 500 operatorów (w przeciwieństwie do Francji czy Wielkiej Brytanii, gdzie w każdym z tych krajów jest jeden operator kablowy).

Podpisanie umowy TVN z CANAL+⁷⁶ dotyczącej integracji w sektorze telewizyjnym i połączenia uzupełniających się produktowo platform telewizji satelitarnej „n” i CYFRA+ umożliwia powstanie oferty obejmującej szeroki zakres treści przy wykorzystaniu najnowszych

⁷⁶ Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zbada koncentrację grup medialnych ITI i Canal+, na mocy której ma powstać m.in. wspólna platforma satelitarna Cyfry+ i „n”. Komisja Europejska przekazała zbadanie takiej transakcji polskiemu urzędowi antymonopolowemu.

technologii. Przyszła programowa współpraca pomiędzy TVN i Canal+ wzmocni TVN na rynku, a połączenie obu platform wesprze obie firmy w walce o zrównoważenie silnej pozycji Cyfrowego Polsatu.

Brak koordynacji między ustawami regulującymi działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów utrudnia badanie przenikających się rynków nadawców i operatorów oraz określanie pozycji dominującej i zagrożeń dla warunków konkurencji.

Zgodnie z art. 36 ust. 2 pkt. 2 ustawy o radiofonii i telewizji, koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego nie udziela się, jeżeli rozpowszechnianie programów przez wnioskodawcę mogłoby spowodować m.in. „osiągnięcie przez wnioskodawcę pozycji dominującej w dziedzinie środków masowego przekazu na danym terenie”.

Z dotychczasowych doświadczeń KRRiT wynika jednak, że obecny kształt przepisów (brak definicji przejęcia kontroli nad działalnością nadawcy oraz pozycji dominującej dla rynku mediów, a także brak upoważnienia do zbierania od przedsiębiorców informacji niezbędnych do przeprowadzenia analiz) uniemożliwia skuteczne wykonywanie tego zadania.

Poważną przeszkodę stanowi także różna logika i cele przyświecające prawu konkurencji oraz regulacji medialnej:

- celem prawa konkurencji jest dbanie o właściwe funkcjonowanie wolnego rynku, a co się z tym wiąże, wolnej konkurencji pomiędzy podmiotami rynkowymi;
- celem nadrzędnym przepisów ograniczających koncentrację własności w mediach jest zachowanie pluralizmu mediów i nie dopuszczenie do tego, by jeden, czy wybrane podmioty zyskały dominującą moc opiniotwórczą.

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca posiada pozycję dominującą, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym, jeżeli ma możliwość działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów i konsumentów (nie jest niedozwolone posiadanie pozycji dominującej, ale jej nadużywanie). Domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Z kolei przepis art. 36 ust. 2 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji wyraźnie odnosi „pozycję dominującą na danym terenie” do całej dziedziny „środków masowego przekazu”, co obejmuje nie tylko dysponowanie na niej stacją radiową, telewizyjną, ale też na przykład gazetą⁷⁷. Jeżeli więc udział takiego podmiotu w każdym z tych osobnych rynków nie powoduje osiągnięcia pozycji dominującej, ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma zastosowania - choć w sumie podmiot ten może pośrednio lub bezpośrednio kontrolować większość informacji i opinii publikowanych w mediach na danym terenie.

Jeżeli przepis art. 36 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji ma znaleźć praktyczne zastosowanie, konieczne są zmiany ustawowe.

Państwa Członkowskie UE mogą podejmować działania na rzecz pluralizmu mediów inne niż obowiązujące dla kontroli koncentracji między przedsiębiorstwami na rynku wspólnotowym⁷⁸. Ustalenie ostatecznego kształtu regulacji w zakresie konkurencji dla kon-

⁷⁷ Zgodnie z tą linią rozumowania unijna „Zielona Księga nt. usług użyteczności publicznej” (COM(2003) 270) stwierdza, że „działania na rzecz pluralizmu mediów zazwyczaj zmierzają do ograniczenia udziałów w przedsiębiorstwach medialnych lub do zapobieżenia kumulacyjnej kontroli lub jednoczesnemu udziałowi w kilku przedsiębiorstwach medialnych”.

⁷⁸ Rozporządzenie Rady Unii Europejskiej nr 139/2004 na temat art. 21 ust. 4, że „Zgodnie więc z tezą przedstawioną w „Zielonej Księdze nt. usług użyteczności publicznej” i podtrzymaną w „Białej Księdze” (COM(2004) 374 final), zapewnienie pluralizmu mediów to sfera polityki państw członkowskich, a prawo wspólnotowe „dopuszcza przepisy krajowe mające chronić pluralizm”.

wergentnych rynków treści audiowizualnych i ich dystrybucji stanowi poważne wyzwanie dla ustawodawcy. Stosowanie takich rozwiązań wykraczających zarówno poza obecne kompetencje KRRiT, UKE jak i rolę UOKiK wymagałoby powołania zintegrowanego

regulatora tych rynków, który jednocześnie sprawowałby kontrolę nad koncentracją i konkurencją w swojej właściwości jako regulator sektorowy. Szerzej na ten temat w rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5 MEDIA PUBLICZNE

5.1 Podsumowanie doświadczeń w związku z nowym systemem wyboru władz mediów publicznych

Ustawa z 6 sierpnia 2010 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłatach abonamentowych wprowadziła nowy sposób powoływania władz mediów publicznych. Na podstawie delegacji w niej zawartej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 9 września 2010 roku rozporządzenie w sprawie regulaminu konkursu na członków rad nadzorczych spółki „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna”, spółki „Polskie Radio – Spółka Akcyjna” oraz spółek radiofonii regionalnej (Dz. U. Nr 172, poz.1168). Szerzej na temat procesu wyłaniania władz w spółkach publicznej radiofonii i telewizji – patrz: Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2011 roku.

Po przeprowadzeniu konkursów Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dokonała podsumowania jego przebiegu i zwróciła uwagę na sprawy, które powinny, jej zdaniem, być wzięte pod uwagę przy kolejnych konkursach:

- Wymóg posiadania uprawnień do zasiadania w radach nadzorczych spółek Skarbu Państwa ograniczył udział większej liczby kandydatów z dorobkiem w dziedzinie mediów, co nie powinno oznaczać

zmiany tego wymogu w przyszłości, ale raczej sugerować podniesienie kompetencji formalnych przyszłych kandydatów;

- Zauważalny i niepokojący był zbyt niski udział kobiet (24 na 99 wszystkich członków Rad) oraz osób młodych (średnia wieku wszystkich kandydatów to 49-51 lat, z czego poniżej 40 roku życia wybrano 24 osoby);
- Szkoły artystyczne nie wyłoniły odpowiedniej liczby kandydatów, co spowodowane było wspomnianym wyżej brakiem uprawnień formalnych do zasiadania w radach nadzorczych, a także niewystarczającym, ich zdaniem, czasem na analizę kandydatur w ramach uczelni;
- Proponuje się stworzenie „zasobu kadrowego” z kandydatów rekomendowanych przez uczelnie, którzy pozytywnie przeszli całą procedurę konkursową, z którego KRRiT mogłaby w razie konieczności uzupełniać składy rad;
- Konieczne wydaje się doprecyzowanie przepisów dotyczących niedopuszczania możliwości łączenia różnych funkcji w organach spółek mediów publicznych;
- Postuluje się uelastyczenie przepisu dotyczącego funkcjonowania rad w pełnym składzie w przypadku rezygnacji któregoś z członków, tak aby mogła ona

działać do czasu uzupełnienia jej składu w postępowaniu konkursowym. Obecnie, aby spółka mogła funkcjonować prawidłowo, KRRiT musi przeprowadzić konkurs przed odwołaniem członka rady.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po wnikliwej analizie nasuwających się wniosków przygotowała propozycje zmian prawnych. Szerzej omawiamy je w rozdziale VI. Kierunki zmian regulacyjnych.

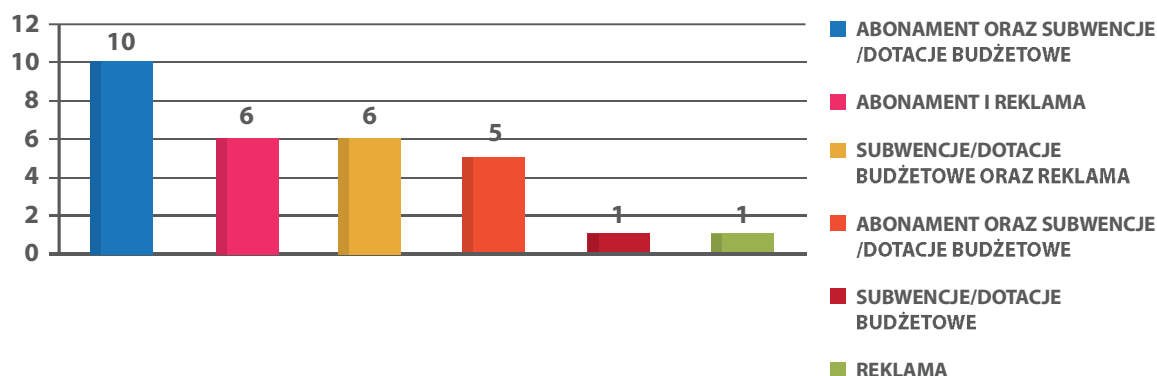
5.2 Modele finansowania mediów publicznych w krajach europejskich

Prawo Unii Europejskiej nie wskazuje, jakie modele finansowania mediów publicznych powinny przyjąć kraje członkowskie. W Protokole Amsterdamskim z 1997 roku podkreśla się swobodę wyboru systemu finansowania mediów publicznych przez państwa członkowskie zaznaczając jednocześnie, że zakresem finansowania mają być objęci określone nadawcy z tytułu realizowania przez nich misji publicznej oraz że finansowanie to nie może naruszać zasad obrotu gospodarczego i konkurencji wewnątrz Unii. Zdefiniowanie

szczegółowego zakresu misji pozostawiono również decyzji poszczególnych państw.

Jak wykazują analizy, państwa europejskie chętnie korzystają z pozostawionego im prawa i swobodnie kształtują swoją politykę w tym względzie. Mimo to należy podkreślić, iż z wyjątkiem Luksemburga (finansowanie z reklam) wszystkie pozostałe państwa członkowskie Unii Europejskiej zapewniły nadawcom publicznym pewien poziom finansowania ze środków publicznych. Część państw zdecydowała się na finansowanie działalności nadawców publicznych jedynie ze źródeł publicznych (Dania), niektóre dopuszczają inne dodatkowe dochody, na przykład ze sprzedaży audycji (Wielka Brytania). Większość jednak wspiera nadawców publicznych za pomocą środków abonamentowych zbieranych oddzielnie lub wraz z inną daniną publiczną. W pozostałych przypadkach źródłem publicznego finansowania pozostają środki budżetowe. Najczęściej stosowaną formą wsparcia jest system mieszany obejmujący zarówno środki publiczne, jak i przychody komercyjne, w tym zwłaszcza dochody z reklam.

Wykres nr 26. Modele finansowania nadawców publicznych (liczba krajów)



Źródło: Analiza Biura KRRiT nr 5/2007, grudzień 2007.; „Systemy poboru opłat abonamentowych w wybranych państwach europejskich (aktualizacja), A. Woźniak, P. Stępką, M. Borkowska, E. Murawska-Najmiec

W przypadku opłaty abonamentowej, która jest najbardziej powszechnym źródłem finansowania mediów publicznych w Europie istotne jest, aby system ten był stabilny i przewidywalny. W przeciwnym wypadku zagraża to niezależności tych podmiotów, co wielokrotnie bardzo wyraźnie podkreśla w swych deklaracjach politycznych i zaleceniach Rada Europy. Regularny dopływ środków powinien być zagwarantowany poprzez sprawny system pobierania abonamentu. Polska jest obecnie na końcu listy pokazującej skuteczność ściągania tej publicznej opłaty wśród krajów Europy – mniej niż 30% gospodarstw domowych opłaca abonament. Dla porównania: procent osób uchylających się od płacenia abonamentu w Austrii to 4%, Czechach – ok. 5%, Niemczech – 2%, Wielkiej Brytanii – 5,2%, Włoszech – 26%⁷⁹. Wielka Brytania dodatkowo stosuje system planowania i przyznawania środków abonamentowych na okresy 10-letnie, co zapewnia stabilne działania mediom publicznym w dłuższej perspektywie.

Wykres nr 27. Wpływy abonamentowe w latach 1994-2011



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

5.3 Kondycja finansowa mediów publicznych w Polsce

W latach 2008-2011 odnotowano wyraźny spadek ściągłości wpływów abonamentowych, co w konsekwencji spowodowało znaczne pogorszenie sytuacji finansowo-ekonomicznej nadawców publicznych. W Polskim Radiu SA 58% przychodów to wpływy abonamentowe, zaś w finansowaniu niektórych regionalnych spółek radia publicznego udział abonamentu stanowi prawie 90%. W budżecie Telewizji Polskiej SA w 2011 roku środki abonamentowe stanowiły jedynie 12% przychodów (dla porównania w 2003 roku – 32,7%)⁸⁰. Niewątpliwie jedną z przyczyn znacznego obniżenia płatności abonamentu w ostatnich latach były płynące ze strony polityków sygnały o zamiarze zniesienia tej obowiązkowej opłaty.

Poniższy wykres pokazuje poziom wpływów abonamentowych przekazywanych z rachunku bankowego KRRiT do spółek publicznej radiofonii i telewizji oraz spadek ich wartości realnej w latach 1994-2011.

⁷⁹ Dane Broadcasting Fee Association, maj 2010 r.

⁸⁰ Dane TVP SA

W analizowanym okresie najwyższa kwota wpływów abonamentowych została przekazana w 2003 roku i wynosiła 905,1 mln zł. Dla porównania w 2011 roku wpływy abonamentowe przekazane spółkom publicznej radiofonii i telewizji wynosiły 470,3 mln zł i były (w ujęciu nominalnym) niższe w porównaniu do 2003 roku o 48,9%. Jednocześnie wartość realna wpływów z 2011 roku obniżyła się w porównaniu do 2003 roku o 59,5%, natomiast w porównaniu do 1994 roku aż o 66,2%. Podsumowanie przedstawionych informacji znajduje się w Rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5.4 Problematyka pomocy publicznej a realizacja misji w związku z zaleceniami Komisji Europejskiej

Ważną część prawa konkurencji Unii Europejskiej stanowią przepisy określające zasady udzielania pomocy publicznej. Troska o zapewnienie niezakłóconych warunków konkurencji i handlu wewnątrz UE leży u podstaw przepisów traktatowych. Jednocześnie jednak zauważono, że w pewnych szczególnych sytuacjach, przy zastosowaniu określonych ograniczeń i środków kontroli mających zapewnić sprawne funkcjonowanie rynku wewnętrznego pomoc państwa jest potrzebna, pozwala bowiem realizować ważne społecznie cele interesu ogólnego. Unijne ramy prawne dotyczące pomocy publicznej, biorąc pod uwagę tę dychotomię celów, tworzą złożony kompleks reguł. Przepisy te podlegają regularnym przeglądom i zmianom.

Szczególna rola w nadzorze nad właściwym stosowaniem unijnego prawa pomocy publicznej spoczywa na Komisji Europejskiej, której traktat przyznał istotne kompetencje kontrolne i decyzyjne w przedmiotowym zakresie.

Oprócz reguł o charakterze ogólnym istnieje też wiele reguł szczególnych, sektorowych. Szczegółowe zasady udzielania pomocy publicznej określono też w prawie

unijnym dla obszaru radiofonii i telewizji.⁸¹

Przeważająca część tych zasad została transponowana do polskiego porządku prawnego, jednak w świetle rozwoju prawa unijnego, za istotne należy uznać zapewnienie pełnej implementacji nowych jego elementów:

- doprecyzowanie zakresu zadań powierzonych przez państwo nadawcom publicznym w związku z realizacją misji publicznej,
- określenie procedury uprzedniej oceny istotnych nowych usług medialnych; pomoc państwa na rzecz nadawców publicznych może być wykorzystywana w celu świadczenia usług za pośrednictwem różnych platform technicznych, także w środowisku nowych mediów. Jednak konieczne jest wcześniejsze zbadanie przez organ regulacyjny, przy zastosowaniu otwartych konsultacji publicznych, czy takie usługi spełniałyby wymogi protokołu amsterdamskiego, tzn. czy służą demokratycznym, społecznym i kulturalnym potrzebom społeczeństwa, przy właściwym uwzględnieniu ich ewentualnego wpływu na warunki handlu i konkurencję,

⁸¹ Należy tu wymienić w szczególności:

- Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej,
- Protokół amsterdamski z 1997 r. dotyczący systemu radiofonii i telewizji publicznej,
- Dyrektywę Komisji 2006/111/WE z dnia 16 listopada 2006 r. w sprawie przejrzystości stosunków finansowych między państwami członkowskimi a przedsiębiorstwami publicznymi, a także w sprawie przejrzystości finansowej wewnątrz określonych przedsiębiorstw,
- Rozporządzenie Rady 659/1999 z dnia 22 marca 1999 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE,
- Rozporządzenie Komisji 794/2004 z dnia 21 kwietnia 2004 r. w sprawie wykonania rozporządzenia Rady 659/1999 ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE, z późniejszymi zmianami,
- Decyzję Komisji 2012/21 z dnia 20 grudnia 2011 r. w sprawie stosowania art. 106 ust. 2 TSUE do pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych,
- Komunikat Komisji 2005/C 297/04 Wspólnotowe ramy dotyczące pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych (wraz z komunikatem Komisji 2011/C 337/02 przedłużającym okres stosowania ram),
- Dorobek orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej,
- Komunikat Komisji 2009/C 257/01 w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej.

- zapewnienie proporcjonalności publicznego finansowania; wprowadzenie mechanizmu zwrotu nadmiernej rekompensaty przekraczającej dozwolony limit 10% rocznych kosztów usługi publicznej przewidzianych w budżecie,
- zapewnienie skutecznego nadzoru nad realizacją misji publicznej poprzez badanie jakości realizacji zadań powierzonych nadawcom w ustawie, nadzór nad zgodnością działania nadawcy z misją publiczną, w tym ze standardami jakościowymi określonymi w tej misji.

5.5 Efekty wprowadzania planów finansowo-programowych

Znowelizowana w sierpniu 2011 roku ustawa o radiofonii i telewizji wprowadziła nowy mechanizm pozwalający planować i rozliczać misję publiczną przez jednostki radiofonii i telewizji publicznej. Przed zmianą przepisów nadawcy publiczni składali jedynie założenia programowe i finansowe do każdego z rozpowszechnianych programów jako całości, odpowiadające zadaniom wynikającym z art. 21 ust. 1. ustawy o radiofonii i telewizji. W praktyce założenia do planów programowych i finansowych miały charakter ogólny, często wyłącznie statystyczny.

Zgodnie z nowymi przepisami, środki abonamentowe są przydzielane na konkretne zadania służące realizacji misji. Dodany do art. 21 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji zobowiązuje nadawców do corocznego opracowywania w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji szczegółowych planów finansowo-programowych uwzględniających także koszty funkcjonowania i rozwoju tych podmiotów. Krajowa Rada wydała rozporządzenie szczegółowe dotyczące zawartości tych dokumentów. Z analizy procesu uzgodnień wynikają następujące wnioski:

- nie udało się osiągnąć takiego kształtu planów, który uzasadniałby przyznawanie środków – były zbyt ogólne i często ograniczały się do statystyki

(zgodnie z nowymi przepisami środki powinny być przydzielane na konkretne zadania);

- analiza oferty programowej oraz kondycji finansowej pokazała nie najlepszą sytuację mediów publicznych. Następuje tabloidyzacja oferty, dominacja form i gatunków typowych dla mediów komercyjnych, przez co misja publiczna jest marginalizowana. W małym stopniu obecna jest debata społeczna o ważnych dla kraju i poszczególnych grup społecznych tematach, nie ma audycji zwiększających wiedzę z różnych dziedzin, a także umożliwiających odbiorcom udział w kulturze;
- należałoby dążyć do zwiększenia liczby słuchowisk, reportaży, spektakli teatralnych, audycji poświęconych nowym technologiom, audycji dla dzieci i młodzieży;
- nadawcy, ze szczególnym udziałem Rad Programowych, powinni otworzyć się na współpracę z KRRiIT, by dopracować niesatysfakcjonujący jak dotychczas kształt planów;
- zarówno dla nadawców, jak i dla KRRiIT ważne jest, jak te zamierzenia oceniają odbiorcy, a także organizacje twórców i producentów – do tego mają służyć konsultacje;
- ustawa o opłatach abonamentowych nie wyposażała KRRiIT w odpowiednie narzędzia, które pozwalałyby sprawować rzeczywisty nadzór nad ich realizacją oraz wyciągać konsekwencje w przypadku nieprawidłowości. Powoduje to, że wspomniana nowelizacja ustawy niewiele zmieniła w kwestii kontroli KRRiIT nad realizacją misji w programach oraz w kwestii podejścia nadawców do realizacji nowych zasad. Konieczne są zmiany zarówno w ustawie o radiofonii i telewizji, jak i ustawie o opłatach abonamentowych. O proponowanych zmianach szerzej w Rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5.6 Strategie programowe nadawców publicznych

Polskie Radio SA, jak Telewizja Polska SA przygotowały strategie programowe na najbliższe kilka lat uwzględniające zmiany zachodzące na rynku mediów zarówno w sferze technologii dotarcia do widza/słuchacza, jak i zróżnicowanych zachowań nowych odbiorców. Obaj nadawcy publiczni stawiają w nich na wysoką wartość oferty programowej otwartej na różnorodne zainteresowania i potrzeby odbiorców oraz wykorzystanie wszelkich możliwych form dostępu do widza/słuchacza. Mimo trudnej sytuacji finansowej nadawcy publiczni deklarują, że przy przygotowywaniu oferty programowej nie będą kierować się wyłącznie oglądalnością, ponieważ zadaniem mediów publicznych powinno być wyznaczanie i promowanie najwyższych standardów etycznych, artystycznych i estetycznych.

Telewizja Polska postawiła sobie kilka kluczowych celów strategicznych, z których najważniejsze to:

- odbudowanie jej pozycji jako głównego opiniotwórczego medium poprzez m.in.: inicjowanie debat i akcji społecznych w najważniejszych sprawach cywilizacyjnych, otwarcie na dialog z widzami, organizacjami pozarządowymi, administracją publiczną, obecność na forach opinii, portalach społecznościowych, budowanie własnej społeczności, a także rozwój dziennikarstwa obywatelskiego;
- wysoka jakość audycji z wykorzystaniem własnego potencjału twórczego i produkcyjnego poprzez m.in.: stworzenie Funduszu Rozwoju Programowego, organizację konkursów form telewizyjnych w celu pozyskania scenariuszy oraz zróżnicowanie źródeł audycji poprzez rozwijanie współpracy ze środowiskami twórców i producentów zewnętrznych;
- zróżnicowanie i rozwój oferty programowej, usług medialnych i nowych mediów poprzez m.in.:

sprofilowanie anten, rozwój kanałów tematycznych, obecność oferty w sieciach szerokopasmowych IPTV, udostępnienie oferty w serwisach VoD i catch-up, produkcję audycji specjalnie na potrzeby Internetu, zwiększenie interaktywności przekazu, uruchomienie platformy edukacyjnej, przygotowanie projektu telewizji hybrydowej, cyfryzację i udostępnianie archiwów

- wzmocnienie roli i oferty oddziałów regionalnych poprzez m.in.: dostępność 16 programów regionalnych w multipleksie 3, rozwijanie regionalnych portali internetowych z treściami lokalnymi, partnerstwo i współpracę z władzami lokalnymi.

Polskie Radio SA w swej Strategii Rozwoju na latach 2011-2014 określiło wizję rozwoju tej instytucji, tak aby w przyszłości stała się instytucją multimedialną w nowatorski sposób wypełniającą misję publiczną przewidzianą w ustawie o radiofonii i telewizji. Najważniejsze cele strategiczne to:

- połączenie misji nadawcy publicznego z orientacją na odbiorców poprzez oferowanie różnorodnych gatunków odpowiadających gustom słuchaczy, dostosowanie treści do każdej technologii odbioru;
- obecność z ofertą w nowych segmentach rynku, jak: Internet, radio na wizji, radio przez komórkę, radio na żądanie, na satelitarnych platformach cyfrowych;
- cyfryzacja naziemnych nadajników cyfrowych – Polskie Radio będzie liderem radiofonii cyfrowej w Polsce;
- dokończenie cyfryzacji archiwum we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym i jego publiczne udostępnianie;
- efektywne zarządzanie unikatowym zasobem technologicznym – Multimedialną Radiową Bazą Danych (MRBD).

Zagrożeniem realizacji zdefiniowanych przez nadawców publicznych celów może być niestabilne finansowanie wynikające z nieskutecznego ściągania abonamentu. Duża odpowiedzialność spada tu przede wszystkim na władze państwowe i ich odpowiedzialne decyzje dotyczące wizji przyszłości i stabilnego funkcjonowania mediów publicznych.

5.7 Rola nadawców publicznych w procesie cyfryzacji

Cyfryzacja jest dla nadawców publicznych szansą na uatrakcyjnienie oferty programowej, poprawienie jakości technologicznej i wprowadzenia nowych platform dotarcia do odbiorcy, co stwarza możliwość wypełniania misji publicznej w nowy, bardziej efektywny sposób.

W przypadku Telewizji Polskiej przekaz cyfrowy daje możliwość zaproponowania widzom bogatszej oferty wykraczającej poza „ustawowe” programy TVP1, TVP2 i TVP Info. Korzystając z możliwości jakie daje przekaz satelitarny, telewizja publiczna emituje obecnie nowe programy wyspecjalizowane zarówno o charakterze misyjnym, jak TVP Kultura i TVP Historia, jak i o charakterze rozrywkowym jak TVP Seriale i TVP Sport, które dostępne są odpłatnie w większości sieci kablowych. Naziemna telewizja cyfrowa umożliwi dostarczanie dodatkowej oferty bezpłatnie. W okresie przejściowym, to znaczy do czasu wyłączenia telewizji analogowej i pozyskania dywidendy cyfrowej na nową ofertę, podstawowe programy TVP muszą być dostępne w multipleksach cyfrowych o zasięgu ogólnokrajowym na kilka miesięcy przed terminem tego wyłączenia zaplanowanego na 31 lipca 2013 r.

W Planie wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej, przyjętym przez Rząd w czerwcu 2011 r. dla telewizji publicznej przeznaczono docelowo jeden cały multipleks, co pozwala na skonstruowanie oferty złożonej z 8 programów w jakości SD. Jest to tzw. multipleks trzeci (MUX-3). Dla ułatwienia dotarcia z blokami regionalnymi do odbior-

ców programów TVP Info w regionach obsługiwanych przez poszczególne ośrodki TVP multipleks ten, jako jedyny, jest ściśle regionalizowany, to znaczy granice obszarów technicznego zasięgu sygnału cyfrowego pokrywają się z granicami administracyjnymi województw. Emisja cyfrowa MUX-3 rozpoczęła się w październiku 2010 r., a zakończy w kwietniu 2014 r., gdyż wszystkie kanały TV niezbędne do uzyskania pełnego pokrycia kraju dostępne będą dopiero po całkowitym wyłączeniu telewizji analogowej.

Zgodnie z przyjętym przez Urząd Komunikacji Elektronicznej harmonogramem wdrażania telewizji cyfrowej, w okresie przejściowym TVP uzyska pełne pokrycie kraju programami podstawowymi, to znaczy TVP1, TVP2 i TVP Info, w multipleksie pierwszym (MUX-1), którego budowa rozpoczęła się w grudniu 2011, a zakończy we wrześniu 2012 r. Po uzyskaniu pełnego pokrycia sygnałem cyfrowym MUX-3, programy podstawowe TVP zostaną z MUX-1 wyłączone, a zwolniona przepływność będzie przeznaczona na dodatkowe programy koncesjonowane. Nie wyklucza to możliwości ubiegania się przez TVP o te miejsca dla swoich programów wyspecjalizowanych. Uzyskanie dodatkowej „przestrzeni” programowej pozwoli TVP na zrealizowanie planów emisji części programów w jakości HD, do czego jest w pełni przygotowana.

Przejście publicznych nadawców radiowych na nadawanie cyfrowe jest ściśle związane z zakończeniem procesu cyfryzacji telewizji i wyłączeniem nadawania analogowego. Jednak w wielu krajach europejskich mimo wyłączenia telewizyjnego nadawania analogowego nie stworzono strategii i nie zaplanowano jeszcze daty wyłączenia nadawania analogowego radia, a raczej przewiduje się długi okres równoległego nadawania w tradycyjnej i nowej technologii. Największym problemem wydaje się koszt tego procesu, poniesienia którego nie chcą nadawcy ani państwa. Najbardziej zaawansowane projekty cyfryzacji radia przygotowano w Wielkiej Brytanii, Norwegii, Niemczech, Danii, Szwajcarii i Belgii. Szerzej o cyfryzacji radia w Rozdziale III Rok 2011 – radio.

Polskie Radio i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia wyraziły zainteresowanie zarządzaniem multipleksem ogólnokrajowym oraz multipleksami regionalnymi.

Wszystko wskazuje na to, że proces cyfryzacji radia w Polsce rozpocznie inicjatywa Polskiego Radia dotycząca budowy własnego multipleksu przeznaczonego na programy radiofonii publicznej. Konieczne będzie kontynuowanie konsultacji w sprawie konwersji cyfrowej wszystkich nadawców radiowych a także stworzenie grupy koordynującej proces wdrażania radiofonii cyfrowej złożonej z przedstawicieli strony rządowej, rynku i organów regulacyjnych.

5.8 Nadawcy publiczni a nowe media

Jak przewiduje Europejska Unia Nadawców (EBU), w związku ze zmianami technologicznymi, wśród nadawców publicznych nieunikniona będzie postępująca integracja procesów potrójnego planowania, zarządzania i produkcji do poziomu pełnej integracji produkcji multimedialnych tzw. TRI-MEDIA⁸².

Media publiczne nie mogą nie podążać za postępującymi zmianami, choć ich sytuacja jest trudna ze względu na zauważalny proces ich marginalizacji w Europie (stanowią 10% analogowych programów w krajach UE⁸³) i powracający w debacie publicznej wątek ich likwidacji jako podmiotów rzekomo zakłócających konkurencję ze względu na ich finansowanie ze środków publicznych. Trzeba tu wspomnieć, że Unia Europejska patrząc na media publiczne przez pryzmat zasad obowiązujących na wspólnym rynku i prawa konkurencji zezwala na włączenie w zakres misji publicznej nowych usług, jednak pod warunkiem, że mają one na celu zaspokojenie potrzeb demokratycznych, społecznych i kulturalnych społeczeństwa. Granicą jest tu działalność mająca ściśle komercyjny charakter, daleka od zadań misyjnych określonych w aktach prawnych.

⁸² Hubert Tilman, Bayerischer Rundfunk, Director of Production and Technology, prezentacja, Warszawa 24.02.2012 r.

⁸³ Karol Jakubowicz, „Nowa ekologia mediów”, Poltext, Warszawa, 2011

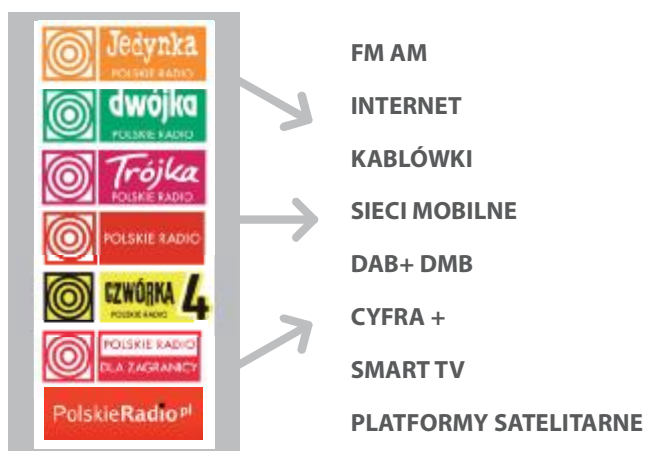
Dużym wsparciem dla mediów publicznych w ich zaciełkach o miejsce i rolę w nowym zintegrowanym środowisku audiowizualnym są wypracowane przez Radę Europy standardy wyznaczające im szczególnie miejsce w społeczeństwie informacyjnym oraz wskazujące konieczność umożliwienia im pełnego korzystania z nowych technologii w realizacji misji publicznej⁸⁴. Najnowszą inicjatywą Rady Europy potwierdzającą wagę jaką Rada Europy przywiązuje do mediów publicznych jest Deklaracja Komitetu Ministrów RE oraz Zalecenie w sprawie ładu w mediach publicznych z 15 lutego 2012 r.

Aktywność mediów publicznych na nowych platformach dostępu pozwala na dotarcie z ofertą programową do nowej grupy odbiorców, którą stanowią głównie młodzi widzowie sprawnie posługujący się nowymi technologiami, odbierający świat w sposób zintegrowany. Obecny widz czy słuchacz stawia nowe wyzwania przed mediami: treść musi być dostępna szybko, wszędzie, także nieliniowo, powinna być dobrej jakości, najchętniej spersonalizowana, interaktywna.

Zarówno Polskie Radio jak i Telewizja Polska widzą zachodzące zmiany i oczekiwania odbiorców. Oto jak podążanie za oczekiwaniami odbiorców widzi Polskie Radio:

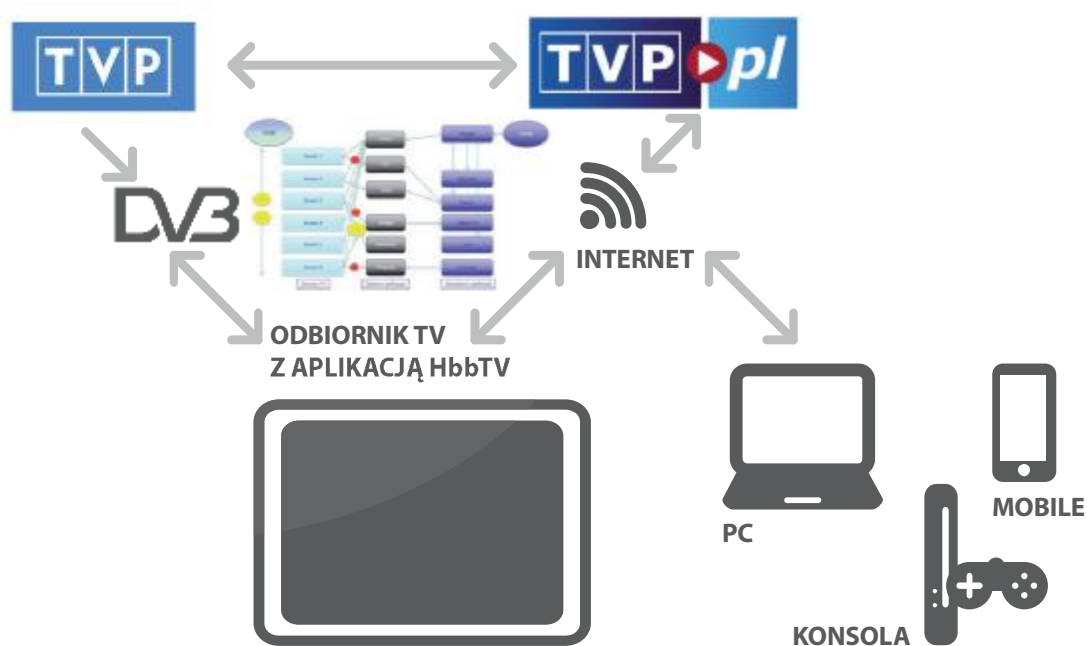
>>

⁸⁴ Zalecenie Komitetu Ministrów dotyczące środków promowania demokratycznej i społecznej roli radiofonii i telewizji cyfrowej [Rec(2003)9] oraz Zalecenie Komitetu Ministrów nt. zakresu misji mediów publicznych w Społeczeństwie Informacyjnym [CE/Rec(2007)3].



Dodatkowo coraz popularniejsze odbiorniki hybrydowe łączące w sobie środowisko tradycyjnego nadawania ze środowiskiem otwartego Internetu zmieniają całkowicie sposób myślenia o programie, jak pokazuje poniższy schemat TVP SA:

Źródło: Prezentacja „Nowoczesne technologie oraz strategia w produkcji i przekazie Polskiego Radia SA”, Paweł Mathia, Andrzej Mietkowski, Waldemar Listowski, Warszawa, 24.02.2012 r.



Źródło: Prezentacja „Cyfrowy tok produkcji – to dopiero początek” Wiesław Łodziński, Dyrektor ośrodka TVP Technologie, Warszawa, 24.02.2012 r.

Nowe technologie stwarzają dla nadawców publicznych nowe możliwości oferowania wartościowej, atrakcyjnej treści dostępnej na różnych platformach. Pozwalają także na dotarcie do nowych grup odbiorców – osób z dysfunkcją wzroku i słuchu – dotąd w znacznej mierze wykluczonych z czynnego odbioru programów radiowych i telewizyjnych.

Media publiczne, mimo pojawiających się głosów o ich zmierzchu w „społeczeństwie sieciowym”⁸⁵ nie znikną z rynku, tylko muszą znaleźć odpowiednie miejsce w nowym zintegrowanym środowisku.

⁸⁵ Prof. dr hab. Maciej Mrozowski, Konferencja „Modele mediów publicznych w Polsce i Europie”, Warszawa 1 marca 2012 r.

5.9 Cyfryzacja zasobów archiwalnych

Sprawa dostępu i korzystania z gromadzonych przez wiele lat zasobów programowych będących w dyspozycji Telewizji Polskiej oraz Polskiego Radia budziła wiele dyskusji i sporów. Jak wykazują doświadczenia krajów europejskich, audiowizualne zbiory archiwalne są zarządzane i udostępniane w różny sposób. Najczęściej są własnością publiczną zarządzaną przez specjalnie do tego powołane instytucje (na przykład Narodowy Instytut Audiowizualny INA we Francji, Instytut Dźwięku i Obrazu w Holandii czy Narodowe Archiwa Brytyjskiego Instytutu Filmowego). Mogą być też częścią ogólnonarodowych archiwów państwowych lub znajdować się w gestii nadawców (Polska, Czechy).

Zbiory te, aby mogły być udostępniane w szerokim zakresie wymagają nie tylko przeniesienia na nośnik cyfrowy i utrwalenia w formie plików, ale także pozyskania przez obecnych dysponentów zbiorów praw od twórców audycji. Wiele krajów dokonało już cyfryzacji swych audiowizualnych materiałów archiwalnych. W Polsce jak dotąd procesowi temu poddana została ok. ¼ archiwów Polskiego Radia i Telewizji Polskiej.

Do przyspieszenia procesu digitalizacji i szerokiego korzystania z archiwów mediów publicznych powinny przyczynić się umowy w sprawie cyfryzacji zbiorów podpisane przez Narodowy Instytut Audiowizualny z Polskim Radiem i Telewizją Polską. Dzięki nim istotna część posiadanych archiwów zostanie poddana procesowi cyfryzacji, zabezpieczona i udostępniona szerokiej publiczności na platformie Narodowego Instytutu Audiowizualnego oraz obu nadawców publicznych. Środki na realizację tego wieloletniego projektu pochodzą z rządowego Programu Kultura+ (Priorytet „Digitalizacja”) przewidzianego na lata 2011-2015, a zarządzanego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

6

KIERUNKI ZMIAN REGULACYJNYCH

Zgodnie z założeniami przyjętej w 2011 roku Strategii regulacyjnej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przystąpiła w drugiej połowie ubiegłego roku do przeglądu obecnie obowiązujących przepisów w dziedzinie radiofonii i telewizji w celu sformułowania uwag *de lege ferenda*. Kierunki prac nad przygotowaniem założeń do zmiany otoczenia regulacyjnego zostały wstępnie zarysowane podczas prac nad implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz w trakcie procesu legislacyjnego prowadzonego w związku ustawą o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej. Konieczność zreformowania prawa mediów była także przedmiotem wielu konferencji i spotkań z udziałem posłów i senatorów, przedstawicieli instytucji rządowych, nadawców, uczestników rynku medialnego i organizacji branżowych. Rozwiązania wymagają następujące kwestie:

6.1 Modernizacja systemu finansowania mediów publicznych

Realna wartość wpływów abonamentowych z 2011 r. obniżyła się w ciągu ostatnich 6 lat o około 50%. Sytuacja ta zagraża istnieniu systemu mediów publicznych w Polsce i lokuje nasz kraj na jednym z ostatnich miejsc w Europie pod względem udziału środków publicznych w finansowaniu tych mediów. Nieskuteczny pobór abonamentu oraz skutki zwolnień od opłat abonamentowych powodują znaczne uszczerpienie wpływów abonamentowych, konsekwencją czego jest niski poziom finansowania misji publicznej ze środków publicznych. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że na nadawców publicznych nakładane są w różnych ustawach kolejne nowe obowiązki programowe, które generują koszty. Duże nakłady finansowe związane są także z udziałem mediów publicznych w konwersji cyfrowej.

Zdaniem KRRiT uzdrowienie sytuacji mediów publicznych wymaga systemowych działań w zakresie promocji abonamentu, uszczelnienia obecnie obowiązującego systemu abonamentowego oraz ustalenia strategii, która stanie się podstawą do zaprojektowania i uchwalenia nowych rozwiązań prawnych w tym zakresie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji inicjuje, koordynuje i uczestniczy w przedsięwzięciach promujących płaconie abonamentu. Szerzej działania te są opisane w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2011 r.

Ważnym faktem w tej sprawie stało się orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z marca 2011 r. o prawnym obowiązku wnoszenia płat abonamentowych, a tym samym obowiązku wystawiania przez izby skarbowe tytułów wykonawczych za zaległości do pięciu lat w płaceniu abonamentu. W tym zakresie KRRiT podjęła działania wspólnie z Poczta Polska SA polegające na wzywaniu abonentów do bieżącego opłacania i regulowania zaległości w ramach tzw. umowy pilotażowej.

Zwiększenie wpływów z abonamentu umożliwiłoby podjęcie starań o ograniczenie udziału wpływów reklamowych w budżetach mediów publicznych, tak, aby abonament stał się dla nich głównym źródłem przychodu. Dlatego też wskazana byłaby refundacja z budżetu państwa skutków zwolnień z opłaty abonamentowej w celu minimalnego zabezpieczenia stabilnego finansowania.

Doprecyzowania wymagają też mechanizmy służące finansowaniu zadań powierzonych nadawcom publicznym, czyli:

- zmiana corocznego terminu ogłoszenia stawek kwot abonamentowych na następny rok oraz terminu ustalenia sposobu podziału wpływów z opłat abonamentowych, co pozwoliłoby dostosować wysokość środków publicznych przeznaczonych na finansowanie nadawców publicznych do prognozowania zapotrzebowania na nie;

- wprowadzenie do ustawy nowych zapisów, pozwalających na uzupełnienie skutków zwolnień finansowych, co zagwarantowałoby zwiększenie wpływów z abonamentu;
- rewizja dotychczas funkcjonującego systemu poboru abonamentu w związku z tym, że w 2013 roku Poczta Polska SA traci status operatora publicznego. Konieczne byłoby wprowadzenie przepisu dotyczącego wyboru operatora lub zawierania umów z operatorem publicznym na świadczenie usług związanych z poborem abonamentu;
- przepisy dotyczące kontroli rejestracji odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz obowiązku uiszczania opłaty abonamentowej. Powinien zostać precyzyjnie wskazany podmiot, który przeprowadzałby kontrolę, wydawałby decyzje pokontrolne oraz ustalałby tryb postępowania w tych sprawach, a także sposób naliczania kar;
- przejrzysty system rejestracji odbiorników radiowych i telewizyjnych, bez nadmiernych obciążeń dla użytkowników. Ustalając warunki i tryb rejestracji odbiorników Minister właściwy do spraw łączności powinien uwzględnić zasób i dostępność placówek operatora publicznego oraz jego organizację;
- pojęcia gospodarstwa domowego;
- terminu ogłoszenia stawek kwot abonamentowych na następny rok;
- zapisu dotyczącego osób zwolnionych z obowiązku uiszczania opłat abonamentowych, które ukończyły 60 lat oraz mają prawo do emerytury. Zapis ten polegałby na ustaleniu, że do zwolnienia uwzględnia się wysokość wszystkich przychodów, a nie tylko wynikających z prawa do emerytury;
- rozszerzenie wykazu osób zwolnionych z opłat abonamentowych poprzez uzupełnienie go o osoby, wobec których stwierdzono okresową całkowitą niezdolność do pracy w gospodarstwie rolnym;
- ograniczenie przepisu określającego przypadki, w których odbiorniki radiofoniczne i telewizyjne nie podlegają rejestracji;
- wprowadzenie przepisu określającego termin wniesienia opłaty wynikającej z decyzji pokontrolnej, w przypadku gdy wydana decyzja nie określa tego terminu;
- doprecyzowanie przepisu wskazującego podmiot właściwy do przeprowadzania kontroli i wydawania decyzji pokontrolnych w związku z naruszeniem ustawy o opłatach abonamentowych.

Ponadto konieczne jest doprecyzowanie przepisów dotyczących:

- terminu powstania obowiązku uiszczenia opłaty abonamentowej oraz terminu, w którym ustaje obowiązek uiszczania tej opłaty w sytuacji wyrejestrowania odbiornika lub nabycia prawa do zwolnienia z opłaty;
- listy podmiotów, które wnoszą opłatę abonamentową w wysokości odpowiadającej opłacie za jeden odbiornik, niezależnie od posiadanej liczby odbiorników;

Debata na temat stabilnego finansowania mediów publicznych w Polsce nie zakończy się sukcesem, dopóki nie nastąpi pełne porozumienie wszystkich decydentów co do konieczności daniny publicznej na rzecz tych mediów, jako ogólnonarodowego dobra społecznego pełniącego istotną rolę w tworzeniu nowoczesnego państwa i społeczeństwa, zaawansowanego technologicznie, otwartego na zmiany, które dba o edukację i rozwój społeczny, pielęgnuje tradycje i historię, sprzyja budowaniu tożsamości narodowej i gwarantuje harmonijną różnorodność poglądów, postaw i kultur.

Bez pilnego wprowadzenia nowoczesnego, solidarnego systemu finansowania mediów publicznych nastąpi ich całkowite załamanie i utrata zdolności do realizacji powierzonych tym instytucjom zadań.

Misji nadawców publicznych nie przejmie żaden z podmiotów rynkowych zorientowanych na zysk, nie będzie ona również w koniecznym wymiarze realizowana przez tzw. media trzeciego sektora, które tylko częściowo i w rozproszony sposób mogą przejąć obowiązki nadawców publicznych.

Zapewnienie odpowiedniego poziomu finansowania może być oparte wyłącznie na założeniu powszechnego dostępu do oferty programowej tworzonej przez nadawców publicznych. Trybunał Konstytucyjny⁸⁶ stwierdził, że w wyniku konieczności rejestracji odbiorników, obecnie obowiązujący wadliwy system powoduje faktyczną naganną nieskuteczność egzekucji opłaty abonamentowej. W krajach europejskich, w których funkcjonuje system abonamentowy, nie zbiera się tych opłat poprzez ustalanie faktu posiadania odbiornika radiowego lub telewizyjnego.

Z danych Głównego Urzędu Statystycznego⁸⁷ wynika, że 98,5% gospodarstw domowych jest wyposażonych w odbiorniki telewizyjne. Obecnie sygnał radiowy i telewizyjny jest także dostępny w wielu zintegrowanych wielofunkcyjnych urządzeniach.

Wydaje się być oczywiste, że nowy system finansowania mediów publicznych należy oprzeć na domniemaniu, że każde gospodarstwo domowe posiada możliwość wykorzystywania odbioru programów, w tym programów nadawców publicznych.

W przypadku faktycznego braku dostępu do programów, w systemie powinna być przewidziana możliwość złożenia oświadczenia, na podstawie którego

następowałoby zwolnienie z obowiązku wnoszenia daniny. Złożenie oświadczenia o nieposiadaniu odbiornika byłoby równoznaczne z udzieleniem zgody na przeprowadzenie kontroli przez podmiot uprawniony do zbierania opłat.

Powszechność opłaty (na poziomie 90%) pozwoli na znaczne obniżenie wysokości abonamentu.

W związku z faktem, że Poczta Polska SA w 2013 roku utraci status operatora publicznego, należy także przyjąć rozwiązanie ustawowe, w którym zostanie określony tryb wyboru przedsiębiorcy, któremu zostanie powierzone zadanie poboru abonamentu. Wybór ten powinien odbywać się w trybie konkursowym, w którym ocena ofert będzie uwzględniała:

- kwotę prowizji operatora;
- terminy przekazywania środków abonamentowych;
- sposób kontroli uiszczania opłaty abonamentowej;
- sposób załatwiania spraw związanych z korzystaniem ze zwolnień z opłaty abonamentowej przez osoby uprawnione oraz sposób kontroli ważności uprawnień do tych zwolnień;
- system informacji i komunikacji z podmiotami uiszczającymi opłatę abonamentową (na przykład serwis telefoniczny, internetowy) oraz proponowane udogodnienia związane z poborem opłaty abonamentowej, a także uzyskiwaniem zwolnień, o których mowa w art. 4 ustawy o opłatach abonamentowych⁸⁸ (np. możliwość dokonania opłaty w formie przelewu bankowego, pocztowego, płatność za pomocą SMS lub przy innych usługach, itp.).

⁸⁶ w wyroku z dnia 16 marca 2010 (sygn.akt. K/24/08).

⁸⁷ Mały Rocznik Statystyczny 2011.

⁸⁸ Dz.U. nr 85, poz. 728, ze zm.

Aby zapewnić wdrożenie niezbędnych inwestycji i zbudowanie właściwego systemu obsługi abonentów konieczne jest ustalenie odpowiednio długiego terminu obowiązywania umowy z operatorem, np. 10 – 15 lat. Relacje między organem regulacyjnym a operatorem abonamentu ustalone na podstawie zawartej umowy powinny regulować:

- wysokość prowizji operatora abonamentu;
- tryb i terminy przekazywania środków pochodzących z opłat abonamentowych;
- zakres dokumentacji związanej z wnioskami o umorzenia lub rozłożenia na raty opłat abonamentowych oraz tryb jej przekazywania Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji.

Ważną kwestią do rozstrzygnięcia pozostaje tworzenie i prowadzenie bazy danych o osobach podlegających obowiązkowi świadczenia opłat abonamentowych. Europejskie systemy finansowania mediów publicznych przewidują różne rozwiązania: np. pobór abonamentu na podstawie danych pochodzących od dostawców energii elektrycznej (Czechy) lub też pobór przy podatku od nieruchomości (Francja).

Niezależnie od sposobu identyfikacji osób (gospodarstw) objętych obowiązkiem opłaty abonamentowej podmiotowi, który udostępniłby operatorowi abonamentu bazy danych, powinna przysługiwać rekompensata kosztów administracyjnych ponoszonych w związku z jej prowadzeniem.

Biorąc pod uwagę niedoskonałość dotychczasowego systemu, który zaprzecza zasadom powszechności, sprawiedliwości i równości ponoszenia ciężarów publicznych, można również rozważyć wprowadzenie systemu abolicji dla osób posiadających zaległości w opłatach abonamentowych w dniu wejścia w życie nowych przepisów. Abolicja ta może odbywać się na podstawie rozwiązań systemowych lub w drodze

indywidualnych rozstrzygnięć, na przykład w oparciu o:

- długość okresu uiszczania opłaty abonamentowej;
- inne ciężary ponoszone z tytułu prowadzenia gospodarstwa domowego;
- średni dochód na osobę w gospodarstwie domowym lub średni dochód przedsiębiorcy;
- dotychczasową dostępność na danym obszarze programów jednostek publicznej radiofonii i telewizji nadawanych w systemie analogowym.

Wprowadzenie nowego systemu wymaga ustalenia sposobu przekazania danych nowemu operatorowi abonamentu przez Poczta Polską SA, terminu obowiązywania zmienionych przepisów z początkiem kolejnego roku po wejściu w życie ustawy – od 1 stycznia roku następnego po wejściu w życie ustawy.

Reasumując, nowy system musi zapewnić finansowanie długofalowe, niezbędne dla wdrożenia inwestycji w nowe technologie i realizację strategii programowych, a więc musi być oparty o realne, przewidywalne szacunki w perspektywie około 10 lat.

Jednocześnie po zapewnieniu odpowiedniego do potrzeb poziomu finansowania mediów publicznych będzie można dokonać analizy zasadności udziału nadawców publicznych w rynku reklamowym. W przypadku stwierdzenia, że realizacja zadań publicznych jest możliwa w oparciu o środki abonamentowe bez dodatkowego finansowania z przychodów reklamowych, można zakładać stopniowe wycofywanie się mediów publicznych z emisji reklam (na przykład na jednej z anten lub w dni wolne od pracy, czy w niektórych pasmach czasowych).

Udział społeczny w finansowaniu zadań publicznych wymaga jednak pełnej otwartości w budowaniu strategii programowych nadawców publicznych na potrzeby odbiorców, w szczególności na dostarczaniu

bezpłatnej oferty programowej dla szerokich grup odbiorców, na wszystkich platformach i we wszystkich systemach nadawania i przesyłu informacji.

6.2 Usprawnienie systemu wyboru władz mediów publicznych

Zdaniem KRRiT obowiązek przeprowadzania pełnego postępowania konkursowego z udziałem uczelni akademickich, każdorazowo w przypadku konieczności uzupełnienia składu rady nadzorczej (na przykład z powodu rezygnacji z członkostwa), prowadzi do czasowego uniemożliwienia funkcjonowania rady, bowiem zgodnie z obecnym brzmieniem ustawy, rada musi działać w pełnym składzie. KRRiT postuluje, aby w przypadku uzupełniania składu rad w trakcie kadencji uwzględnić możliwość zgłaszania kandydatur przez członków KRRiT spośród osób, które uprzednio uzyskały rekomendacje wyższych uczelni i dotarły do ostatniego etapu procedury konkursowej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji opowiada się za takim sprecyzowaniem przepisów, aby w sposób przejrzysty i jednoznaczny wykluczyć możliwość łączenia różnych funkcji we władzach spółek mediów publicznych. Opinię tę KRRiT wyraziła w stanowisku z 6 grudnia 2011 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dostrzega również potrzebę wyrażania opinii o kandydatach przez Rady Programowe, w których reprezentowane są różne środowiska społeczne i polityczne.

Wychodząc naprzeciw powyższym potrzebom uwzględniającym zarówno potrzebę zapewnienia sprawnego zarządzania mediami publicznymi, jak i praktyczne obserwacje i doświadczenia zebrane w toku pierwszego postępowania konkursowego, do rozstrzygnięcia pozostają następujące kwestie:

- Czy w przypadku wygaśnięcia mandatu członka rady nadzorczej w trakcie trwania kadencji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może powołać w jego miejsce osobę spośród kandydatów biorących

udział w konkursie, w wyniku którego został on powołany bądź w przypadku braku takich kandydatów, przeprowadzić konkurs spośród kandydatów zgłoszonych przez członków KRRiT?

- Czy w przypadku niezgłoszenia odpowiedniej liczby kandydatów w konkursie albo niewyłonienia wymaganej liczby członków rady nadzorczej Krajowa Rada może przeprowadzić konkurs w zakresie miejsc nieobsadzonych, biorąc pod uwagę kandydatów zgłoszonych przez członków KRRiT?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć rady programowe publicznej radiofonii i telewizji w procedurę postępowań konkursowych?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć organizacje pożytku publicznego w procedurę postępowań konkursowych?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć organizacje pożytku publicznego w procedurę powoływania rad programowych publicznej radiofonii i telewizji?
- Jakie mechanizmy prawne powinny ograniczać obecne możliwości łączenia funkcji we władzach spółek publicznej radiofonii i telewizji?

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI PRZEPROWADZI KONSULTACJE SPOŁECZNE DOTYCZĄCE WYŻEJ WYMENIONYCH ZAGADNIENI I PRZYgotuje ZAŁOŻENIA DO NOWELIZACJI USTAWY O RADIOFONII I TELEWIZJI.

6.3 Dostosowanie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji do wyroku Trybunału Konstytucyjnego w zakresie delegacji do rozporządzenia ws. opłat koncesyjnych

W wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 19 lipca 2011 roku stwierdzono, że art. 40 ust 2 ustawy o radiofonii i telewizji jest niezgodny z art. 217 Konstytucji RP. Ustawodawca przekazał bowiem do całkowitego, sa-

moistnego uregulowania w akcie podstawowym istotny element konstrukcji opłaty za udzielenie koncesji tj. jej wysokość. Ustawodawca nie określił górnych ani dolnych granic stawek tej opłaty, w związku z czym o ostatecznym ciężarze tej daniny przesądza wyłącznie KRRiT. Ponadto Trybunał Konstytucyjny uznał, że art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji nie spełnia standardów konstruowania uprawnień ustawowych wynikających z art. 92 ust. 1 ustawy zasadniczej, ponieważ nie zawiera szczegółowych wytycznych, które wyznaczałyby KRRiT kierunek regulacji zawartych w rozporządzeniu w sposób wykluczający ich dowolność i tak, aby rozporządzenie zachowało charakter wykonawczy do ustawy. Jednocześnie Trybunał Konstytucyjny postanowił, że art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji oraz wydane na jego podstawie rozporządzenie tracą moc z upływem 12 miesięcy od dnia ogłoszenia wyroku. Termin ten minie 3 sierpnia 2012 roku.

W związku z powyższym KRRiT opracowała propozycję nowej delegacji do wydania rozporządzenia w sprawie opłat koncesyjnych oraz, aby uniknąć kolejnych zarzutów niekonstytucyjności, także propozycję zmiany treści art. 42 ustawy o radiofonii i telewizji, zawierającego delegację do wydania rozporządzenia w sprawie opłat rejestrowych.

Opracowana w formie legislacyjnej propozycja zawiera wskazanie:

- maksymalnych stawek;
- kryteriów ustalania wysokości opłaty zależnej od:
 - sposobu rozpowszechniania programu (analogowy, cyfrowy, satelitarny, w sieciach telekomunikacyjnych i innych),
 - zakresu fal (UKF, fale średnie),
 - standardu radia i telewizji naziemnej (DVB-T, DVB-H),
 - maksymalnego czasu emisji reklam,
 - wielkości miast w zasięgu programu,
 - mechanizmu waloryzacji opłat;
- obowiązku ogłaszania przez Przewodniczącego KRRiT w Monitorze Polskim stawek opłat obowiązujących w danym roku kalendarzowym;
- terminu do wniesienia opłaty (60 dni);
- dwóch do wyboru sposobów wniesienia opłaty – jednorazowo bądź w formie opłat rocznych wraz z opłatą prolongacyjną z tego tytułu;
- opłaty koncesyjnej jako dochodu budżetu państwa;
- sposobu egzekucji opłaty koncesyjnej;
- stosowania odpowiednio przepisów Ordynacji Podatkowej.

6.4 Objęcie regulacją nowych mediów w stopniu odpowiadającym ich oddziaływaniu na odbiorców – pełna implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych

W celu zakończenia procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych niezbędne jest wprowadzenie do polskiego prawa przepisów dotyczących audiowizualnych usług na żądanie w zakresie:

- obowiązków informacyjnych dostawców usług medialnych;
- zakazu nawoływania do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość;
- stopniowego wprowadzania ułatwień dostępu do usług osobom niepełnosprawnym;

- wymogów jakościowych dotyczących handlowych przekazów audiowizualnych;
- zasad dotyczących stosowania sponsorowania;
- zasad dotyczących stosowania lokowania produktu;
- zasad ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami;
- promowania utworów europejskich.

Na tym etapie prac rządowych należałoby zwrócić uwagę na konieczność zastosowania, zgodnie z założeniami dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, adekwatnych i spójnych rozwiązań w odniesieniu do nadawców linearnych i nielinearnych. Nałożenie obowiązków regulacyjnych powinno być powiązane ze skutecznymi, acz niedotkliwymi dla rynku instrumentami kontroli.

6.5 Ochrona interesu odbiorców poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań dotyczących zasady *must carry/must offer*

Obecny kształt zasady *must carry/must offer*, wprowadzony ustawą o naziemnej telewizji cyfrowej utrwała trójpodział rynku telewizyjnego między dotychczasowych nadawców. Zasada ta jest sprzeczna z dyrektywą o usłudze powszechnej, która formułuje możliwość nałożenia przez państwa członkowskie obowiązków tzw. *must carry*, o ile służą one wspieraniu rozwoju pluralistycznej i różnorodnej oferty programowej nadawców, którzy ze względu na „niszowy” charakter swoich programów nie mogliby utrzymać się wyłącznie w oparciu o mechanizmy rynkowe.

Ustawa o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej wprowadziła obowiązek dokonywania przez Przewodniczącego KRRiT regularnych przeglądów pod kątem skuteczności przyjętych rozwiązań prawnych. Przewodniczący KRRiT dokonał w 2012 roku takiego

przeгляdu i wyniki tej analizy wskazują na brak efektów, o których mowa w dyrektywie. Dlatego też wydaje się zasadne wprowadzenie innych rozwiązań, opartych o delegację dla organu regulacyjnego do ustalenia listy programów objętych zasadą *must carry*.

Poza objęciem zasadą *must carry* nadawców publicznych, należałoby rozważyć odstąpienie od ustawowego określenia listy programów telewizyjnych do obowiązkowego rozprowadzania. Obiektywny wybór programów koncesjonowanych objętych tą zasadą powinien być dokonywany przez organ regulacyjny po przeprowadzeniu odrębnego postępowania. Przywilej ten byłby przyznawany na określony czas – 5 lat, wystarczający do wypromowania nowego programu. Okres ten stanowi jednocześnie połowę czasu, na jaki wydana jest koncesja. Po tym okresie organ regulacyjny ponownie przeprowadzałby analizę zasadności nadania takiego statusu dotychczasowym lub nowym nadawcom, biorąc pod uwagę między innymi aktualnie dostępną dla odbiorców ofertę programową.

6.6 Zmiany w celu ułatwienia prowadzenia działalności przez nadawców

Modernizacji wymagają niektóre przepisy ustawy o radiofonii i telewizji w celu ułatwienia prowadzenia działalności przez nadawców. Należałoby rozważyć:

- wyłączenie stosowania oznaczeń „bez ograniczeń wiekowych”: w przypadkach uzasadnionych, takich jak transmisje z uroczystości państwowych i religijnych, koncerty itp.;
- ustalenie nowej definicji wyspecjalizowanego programu radiowego – obecna definicja była utworzona na potrzeby programów telewizyjnych (kanałów tematycznych) i nie odpowiada specyfice programu radiowego;

- wyłączenie programów dla mniejszości narodowych i etnicznych z obowiązku realizacji tzw. kwoty językowej polskiej;
- ewentualne zwiększenie limitu ogłoszeń nadawców w celu rozszerzenia możliwości informowania o programie;
- uproszczenie zasad informowania o sponsorowaniu audycji;
- umożliwienie przeniesienia uprawnień przez fundacje i stowarzyszenia wykonujące koncesję;
- uzupełnienie uprawnień wynikających z koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego o prawo do emisji przekazów tekstowych w związku z rozwojem technologii;
- wprowadzenie definicji przekazu charytatywnego;
- wprowadzenie definicji programu okolicznościowego i umożliwienie takiej działalności w krótkim okresie bez konieczności uzyskania koncesji;
- wprowadzenie definicji emisji próbnej/testu technicznego w ograniczonym czasie, co nie wymagałoby zmiany warunków technicznych rozpowszechniania programu.

6.7 Zmiany w ramach systemów samo – i współregulacji

W toku prac nad implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych ujawniły się trudności z włączeniem do prawa medialnego skutecznie działających rozwiązań samo- i współregulacyjnych - w Polsce brak jest tradycji prawnej w tym względzie. Umieszczenie współregulacji w systemie prawnym może budzić wątpliwości związane z zamkniętym ka-

talogiem źródeł powszechnie obowiązującego prawa.

Mimo, że media elektroniczne jako element demokracji istnieją w Polsce już prawie 20 lat, nie wykształciły się dotychczas silne i reprezentatywne stowarzyszenia użytkowników mediów. W innych krajach europejskich organizacje tego typu są ważnym partnerem dla organów regulacyjnych w systemie kontroli mediów i w dyskusji na temat ich roli i zadań.

Rozproszenie samorządowych organizacji dziennikarskich nie sprzyja powstawaniu skutecznych mechanizmów samokontroli i wspólnej platformy wypowiedzi środowiska mediów na własny temat.

Należałoby więc określić w ustawie o radiofonii i telewizji, jakie podmioty oraz usługi powinny być objęte zakresem współ- lub samoregulacji w przypadku programów linearnych oraz usług nielinearnych, jaka powinna być rola nadawców/dostawców usług audiowizualnych oraz regulatora w stosunku do organizacji współ- lub samoregulacyjnej, jaka powinna być forma prawna takich organizacji samo- i współregulacyjnych i jakimi instrumentami mają one się posługiwać w wykonywaniu swoich zadań, a także kto powinien nadzorować działalność organizacji współ- lub samoregulacyjnych i jakimi instrumentami powinny one dysponować.

W najbliższym czasie KRRiT przeprowadzi konsultacje w w/w kwestiach i na ich podstawie opracuje założenia do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji umożliwiające zaistnienie systemu współ- i samoregulacji jako elementu otoczenia regulacyjnego mediów.

6.8 Zmiany pobudzające rozwój różnorodnej oferty programowej

Obserwując procesy konsolidacji programów prowadzone przez dużych uczestników rynku z wysokim potencjałem finansowym oraz uwzględniając warunki ekonomiczne prowadzenia działalności w obszarze radiofonii i telewizji można dostrzec potrzebę wsparcia

niektórych sektorów rynku medialnego. W szczególności dotyczy to:

- wprowadzenia definicji tematyki lokalnej i nadawcy lokalnego w celu promowania pluralizmu geograficznego i ochrony interesów społeczności lokalnych wraz z systemem ewentualnych ulg w opłatach związanych z prowadzeniem działalności i preferencyjnymi zasadami uczestnictwa w postępowaniach o uzyskanie koncesji;
- rozwiązań promujących programy wyspecjalizowane „niszowe” - skierowane do wąskich grup odbiorców lub do grup, które są w ograniczonym stopniu przedmiotem zainteresowania reklamodawców, na przykład programy dla dzieci lub takie, które w związku z prowadzoną działalnością ponoszą wyższe koszty utrzymania (na przykład te z rozwiniętą ofertą programów dla osób niepełnoprawnych).

W najbliższym czasie KRRiT przeprowadzi konsultacje w ww. kwestiach i na ich podstawie opracuje założenia do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji umożliwiające wprowadzenie mechanizmów wspierających dla tego typu nadawców.

6.9 Wprowadzenie przepisów regulujących uzyskiwania i wykonywania koncesji przez nadawców satelitarnych i kablowych

Liberalizacja zasad przyznawania koncesji na rozpowszechnianie programu w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego (w tym także rozpowszechniania rozszewczego satelitarnego) jest uzasadniona ponieważ ten rodzaj rozpowszechniania programu nie jest związany z wykorzystaniem dobra rzadkiego. Należałoby rozważyć:

- ograniczenie konieczności przeprowadzania analizy ekonomiczno – finansowej w przypadku

wnioskodawców ubiegających się o udzielenie koncesji innej niż dla rozpowszechniania rozszewczego naziemnego;

- ograniczenie obowiązków programowych nadawców nie nadających naziemnie do zadeklarowanego charakteru programu bez określania jego struktury;
- rezygnację z ustalania warunków technicznych rozpowszechniania programów ze względu na fakt, że nie są one objęte Planem Zagospodarowania Częstotliwości i ulegają zmianom niezależnie od nadawców tylko od operatorów satelitarnych;
- zdjęcie z nadawców obowiązku rozpoczęcia wykonywania koncesji w ustalonym terminie (nadawca nie blokuje miejsca innym uczestnikom rynku).

PROPOZYCJE TE W NAJBLIŻSZYM CZASIE ZOSTANĄ PRZEDŁOŻONE DO KONSULTACJI SPOŁECZNYCH, NA PODSTAWIE KTÓRYCH KRRiT OPRACUJE PROJEKT ODPOWIEDNIACH ZMIAN W USTAWIE O RADIOFONII I TELEWIZJI.

6.10. Wprowadzenie mechanizmów wspierania mediów lokalnych, społecznych i środowiskowych

Doświadczenia krajów europejskich w zakresie sektora mediów społecznych wskazują na potrzebę wypełniania przez tę grupę podmiotów luki między mediami publicznymi a komercyjnymi. Nadawcy społeczni oferują treści adresowane do grup społecznych i społeczności lokalnych, niewystarczająco eksponowanych lub pomijanych przez nadawców publicznych i komercyjnych. Rolą nadawcy społecznego jest wzbogacenie strukturalnego pluralizmu mediów i różnorodności treści.

Obecnie w Polsce działa tylko 8 nadawców społecznych. Niewielka ich liczba wskazuje, że regulacja nie stwarza sprzyjających warunków dla rozwoju tego

formatu. Wydaje się, że należałoby rozszerzyć katalog nadawców społecznych o nowe podmioty, na przykład:

- organizacje non profit;
- niezależne fundacje i stowarzyszenia;
- wyższe uczelnie;
- instytucje samorządowe;
- inne podmioty prawne;
- nadawców programów lokalnych o małym zasięgu, na przykład poniżej 100 tys. osób;
- nadawców programów w sieciach kablowych;
- nadawców programów niszowych.

Należałoby rozważyć wprowadzenie dodatkowych ulg finansowych dla nadawców społecznych. Oprócz zwolnienia z opłaty koncesyjnej mogłoby to być na przykład zwolnienie z opłaty za użytkowanie częstotliwości.

Rozważyć można także dopuszczenie emisji przekazów reklamowych przez nadawcę społecznego w ograniczonym zakresie, na przykład w wymiarze połowy czasu reklamowego. Całość uzyskanych przychodów reklamowych nadawca społeczny musiałby przeznaczyć na działalność antenową, charytatywną lub społeczną.

Nowe podmioty posiadające status nadawcy społecznego powinny być zobowiązane do realizowania zadań programowych jako interesu narodowego, zaspokajania potrzeb grup społecznych i środowiskowych, w tym również lokalności.

Nadawca społeczny korzystający z ulg i uprawnień powinien wywiązywać się z obowiązku składania rocznego sprawozdania z realizacji zadań programowych. Należałoby rozważyć wprowadzenie zakazu wykonywa-

nia innej koncesji komercyjnej przez nadawcę społecznego.

Po przeprowadzeniu konsultacji społecznych KRRiT przedstawi propozycję nowego statusu nadawcy społecznego, co łącznie z przepisami wspierającymi rynek nadawców lokalnych i wyspecjalizowanych ułatwi powstawanie niekomercyjnych przedsięwzięć medialnych.

6.11 Zapisy antykoncentracyjne

Z doświadczeń KRRiT w analizie powiązań kapitałowych na rynku mediów elektronicznych wynika, że obowiązujące obecnie przepisy w zakresie ochrony warunków konkurencji nie stanowią spójnego systemu z zadaniami regulatora sektora telekomunikacyjnego – Urzędu Komunikacji Elektronicznej, ani z zadaniami polskiego urzędu antymonopolowego - Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów działających w ramach ustawodawstwa unijnego.

Przepisy ustawy o radiofonii i telewizji w zakresie pozycji dominującej i określania rynku, na którym ona występuje, nie są komplementarne do pojęć zdefiniowanych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów. KRRiT nie ma instrumentów do pozyskiwania od przedsiębiorców informacji niezbędnych do sporządzania takich analiz.

Faktycznie więc koncentracja na rynku mediów podlega wyłącznie ogólnym przepisom antykoncentracyjnym.

Zdaniem KRRiT ustalenie odrębnego dla rynku medialnego systemu ochrony konkurencji na obecnym etapie konwergencji mediów i telekomunikacji wydaje się być niewystarczające. Należy więc podjąć dyskusję nad ustaleniem, czy istnieje szczególna potrzeba ochrony konkurencji w sektorze mediów i telekomunikacji ze względu na społeczne znaczenie tych rynków oraz

możliwe ograniczenie dostępu do mediów, w tym w szczególności informacji i kultury.

Po przeprowadzeniu analizy tego zagadnienia w oparciu o doświadczenia własne oraz w porozumieniu z Urzędem Komunikacji Elektronicznej i Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów KRRiT przedstawi tę problematykę do konsultacji społecznych.

6.12 Nowe media – nowy zintegrowany regulator

Z informacji zawartych w niniejszym dokumencie wynikają silne związki między zawartością (przekazem audiowizualnym) a jego nośnikiem (sieciami telekomunikacyjnymi oraz urządzeniami odbiorczymi). Dotychczasowy ścisły rozdział pomiędzy dostarczaniem usług a transmisją i przenoszeniem może się okazać niefunkcjonalny, a także stwarzać problemy w sferze oddziaływania na rynek i integracji pionowej. Wiele krajów europejskich dokonało przekształcenia organów regulacyjnych (na przykład Austria, Wielka Brytania, Włochy, Szwajcaria lub Słowenia). Wydaje się, że nadchodzi czas do podjęcia debaty na temat zasadności stworzenia zintegrowanego ciała regulacyjnego.

Zintegrowany regulator to:

- ułatwienia dla odbiorców - możliwość przedstawienia uwag, skarg i opinii w jednym urzędzie;
- unikanie dublowania działań organów: z uwagi na brak wyraźnych granic między telekomunikacją a nadawaniem występuje dublowanie niektórych czynności (na przykład ustalanie warunków technicznych rozpowszechniania programów w koncepcjach wydawanych przez Przewodniczącego KRRiT i w decyzjach rezerwacyjnych Prezesa UKE);
- lepsza współpraca wewnętrzna - wzięwszy pod uwagę fakt tradycyjnych konfliktów między celami

polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, który mógłby prowadzić do napięć pomiędzy dwiema instytucjami, utworzenie pojedynczego organu złagodziłoby te napięcia;

- oszczędność kosztów: istotna synergia w zakresie środków na wykonywanie zadań i funkcjonowanie obu instytucji, etc;
- podniesienie efektywności i przejrzystości regulacji, co pozytywnie wpłynęłoby na rozwój obu sektorów i pewność inwestycyjną dla przedsiębiorców;
- spójne podejście: zintegrowany regulator mógłby skuteczniej dokonać integracji interesu publicznego i efektywności ekonomicznej regulacji w tych samych ramach.

Przy niewątpliwych zaletach tego rozwiązania KRRiT dostrzega także pewne niebezpieczeństwa:

- odmienność doświadczeń regulacyjnych: z uwagi na fakt, że obydwie sektory nie opierają się na tym samym zbiorze wiedzy i umiejętności, być może regulacjami powinny jednak zajmować się odrębne instytucje;
- wyraźna granica konfliktu - wzięwszy pod uwagę istnienie konfliktu między celami polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, konflikt ten dotyczyłby także specjalistów z obydwu obszarów pracujących w tej samej strukturze. W przypadku odrębnych podmiotów linia podziału byłaby bardziej wyrazista;
- oddanie wyraźnym celom: dwie tradycje rządzące telekomunikacją i nadawaniem są do pewnego stopnia wzajemnie sprzeczne. Dziś są one w dalszym ciągu silne, niemożliwe do pogodzenia i stanowią podstawę różnych planów działania w przyszłości;

- niebezpieczeństwo dominacji: istnieje potencjalne ryzyko, że problematyka rynku telekomunikacyjnego zdominuje problematykę mediów (treści);
- ochrona interesu publicznego: dalszy rozdział struktur regulujących kwestie telekomunikacji i nadawania być może pozwoli uniknąć narażenia na szwank interesu publicznego w dziedzinie kultury na rzecz priorytetów ekonomicznych.

Podsumowanie

Z obrazu rynku mediów elektronicznych w 2011 roku wynika, że dalszy ich rozwój w dużej mierze zależy od decyzji dotyczących zmiany podejścia regulacyjnego.

Zdaniem KRRiT, konwergencja świata mediów i telekomunikacji oraz postępująca cyfryzacja powinna, między innymi, stymulować do stanowienia przejrzystego i otwartego na nowe sytuacje prawa. Prawo to umożliwiłoby przedsiębiorcom dalszy rozwój i dawało im pewność inwestowania. Nowe formy przekazu i dystrybucji powodują, że szczególnie tradycyjne radio i telewizja, na które ustawodawca nałożył wiele obowiązków programowych, a obecnie również technologicznych, mogą utracić swoją dotychczasową pozycję.

Koncesjonowanie, o ile nie jest związane z reglamentacją „dobra rzadkiego”, powinno zostać zredukowane do minimum. Rynek programów satelitarnych i kablowych rozwija się dynamicznie, lecz wymaga szybkiego reagowania nadawców na zmieniające się otoczenie konkurencyjne i upodobania odbiorców. Przyjazne otoczenie prawne dla tych nadawców mogłoby odwrócić niekorzystną tendencję do „delokalizowania” programów poza granicami Polski.

Wiele miejsca poświęcono w Informacji modernizacji systemu finansowania nadawców publicznych. W podsumowaniu przedstawionych propozycji należy jednak podkreślić, że państwa europejskie, mimo trwającego kryzysu, starają się nie ograniczać wsparcia dla wykonywania zadań publicznych w radiofonii i telewizji. Sytuacja polskich nadawców publicznych na tle radia i telewizji publicznej w innych krajach stanowi w tym zakresie rażące odstępstwo. Wprowadzenie skutecznego systemu abonamentowego lub innych rozwiązań zapewniających nadawcom publicznym możliwość finansowania ich działalności misyjnej wydaje się być absolutnym priorytetem.

Szczególną uwagę należy również poświęcić odbiorcom, którzy ze względu na sytuację finansową lub zdrowotną są, lub mogą być, ograniczeni w dostępie do mediów. Kulturowa, edukacyjna i informacyjna rola radiofonii i telewizji w ułatwieniu tym osobom uczestnictwa w życiu społecznym i zawodowym nie może zostać zastąpiona w żaden inny sposób.

Te wszystkie problemy a także inne, które być może nie zostały wystarczająco szeroko opisane w tegorocznej Informacji muszą znaleźć w najbliższym czasie rozwiązanie. Zadaniem KRRiT jest sygnalizowanie tych potrzeb i poszukiwanie rozwiązań wraz ze wszystkimi partnerami w dyskusji o dalszym rozwoju mediów elektronicznych.

.....
Tłoczono z polecenia Marszałka Senatu
.....