



**SENAT  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ  
VIII KADENCJA**

---

Warszawa, dnia 29 marca 2013 r.

**Druk nr 324**

---

**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 146/2013 oraz 145/2013 z 19 marca bieżącego roku:

1. „Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2012 roku”;
2. „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2012 roku”.

Z poważaniem

(-) Jan Dworak



# SPRAWOZDANIE

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
z działalności w 2012 roku



**Krajowa Rada  
Radiofonii i Telewizji**

**UCHWAŁA NR 146/2013  
Z DNIA 19 MARCA 2013 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 2012 roku*, stanowiące załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2012 roku*:
  - Sejmowi RP,
  - Senatowi RP,
  - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2012 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

**Przewodniczący  
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

/ - / Jan Dworak

**Spis treści**

<b>Wstęp</b>		<b>7</b>
<b>Rozdział 1</b>	<b>KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI W LICZBACH</b>	<b>9</b>
<b>Rozdział 2</b>	<b>GŁÓWNE ZAMIERZENIA WEDŁUG STRATEGII REGULACYJNEJ</b>	<b>11</b>
	Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	11
	Konwersja cyfrowa telewizji i radiofonii	12
	Media publiczne	15
	Stanowiska w ważnych sprawach publicznych	17
	Działania na rzecz swobody wypowiedzi w mediach audiowizualnych	18
	Biuro KRRiT – certyfikat jakości	19
	Budżet KRRiT	19
<b>Rozdział 3</b>	<b>UDZIAŁ W PROCESIE TWORZENIA PRAWA</b>	<b>22</b>
	Ustawa z 10 października 2012 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji	22
	Ustawa z 12 października 2012 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji	22
	Rozporządzenia KRRiT – obowiązujące i projektowane	23
<b>Rozdział 4</b>	<b>ROZPOWSZECHNIANIE I ROZPROWADZANIE PROGRAMÓW</b>	<b>29</b>
	Ogłoszenia dotyczące uzupełnienia oferty na multipleksie pierwszym	29
	Postępowania w sprawie udzielenia i rozszerzenia koncesji	30
	Udzielanie koncesji na kolejny okres	30
	Przeniesienie uprawnień z koncesji	31
	Postępowanie w sprawie rozszerzenia koncesji	31
	Rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny	32
	Rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych	32
	Poprawa warunków technicznych nadawania programów	32
	Zmiany programowe w koncesjach	32
	Rejestr programów telewizyjnych rozpowszechnianych i rozprawdzanych wyłącznie w systemie teleinformatycznym	33
	Must-carry/must-offer	33
<b>Rozdział 5</b>	<b>KONTROLA NADAWCÓW</b>	<b>35</b>
	Analizy problemowe	35
	Marsz 29 września 2012 roku Obudź się Polsko w relacjach medialnych	36
	Analiza telewizyjnych przekazów handlowych przed i po audycjach dla małoletnich	37
	Badanie głośności reklam	40
	Kontrola programowa koncesjonowanych nadawców radiowych i telewizyjnych	40
	Realizacja warunków koncesji na program radiowy	40

	<i>Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w łącznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programach radiowych (art.15 ust. 2, 2a, 2b)</i>	42
	<i>Realizacja warunków koncesji na program telewizyjny</i>	43
	<i>Ochrona małoletnich</i>	44
	<i>Emisja audiowizualnych przekazów handlowych</i>	46
	<i>Nadawcy radiowi</i>	46
	<i>Nadawcy telewizyjni</i>	46
	<i>Wystąpienia do KRRiT rozpatrywane w trybie skarg i wniosków</i>	47
	<i>Skargi indywidualne – tematyka wystąpień</i>	47
	<i>Działania dyscyplinujące w postępowaniach prowadzonych w trybie skarg i wniosków</i>	49
	<i>Zbiorowe protesty</i>	50
	<i>Odpowiedzialność prawna nadawców</i>	51
<b>Rozdział 6</b>	<b>NADZÓR REGULACYJNY I FINANSOWANIE MEDIÓW PUBLICZNYCH</b>	<b>52</b>
	<i>Plany programowo – finansowe</i>	52
	<i>Telewizja Polska</i>	53
	<i>Polskie Radio</i>	53
	<i>Rozgłośnie regionalne Polskiego Radia</i>	54
	<i>Opłaty abonamentowe</i>	55
	<i>Wysokość opłat abonamentowych i umowa z Poczta Polska</i>	55
	<i>Podział wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych</i>	57
	<i>Prognoza wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych na 2013 rok</i>	58
	<i>Liczba abonentów. Zwolnienia od opłat. Umarzanie i rozkładanie na raty zaległości</i>	59
<b>Rozdział 7</b>	<b>ORZECZNICTWO SĄDOWE</b>	<b>61</b>
	<i>Skargi i odwołania</i>	61
	<i>Wybrane wyroki – wnioski i wskazania dla KRRiT</i>	61
<b>Rozdział 8</b>	<b>UDZIAŁ W PRACACH INSTYTUCJI I ORGANIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH</b>	<b>63</b>
	<i>Unia Europejska</i>	63
	<i>Komitet Kontaktowy ds. dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych</i>	63
	<i>Grupa Niezależnych Organów Regulacyjnych ds. Audiowizualnych Usług Medialnych</i>	64
	<i>Stały Komitet ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych (WIPO)</i>	64
	<i>Rada Europy</i>	64
	<i>Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego</i>	64
	<i>Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)</i>	65
	<i>Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF)</i>	65
	<i>Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EAO)</i>	65
<b>Rozdział 9</b>	<b>RELACJE SPOŁECZNE I DZIAŁALNOŚĆ INFORMACYJNO-EDUKACYJNA</b>	<b>67</b>
	<i>Przykłady działań informacyjno-edukacyjnych KRRiT</i>	67
	<i>Nagrody i patronaty KRRiT</i>	68

**Załączniki****Załącznik nr 1**

Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres\_\_\_\_\_70

**Załącznik nr 2**

Wykaz koncesji, w których dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT zgody na przeniesienie uprawnień\_\_\_\_\_72

**Załącznik nr 3**

Wykaz koncesji, w których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień (przeniesienie uprawnień nastąpi do dokonaniu zmiany w KRS)\_\_\_\_\_73

**Załącznik nr 4**

Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętymi uchwałą podjętą w 2012 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2012 roku.\_\_\_\_\_74

**Załącznik nr 5**

Wykaz koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny\_\_\_\_\_74

**Załącznik nr 6**

Wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych wydanych w 2012 roku\_\_\_\_\_75

**Załącznik nr 7**

Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian technicznych w radiowych koncesjach naziemnych (poprawa warunków nadawania)\_\_\_\_\_76

**Załącznik nr 8**

Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe)\_\_\_\_\_77

**Załącznik nr 9**

Wykaz podmiotów, którym udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji\_\_\_\_\_80

**Załącznik nr 10**

Wyniki pomiaru głośności programów\_\_\_\_\_81



## Szanowni Państwo,

*Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2012 roku wraz z Informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji* przedstawiane jest najwyższym organom państwa w roku ważnej rocznicy - dwudziestolecia polskiego rynku mediów elektronicznych, działających w oparciu o ustawę z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, opublikowaną w Dzienniku Ustaw z 1993 roku, numer 7, pozycja 34, która weszła w życie 1 marca 1993 roku.

Wcześniej, po dwuletnich pracach legislacyjnych, na podstawie ustawy z 15 października 1992 roku - będącej ostatnią zmianą Konstytucji RP przed uchwaleniem tzw. Małej Konstytucji - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji została włączona w strukturę państwa, jako nowy organ konstytucyjny pełniący funkcje związane z ochroną i realizowaniem ważnych praw i wolności obywatelskich: wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu społecznego w radiofonii i telewizji.

Marszałek Senatu Rzeczypospolitej August Chełkowski dokonał 28 kwietnia 1993 roku inauguracji prac Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Od tego dnia KRRiT rozpoczęła codzienną pracę w zakresie regulowania rynku mediów elektronicznych, koncesjonowania i kontroli działalności nadawców.

W czerwcu 2013 roku podczas konferencji jubileuszowej planujemy szerzej omówić przemiany, jakie nastąpiły w dwudziestolecu oraz podjąć próbę podsumowania tego okresu. Planujemy także nakreślić przyszłe kierunki rozwoju rynku mediów audiowizualnych. W tej części obrad jednym z motywów będzie praca wybitnego medioznawcy dr Karola Jakubowicza pt. *Media a demokracja w XXI w. Poszukiwanie nowych modeli*. Już dziś kieruję do Państwa zaproszenie na czerwcowe obrady.

W roku sprawozdawczym 2012 główne prace Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji prowadzone były w oparciu o cele określone w *Strategii regulacyjnej KRRiT na lata 2011–2013* (*Strategia regulacyjna* jest dostępna na stronie internetowej KRRiT [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl)).

Jak najkrócej można scharakteryzować miniony okres sprawozdawczy? Warto podkreślić, że był to drugi z kolei rok stabilnej pracy statutowych organów powołanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji we wszystkich 19 spółkach mediów publicznych.

Ta stabilizacja sprzyjała utrzymywaniu standardów jakościowych co potwierdziły kontrole przeprowadzane przez KRRiT. Nowelizacja z 2010 roku zobowiązała Krajową Radę do zawierania z 19 spółkami mediów publicznych porozumień programowo-finansowych. Dwa nowe przepisy ustawy zmieniły w istotny sposób relacje między regulatorem, a mediami publicznymi – odtąd KRRiT stała się współodpowiedzialna za określanie zadań misyjnych, a finansowanie zmieniło swój charakter z podmiotowego na zadaniowy. Tym uzasadniamy zmianę w dokumentach sprawozdawczych: opis pracy 19 spółek zawarty został w odrębnym aneksie dołączonym do sprawozdania z rocznej działalności KRRiT.

W 2012 roku, co jest niezmiernie ważne, dzięki wspólnym wysiłkom Poczty Polskiej, aparatu skarbowego, nadawców oraz Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, udało się odwrócić niekorzystny spadkowy trend w poborze opłat abonamentowych. Niestety nie udało się przygotować i skierować do prac parlamentarnych projektu ustawy modernizującego system finansowania mediów publicznych. Niewątpliwie, w bieżącym roku dla interesu publicznego w mediach, to zadanie będzie mieć priorytetowe znaczenie, chociaż trzeba podkreślić,

iz w procesie przygotowywania aktów prawnych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może pełnić jedynie funkcje eksperckie. Mamy nadzieję, że nasze sugestie i postulaty poparte doświadczeniem wynikającym z praktyki oraz z kontaktów i konsultacji z różnymi podmiotami działającymi na rynku medialnym, będą rozważone i wykorzystane w toku najbliższych prac legislacyjnych.

W 2012 roku nastąpiło rozszerzenie zakresu kompetencji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. W związku z dokończeniem implementacji dyrektywy 2010/13/EU o audiowizualnych usługach medialnych (D.A.U.M.) do ustawowych kompetencji KRRiT włączone zostały zadania w zakresie regulowania i monitorowania usług na żądanie (VOD).

Miniony rok sprawozdawczy to także okres realizowania kolejnych etapów wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T, w tym pierwsze wyłączenie sygnału analogowego. Przypomnijmy, że najpóźniej do 31 lipca 2013 roku na całym terytorium Polski analogowy sygnał telewizyjny zostanie wyłączony.

Decyzja KRRiT o nieprzyznaniu miejsca Fundacji Lux Veritatis na rozpowszechnianie programu Telewizja Trwam wywołała akcję protestów trwającą przez cały 2012 rok. Prawidłowość prac KRRiT związanych z kształtowaniem oferty programowej multipleksu pierwszego potwierdził w swoim wyroku z 25 maja 2012 roku Wojewódzki Sąd Administracyjny.

*Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2012 roku* zostało przyjęte jednogłośnie uchwałą nr 146/2013 z 19 marca 2013 roku. Tegoroczne *Sprawozdanie* zawiera informacje o sposobie wykonania wszystkich ustawowych zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w tym dotyczących postępowań koncesyjnych, sprawowania kontroli działalności nadawców, podziału opłat abonamentowych, organizowania i inicjowania współpracy międzynarodowej oraz wydawania na podstawie upoważnień ustawowych rozporządzeń jako wykonawczych aktów prawnych.

Pogłębiona analiza różnych zjawisk zachodzących na polskim rynku mediów audiowizualnych wraz z tłem międzynarodowym niektórych problemów znajduje się w części *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*.

Przewodniczący KRRiT

/-/ Jan Dworak

## 1 KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI W LICZBACH

W 2012 roku KRRiT podczas **50** posiedzeń przyjęła **509** uchwał, przede wszystkim związanych z prowadzonymi postępowaniami koncesyjnymi oraz opublikowała **4** stanowiska, wydała **3** komunikaty i ponad **100** komunikatów prasowych.

KRRiT przyjęła i przekazała do publikacji **11** rozporządzeń. Do konsultacji skierowano **13** projektów rozporządzeń. Rozpoczęto prace nad **4** projektami rozporządzeń, z których **3** mają charakter fakultatywny. Uczestnicząc w procesie legislacyjnym w dziedzinie radiofonii i telewizji KRRiT opiniowała **12** projektów aktów ustawodawczych oraz **14** umów międzynarodowych.

W roku sprawozdawczym odbyło się **8** spotkań z nadawcami i innymi podmiotami działającymi na rynku medialnym.

Do KRRiT wpłynęło około **143 tys.** listów. W sprawach skarg i wniosków do KRRiT wpłynęło prawie **69 tys.** wystąpień.

Wydatki KRRiT wyniosły **19,7 mln zł.** Z tytułu działalności KRRiT dochody dla budżetu państwa wyniosły około **38,9 mln zł,** tj. o blisko **18,2%** 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 **37,1 mln zł.**

Przewodniczący KRRiT wydał **7** decyzji o nałożeniu kar na nadawców w łącznej wysokości **381,9 tys. zł,** w tym za naruszenia działalności reklamowej i sponsor-

skiej Przewodniczący KRRiT nałożył **4** kary finansowe na łączną kwotę **56.900 tys. zł.**

Nadawcom publicznym KRRiT przekazała **563,1 mln zł** wpływów abonamentowych. Telewizja Polska otrzymała **253,8 mln zł,** Polskie Radio – **156,9 mln zł,** radiowe rozgłośnie regionalne – **152,4 mln zł.** Wymienione kwoty zostały przekazane na realizację zadań wykazanych w planach programowo – finansowych uzgodnionych z KRRiT.

Przewodniczący KRRiT opublikował **4** ogłoszenia o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy w multipleksie pierwszym. Programy mają mieć charakter wyspecjalizowany: dla dzieci w wieku 4-12 lat oraz ich rodziców i wychowawców, edukacyjno-poznawczy, filmowy i społeczno-religijny.

Udzielono **5** nowych koncesji radiowych na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób analogowy rozsiewczy naziemny.

Satelitarnym nadawcom telewizyjnym udzielono **2** nowych koncesji.

Wydano **49** decyzji w sprawie tzw. rekoncesji programów radiowych i telewizyjnych.

W sprawie zmian warunków technicznych wykonywania koncesji, dzięki którym został zwiększony zasięg nadawania programów radiowych, wydano **13** decyzji.

W **26** koncesjach nastąpiły zmiany programowe. W koncesjach na nadawanie programów radiowych

ponad połowa zmian była związana z procesem ujednoczenia warunków programowych dla tzw. stacji akademickich, pozostałe dotyczyły m.in. modyfikacji w zakresie nazwy programu. W koncesjach na nadawanie programu telewizyjnego ponad połowa zmian dotyczyła zmiany nazwy programu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała **10** decyzji w sprawie zmian w koncesjach w zakresie przejścia uprawnień na inny podmiot oraz wyraziła zgodę na przejście uprawnień z **18** koncesji na inny podmiot w wyniku przekształceń w spółkach nadawców.

W odniesieniu do **13** koncesjonariuszy prowadzono postępowania w sprawie cofnięcia koncesji. **22** nadawcom umorzono lub rozłożono na raty opłaty koncesyjne.

Wydano **12** koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych. Do rejestru programów rozprowadzanych wpłynęło **370** zgłoszeń, na podstawie których wydano **362** postanowienia o wpisie do rejestru.

Sprawdzono przestrzeganie przepisów regulujących ochronę małoletnich w **21** programach radiowych i **7** telewizyjnych (łącznie ponad **4 tys. godzin** emisji). Udział audycji z udogodnieniami odbioru dla osób z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu sprawdzono w **98** programach telewizyjnych. Analizie poddano udział piosenki polskiej w **318** programach radiowych. Dokonano **380** kontroli kwartalnych sprawozdań ewidencji udziału audycji polskich i europejskich (tzw. kwot ekranowych) w **98** programach telewizyjnych. Na podstawie sprawozdań nadawców skontrolowano realizację innych zadań ustawowych w **72** programach (**64** telewizyjnych i **8** radiowych).

Kontrolą w zakresie reklamy i sponsoringu objęto **27** programów radiofonii publicznej, **5** programów telewizji publicznej, **127** programów telewizji kablowej oraz **289** programów koncesjonowanych nadawców radiowych i **44** programy koncesjonowanych nadaw-

ców telewizyjnych. Podjęto działania interwencyjne w zakresie reklamy i audycji sponsorowanych w **24** przypadkach dotyczących programów telewizji publicznej, w zakresie telewizyjnych programów koncesjonowanych w **23** przypadkach oraz w odniesieniu do **2** programów koncesjonowanych nadawców radiowych.

W zakresie umarzania i rozkładania na raty zaległości z tytułu opłat abonamentowych wpłynęło do KRRiT prawie **88 tys.** nowych wniosków. KRRiT rozpatrzyła **31388** wniosków abonentów, z tego **21631** abonentów-dłużników z lat 2007 – 2011 oraz **9757** nadesłanych w 2012 roku. W oparciu o przepisy ustawy, KRRiT umorzyła zaległości abonamentowe na łączną kwotę około **16,7 mln zł** oraz rozłożyła na raty około **5,5 mln zł**.

Stronę internetową KRRiT [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) odwiedziło w 2012 roku ponad **520 tys.** użytkowników, generując prawie **2 mln** odsłon.

## 2 GŁÓWNE ZAMIERZENIA WEDŁUG STRATEGII REGULACYJNEJ

**2.1** Ramowy harmonogram wykonania głównych zamierzeń stanowi integralną część *Strategii regulacyjnej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na lata 2011 – 2013*. Poniżej przedstawione zostały krótkie informacje o stanie wykonania najważniejszych prac.

*Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2011–2013 jest dostępna na stronie internetowej KRRiT [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl)*

### IMPLEMENTACJA DYREKTYWY O AUDIOWIZUALNYCH USŁUGACH MEDIALNYCH

**2.2** Przeprowadzenie procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych należało do kompetencji organów administracji rządowej: Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministra Administracji i Cyfryzacji. Proces implementacji zakończył się wraz z opublikowaniem w Dzienniku Ustaw z 27 listopada 2012 roku, ustawy z 12 października 2012 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji w zakresie dotyczącym audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji aktywnie uczestniczyła w pracach przygotowawczych, a następnie legislacyjnych, poczynając od przeprowadzenia jeszcze w 2008 roku konsultacji społecznych, a kończąc na stałej współpracy z ministerstwami przy opracowywaniu ostatecznego projektu i jego opiniowaniu, zarówno podczas prac Rady Ministrów, jak i prac parlamentarnych.

Łącznie w czasie procesu implementacji dyrektywy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała i przekazała do publikacji 9 rozporządzeń wykonaw-

czych. Do końca 2011 roku opublikowanych zostało 7 rozporządzeń, a w 2012 roku i na początku 2013 roku w Dziennikach Ustaw opublikowane zostały kolejne 2 akty wykonawcze KRRiT:

- w Dzienniku Ustaw z 14 grudnia 2012 roku opublikowane zostało rozporządzenie KRRiT z 6 grudnia 2012 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programie radiowym utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim (termin wydania tego rozporządzenia został ustawowo przedłużony do 1 stycznia 2013 roku);
- w Dzienniku Ustaw z 13 lutego 2013 roku opublikowane zostało rozporządzenie KRRiT z 5 lutego 2013 roku w sprawie szczegółowych zasad ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie.

Poprzez publikację wyżej wymienionych rozporządzeń Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zakończyła proces przygotowywania wykonawczych aktów prawnych o charakterze obligatoryjnym. Aktualnie prowadzone są prace legislacyjne, które dotyczą wykonawczych aktów prawnych o charakterze fakultatywnym:

- rozporządzenia w sprawie sposobu zapewnienia przez nadawców dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy oraz innych informacji;
- rozporządzenia w sprawie rodzaju artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana oraz sposobu umieszczania

*w programach przekazów handlowych dotyczących tych artykułów, tak aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci;*

- 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.

*Porównaj informacje na temat procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz prac legislacyjnych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, które znajdują się w rozdziale 3.*

## **KONWERSJA CYFROWA TELEWIZJI I RADIOFONII**

**2.3** Proces wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce przebiega zgodnie z postanowieniami ustawy z 30 czerwca 2011 roku oraz wytycznymi planu przyjętego 4 czerwca 2010 roku. Plan określa poszczególne etapy wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej, ustalając termin 31 lipca 2013 roku, jako ostateczny dla wyłączenia w Polsce telewizji analogowej.

Ustawa z 30 czerwca 2011 roku o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej przedłużyła do 27 kwietnia 2014 roku termin, do którego Telewizja Polska będzie mogła rozpowszechniać programy w pierwszym multipleksie. Po tym terminie programy Telewizji Polskiej będą rozpowszechniane z wykorzystaniem częstotliwości trzeciego multipleksu. Prezes UKE został zobowiązany do dostosowania decyzji rezerwacyjnych do postanowień ustawowych. Realizując to zobowiązanie Prezes UKE wydał decyzję rezerwacyjną z 30 września 2011 roku, w której określił niżej wskazany, nowy harmonogram wyłączenia emisji analogowej:

- etap pierwszy – nie później niż do 7 listopada 2012 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Żagań, Zielona Góra;
- etap drugi – nie później niż do 28 listopada 2012 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Poznań, Gdańsk, Iława;
- etap trzeci – nie później niż do 19 marca 2013 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Warszawa, Szczecin, Wisła, Rzeszów, Elbląg;
- etap czwarty – nie później niż do 22 kwietnia 2013 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Gorlice, Rabka, Zakopane, Wrocław, Tarnów, Szczawnica, Opole, Kłodzko, Częstochowa;
- etap piąty – nie później niż do 20 maja 2013 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Katowice, Kraków, Konin, Kalisz, Świnoujście, Białogard, Koszalin, Łębork, Piła, Łódź, Bydgoszcz, Gniezno;
- etap szósty – nie później niż do 17 czerwca 2013 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Białystok, Suwałki, Olsztyn, Płock, Dęblin, Lublin, Zamość, Siedlce, Przemyśl, Opoczno, Kielce, Bieszczady;
- etap siódmy – nie później niż do 23 lipca 2013 roku na obszarze wykorzystania częstotliwości: Jelenia Góra, Giżycko, Ostrołęka, Leżajsk.

Proces uruchamiania obiektów nadawczych pierwszego multipleksu (MUX-1) przebiega bez zakłóceń. Operator multipleksu – spółka TP EmiTel – podała, że według stanu z 1 października 2012 roku jego zasięgiem objęte zostało 95% populacji kraju. We wrześniu 2012 roku uruchomiono emisję przewidzianą w trzecim etapie wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej na obiektach nadawczych w Leżajsku i Ostrołęce oraz emisję dodatkową w Różanie, nieprzewidzianą w planie wdrażania MUX-1 w okresie przejściowym. Oznacza to, że zostało spełnione postanowienie wyrażone w ustawie z 30 czerwca 2011 roku w zakresie pokrycia do 31 lipca 2013 roku sygnałem MUX-1 terytorium Polski, na którym zamieszkuje co najmniej 95 % ludności.

Zasięg drugiego multipleksu (MUX-2), zgodnie z danymi podanymi przez Prezesa UKE, osiągnął z końcem września 2012 roku pokrycie 94% populacji kraju. Uruchomione zostały emisje dodatkowe, z parametrami innymi niż docelowe, przewidziane w etapie szóstym planu, na obiektach nadawczych w Giżycku–Miłkach, Łomży i Różanie. Ponadto 7 listopada 2012 roku uruchomiono emisję z obiektu Jelenia Góra–Śnieżne Kotły.

Przygotowania do wyłączenia sygnału analogowego poprzedzone zostały wykonaniem przez UKE pomiarów zasięgów multipleksów na tych obszarach. Na podstawie pomiarów, określono liczbę mieszkańców tych terenów, do których nie dotrze sygnał cyfrowy z chwilą wyłączenia emisji analogowej.

W pierwszym etapie planu, przewidzianym na 7 listopada 2012 roku, nastąpiło wyłączenie sygnału analogowego z nadajników naziemnych na obszarze województwa lubuskiego oraz w części gmin województwa dolnośląskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego. W wyniku pomiarów UKE wskazał 8 miejscowości, w tym 3, w których wystąpił brak sygnału cyfrowego i 5, w których odbiór był utrudniony, ale warunkowo możliwy. W celu poprawienia warunków odbioru programów telewizyjnych w miejscowościach Lipki Wielkie i Goszczanowo, zwiększona została moc nadajnika w Gorzowie Wielkopolskim.

W drugim etapie planu, przewidzianym na 28 listopada 2012 roku, wyłączone zostały nadajniki emitujące sygnał analogowy w województwie pomorskim oraz na terenie części gmin z województwa kujawsko-pomorskiego i warmińsko-mazurskiego. UKE wskazał 16 miejscowości, w których odbiór sygnału cyfrowego był utrudniony bądź niemożliwy. Poprawa warunków odbioru sygnału w tym rejonie nastąpiła w wyniku modernizacji technicznej obiektu Gdańsk-Chwaszczy-no. Dodatkowo w sieci MUX-3, tam gdzie wystąpił brak sygnału po wyłączeniu sygnału analogowego, uruchomione zostały emisje z nowych nadajników w Gdyni, Szymbarku, Wejherowie i Choczewie.

Pomiary zasięgów wykazały, że pokrycie sygnałem naziemnej telewizji cyfrowej pierwszego i trzeciego multipleksu na obszarach, na których nastąpiło już wyłączenie sygnału analogowego, objęło 98% populacji. Kontynuowanie pomiarów jest niezbędne zważywszy, że rejony górskie charakteryzują się dużą liczbą przemienników, uzupełniających zasięgi stacji dużych mocy. Pomiary pozwolą określić luki w pokryciu zasięgiem obszarów górskich i przesądzą o konieczności uruchomienia stacji doświetlających tak, aby zapobiec przerwom, jakie mogą nastąpić w wyniku wyłączenia sygnału analogowego do czasu pełnego uruchomienia trzeciego multipleksu, czyli do 27 kwietnia 2014 roku.

**2.4** Na podstawie art. 12 ust. 1 ustawy z 30 czerwca 2011 roku, Telewizja Polska w programach TVP 1, TVP 2 oraz w programach regionalnych, a także Telewizja Polsat, TVN, Polskie Media, Telewizja Puls w programach telewizyjnych rozpowszechnianych w sposób analogowy drogą rozsiewczą naziemną, zostały zobowiązane do rozpowszechniania na własny koszt przekazów dotyczących telewizji cyfrowej, w tym informacji na temat:

- terminu zakończenia rozpowszechniania programu telewizyjnego w sposób analogowy;
- sposobów dostosowania odbiornika telewizyjnego do odbioru programu telewizyjnego w sposób cyfrowy;
- numeru bezpłatnej infolinii i adresu strony internetowej, pod którymi użytkownik może uzyskać informacje, w szczególności o sposobie dostosowania odbiornika telewizyjnego do odbioru programu telewizyjnego w sposób cyfrowy.

Powyższe informacje powinny być realizowane w formie trzyminutowych audycji rozpowszechnianych raz w godzinach 17.00-21.00 oraz ogłoszeń i komunikatów rozpowszechnianych dwa razy dziennie w wymiarze

po 30 sekund w godzinach 6.00-23.00. Nadawcy byli zobowiązani rozpocząć rozpowszechnianie przekazów w terminie 30 dni od dnia wejścia w życie ustawy, czyli od 10 sierpnia 2011 roku. Zakończenie rozpowszechniania przekazów nastąpi nie wcześniej niż 31 lipca 2013 roku.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadząc monitoring związany z wykonywaniem tego ustawowego zobowiązania, nie stwierdziła uchybień w jego realizacji.

**2.5** Po rozstrzygnięciu konkursu na zagospodarowanie multipleksu pierwszego naziemnej telewizji cyfrowej, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpoczęła prace związane z przygotowaniem konkursu na kolejne cztery miejsca w tym multipleksie. Przewodniczący KRRiT miał obowiązek opublikowania ogłoszeń określających warunki przeprowadzenia konkursu uzupełniającego ofertę programową MUX-1 najpóźniej do 31 grudnia 2012 roku (termin publikacji był w sposób wiążący określony w ustawie z 30 czerwca 2011 roku o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej).

Przed publikacją ogłoszeń Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła konsultacje społeczne. Ich celem było poznanie opinii odbiorców i uczestników rynku mediów elektronicznych w sprawie uzupełnienia oferty programowej w naziemnej telewizji cyfrowej. Przeważająca większość stanowisk przesłanych do KRRiT wskazała na potrzebę umieszczenia w ofercie multipleksu pierwszego programu Telewizji Trwam. W konsultacjach wskazywano także na potrzebę powiększenia oferty o programy tematyczne, w szczególności kanał sportowy, podróżniczo-przyrodniczy oraz dla dzieci.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła także szczegółową analizę programów telewizyjnych dostępnych na cyfrowych multipleksach naziemnych.

27 grudnia 2012 roku Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej Polskiej Monitor Polski opublikował cztery ogłoszenia

dotyczące postępowań w sprawie możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale multipleksu pierwszego. W ramach czterech, odrębnych postępowań wnioskodawcy mogli ubiegać się o koncesje na programy telewizyjne o charakterze wyspecjalizowanym: społeczno-religijnym, filmowym, edukacyjno-poznawczym i dla dzieci w wieku od 4 do 12 lat. W konkursie mogli wziąć udział także nadawcy, którzy posiadają już koncesje na nadawanie programu w sposób satelitarny i chcieli ubiegać się o jej rozszerzenie. Ich program musiał być zbieżny z warunkami ogłoszenia. Termin nadsyłania wniosków ustalony na 60 dni od daty opublikowania ogłoszeń w Monitorze Polskim upłynął 25 lutego 2013 roku. Zgodnie z ogłoszeniem, rozpoczęcie rozpowszechniania programów nastąpi po uzyskaniu przez przyszłych nadawców rezerwacji częstotliwości wydanej przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Rezerwacja częstotliwości zacznie obowiązywać nie wcześniej niż z datą wygaśnięcia rezerwacji wydanej Spółce Telewizja Polska SA, a nie później niż 28 kwietnia 2014 roku.

Ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT oraz inne informacje na temat prowadzonego postępowania są dostępne na stronie internetowej KRRiT (<http://www.krrit.gov.pl/dla-mediow-i-analytikow/aktualnosci/news,889,konkurs-na-zagospodarowanie-czterech-miejsc-na-mux-1-ogloszony.html>).

**2.6** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na bieżąco wspomagała prace parlamentarne związane z nowelizacją ustawy w zakresie opłat koncesyjnych, co było konieczne po wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 2011 roku. Zgodnie z wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego, z początkiem sierpnia 2012 roku, dotychczas obowiązujące przepisy straciły swoją moc. Przeciągające się prace parlamentarne opóźniły wejście w życie znoveelizowanych przepisów do listopada 2012 roku. Spowodowało to opóźnienia w bieżących pracach KRRiT w zakresie udzielania koncesji, o czym zostali powiadomieni wszyscy wnioskodawcy. Udało się natomiast zachować



ustawowy termin publikacji 4 ogłoszeń Przewodniczącego KRRiT w sprawie możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sygnale multipleksu pierwszego.

*Porównaj informacje na temat opłat koncesyjnych, które znajdują się w rozdziale 3 oraz oferty programowej multipleksu pierwszego, które znajdują się w rozdziale 5.*

**2.7** W okresie sprawozdawczym w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji kontynuowane były prace przygotowawcze w celu opracowania strategii wdrażania naziemnej radiofonii cyfrowej. Będzie to proces bardziej skomplikowany, dłuższy i wymagający większego zaangażowania organów państwowych niż wdrażanie naziemnej telewizji cyfrowej. Prace KRRiT związane były z opiniowaniem projektów przedstawionych przez spółkę Polskie Radio SA w zakresie cyfrowej emisji programów. Polskie Radio uzyskało decyzję rezerwacyjną na rozpowszechnianie swoich programów w ramach multipleksu pierwszego.

W styczniu 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła konsultacje społeczne dotyczące możliwości rozpoczęcia cyfrowej emisji programów radiowych. Wyniki konsultacji wskazały, że nadawcy komercyjni nie są zainteresowani tym procesem, m.in. z uwagi na wysokie koszty transmisji programów w okresie jednoczesnej transmisji analogowej i cyfrowej ( tzw. okres *simulcastu*).

Analiza problematyki związanej z nadawaniem cyfrowym programów radiowych (aspekty techniczne, ekonomiczne i rynkowe oraz doświadczenia innych krajów europejskich), a także wyniki konsultacji przeprowadzonych przez KRRiT, zostały omówione w części *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*.

*Porównaj informacje na temat naziemnej radiofonii cyfrowej, które znajdują się w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

**2.8** W 2013 roku kontynuowane będą prace związane z opracowaniem planu konwersji lokalnych nadawców telewizyjnych rozpowszechniających obecnie program w sposób analogowy. Prace te są prowadzone wspólnie z Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej, który przygotowuje techniczne warunki zamiany koncesji.

## MEDIA PUBLICZNE

**2.9** W 2012 roku spółki mediów publicznych otrzymały z wpływów abonamentowych kwotę łączną w wysokości 563 mln zł, z czego Telewizja Polska SA - 254 mln zł, Polskie Radio SA - 157 mln zł, rozgłośnie regionalne radia publicznego łącznie - 152 mln zł. Środki abonamentowe w 2012 roku wzrosły po raz pierwszy od 2008 roku i były wyższe od prognozowanych o 93 mln zł.

Pozyskanie ich w takiej wysokości nie byłoby możliwe, gdyby nie zaangażowanie Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji oraz Ministerstwa Finansów, a w szczególności zdecydowane działania Poczty Polskiej i aparatu skarbowego, które pozwoliły wyegzekwować od abonentów zaległe opłaty za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych. Środki w tej wysokości doraźnie zapobiegły załamaniu sytuacji ekonomicznej spółek radiowych, ale nadal są niewystarczające dla właściwego funkcjonowania, a w szczególności rozwoju mediów publicznych. Pokrywają one bowiem tylko w części koszty realizacji zadań ustawowych: w Telewizji Polskiej około 15%, w Polskim Radiu około 70%, a w rozgłoszeniach regionalnych między 80%, a 100%.

Abonament w najmniejszym stopniu pokrywa koszty realizacji misji w telewizji publicznej. Sytuacja tej spółki jest alarmująca szczególnie w kontekście wstępnych informacji Prezesa Zarządu TVP SA o wielomilionowej stracie przewidywanej na koniec 2012 roku. Uchwała określająca sposób podziału abonamentu może być podejmowana wyłącznie raz w roku (do 30 czerwca roku poprzedzającego). Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie ma prawnych możliwości, aby w sytuacjach

nadzwyczajnych racjonalnie rozdysponować między spółki nadwyżkę środków abonamentowych.

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 ściągłości abonamentu w Polsce.

Brak pewnego i właściwego finansowania mediów publicznych jest poważnym, ustrojowym deficytem demokracji w Polsce. Utrudnia także rozwój kultury, która w wymiarze masowym ma coraz bardziej audio-wizualny charakter.

*Porównaj informacje na temat propozycji modernizacji prawa w zakresie regulacji dotyczących mediów publicznych, które znajdują się w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

**2.10** W postępowaniu związanym z procesem uzgadniania planów finansowo-programowych na 2013 rok, spółki mediów publicznych przekazały koncepcje dotyczące 53 programów wraz z opiniami rad programowych. Wcześniej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, m.in. w oparciu o przeprowadzone konsultacje społeczne, przekazała nadawcom publicznym sugestie dotyczące planowanego programu. KRRiT przede wszystkim zaproponowała większy udział w programach słuchowisk, reportaży, dokumentów, spektakli teatralnych, problematyki poświęconej nowym technologiom (w tym audycji edukacyjnych zapobiegających wykluczeniu cyfrowemu) oraz dotyczącej kultury (w tym audycji ułatwiających odbiór dzieł kultury i sztuki), a także elementów edukacyjnych w ofercie adresowanej do dzieci i młodzieży oraz audycji promujących sport amatorski.

Spółki sporządziły plany finansowe na poziomie zdecydowanie wyższym niż prognozowane wpływy z opłat abonamentowych. Swoje potrzeby nadawcy publiczni oszacowali następująco: TVP – 1.416 mln zł; Polskie Radio – 234 mln zł; rozgłośnie regionalne łącznie – 192 mln zł, co daje w sumie kwotę 1.842 mln zł.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prognozując na 2013 rok kwotę 401 mln zł, przydzieliła Telewizji Polskiej 180 mln zł (co stanowi 12,8% prognozowanych kosztów misji), Polskiemu Radiu 120 mln zł (co stanowi 51% kosztów misji), średnio na jedną rozgłośnie regionalną 5,9 mln zł (co stanowi średnio 53% kosztów misji). Są to środki niewystarczające. Większość nadawców szacowało w 2013 roku straty - rozgłośnie regionalne od 1 do 4 mln zł.

W sprawie sytuacji finansowo – ekonomicznej mediów publicznych KRRiT wydała dwa stanowiska z 12 września i 20 grudnia 2012 roku.

*Stanowiska Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne na stronie internetowej [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) w zakładce KRRiT.*

*Porównaj informacje na temat realizacji działalności programowej mediów publicznych i ich sytuacji finansowo-ekonomicznej, które znajdują się w rozdziale 6 oraz w aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne.*

**2.11** We wrześniu, październiku i listopadzie 2012 roku zakończyły się czteroletnie kadencje rad programowych działających w 16 regionalnych rozgłoszeniach Polskiego Radia oraz 12 oddziałach terenowych Telewizji Polskiej SA. Sposób powoływania rad programowych określa przepis zawarty w art. 28a ust. 1 ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji: „Rady programowe publicznej radiofonii i telewizji liczą 15 członków, których powołuje Krajowa Rada; 10 członków rady programowej reprezentuje ugrupowania parlamentarne. Pozostałych 5 powołuje z grona osób legitymujących się dorobkiem i doświadczeniem w sferze kultury i mediów”.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po raz pierwszy w tak szeroki sposób skierowała do organizacji społecznych zaproszenie do zgłaszania kandydatów, ustalając dogodny, kilkumiesięczny okres na przedstawianie propozycji. Każda kandydatura była rozpatrywana indywidualnie w oparciu o wskazania ustawy i na podstawie zebranej dokumentacji oraz wiedzy i doświadczenia KRRiT z uwzględnieniem spectrum reprezentowanych poglądów. Z zaproszenia KRRiT skorzystało 150 organizacji społecznych, które łącznie zarekomendowały 300 kandydatów na 140 miejsc dla członków rad programowych powoływanych przez KRRiT.

Szczególnym zobowiązaniem KRRiT wynikającym z przepisów prawa, jest uwzględnianie w składach rad programowych kandydatów rekomendowanych przez organizacje mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym. KRRiT w wyborach 2012 roku uwzględniła kandydatów rekomendowanych przez te organizacje społeczne.

Ugrupowania parlamentarne do 28 rad programowych kończących kadencję w 2012 roku łącznie wskazały 280 kandydatur.

## STANOWISKA W WAŻNYCH SPRAWACH PUBLICZNYCH

**2.12** W związku z niejasnościami, dotyczącymi możliwości obejrzenia przez widzów korzystających z usług operatorów rozprowadzających programy, cieszącej się ogromnym społecznym zainteresowaniem walki bokserskiej Adamek – Kliczko 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 17 kwietnia 2012 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 rozprowadzonym programie. Po przeprowadzeniu analizy umów zawieranych przez operatorów z właścicielami praw autorskich KRRiT stwierdziła, że operatorzy nie powinni zawierać umów, które posługują się klauzulami sprzecznymi z ustawą o radiofonii i telewizji. Tylko nadawca programu odpowiada za wybór audycji i sposób ich zestawienia w programie. Inny podmiot nie może samodzielnie decydować o układzie audycji i dokonywać ingerencji w program. Nadawca ma z kolei obowiązek uregulować nabycie praw do rozpowszechnianych treści w odniesieniu do całego obszaru, na którym dany program jest udostępniany publicznie, także w odniesieniu do umów na retransmisję programu z nadawcami telekomunikacyjnymi.

**2.13** Transmisja telewizyjna meczów z udziałem reprezentacji Polski (ubiegłoroczne mecze reprezentacji Polski z reprezentacjami Czarnogóry i Mołdawii) jest przez ustawę określana jako ważne wydarzenie, które nadawca może rozpowszechnić tylko w programie ogólnokrajowym, dostępnym w całości bez opłaty, z wyłączeniem opłat abonamentowych i opłat za korzystanie z telewizji kablowych (art. 20b ust.1 ustawy). Ustawa dopuszcza wyjątek jedynie w przypadku wykazania, że żaden nadawca ogólnopolski nie wyraził gotowości zawarcia umowy umożliwiającej transmisję. Na nadawcy chcącym wówczas przeprowadzić transmisję ważnego wydarzenia w programie, który nie ma charakteru ogólnokrajowego i jest odpłatny, spoczywa ciężar dowodu, iż zawarcie umowy oferowano wszystkim nadawcom programów ogólnokrajowych w rozumieniu ustawy lub koncesji, w tym programów obecnych na multipleksie pierwszym i drugim, dostępnych w całości bez opłaty i żaden z nich nie wyraził gotowości zawarcia umowy. Dla dokonania oceny gotowości zawarcia umowy istotna jest ocena warunków negocjowanej umowy, a szczególnie czy zaferowanie zawarcia umowy nie miało charakteru czynności pozornej. Naruszenie przez nadawcę obowiązków z art. 20b ust. 1 i 6 ustawy zagrożone jest karą pieniężną.

Niektórzy nadawcy zdecydowali się przeprowadzić transmisję meczów w systemie płatnej usługi

medialnej *pay-per-view*. Ta usługa, pomimo postulatów KRRiT zgłaszanych w trakcie prac parlamentarnych w związku z transpozycją dyrektywy, nie ma dotychczas ustawowej definicji, ale w opinii KRRiT przeprowadzenie transmisji meczów spełniło w tym wypadku ustawowe warunki programu, a zatem rozpowszechnienie odbyło się z naruszeniem prawa bez koncesji (art. 52 ust. 1 ustawy). Konsekwencją uznania rozpowszechnionych treści za program było wypełnienie zobowiązania wynikającego z Kodeksu postępowania karnego gdzie pod adresem organów państwowych został sformułowany obowiązek prawny złożenia do prokuratury zawiadomienia o możliwości popełnienia przestępstwa.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zgłasza pilną potrzebę wprowadzenia ustawowej definicji płatnej usługi medialnej *pay-per-view*.

*Stanowiska Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) w zakładce KRRiT.*

*Porównaj informacje na temat prac w zakresie przygotowania listy ważnych wydarzeń, które znajdują się w rozdziale 3 oraz w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

## **DZIAŁANIA NA RZECZ SWOBODY WYPOWIEDZI W MEDIACH AUDIOWIZUALNYCH**

**2.14** W sferze wolności słowa i prawa do informacji, 2012 rok rozpoczął się od protestów przeciwko podpisaniu przez rząd międzynarodowej umowy ACTA, chroniącej prawa autorskie, ale ograniczającej swobodę korzystania z treści w Internecie.

W maju 2012 roku Sejm znowelizował art. 755 Kodeksu postępowania cywilnego wskutek wyroku Trybunału Konstytucyjnego, który możliwość prewencyjnego

zablokowania publikacji przez sąd na czas nieograniczony, uznał za sprzeczną z konstytucyjną zasadą wolności mediów oraz swobodą wypowiedzi. Pomimo nowelizacji, przyjęte rozwiązania prawne zostały poddane krytyce, gdyż sądy w większości spraw nie sprzeciwiały się wnioskowi o wydanie zakazu publikacji i nie przeprowadzały pogłębionej analizy z uwzględnieniem takich wartości, jak dostęp do informacji, ochrona zdrowia czy ochrona konsumenta.

Trwała również ożywiona dyskusja o nadużywaniu wolności słowa w Internecie i eterze oraz o prawie do anonimowości. Organizacje pozarządowe i media działały na rzecz zniesienia art. 212 Kodeksu karnego, który przewiduje karę pozbawienia wolności za zniesławienie. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w publicznych stanowiskach wyraziła niepokój z powodu występowania przez organy władzy z wnioskami o ochronę na podstawie przepisów art. 212 Kodeksu karnego (sprawa blogera z Mosiny). Orzeczenia sądów karnych w takich sprawach zawsze sprawiają wrażenie ograniczania wolności słowa przez organy państwa. Nie oznacza to jednak, że nie ma granicy nawet między bardzo ostrą krytyką, a pomówieniem i publicznym zarzucaniem organom państwa popełnienia przestępstwa, bez wskazania jakichkolwiek dowodów. Ocena, czy nastąpiło w ten sposób publiczne znieważenie bądź poniżenie, należy do obowiązków tych instytucji, które stoją w Polsce na straży praworządności.

W związku z nieprzyznaniem Fundacji Lux Veritatis miejsca na pierwszym multipleksie cyfrowym w celu rozpowszechniania programu Telewizja Trwam, zorganizowane były liczne demonstracje pod hasłem obrony słowa i trwała akcja wysyłania listów do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. W siedzibie Parlamentu Europejskiego w Brukseli zorganizowana została konferencja o dyskryminacji Telewizji Trwam przez KRRiT i zagrożeniu w ten sposób wolności słowa w Polsce. Prawidłowość decyzji KRRiT została potwierdzona wyrokiem z 25 maja 2012 roku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego.

*Porównaj informacje na temat wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego, które znajdują się w rozdziale 7.*

## BIURO KRRiT – CERTYFIKAT JAKOŚCI

**2.15** Poprawianie jakości i efektywności pracy oraz warunków jej świadczenia, podnoszenie kwalifikacji urzędników, wprowadzanie nowoczesnych technologii elektronicznych, jak również cyfryzacja urzędu to główne cele, które były realizowane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji w 2012 roku po dokonanej wcześniej reorganizacji i dostosowaniu struktury Biura KRRiT do nowych zadań wynikających m.in. z implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych.

Nowe zadania i wynikające z nich potrzeby wykonawcze były powiązane z przeprowadzeniem otwartego konkursu na stanowiska dyrektorów trzech departamentów: Departamentu Monitoringu, Departamentu Regulacji i Departamentu Mediów Publicznych. Jednocześnie kontynuowany był proces podnoszenia kwalifikacji przez pracowników Biura KRRiT. Na studiach wyższych, podyplomowych i doktoranckich uczy się obecnie 11 pracowników. Na kurs języka angielskiego organizowany w siedzibie KRRiT na różnym poziomie zaawansowania uczęszczają 42 osoby. Studia i kurs językowy są dofinansowywane z budżetu (w 2012 roku łącznie blisko 190 tys. zł).

System Elektronicznego Obiegu Spraw i Dokumentów (tzw. EOSiD), funkcjonujący już w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, został rozbudowany o dodatkowy moduł tzw. e-Rada, który umożliwi rozpatrywanie dokumentów kierowanych na posiedzenia KRRiT w formie plików elektronicznych. To rozwiązanie sprzyja znacznemu zmniejszeniu dotychczasowych kosztów administracyjnych (papier, toner, konserwacja, naprawy

i obsługa urządzeń kopiujących). System wewnętrznej komunikacji biurowej został wyposażony w możliwość wykorzystywania Intranetu. Harmonogram dalszej cyfryzacji urzędu został włączony do *Strategii Cyfryzacji Biura KRRiT*, opracowanej przez zespół roboczy na zlecenie Przewodniczącego KRRiT.

**2.16** W 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, po przejściu procedury auditu wewnętrznego i zewnętrznego, otrzymała certyfikat jakości ISO 9001:2008. Polityka jakości i normy ISO obejmują funkcjonowanie KRRiT oraz jej biura. Certyfikat dotyczy procesu udzielania koncesji na rozpowszechnianie programów i oznacza, że procedury stosowane w KRRiT stoją na najwyższym poziomie oraz są zgodne z międzynarodowymi normami zarządzania. Zdobycie certyfikatu jest zobowiązaniem do utrzymania wysokiego poziomu świadczonych usług, a zarazem gwarancją prawidłowego przebiegu procesów wewnętrznych, co będzie sprawdzane przez auditorów zewnętrznych w każdym roku ważności dokumentu. W 2013 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozważyła rozszerzenie procedury ISO na pozostałe procedury wewnątrz Biura KRRiT.

**2.17** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpoczęła prace związane z rozpoczęciem budowy docelowej siedziby KRRiT przy ul. Sobieskiego 101 (zakończenie budowy jest przewidywane w 2016 roku). W 2013 roku przewidywane jest przeprowadzenie konkursu architektonicznego przy wsparciu Stowarzyszenia Architektów Polskich.

Budowa własnej siedziby, o której rozpoczęcie Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji od lat podejmowała starania, w perspektywie odciąży budżet państwa od rosnących corocznie wydatków na opłatę czynszu za wynajem powierzchni biurowej.

**TABELA NR 1**  
**DOCHODY BUDŻETOWE KRRIT W 2012 ROKU**

TREŚĆ	Plan finansowy (zgodny z ustawą budżetową) w mln PLN	Wykonanie w mln PLN	% kol. 3:2
1.	2.	3.	4.
Dochody budżetowe razem	32 917,0	38 899,6	118,2
§ 0580 Kary za naruszenie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji	x	195,9	0,0
§ 0590 Wpływy z opłat za koncesje i licencje	31 540,0	36 834,2	116,8
§ 0690 Wpływy z różnych opłat (wpis do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach kablowych)	250,0	302,1	120,8
§ 0910 Odsetki od nieterminowych wpłat z tytułu podatków i opłat (opłaty prolongacyjne z tytułu rozłożenia na raty opłat za koncesje)	1 124,0	1 553,4	138,2
§ 0970 Wpływy z różnych dochodów	3,0	14,0	466,7

## BUDŻET KRRiT

**2.18** Dochody, które Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przekazała w 2012 roku do budżetu państwa z tytułu działalności wyniosły 38 899,6 tys. zł czyli 18,2 % powyżej kwoty określonej w ustawie (dochody 32 917 tys. zł; wydatki 20 045 tys. zł)<sup>1</sup>. Zatrudnienie średnioroczne wyniosło około 128,3 etatu kalkulacyjnego, co stanowi 97,2% planu (132 etaty kalkulacyjne). Według stanu na 31 grudnia 2012 roku, 13 osób pracowało w Biurze KRRiT na stanowiskach kierowniczych.

Najwyższy poziom dochodów uzyskano z tytułu opłat za koncesje radiowe i telewizyjne oraz za rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych. Wzrost dochodów koncesyjnych wynikał przede wszystkim z wniesienia wpłat większych, niż planowane w ustawie budżetowej z tytułu:

- wydania koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych o 120,1%, udzielenia lub rozszerzenia naziemnych koncesji radiowych, udzielenia koncesji satelitarnych oraz zmian koncesji o 47,7 %,
- należności (rat) z tytułu wydanych wcześniej decyzji w sprawie udzielenia lub zmiany koncesji naziemnych i satelitarnych o 21,2%.

Wpływy planowane z tytułu rozszerzenia koncesji satelitarnych o prawo do rozpowszechniania programu telewizyjnego w sygnale MUX-1 wyniosły 4 315,2 tys. zł. Były o 60,3% niższe niż planowane (10 870 tys. zł). Nadawcy zgodnie z prawem złożyli wnioski o rozłożenie opłat na dziesięć rat na okres 10 lat.

Największe wpłaty koncesyjne dokonane zostały przez spółki: TVN – 12 092,0 tys. zł, Polskie Media – 5 349,5 tys. zł, Grupa Radiowa Agory – 1 963,2 tys. zł, Telewizja Puls – 1 670 tys. zł, Radio ESKA – 1 466,4 tys. zł, Lemon Records – 1 140,0 tys. zł, Stavka – 1 138,1 tys. zł, ATM – 1 101,2 tys. zł, ESKA TV – 936,0 tys. zł.

<sup>1</sup> Zmniejszenie wydatków budżetowych KRRiT na 2012 rok o 3 087 tys. zł (13,3%) spowodowało rezygnację ze zmiany siedziby. Zmniejszono środki na wynagrodzenia osobowe z pochodnymi, co skutkowało koniecznością rezygnacji z rozszerzenia działalności KRRiT w zakresie zadań związanych z implementacją dyrektywy oraz dostosowano pozostałe wydatki bieżące do aktualnych potrzeb.

Dochody z tytułu wpłaconych kar łącznie wyniosły 195,9 tys. zł<sup>2</sup>.

**2.19** Najwyższe wydatki budżetowe dotyczą wynagrodzeń z pochodnymi (58,1% wydatków ogółem w kwocie 11 418,5 tys. zł). Pozostałe ważniejsze płatności poniesione w 2012 roku przez KRRiT dotyczyły: wydatków majątkowych łącznie 1 469,9 tys. zł (7,5% wydatków).

Wśród wydatków majątkowych wyróżnia się w szczególności:

- zakupy inwestycyjne<sup>3</sup> – 1 378,6 tys. zł, tj. 7,0% (m.in. sprzęt informatyczny, system elektronicznej skrzynki podawczej, monitor do sali konferencyjnej, program kadrowo-płacowy, rozbudowa sieci telefonicznej i serwisu internetowego)
- czynsz za wynajmowaną siedzibę – 294,6 tys. zł, tj. 6,6%,
- zakup mebli biurowych, sprzętu technicznego, części zamiennych, materiałów biurowych i eksploatacyjnych – 979,1 tys. zł, tj. 5,0%,
- wynagrodzenia bezosobowe (umowy z osobami fizycznymi) – 534,0 tys. zł, tj. 2,7%,
- badania telemetryczne, radiometryczne, badania poziomu głośności reklam – 459,4 tys. zł, tj. 2,3%,
- wykonanie ekspertyz, analiz i opinii – 452,7 tys. zł, tj. 2,3%,
- zakup usług informatycznych – 211,2 tys. zł, tj. 1,1%,
- składki do organizacji międzynarodowych – 208,5 tys. zł, tj. 1,1%,
- szkolenia, kursy i dopłaty do studiów wyższych – 188,8 tys. zł, tj. 1,0%,
- ochrona dwóch obiektów – 182,8 tys. zł, tj. 0,9%,
- podróże służbowe – 179,9 tys. zł, tj. 0,9%,
- usługi gospodarcze – 154,7 tys. zł, tj. 0,8%,
- opłaty za usługi pocztowe – 147,4 tys. zł, tj. 0,7%,
- odpisy na Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych – 147,3 tys. zł, tj. 0,7%,
- zakup paliwa do samochodów służbowych – 146,1 tys. zł, tj. 0,7%,
- zakup usług biurowych (kancelaryjnych, archiwalnych) – 143,7 tys. zł, tj. 0,7%.

<sup>2</sup> Dochody z tytułu kar wniesione zostały przez spółki: Canal+ Cyfrowy – 140,0 tys. zł, TVN – 7,5 tys. zł, 4FunMedia – 2,9 tys. zł, DATEN – 44,5 tys. zł (kara umowna) i Centrum Ochrony Security – 1,0 tys. zł (kara umowna).

<sup>3</sup> Środki na zakupy inwestycyjne w wysokości 812,0 tys. zł zostały zwiększone decyzjami Przewodniczącego KRRiT łącznie o 605,1 tys. zł, po uzyskaniu wcześniejszej zgody Ministra Finansów. Niewykorzystane środki na zakupy inwestycyjne w kwocie 38,5 tys. zł zostały zwrócone do budżetu.

## **3 UDZIAŁ W PROCESIE TWORZENIA PRAWA**

### **USTAWA Z 10 PAŹDZIERNIKA 2012 ROKU O ZMIANIE USTAWY O RADIOFONII I TELEWIZJI**

**3.1** W wyroku z 19 lipca 2011 roku, Trybunał Konstytucyjny orzekł, że art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji, na podstawie którego KRRiT została upoważniona do określenia w drodze rozporządzenia wysokości opłaty za udzielenie koncesji oraz wskazania podmiotów zwolnionych od tych opłat, był niezgodny z art. 217 oraz art. 92 ust. 1 Konstytucji RP. Trybunał Konstytucyjny wskazał, iż określanie wysokości opłaty koncesyjnej oraz kategorii podmiotów zwolnionych od opłat może nastąpić jedynie w drodze ustawy. Do unormowania w drodze rozporządzenia mogą być przekazane tylko sprawy, które nie mają istotnego znaczenia dla konstrukcji tego rodzaju daniny. Trybunał Konstytucyjny stwierdził, iż przepis upoważniający KRRiT do wydania rozporządzenia nie spełnia standardów konstruowania upoważnień ustawowych, w tym nie zawiera szczegółowych wytycznych, które wyznaczałyby kierunek regulacji w sposób wykluczający ich dowolność oraz utrzymywałyby wykonawczy charakter tych przepisów.

W ustawie nowelizującej, w zasadniczej mierze utrzymane zostały uregulowania obowiązujące do dnia uchylecia rozporządzenia przez Trybunał Konstytucyjny. Wskazane zostały maksymalne wysokości opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów w sposób analogowy rozsiewczy naziemny oraz w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie, z możliwością określenia w rozporządzeniu KRRiT niższych opłat. Wskazane zostały opłaty stałe za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów w sposób rozsiewczy satelitarny oraz w sieciach telekomunikacyjnych, innych niż wykorzystywane do

rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego. Ustawa określiła termin i sposób uiszczania opłat za udzielenie koncesji oraz sposób waloryzacji ich wysokości w każdym roku. Stworzono możliwość uiszczania opłaty koncesyjnej jednorazowo w terminie 60 dni od dnia doręczenia koncesji lub w równych, rocznych ratach, płatnych w kolejnych latach obowiązywania koncesji. Sposób uiszczania opłaty strona ma obowiązek określić we wniosku o udzielenie koncesji.

Przedstawiciele Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji zostali zaproszeni przez senacką Komisję Ustawodawczą do udziału w pracach legislacyjnych w charakterze ekspertów. Prace parlamentarne zakończyły się z opóźnieniem, co w konsekwencji spowodowało utrudnienia w działaniach koncesyjnych KRRiT w 2012 roku. Brak przepisów ustawowych w zakresie opłat zagrażał m.in. terminowości ogłoszenia konkursu dotyczącego multipleksu pierwszego. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w okresie od 4 sierpnia do 20 grudnia 2012 roku, musiała zawiesić rozpatrywanie wniosków koncesyjnych w sprawie udzielenia i rozszerzenia koncesji.

### **USTAWA Z 12 PAŹDZIERNIKA 2012 ROKU O ZMIANIE USTAWY O RADIOFONII I TELEWIZJI**

**3.2** W celu zakończenia procesu implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, niezbędne było wprowadzenie do polskiego prawa przepisów regulujących audiowizualne usługi na żądanie. KRRiT współpracowała z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministrem Administracji i Cyfryzacji oraz brała aktywny udział w tych pracach. Zapewnienie prawidłowej transpozycji dyrektywy, utrzymanie



spójności ustawy o radiofonii i telewizji, a także zapewnienie warunków skutecznej kontroli przestrzegania jej postanowień to podstawowe uwagi zgłaszane przez KRRiT w toku prac legislacyjnych. Większość przepisów dyrektywy audiowizualnej, dotyczących tradycyjnego nadawania linearnego, została zaimplementowana do krajowego porządku prawnego w roku poprzednim, na podstawie ustawy z 25 marca 2011 roku.

Na podstawie ustawy z 12 października 2012 roku, dokonana została pełna implementacja obligatoryjnych przepisów dyrektywy, bez wykraczania poza minimalny zakres wymagany do zapewnienia jej efektywnego wdrożenia i bez obciążania przedsiębiorców nadmiernie uciążliwymi obowiązkami. W ustawie znalazła odzwierciedlenie zasada, iż najwłaściwszą drogą implementacji jest włączenie regulacji audiowizualnych usług medialnych na żądanie do ogólnej regulacji działalności, polegającej na dostarczaniu audycji radiowych i telewizyjnych.

Z tego względu ustawa określiła zasady i warunki, dotyczące wykonywania działalności gospodarczej w dziedzinie audiowizualnych usług medialnych na żądanie, a w szczególności ustanowiła reguły stosowania w odniesieniu do tych usług niektórych przepisów obejmujących dotychczas jedynie nadawanie programów telewizyjnych. W ten sposób został ustanowiony wspólny zakres regulacji dla wszystkich usług audiowizualnych – linearnych i nielinearnych.

Przepisy ustawy umożliwiają swobodne podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej w zakresie dostarczania audiowizualnych usług medialnych na żądanie, bez konieczności podejmowania dodatkowych formalności. Audycje muszą jednak spełniać wymogi ustawy, dotyczące m. in. zapewnienia dostępu do informacji umożliwiających identyfikację usługi i podmiotu dostarczającego usługę, zakazu propagowania nienawiści, zakazów i wymogów dotyczących przekazów handlowych, ochrony małoletnich przed treściami szkodliwymi, czy też promowania audycji europejskich. W razie naruszenia ustawy przez podmiot dostarcza-

jący usługę, Przewodniczący KRRiT może nałożyć karę pieniężną.

W ustawie został uwzględniony postulat dyrektywy, dotyczący wspierania przez państwo i stosowania przez dostawców usług medialnych kodeksu dobrych praktyk. Wykonanie tego zadania zostało powierzone Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji.

### ROZPORZĄDZENIA KRRiT – OBOWIĄZUJĄCE I PROJEKTOWANE

**3.3** W roku sprawozdawczym KRRiT prowadziła prace legislacyjne, dotyczące łącznie 13 aktów wykonawczych. Publikacją w Dziennikach Ustaw zakończyły się prace nad 11 niżej wymienionymi rozporządzeniami KRRiT:

- *Rozporządzenie z 21 lutego 2012 roku 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 (Dz. U. poz. 242)*

Rozporządzenie określa czas rozpowszechniania – w ciągu miesiąca – audycji radiowych i telewizyjnych, przedstawiających stanowiska partii politycznych, związków zawodowych oraz związków pracodawców w bieżących sprawach publicznych oraz godziny, w których audycje będą rozpowszechniane.

- *Rozporządzenie z 6 marca 2012 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży (Dz. U. poz. 295)*

Rozporządzenie określa sposób oznaczania w programach radiowych i telewizyjnych przekazu handlowego dotyczącego loterii audiotekstowych oraz przekazu handlowego dotyczącego publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej obejmującej tę usługę

z dodatkowym świadczeniem. Przepisy określają też sposób oznaczania ogłoszeń nadawców telewizyjnych.

- *Rozporządzenie z 20 marca 2012 roku 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 (Dz. U. poz. 429)*

Rozporządzenie dostosowuje zakres oraz sposób sporządzania sprawozdań, składanych przez zarządy spółek radiofonii i telewizji publicznej do nowego systemu planowania przedsięwzięć w zakresie realizacji misji publicznej, obowiązującego nadawców publicznych zgodnie z rozporządzeniem KRRiT z dnia 27 kwietnia 2011 r. 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 i Nr 222, poz. 1331).

- *Rozporządzenie z 7 maja 2012 roku w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie (Dz. U. poz. 543)*

Rozporządzenie określa wysokość opłat abonamentowych w 2013 roku oraz zniżki za uiszczenie 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 9 listopada 2012 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizację pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego (Dz. U. poz.1283)*

Rozporządzenie określa czternastodniowy termin dostarczania jednostkom publicznej radiofonii i telewizji przez organizacje pożytku publicznego nagrań audycji, prezentujących kampanie społeczne oraz konsekwencje niedostarczenia nagrań audycji we wskazanym terminie. Rozporządzenie daje możliwość złożenia przez organizację pożytku publicznego, informacji dotyczących planowanych audycji prezentujących kampanie społeczne.

- *Rozporządzenie z 15 listopada 2012 roku w sprawie metod technicznych ustalania zasięgu programu na obszarze objętym rozpowszechnianiem programu w sposób rozsiewczy naziemny (Dz. U. poz.1284)*

Rozporządzenie określa sposób liczenia zasięgu ludnościowego, stanowiącego podstawę do naliczenia opłaty koncesyjnej. Przepisy zachowują dotychczas stosowany sposób obliczania zasięgu programów rozpowszechnianych w sposób analogowy rozsiewczy naziemny, natomiast wskazują nową metodę w przypadku obliczania zasięgu dla rozpowszechniania programów w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny.

- *Rozporządzenie z 4 grudnia 2012 roku w sprawie wysokości opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych oraz sposobu ich wyliczania (Dz. U. poz.1370)*

Rozporządzenie określa wysokość opłat za udzielenie lub zmianę koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych oraz wskazuje metody naliczania tych opłat w przypadku, gdy nie są to opłaty stałe.

- *Rozporządzenie z 6 grudnia 2012 roku w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programie radiowym utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim (Dz. U. poz.1411)*

Rozporządzenie określa niższy udział w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programie radiowym utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim dla nadawców:

- w pierwszym roku rozpowszechniania przez nich programu;
  - programów wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich lub utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim;
  - programów, na których nadawanie przyznano koncesję określającą, że programy te są przeznaczone dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym;
  - programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych.
- *Rozporządzenie z 14 grudnia 2012 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych (Dz. U. poz. 1443)*

Rozporządzenie ma na celu dostosowanie formularzy oraz załączanych do nich dokumentów do zmian wprowadzonych w ustawach: o radiofonii i telewizji, o swobodzie działalności gospodarczej, o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz o Kodeksie postępowania administracyjnego.

- *Rozporządzenie z 18 grudnia 2012 roku zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży (Dz. U. z 2013 r. poz. 48)*

Rozporządzenie określa poziom głośności reklam i telesprzedaży emitowanych w trakcie audycji lub bezpośrednio po niej oraz sposób dokonywania pomiaru głośności, przeprowadzonego z zachowaniem procedury pomiarowej i warunków technicznych opracowanych przez KRRiT na podstawie zaleceń Europejskiej Unii Nadawców oraz Międzynarodowego Związku Telekomunikacyjnego.

- *Rozporządzenie z 5 lutego 2013 roku w sprawie szczególnych zasad ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie (Dz. U. poz. 209)*

Rozporządzenie określa cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów oraz wzory odpowiednich symboli graficznych, uwzględniając stopień szkodliwości audycji i innych przekazów dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych oraz specyfikę audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

**3.4** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadzi aktualnie prace nad 5 projektami niżej wymienionych rozporządzeń:

- *rozporządzenie zmieniające rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów oraz wzoru oświadczenia potwierdzających uprawnienia do zwolnień od opłat abonamentowych*

Projekt rozporządzenia określi dokumenty potwierdzające uprawnienia do zwolnienia od opłat abonamentowych weteranów poszkodowanych, pobierających rentę inwalidzką z tytułu urazów lub chorób powstałych w związku z udziałem w działaniach poza granicami państwa.

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

Projekt rozporządzenia uwzględniając potrzeby odbiorców określi sposób zapewniania przez nadawców łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację programu i jego nadawcy. Upoważnienie do wydania tego rozporządzenia ma charakter fakultatywny.

- *rozporządzenie 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*

W projekcie rozporządzenia określone zostaną rodzaje artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana. Ponadto określony zostanie sposób umieszczania w programach przekazów handlowych zawierających wskazane powyżej artykuły spożywcze i napoje tak, aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci. Upoważnienie do wydania tego rozporządzenia ma charakter fakultatywny.

**Porównaj informacje na ten temat, które znajdują się poniżej w punkcie 3.5.**

- *rozporządzenie 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*

Projekt rozporządzenia określi niższy niż wskazany w art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, udział w programach telewizyjnych audycji z udogodnieniami odbioru dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu słuchu. Upoważnienie do wydania tego rozporządzenia ma charakter fakultatywny.

**Porównaj informacje na ten temat, które znajdują się poniżej w punkcie 3.6.**

- *rozporządzenie w sprawie określenia listy innych niż wymienione w ustawie ważnych wydarzeń, uwzględniając stopień społecznego zainteresowania określonym wydarzeniem i znaczenie tego wydarzenia dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego*

KRRiT pod wpływem zdarzeń związanych z brakiem transmisji w ogólnodostępnej i bezpłatnej telewizji, niektórych meczów reprezentacji Polski w piłce nożnej, rozpoczęła prace nad projektem rozporządzenia w czwartym kwartale 2012 roku. Fakultatywna delegacja do wydania rozporządzenia przez KRRiT znajduje się w art. 20b ust.3 ustawy, który stanowi, iż nadawca programu telewizyjnego może nadać bezpośrednią transmisję z wydarzenia o zasadniczym znaczeniu społecznym, m.in. koniecznie w programie ogólnopolskim, dostępnym w całości bez opłaty. Za ważne wydarzenia uznano w ustawie m.in. letnie i zimowe Igrzyska Olimpijskie, półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce nożnej, inne mecze z udziałem reprezentacji Polski w piłce nożnej w ramach oficjalnych rozgrywek oraz mecze z udziałem polskich klubów w ramach Ligi Mistrzów i Pucharu UEFA (obecnie Liga Europy UEFA). KRRiT przeprowadziła wstępne konsultacje z nadawcami telewizyjnymi posiadającymi koncesje na multipleksach cyfrowych (nadawcy ogólnopolscy), z Ministrami Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Sportu i Turystyki, Administracji i Cyfryzacji, Polskim Komite-tem Olimpijskim, Krajową Izbą Sportu jak również ze związkami sportowymi. W ramach konsultacji wpłynęły też propozycje zgłoszone przez osoby indywidualne. Prace będą kontynuowane w 2013 roku.

**Porównaj informacje na ten temat które zostały przedstawione w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.**

**3.5.** Zawarte w art. 9 ust. 2 dyrektywy wezwanie skierowane do państw członkowskich i Komisji w celu zachęcania dostawców audiowizualnych usług medial-

nych do opracowania sposobów postępowania wobec niestosownych przekazów handlowych towarzyszących audycjom dla dzieci lub będących elementem takich audycji, promującym niezdrową żywność, nie ma charakteru obligatoryjnego, pozostawiając swobodę co do jego stosowania.

Z tego względu w ustawie o radiofonii i telewizji regulacja tej kwestii nie ma charakteru obligatoryjnego i zgodnie z brzmieniem przepisu zawartego w art. 16b ust.3a audycjom dla dzieci nie powinny towarzyszyć przekazy handlowe dotyczące niezdrowej żywności.

Ustawodawca uznał, że sposoby postępowania dotyczące przekazów handlowych, promujących niezdrową żywność, powinny być w pierwszej kolejności przedmiotem samoregulacji lub współregulacji. Jeżeli mechanizmy takie nie powstaną, a społeczna szkodliwość przekazów będzie znaczna, wówczas powinno nastąpić uregulowanie w drodze rozporządzenia KRRiT wydanego w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw zdrowia.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji została wyposażona w fakultatywną delegację do wydania rozporządzenia zawartą w art. 16b ust.3b.

W 2012 roku rozpoczął prace zespół roboczy złożony z przedstawicieli KRRiT i Ministerstwa Zdrowia. Zespół dąży do przedstawienia stanowiska w zakresie kwestii wskazanych w ustawowym upoważnieniu, w tym także odnośnie wykazu artykułów spożywczych i napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana (szczególnie tłuszcze, kwasy trans, sód, sól oraz węglowodany). Do celów porównawczych zebrane zostały informacje, jakie regulacje obowiązują w innych krajach. Wystosowano także wniosek do Ministra Zdrowia o włączenie przedstawiciela KRRiT w skład Rady ds. Diety, Aktywności Fizycznej i Zdrowia oraz dokonanie stosownej zmiany w zarządzeniu Ministra Zdrowia z 12 listopada 2007 roku.

*Porównaj informacje na temat wyników analizy KRRiT dotyczących reklamy tzw. niezdrowej żywności, które zostały przedstawione w rozdziale 5 oraz w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

**3.6.** Znowelizowana ustawa o radiofonii i telewizji, która weszła w życie 1 lipca 2011 roku, w art. 18a zawiera zobowiązanie dla nadawców do przeznaczania 10 % kwartalnego czasu emisji (z wyłączeniem reklam i teleprzedaży) dla odbiorców z dysfunkcją wzroku i słuchu.

W 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadziła kontrole nadawców w celu sprawdzenia stopnia realizacji tego postanowienia ustawy. Kontrola objęła programy wszystkich nadawców telewizyjnych (naziemnych i satelitarnych, komercyjnych nadających programy na podstawie polskiej koncesji, a także programy nadawcy publicznego).

W poszczególnych kwartałach 2012 roku skontrolowano następującą ilość programów telewizyjnych:

- I kwartał - 92;
- II kwartał - 93;
- III kwartał - 94;
- IV kwartał - 96.

Wyniki kontroli wykazały systematyczny wzrost liczby audycji wypełniających 10 % udziału audycji z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych w kwartalnym czasie nadawania programu. Najczęściej stosowanymi formami udogodnień dla osób niepełnosprawnych były napisy do filmów, a także napisy dla osób niesłyszących oraz tłumaczenie na język migowy. Najmniejszy udział w stosowanych udogodnieniach stanowiła audiodeskrypcja. Jest to najkosztowniejsza forma udostępniania treści osobom z dysfunkcją wzroku. Wyniki kontroli wskazały na konieczność ujednoczenia interpretacji przepisów zawartych art. 18a ustawy

w taki sposób, aby z jednej strony zapewnić osobom niepełnoprawnym dostęp do pełnowartościowej usługi, a z drugiej strony nie narażać nadawców na nieuzasadnione koszty. Trzeba pamiętać, że dostarczanie audiodeskrypcji, napisów czy tłumaczenia na język migowy, wymaga niekiedy znacznych nakładów finansowych i organizacyjnych ze strony nadawców.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nawiązała stałą współpracę ze środowiskiem osób niepełnosprawnych, których przedstawiciele uczestniczyli w dyskusjach podczas konferencji, poświęconych problemom wykluczenia cyfrowego, m.in. podczas konferencji 28 marca 2012 roku *Rola telewizji w przełamywaniu barier*, która odbyła się z udziałem Prezydenta RP w ramach cyklu Forum Debaty Publicznej oraz 24 maja 2012 roku, której inicjatorem była Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji, zrzeszająca większość nadawców telewizyjnych.

Przedstawiciele nadawców, powołując się na regulacje w Wielkiej Brytanii, zaprezentowali pogląd, że udostępnianie telewizji osobom z dysfunkcją wzroku i słuchu powinno podlegać mechanizmom samoregulacji.

W opinii Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji tak ważna społecznie kwestia musi być jednak poddana kontroli organu regulacyjnego i właściwszym rozwiązaniem byłaby współregulacja z udziałem KRRiT. Dalsze prace, w tym wypracowanie założeń do rozporządzenia, zostały przeniesione na forum wspólnego zespołu roboczego, w którym biorą udział zarówno nadawcy jak i przedstawiciele środowisk osób niepełnosprawnych. Zespół roboczy rozpoczął pracę we wrześniu 2012 roku. Priorytetem w pracach zespołu stało się przygotowanie projektu rozporządzenia oraz uzgodnienie zasad realizacji obecnych postanowień ustawowych, szczególnie w odniesieniu do kwestii obowiązkowych dla nadawców kwot poszczególnych rodzajów usług dostępowych (audiodeskrypcji, napisów i tłumaczenia na język migowy). Projekty rozwiązań zostały przygotowane w wersji legislacyjnej z początkiem 2013 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zaplanowała dokończenie prac w I półroczu 2013 roku.

*Porównaj informacje dotyczące kwestii udostępniania telewizji osobom z dysfunkcją wzroku i słuchu, które znajdują się w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

## 4 ROZPOWSZECHNIANIE I ROZPROWADZANIE PROGRAMÓW

### OGŁOSZENIA DOTYCZĄCE UZUPEŁNIENIA OFERTY NA MULTIPLESIE PIERWSZYM

**4.1** Od początku swej kadencji w sierpniu 2010 roku, KRRiT prowadzi intensywne prace w zakresie wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T, dzięki której widz uzyskuje znacznie bogatszą ofertę programową i nieporównywalnie lepszą jakość obrazu i dźwięku, z możliwością udostępnienia audiodeskrypcji lub języka migowego dla osób niepełnosprawnych. Proces cyfryzacji umożliwia m.in. zmianę ścieżki dźwiękowej programu (zmianę języka) i uruchomienie napisów, a także dostęp do usługi wideo na żądanie (VOD).

**4.2** Obecnie na polskim rynku funkcjonują trzy multipleksy naziemne. Przewodniczący KRRiT 27 grudnia 2012 roku podał do publicznej wiadomości cztery ogłoszenia o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny z wykorzystaniem częstotliwości ustalonych dla zagospodarowania multipleksu pierwszego.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, przygotowując się do uzupełnienia oferty programowej multipleksu pierwszego, przeprowadziła w 2012 roku konsultacje społeczne (ogłoszone 30 marca i zakończone 2 lipca 2012 roku). Konsultacje miały charakter otwarty i były skierowane zarówno do odbiorców, jak i uczestników rynku mediów elektronicznych oraz wszystkich zainteresowanych rozpoczęciem takiej działalności. Przeważająca większość stanowisk wskazała na potrzebę umieszczenia w ofercie multipleksu pierwszego programu Telewizji Trwam. Ponadto wskazywano na potrzebę powiększenia oferty o kanały tematyczne: filmowy, dziecięcy, popularno-naukowy, sportowy, z bajkami dla dzieci, o tematyce religijnej, promujący

chrześcijański wymiar życia i rozrywki. W zakresie dotyczącym wyboru standardu SD czy HD większość indywidualnych uczestników konsultacji opowiedziało się za powiększeniem oferty programowej na multipleksie pierwszym w formacie SD.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, uwzględniając wyniki konsultacji społecznych oraz analizę programów telewizyjnych dostępnych na multipleksach naziemnych, zdecydowała o ukształtowaniu oferty w sposób opisany w ogłoszeniach opublikowanych 27 grudnia 2012 roku przez Przewodniczącego KRRiT.

Ogłoszenia przewidują uzupełnienie oferty programowej multipleksu pierwszego o możliwość uzyskania koncesji (poprzez udzielenie nowej bądź rozszerzenie już posiadanej) na rozpowszechnianie drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy programów telewizyjnych o charakterze wyspecjalizowanym:

- edukacyjno-poznawczym - prezentującym filmy, reportaże oraz inne audycje z takich dziedzin jak nowe technologie i wynalazki, gospodarka, kultura i historia cywilizacji świata oraz o tematyce podróżniczej, etnograficznej, geograficznej, przyrodniczej i ekologicznej;
- dla dzieci w wieku 4–12 lat oraz ich rodziców i wychowawców - program poprzez różne rodzaje audycji (m.in. bajki, przedstawienia teatralne, audycje edukacyjne, filmy fabularne, animowane, dokumentalne) będzie ułatwiał poznawanie świata, wspomagał wszechstronny rozwój tej grupy odbiorców, a także wskazywał wzorce i wspierał opiekunów w rozwiązywaniu problemów wychowawczych, będzie zawierał audycje poradnikowe i edukacyjne (m.in. poświęcone nauce języków obcych);

- filmowym – specjalizacja będzie realizowana poprzez udział w programie głównie polskich lub różnorodnych filmów kina światowego: fabularnych, dokumentalnych, animowanych. Program będzie zawierał także inne audycje poświęcone współczesnej kinematografii oraz historii kina polskiego i światowego (sylwetki twórców, relacje z festiwalami), a także audycje z zakresu edukacji filmowej i medialnej;
- społeczno-religijnym - program będzie zawierał transmisje i relacje z nabożeństw i uroczystości religijnych, wydarzeń z życia Kościoła i społeczeństwa, edukował w zakresie historii i współczesności chrześcijaństwa w duchu nauczania Stolicy Apostolskiej i jedności z Episkopatem Polski. Audycje poświęcone tematyce religijnej będą propagowały tolerancję i treści ekumeniczne oraz działania w duchu dialogu międzyreligijnego. Audycje realizujące specjalizację będą wskazywać wartości, wspierać rozwój człowieka i rodziny w wolnym, demokratycznym społeczeństwie.

Programy te będą rozpowszechniane w sygnale ogólnopolskiego multipleksu pierwszego, w standardzie DVB-T w systemie standardowej rozdzielczości, w formie niekodowanej.

Multipleks pierwszy tworzą obecnie następujące programy: ESKA TV, TTV, POLO TV i ATM Rozrywka TV, które są rozpowszechniane na podstawie decyzji Przewodniczącego KRRiT nr DK-137/2011 z 29 lipca 2011 roku. Kanały, które zostaną wyłonione w drodze obecnie prowadzonego konkursu, pojawią się w ofercie MUX-1 nie później niż 28 kwietnia 2014 roku po zwolnieniu miejsca przez Telewizję Polską, której programy zostaną wówczas umieszczone w multipleksie trzecim.

*Porównaj informacje na temat oferty programowej multipleksu pierwszego, które znajdują się w rozdziale 5 oraz harmonogram wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej przedstawiony w rozdziale 2.*

*Porównaj informacje na temat wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej, które znajdują się w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

## **POSTĘPOWANIA W SPRAWIE UDZIELENIA I ROZSZERZENIA KONCESJI**

**4.3** Na podstawie wyroku z 19 lipca 2011 roku Trybunału Konstytucyjnego, od 3 sierpnia 2012 roku utracił moc obowiązującą art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji oraz rozporządzenie z 4 lutego 2000 roku Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych, stanowiące dotychczas podstawę do ustalenia wysokości opłaty za udzielenie i zmianę koncesji.

Parlamentarne prace legislacyjne uległy znacznemu opóźnieniu, a dotychczas obowiązujące przepisy utraciły moc. W tej sytuacji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w okresie od 4 sierpnia do 20 grudnia 2012 roku musiała zawiesić rozpatrywanie wniosków koncecyjnych w sprawie udzielenia i rozszerzenia koncesji.

*Porównaj informacje, które znajdują się w rozdziałach 2 i 3.*

## **UDZIELANIE KONCESJI NA KOLEJNY OKRES**

**4.4** 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. Podczas rozpatrywania wniosku o udzielenie koncesji na kolejny okres, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ocenia wyłącznie dotychczasową działalność nadawcy sprawdzając, 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, narusza-



nie przepisów ustawy lub warunków koncesji, upadłość przedsiębiorstwa, bezpośrednie lub pośrednie przejęcie kontroli nad działalnością nadawcy. Postępowanie dotyczące tzw. 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 2012 roku, po przeprowadzeniu postępowań koncesyjnych, Przewodniczący KRRiT wydał 49 decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres.

*W załączniku nr 1 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres.*

## PRZENIESIENIE UPRAWNIENI Z KONCESJI

**4.5** Za zgodą KRRiT jest dopuszczalna prawnie możliwość przeniesienia uprawnień wynikających z koncesji w przypadku przekształcenia spółek handlowych lub założenia spółki przez osobę fizyczną. Przewodniczący KRRiT wydał 10 decyzji w związku z przeniesieniem uprawnień z koncesji na inną spółkę oraz 18 decyzji w sprawie wyrażenia zgody na przeniesienie uprawnień, co nastąpi po dokonaniu zmiany w Krajowym Rejestrze Sądowym. Powyższe przekształcenia i zgody na dokonanie przejścia uprawnień odbyły się zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji (art. 38a) i miały na celu uporządkowanie struktury organizacyjnej w ramach tej samej grupy kapitałowej lub dotyczyły zmian formy prawnej prowadzonej działalności.

*W załącznikach nr 2 i 3 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.*

## POSTĘPOWANIE W SPRAWIE ROZSZERZENIA KONCESJI

**4.6** W 2012 roku KRRiT wydała 2 koncesje na programy radiowe o charakterze lokalnym oraz rozszerzyła koncesję (zwiększyła zasięg) stacji już istniejącej. KRRiT uzupełniła zasięg stacji radiowych nadających programy o charakterze wyspecjalizowanym:

- Radio PiN (program wyspecjalizowany, informacyjno-biznesowo-muzyczny) – rozszerzenie o 3 stacje nadawcze (Bydgoszcz, Kraków - Krzemionki, Gdańsk - Jaśkowa Kopa);
- OPERA FM (program wyspecjalizowany muzyczno-literacki) – rozszerzenie o 5 stacji nadawczych (Gdynia, Opole, Kielce, Zielona Góra, Olsztyn);
- INFORADIO (program wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny) – rozszerzenie o 7 stacji nadawczych (Toruń, Lublin, Gorzów Wielkopolski, Płock, Radom, Kielce, Elbląg).

W zakresie programów wyspecjalizowanych w 2012 roku zostały udzielone 2 koncesje na program adresowany do dzieci, głównie w wieku od 2 do 7 lat, a także ich rodziców (Radio Bajka).

*W załączniku nr 4 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 2012 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2012 roku.*

## **ROZPOWSZECHNIANIE PROGRAMU TELEWIZYJNEGO W SPOSÓB ROZSIEWCZY SATELITARNY**

**4.7** Przewodniczący KRRiT wydał 2 koncesje na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny. Koncesje otrzymały spółki: Canal+ Cyfrowy (program Canal+3D) oraz VIMN Poland (program Nickelodeon).

*W załączniku nr 5 znajduje się wykaz koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny.*

## **ROZPOWSZECHNIANIE PROGRAMÓW W SIECIACH TELEKOMUNIKACYJNYCH**

**4.8** Przewodniczący KRRiT wydał 12 koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych. Uniwersalny charakter programu występuje w 6 koncesjach, wyspecjalizowany – informacyjno-publicystyczny – w 4, publicystyczny w 1 oraz telesprzedaż w 1. Średni czas nadawania programu w sieciach telekomunikacyjnych to jedna godzina na dobę. Najdłuższy czas to doba, a najkrótszy to godzina na tydzień.

*W załączniku nr 6 znajduje się wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych wraz z wykazem decyzji koncesyjnych.*

## **POPRAWA WARUNKÓW TECHNICZNYCH NADAWANIA PROGRAMÓW**

**4.9** Racjonalne gospodarowanie istniejącymi zasobami częstotliwości wymaga stałego optymalizowania warunków technicznych stacji nadawczych. Zmiana warunków technicznych dokonywana jest na wniosek nadawcy i wymaga zmiany koncesji, a następnie zmiany decyzji rezerwacyjnej, wydanej przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Przewodniczący

KRRiT oraz Prezes UKE – działając w porozumieniu – dokonują zmian technicznych w koncesjach w celu poprawy jakości sygnału lub zwiększenia obszaru nadawania programu.

Zmiany techniczne w koncesjach są dokonywane pod warunkiem, że nie mają negatywnego wpływu na funkcjonowanie istniejących stacji nadawczych.

W 2012 roku Przewodniczący KRRiT wydał 13 decyzji w sprawie zmian technicznych warunków rozpowszechniania programów radiowych. Łącznie zmiany pozwoliły na dotarcie nowych programów radiowych do ponad 94.600 słuchaczy.

*W załączniku nr 7 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian technicznych w radiowych koncesjach naziemnych.*

**4.10** Przewodniczący KRRiT wydał jedną decyzję dotyczącą zmiany technicznej w koncesji nadawcy telewizyjnego w odniesieniu do kanału analogowego. Zmiana kanału podyktowana była możliwością wystąpienia zakłóceń w analogowej emisji programu, powstałą w wyniku uruchomienia nadawania cyfrowego w ramach multipleksu pierwszego.

## **ZMIANY PROGRAMOWE W KONCESJACH**

**4.11** W toku wykonywania udzielonej koncesji, nadawcy kierują do KRRiT wnioski o dokonanie zmian w zakresie warunków programowych. Najczęściej są to wnioski dotyczące zmiany nazwy rozpowszechnianego programu. 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 koncepcji pierwotnie przedstawionej przez nadawcę. Ograniczenia te nie dotyczą koncesji satelitarnych i kablowych.

W 2012 roku dokonano zmian programowych na wniosek 26 koncesjonariuszy, w tym 11 zmian w programach radiowych i 15 w programach telewizyjnych.

*W załączniku nr 8 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe).*

**4.12** 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 bada materiały dowodowe przy zachowaniu należytej staranności, a w podejmowaniu decyzji o udzieleniu ulgi kładzie główny nacisk na interes społeczny, tj. interes odbiorcy programu.

W roku sprawozdawczym KRRiT rozpatrzyła pozytywnie 22 wnioski dotyczące rozłożenia na raty należności za koncesję lub jej zmianę.

Po nowelizacji dokonanej 20 listopada 2012 roku w art. 40 ust. 10 ustawa o radiofonii i telewizji dopuszcza możliwość ratalnego sposobu uiszczenia opłat za udzielenie koncesji (wnioskodawca ma możliwość określenia sposobu wniesienia opłaty już na etapie składania wniosku o udzielenie bądź zmianę koncesji).

Na podstawie wydanych w 2012 roku decyzji o udzieleniu koncesji lub jej zmianie, nadawcy wpłacili 107.309 zł z tytułu opłat prolongacyjnych od rat przypadających na 2012 rok.

*W załączniku nr 9 znajduje się wykaz podmiotów, którym udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji.*

## **REJESTR PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH ROZPOWSZECHNIANYCH I ROZPROWADZANYCH WYŁĄCZNIE W SYSTEMIE TELEINFORMATYCZNYM**

**4.13** W okresie sprawozdawczym do Przewodniczącego KRRiT wpłynęło 370 zgłoszeń o wpis do rejestru programów telewizyjnych, rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych, w tym 362 zgłoszenia dotyczące rozprowadzania programów oraz 8 zgłoszeń dotyczących programów telewizyjnych, rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym. Na ich podstawie Przewodniczący KRRiT wydał 362 postanowienia o wpisie do rejestru.

Na polskim rynku dostępna jest oferta około 500 programów rozpowszechnianych drogą satelitarną lub w sieciach telekomunikacyjnych, z czego ponad 180 programów emitowanych jest w języku polskim.

## **MUST-CARRY/MUST-OFFER**

**4.14** Najpoważniejszym problemem związanym ze stosowaniem zasady must-carry/must-offer jest kwestia odmowy nieodpłatnego udostępniania tego programu na wniosek operatora rozprowadzającego program w trybie art. 43a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, operatorom świadczącym usługę rozprowadzania programów przez Internet.

Do czasu uchwalenia ustawy z 30 czerwca 2011 roku o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej i dokonania na tej podstawie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, obowiązek rozprowadzania programów (must carry) dotyczył jedynie operatora sieci kablowej.

Po wejściu w życie nowelizacji, obowiązek rozprowadzania programów wymienionych w art. 43. ust. 1 dotyczy każdego operatora rozprowadzającego program,

z wyjątkiem podmiotu rozprowadzającego program w sposób cyfrowy drogą rozświecącą naziemną w multipleksie.

Zgodnie z art. 43 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji nadawca, który rozpowszechnia program nie może odmówić operatorowi rozprowadzającemu program w sieci telekomunikacyjnej zgody na rozprowadzanie tego programu, ani też nie może uzależnić udzielenia takiej zgody od uiszczenia jakiegokolwiek wynagrodzenia, w tym w szczególności z tytułu udzielenia licencji za korzystanie z nadania. Według przepisu zawartego w art. 43a ust. 1 ustawy nadawca, który rozpowszechnia program jest zobowiązany do nieodpłatnego udostępniania tego programu na wniosek operatora rozprowadzającego program w terminie 14 dni od dnia złożenia wniosku.

Istnieją kontrowersje dotyczące udostępniania programów w celu retransmisji w sieci Internet. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła opinię, że obowiązek must-offer obejmuje także obowiązek udostępniania programu w celu reemisji w sieci Internet. Zdaniem KRRiT ten rodzaj rozprowadzania jest w rozumieniu ustawy rozprowadzaniem programu w sieci telekomunikacyjnej. KRRiT wskazała, że sieć telekomunikacyjna jest elementem sieci Internet, a przepisy art. 43 i 43a. ustawy o radiofonii i telewizji dotyczą również rozprowadzania programów w ramach sieci Internet (w systemie teleinformatycznym).

Nadawcy objęci obowiązkiem must-offer nie podzielają stanowiska KRRiT i wskazują, że taka usługa podlega ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną, zaś interpretacja KRRiT stoi w sprzeczności z innymi przepisami ustawy o radiofonii i telewizji.

Inna kwestia związana z must carry – obecnie operator prowadzący działalność w takiej technologii, ma obowiązek rozprowadzania regionalnego programu telewizyjnego właściwego dla danego obszaru. Niektórzy nadawcy objęci obowiązkiem must-carry/must-offer wskazywali, że programy objęte obowiązkiem art. 43 ust. 1 ustawy powinny być umieszczane przez operatorów w elektronicznym przewodniku po programach (EPG) na początkowych pozycjach. Według KRRiT, ustawodawca dokonując nowelizacji zrezygnował w art. 43 z określenia kolejności wprowadzania programów na rzecz określenia obowiązku wprowadzenia określonych programów do oferty.

W związku z naruszeniem art. 43 ust. 1 ustawy KRRiT odnotowała pojedyncze skargi. Klienci skarżyli się, na brak niektórych programów objętych transmisją obowiązkową w pakietach podstawowych. Skargi dotyczyły nie tylko operatorów kablowych, ale także najtańszej oferty jednej z platform satelitarnych. W jednym przypadku zgłoszono rozprowadzanie przez operatora kablowego regionalnego programu telewizyjnego, niewłaściwego dla danego obszaru, co było spowodowane awarią nadajnika DVB-T, stanowiącego źródło sygnału dla stacji czołowej.

Kwestia must-carry dla operatorów rozprowadzających programy w sieci Internet wymaga doprecyzowania w ustawie o radiofonii i telewizji.

***Porównaj informacje na ten temat, które zostały przedstawione w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.***

## 5 KONTROLA NADAWCÓW

**5.1** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontroluje wyemitowany program i jego zawartość (audycje i inne przekazy) pod kątem zgodności z prawem i postanowieniami koncesji. Kontrola ta odbywa się z poszanowaniem zasady samodzielności nadawców w kształtowaniu programów i ich odpowiedzialności. Oprócz analizy sprawozdań z rocznej działalności nadawców, stałym narzędziem kontroli programowej jest monitoring. W okresie sprawozdawczym KRRiT prowadziła różne rodzaje monitoringu, w tym monitoringu planowane, tematyczne i interwencyjne. Efektem monitorowania programów są analizy problemowe przedstawione poniżej.

*Analizy problemowe Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne na stronie internetowej [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) w zakładce Dla dziennikarzy i analityków.*

### ANALIZY PROBLEMOWE

#### Ocena zawartości ogólnodostępnych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej

**5.2** Wyniki analizy, której celem była ocena zawartości trzech ogólnodostępnych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej pod względem zaspokajania potrzeb społecznych, zostały wykorzystane w pracach Krajowej

#### Wykres nr 1

#### Struktura gatunkowa oferty naziemnych multipleksów cyfrowych



Rady Radiofonii i Telewizji w związku z konkursem na uzupełnienie oferty programowej multipleksu pierwszego, rozpoczętego 27 grudnia 2012 roku publikacją ogłoszeń Przewodniczącego KRRiT.

W obecnym kształcie, całkowicie bezpłatna, cyfrowa platforma naziemna obejmuje trzy multipleksy. Zasadnicze kryteria oceny zawartości programowej multipleksów odzwierciedlały zadania wymienione w art. 1 ustawy o radiofonii i telewizji: dostarczanie informacji, udostępnianie dóbr kultury i sztuki, ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki, upowszechnianie edukacji obywatelskiej, dostarczanie rozrywki.

W ofercie naziemnej telewizji cyfrowej przeważają rozrywka, filmy, seriale oraz informacja. Ocena poszczególnych typów programów wskazuje na potrzebę dopełnienia poprzez szersze uwzględnienie treści religijnych, edukacyjnych i poznawczych.

*Porównaj informacje, które zostały przedstawione w rozdziale 2 oraz w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

### **Marsz 29 września 2012 roku Obudź się Polsko w relacjach medialnych**

**5.3** Analiza sposobu relacjonowania manifestacji w audycjach informacyjnych TVP INFO, TVP 1, TVP 2, TVN24, POLSAT NEWS i TV TRWAM była dokonana w następujących kategoriach:

- moralności rozumianej jako uniwersalne zasady etyki;
- racji stanu rozumianej jako interes państwa;
- dyskryminacji rozumianej jako nienawiść i poniżanie kogokolwiek;
- jakości rozumianej jako szczególnie wysokie wymagania profesjonalne;
- nieulegania wpływom politycznym – aspekt badany w analizie mediów publicznych.

W celu zbadania powyższych zagadnień przeprowadzono analizę ilościową osób prezentujących opinie oraz analizę jakościową części informacyjnej (analiza narracji we wprowadzeniach do informacji i analiza rozpiętości kontekstów).

Pod względem przedstawiania różnych punktów widzenia, najkorzystniej zaprezentowały się audycje informacyjne telewizji publicznej *Panorama* i *Wiadomości*. Telewizja Trwam prezentowała własny punkt widzenia, nie przywołując innych. W kategoriach prawdziwości najlepiej wypadła telewizja publiczna (TVP1, TVP2, TVP Info). Nadawcy prezentowali opinie anonimowych uczestników marszu oraz imiennie przedstawionych, a także gości w studiu.

Najwięcej wypowiedzi uczestników anonimowych przedstawiła Telewizja Trwam. TVN24 i TVP INFO w największym stopniu starały się korzystać z ekspertów. Najwięcej wystąpień przedstawicieli opozycji odnotowano w TVN24, na ogół były to osoby obecne na marszu. Jeśli chodzi o gości w studiu, TVN24 zachowała równowagę pomiędzy liczbą gości afiliowanych jako pro-władza i pro-opozycja.

W wypowiedziach w Telewizji Trwam zabrakło przede wszystkim wielogłosowości, tj. ukazania różnych racji oraz równowagi opinii, które zastąpione zostały powtarzającym się prezentowaniem tylko jednego punktu widzenia, bez przywoływania jakichkolwiek innych argumentów, czy stworzenia warunków do rzeczowego polemizowania z nimi. Ten sposób relacji dał odbiorcy przekaz niepełny, połowiczny, który miał pokazać „jedność narodu w walce przeciw instytucjom”. Telewizja Trwam swoje stanowiska przedstawiała jako jedyne i obiektywne.

W telewizji publicznej przewagę mieli goście, których wypowiedzi można było zakwalifikować jako neutralne względem władzy i opozycji. Najwięcej było ekspertów i naukowców.

Po względem różnorodności największe spektrum opinii pokazały Telewizja Polska i Telewizja Polsat.

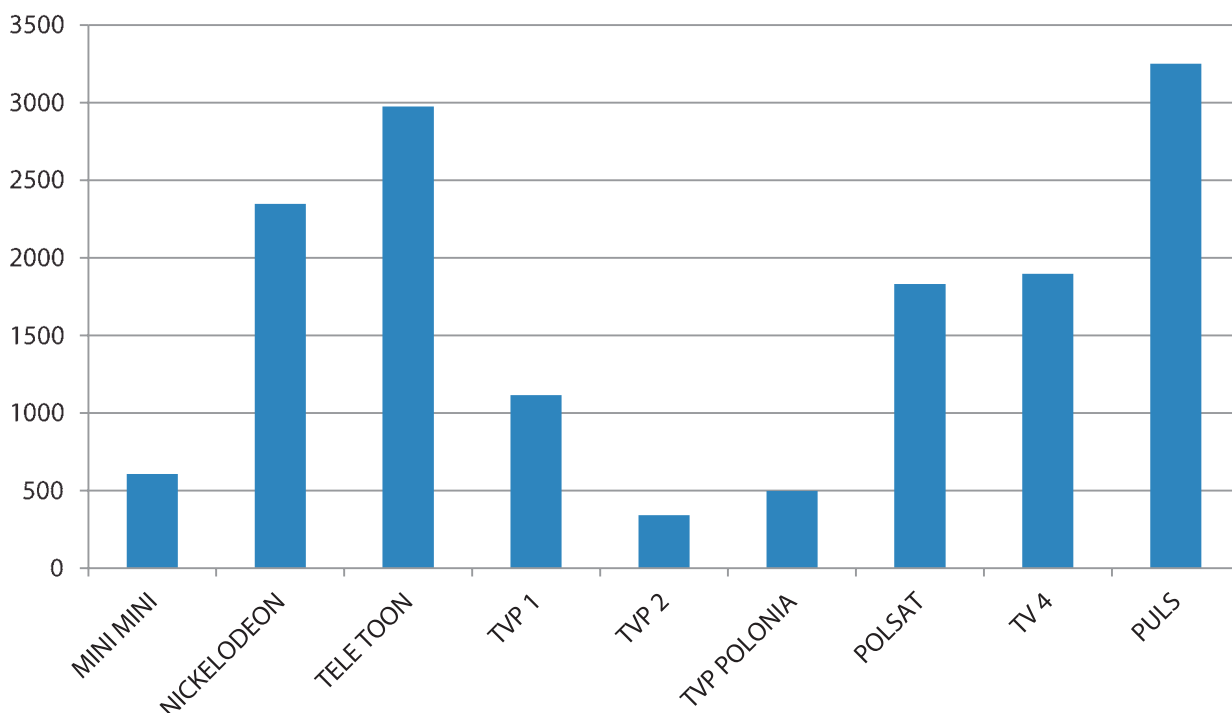
*Analiza jest dostępna na stronie internetowej [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) w zakładce Dla dziennikarzy i analityków – Raporty KRRiT.*

#### **Analiza telewizyjnych przekazów handlowych przed i po audycjach dla małoletnich**

**5.4** Analizie poddano telewizyjne przekazy handlowe, wyemitowane w jednym tygodniu wakacji od 9 do 15 lipca i w jednym tygodniu września od 24 do 30 września 2012 roku, w programach dedykowanych małoletnim: MiniMini+, teleTOON+, Nickelodeon oraz w programach uniwersalnych: TVP1, TVP2, TVP Polonia, Polsat, TV4, TV Puls.

**Wykres nr 2**

**Liczba reklam wyemitowanych przy audycjach dla małoletnich**

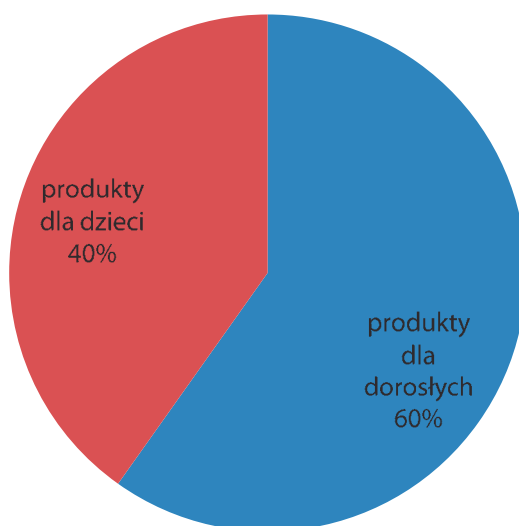


W analizowanym czasie w programach telewizyjnych, skierowanych do małoletnich i w programach uniwersalnych, wyemitowano łącznie 1 593 audycje dla dzieci. Przy tych audycjach znalazło się jednocześnie 14 860 reklam. Co trzecia reklama wyemitowana przy audycjach dla małoletnich, promowała produkty i usługi dla nich przeznaczone.

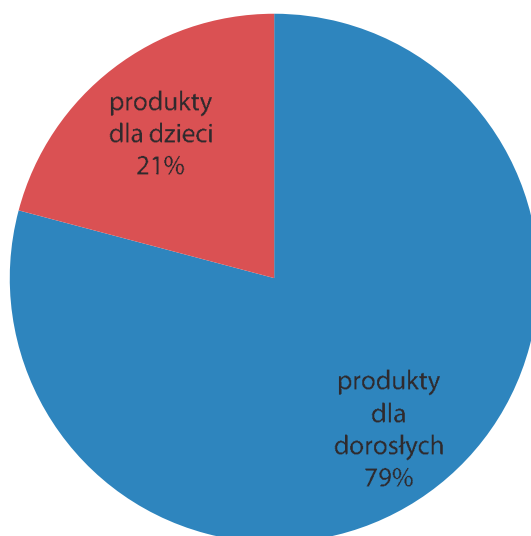
Proporcja pomiędzy reklamą produktów i usług przeznaczonych dla dzieci, a pozostałymi reklamami w programach przeznaczonych dla małoletnich, jest dwukrotnie większa niż w programach uniwersalnych.

### Wykres nr 3

**programy dziecięce**



**programy uniwersalne**





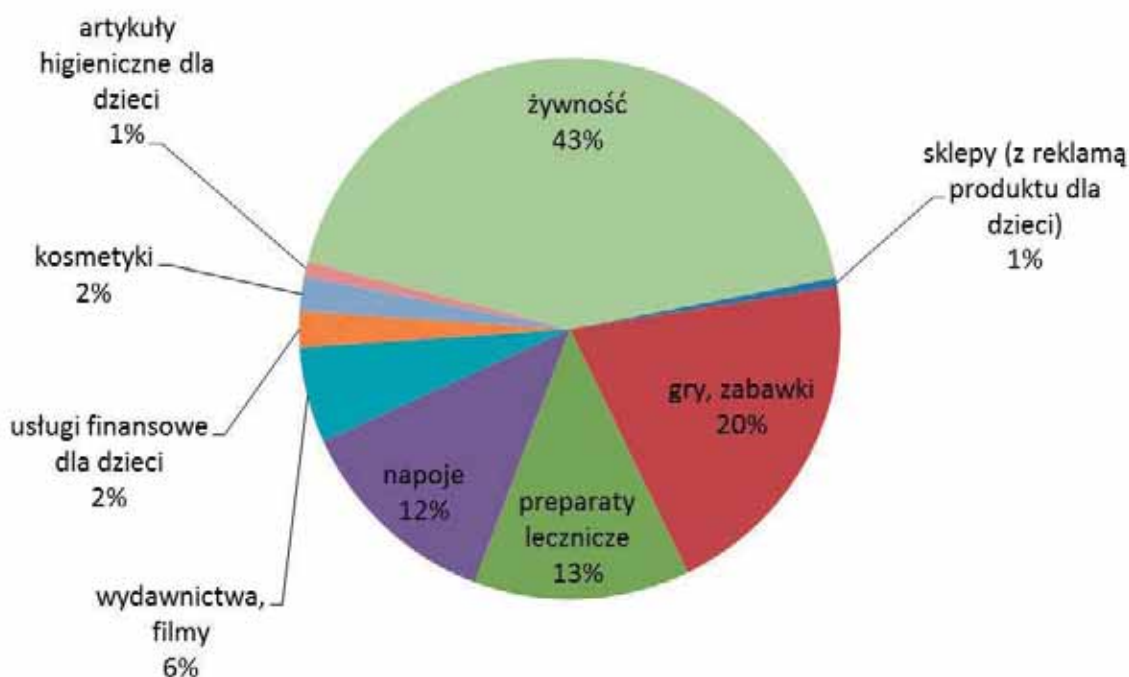
Najwięcej przekazów handlowych, produktów bądź usług przeznaczonych dla dzieci, wyemitowanych w programach dziecięcych i uniwersalnych, dotyczy reklam żywności (z wyłączeniem napojów) – 43% wszystkich reklam produktów przeznaczonych dla małoletnich (1 893 reklamy). Kolejne miejsca zajęły gry i zabawki – 20% ( 896 reklam), preparaty lecznicze dla dzieci – 13% ( 569 reklam), napoje – 12% wszystkich reklam (549 reklam). Te cztery kategorie stanowią 88% wszystkich przekazów handlowych produktów lub usług przeznaczonych do dzieci.

Średnio przy jednej audycji w programach przeznaczonych dla małoletnich wyemitowano 5 reklam. W kanałach ogólnych przy jednej audycji wyemitowano pięć razy więcej reklam – średnio jednej audycji towarzyszyło 25 reklam.

Audycjom dla dzieci towarzyszyły przekazy handlowe tzw. niezdrowej żywności (na potrzeby analizy za niezdrową uznano żywność zawierającą dużą ilość cukru, soli lub tłuszczu). Łącznie w programach dla małoletnich i uniwersalnych przy audycjach dla dzieci nadano 1 495 reklam tzw. niezdrowej żywności (10% wszystkich reklam przy audycjach dla małoletnich). Niepokój budził sposób prezentacji tzw. niezdrowej żywności. Reklamy uczyły dzieci co jest dobre, co warto jeść, często przekazując nie do końca prawdziwe informacje o właściwościach pokarmowych danego produktu. W reklamach występowały osoby szczupłe, wysportowane lub uprawiające sport i niemające problemów z dietą. Reklamy niektórych produktów były zrealizowane w formie krótkich filmów animowanych i dzieci mogły mieć trudność w odróżnieniu ich od bajki. Niepokojące było promowanie niezdrowej żywności poprzez oferowanie dodatkowych korzyści. Reklamom towarzyszyły na przykład loterie, w czasie których oferowano dodatkowe opakowania danego produktu.

#### Wykres nr 4

**Rodzaje reklamowanych produktów i usług przeznaczonych dla małoletnich wyemitowanych w programach dziecięcych i przy audycjach dla małoletnich w pasmach dziecięcych w programach uniwersalnych.**



Wyniki analizy zostaną wykorzystane w pracach związanych z przygotowaniem rozporządzenia KRRiT w sprawie rodzaju artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana oraz sposobu umieszczania w programach przekazów handlowych dotyczących tych artykułów, tak aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci.

*Porównaj informacje dotyczące projektu rozporządzenia, które znajdują się w rozdziale 3 oraz problematyki reklamy tzw. niezdrowej żywności kierowanej do dzieci i młodzieży, która została przedstawiona w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

### **Badanie głośności reklam**

**5.5** Zasady i kryteria pomiarowe zawarte w rozporządzeniu KRRiT z 30 czerwca 2011 roku w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży były trudne do wdrożenia przez nadawców przede wszystkim w wymiarze organizacyjno-technicznym. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła prace nowelizacyjne zmierzające z jednej strony do zlikwidowania uciążliwego dla odbiorców zjawiska tzw. głośności reklam, a z drugiej do wprowadzenia norm pomiarowych możliwych w praktycznym stosowaniu przez nadawców.

Nowelizacja z 18 grudnia 2012 roku zmieniająca rozporządzenie w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży odnosi poziom głośności reklam do poziomu głośności całej audycji przerywanej reklamą lub do całej audycji występującej bezpośrednio po reklamie wykorzystując metodę dokonywania pomiaru opartą o najnowsze normy Europejskiej Unii Nadawców (EBU) oraz Międzynarodowego Związku Telekomunikacyjnego (ITU), wprowadzone wcześniej w wielu europejskich krajach.

W listopadzie i grudniu 2012 roku, tj. przed wejściem w życie rozporządzenia wprowadzającego nowe zasady dokonywania pomiarów, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła – z zastosowaniem normy EBU i ITU – badanie poziomu głośności reklam z wykorzystaniem losowo zarejestrowanych fragmentów 32 programów telewizyjnych. Celem tych pomiarów było uzyskanie wiedzy o faktycznie występujących nieprawidłowościach oraz przygotowanie działań kontrolnych według nowej regulacji.

*W załączniku nr 10 znajdują się szczegółowe wyniki pomiarów głośności programów.*

### **KONTROLA PROGRAMOWA KONCESJONOWANYCH NADAWCÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH**

#### **Realizacja warunków koncesji na program radiowy**

**5.5** Monitorowaniem kontrolnym objęte zostały programy nadawców, którzy złożyli wnioski o udzielenie koncesji na kolejne 10 lat w trybie art. 35a ustawy. Kontroli zostało poddanych:

- 12 programów uniwersalnych: RMF MAXXX, RMF MAXXX Opolo, RMF MAXXX Piła, Złote Przeboje 104 i 1 FM, Złote Przeboje 106,2 FM, Radio Złote Przeboje 101 FM, Bon Ton Radio, Radio Hit, Radio Mazury, Radio Hobby (kontrola ponowna wobec stwierdzonego nierealizowania koncesji w 2010 roku), Radio ESKA Grudziądz, PLANETA 103,9 FM (program uniwersalny, przeznaczony dla młodzieży).

Monitoring tylko w jednym programie wykazał naruszenia w zakresie udziału tematyki lokalnej, która powinna stanowić od 10% do 12% w tygodniowym czasie nadawania w godzinach 6.00 - 22.00 lub 6.00 - 23.00 oraz udziału audycji obowiązkowych, czyli własnych dzienników i publicystyki o tematyce lokalnej (5-6% tygodniowego czasu nadawania). Największy procent realizacji zobowiązań w zakresie lokalności

stwierdzono w programach grupy kapitałowej RMF MAXXX. Tematyka lokalna stanowiła tam 15-17%, czyli średnio o 5 pkt. proc. przekraczała koncesyjne minimum. Równie wysoki poziom tematyki lokalnej odnotowano w niezależnym programie Radio Hit (16% wobec wymaganych w koncesji 10%) oraz Radio Hobby (16% wobec wymaganych 11%). W pozostałych programach udział tematyki lokalnej kształtował się przeważnie na poziomie wymagania koncesyjnego (10-12%). Wyjątkiem był program Radio Mazury, w którym audycje o tematyce lokalnej zajęły mniej niż minimum wymagane w koncesji (o 1 pkt. proc.).

Udział audycji obowiązkowych był zgodny z koncesją we wszystkich omawianych programach z wyjątkiem Radia Mazury, w którym był niższy od określonego w koncesji (3,7% wobec wymaganych 5%). W programach z grupy RMF MAXXX przeznaczano na te audycje od 2 do 3 razy więcej czasu niż określono w koncesjach (13-15% wobec wymaganych 5-6%). Audycje obowiązkowe wypełniały również wysoki odsetek programu w grupie Złote Przeboje (9-12%) oraz w programie niezależnym Bon Ton Radio (10% wobec wymaganych 5%).

Program Radio Hobby monitorowany był w 2012 roku dwukrotnie. Wyniki pierwszego monitoringu wykazały, że nadawca w sposób rażąco naruszał warunki koncesji. Nadawał ponad dwa razy mniej audycji o tematyce lokalnej (5% w tygodniowym czasie nadawania programu w godz. 6.00-23.00 wobec wymaganych 11%), ponad trzy razy mniej audycji obowiązkowych (2% wobec wymaganych 7%) oraz dwa razy mniej audycji edukacyjnych i poradnikowych o tematyce lokalnej (6% wobec wymaganych 11%). Nie nadawał audycji literackich, które powinny stanowić 1%. Powtórna kontrola wykazała, że nadawca zmienił i dostosował program do warunków koncesji.

- 5 programów wyspecjalizowanych muzycznych: Złote Przeboje 91 i 8, Radio WAWA Wrocław, Złote Przeboje Na Fali 89,8 FM, Radio 88,4 FM Złote Przeboje, Radio Pogoda 100,1 FM Złote Przeboje.

Wszystkie monitorowane programy o charakterze wyspecjalizowanym, muzycznym nadawały muzykę zgodną z deklarowanymi formatami. Programy wyspecjalizowane muzyczne z grupy Złote Przeboje zostały zobowiązane do przeznaczania na audycje słowne poświęcone muzyce oraz audycje o tematyce lokalnej 6% tygodniowego czasu nadawania w godz. 6.00- 22.00. Warunki koncesyjne były realizowane na poziomie minimum, z wyjątkiem programu Radio WAWA Wrocław ( audycje słowne realizujące specjalizację zajęły 6% programu wobec wymaganych w koncesji 8%).

- 2 programy wyspecjalizowane, akademickie: Akademickie Radio Index, Studenckie Radio Żak Politechniki Łódzkiej.

Programy akademickie mają obowiązek nadawać audycje słowne, dotyczące życia środowiska akademickiego w wymiarze nie mniejszym niż 10% tygodniowego czasu emisji w godz. 6.00 - 23.00. Podczas kontroli nie zostały stwierdzone uchybienia (Akademickie Radio Index - 12%, Studenckie Radio Żak Politechniki Łódzkiej - 25%).

- program muzyczno-kulturalny: 103,7 Roxy Fm.

W muzyczno-kulturalnym programie 103,7 Roxy Fm nadawano – zgodnie z koncesją – audycje i przekazy słowne dotyczące kultury oraz audycje o tematyce lokalnej (16% programu wypełniły audycje słowne, o 4 pkt. proc. więcej niż określono w koncesji).

- program wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny: Radio TOK FM.

W programie informacyjno-publicystycznym TOK FM audycje informacyjne i publicystyczne wypełniały – zgodnie z koncesją – 70% tygodniowego czasu nadawania w godzinach 6.00-23.00.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w zakresie przestrzegania programowych warunków koncesji stwierdza poprawę wyników w porównaniu do lat poprzed-

nich. Największy udział słownych audycji o tematyce lokalnej oraz realizujących specjalizację, odnotowano w programach Złote Przeboje i RMF MAXXX. Nadawcy nie zmienili jednak złej praktyki umieszczania audycji realizujących zapisy koncesyjne w godzinach niskiej słuchalności, nadawane były głównie we wczesnych pasmach porannych w weekendy.

W 8 z 21 monitorowanych programów nie był przestrzegany wymóg koncesyjny określający obowiązek używania na antenie nazwy programu zgodnie z udzieloną koncesją. Nazwy niezgodnej z koncesją używano najczęściej w programach działających w grupach kapitałowo-programowych. Nadawcy zostali poinformowani o wynikach monitoringu i zobowiązani do usunięcia stwierdzonych uchybień.

**5.6** Oprócz przeprowadzania monitoringów Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wykonywała zadania kontrolne wobec koncesjonowanych nadawców radiowych poprzez analizę miesięcznych sprawozdań nadawców.

***Udział utworów słowno-muzycznych, wykonywanych w języku polskim w łącznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programach radiowych (art. 15 ust. 2, 2a, 2b)***

**5.7** Nowe obowiązki zostały wprowadzone od 1 stycznia 2012 roku wskutek implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (ustawa z 25 marca 2011 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw). Zmiany polegają w szczególności na wprowadzeniu obowiązku przeznaczania co najmniej 33% miesięcznego (a nie jak dotychczas kwartalnego) czasu nadawania w programie radiowym utworów słowno-muzycznych, wykonywanych w języku polskim. Nadawcy radiowi (nadawcy telewizyjni zostali zwolnieni z tego wymogu) są zobowiązani do składania comiesięcznych (a nie jak dotychczas kwartalnych) raportów z przestrzegania tego przepisu. Z ustawowej normy 33% miesięcznego nadawania polskiej piosenki 40% utworów powinno

być nadawane w godzinach 5.00 – 24.00. Z każdym kolejnym rokiem udział tych utworów będzie wzrastał o 10 punktów procentowych aż do osiągnięcia 60% w 2014 roku. Przepis ma powstrzymać praktykę emisji polskiej piosenki wyłącznie w godzinach nocnych. Nowelizacja wprowadziła również przywilej, z którego fakultatywnie mogą skorzystać nadawcy radiowi podczas emisji polskiej piosenki na antenie. Jest to możliwość nadawania polskiej piosenki wykonanej przez debiutanta w godz. 5.00 – 24.00 i policzenie jej podwójnie w comiesięcznych raportach. W praktyce oznacza to, iż nadawcy radiowi przeznaczają mniej rzeczywistego czasu na emisję polskiej piosenki, gdyż każda polska piosenka wykonywana przez debiutanta w wyżej wskazanych godzinach jest liczona jako 200% czasu nadawania utworów.

**5.8** Wszyscy nadawcy ogólnokrajowych, koncesjonowanych programów radiowych realizowali obowiązek przeznaczania 33% miesięcznego czasu nadawania na utwory słowno-muzyczne, wykonywane w języku polskim. W programach RMF FM udział tych utworów wahał się od 33% do 41% w poszczególnych miesiącach, w Radiu Zet od 35% do 39%, a w Radiu Maryja od 82% do 97%. W programach radiowych o zasięgu ponadregionalnym: Chilli Zet pozostawał na poziomie 33% w każdym miesiącu, Radio Eska Rock od 35% do 50%, TOK FM około 54% miesięcznie.

W grupie koncesjonowanych programów radiowych o zasięgu lokalnym, na wymaganym poziomie tego ustawowego obowiązku nie realizowało Radio Mazury.

Wśród stacji diecezjalnych i parafialnych w każdym miesiącu 100% udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim stwierdzono m.in. w programach: Katolickiego Radia Zbrosza Duża i Radia Anioł Beskidów. Również wysoki udział tych utworów miały w swoich programach stacje radiowe działające samodzielnie: Radio Alex z Zakopanego (100% w każdym miesiącu) i Radio Opatów (od 66% do 92% w poszczególnych miesiącach).

W programach nadawców radiowych, działających w ramach sieci PLUS oraz w programach nadawanych przez spółkę Polskie Fale Średnie, udział tych utworów wahał się od 35% do 42% w poszczególnych miesiącach.

W programach należących do grup RMF Maxxx i Planeta, udział piosenki polskiej wahał się od 36% do 42% w poszczególnych miesiącach, a w programach stacji radiowych działających w ramach grupy Złote Przeboje od 33% do 36%. W większości programów zrzeszonych w grupach: Radio GRA, Radio Eska oraz Roxy FM udział tych utworów był zgodny z ustawowym minimum.

Obowiązek 40% (w 2013 roku – 50%, w 2014 roku – 60%) z 33% miesięcznego nadawania utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w godzinach 5.00 – 24.00 był realizowany przez wszystkie programy radiowe na różnym poziomie, ale w każdym przypadku przewyższał ustawowe minimum.

Ustawowa możliwość pozwalająca na uprzywilejowane liczenie w comiesięcznej statystyce emisji utworów słowno-muzycznych, wykonywanych w języku polskim przez debiutantów (podwójne liczenie) był realizowany we wszystkich rozgłoszeniach radiowych działających w ramach sieci Eska, grupy RMF FM i Roxy FM. Z możliwości tej skorzystały również niektóre niez sieciowane stacje radiowe: Radio Afera, Radio Bogoria, Radio Bon Ton, Radio Żnin oraz Muzyczne Radio. Stacje radiowe, które w swoich raportach nie ujęły piosenki w języku polskim wykonanej przez debiutanta to m.in.: programy stacji radiowej działającej w ramach grupy Złote Przeboje, Plus i stacje radiowe należące do spółki Polskie Fale Średnie.

### **Realizacja warunków koncesji na program telewizyjny**

**5.9** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła kontrole w celu zbadania zgodności programów

telewizyjnych z warunkami koncesyjnymi biorąc pod uwagę:

- oznaczanie programu na ekranie;
- dobowy i tygodniowy czas rozpowszechniania;
- zachowanie określonego w koncesji charakteru programu;
- obecność wymaganych gatunków audycji i ich procentowy udział w programie;
- udział reklamy w dziennym czasie nadawania.

Skontrolowane zostały następujące programy telewizyjne: ATM Rozrywka, ESKA TV, POLO TV, PULS 2, TTV i TV6, rozpowszechnione od 4 do 6 stycznia 2012 roku. Koncesje na te programy zostały rozszerzone o prawo do rozpowszechniania drogą rozsiewczą naziemną w standardzie DVB-T w multipleksie pierwszym.

Program ATM Rozrywka był rozpowszechniany niezgodnie z udzieloną koncesją. Koncesjonariusz został wezwany do złożenia wyjaśnień. KRRiT zdecydowała o przeprowadzeniu powtórnego monitoringu na próbie pochodzącej z okresu od 21 lutego do 7 marca 2012 roku. Monitoring potwierdził stwierdzone naruszenia. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na podstawie uchwały nr 60/2012 z 13 marca 2012 roku wszczęła postępowanie o cofnięcie koncesji. Podczas prowadzonego postępowania zostały wykonane dwa kolejne monitoringi programu ATM Rozrywka (od 16 do 22 kwietnia oraz od 4 do 10 czerwca 2012 roku). Wyniki monitoringów i wyjaśnienia zebrane w trakcie postępowania pozwoliły na umorzenie prowadzonego postępowania (decyzja nr DR – 163/2012 z dnia 1 sierpnia 2012 roku).

Kontrole dotyczące 8 innych programów telewizyjnych (4fun.tv, Canal+ Sport, iTV, Kino Polska, Polsat, TVN, TVN Meteo, TV Puls) wykazały, że jedynie nadawca progra-

mu TVN nie realizuje w pełni warunków programowych określonych w koncesji. Nadawca przeznaczył na audycje edukacyjne i poradnikowe 48 minut w tygodniowym czasie nadawania, zamiast wymaganych 3 godzin. Nadawca został zobowiązany do usunięcia uchybienia.

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

**5.10** Ustawowe kwoty programowe, określające udział tych audycji w programach, zostały skontrolowane w oparciu o wyciągi z ewidencji 78 programów telewizyjnych rozpowszechnianych na podstawie koncesji uzyskanej w Polsce.

Udział audycji producentów niezależnych, w tym audycji wytworzonych w okresie pięciu lat przed rozpowszechnieniem, był zgodny z ustawą we wszystkich 25 programach. Wymaganego udziału audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w różnych okresach 2012 roku nie uzyskały programy nPremium, nPremium 2, nPremium3 i Premium4. Udziału audycji europejskich nie osiągnęły w różnych okresach 2012 roku nPremium, nPremium2, nPremium3, nPremium4, TVN International West i Tele5.

Spośród 53 programów telewizyjnych o charakterze wyspecjalizowanym 42 w pełni realizowało obowiązki związane z ustawowym udziałem audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim. W różnych okresach działania interwencyjne zostały podjęte w stosunku do nadawców programów: MiniMini+, TeleToon+, Planete+, Canal+3D i Kuchnia+.

W zakresie audycji produkcji europejskiej w programach Canal+3D, TVN Siedem i Nickelodeon Polska nie osiągnięto przewidzianych norm w jednym kwartale.

W różnych okresach 2012 roku przekroczenia w zakresie wymaganego czasu na audycje producentów

niezależnych i na audycje nie starsze niż pięć lat, licząc od dnia ich rozpowszechniania, stwierdzone zostały w programach Kino Polska Muzyka, Rodin TV, TV 6 i TVP Sport.

Porównanie wyników w stosunku do 2011 roku wskazuje, że poziom wykonania ustawowo określonych kwot został poprawiony w programach TVP Historia, TVP Kultura, TVP Seriale, Canal+Go!, Ale Kino+, Canal+Sport, Kino Polska, Polsat Film, TV Plus oraz Edusat. Dostosowanie do wymogów ustawy musi nastąpić w programach TVP Sport, nPremium3, nPremium, MiniMini+, Teletoon+ i Planete+.

**5.11** Nadawcy programów adresowanych do dzieci, dokumentalnych, filmowych czy poradnikowych (m.in. stacje telewizyjne: Canal+, Canal+ Film, Ale Kino, Planete, Mini Mini, Zig-Zap, Nickelodeon, programy poradnikowe Domo+, Kuchnia + i stacje radiowe: Polskie Radio PR II nadające muzykę poważną, Radio PiN mające w koncesji zapisany istotny udział muzyki jazzowej), w praktyce nie mieli możliwości zrealizowania wymaganego udziału audycji pierwotnie wytworzonych w języku polskim, co Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stwierdziła podczas corocznej analizy sprawozdań. W rozporządzeniu z 6 grudnia 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na podstawie ustawowego upoważnienia określiła programy sformatowane, w których udział audycji pierwotnie wytworzonych w języku polskim może być mniejszy. Ulgi objęły wszystkich nadawców radiowych i telewizyjnych w pierwszym roku funkcjonowania, co powinno przyczynić się do wzbogacania polskiego rynku o nowych nadawców oraz przeciwdziałać zjawisku delokalizacji programów.

### **Ochrona małoletnich**

**5.12** Monitoringiem objęto nadawców następujących programów telewizyjnych: Polsat, TVN, iTV, 4fun.tv, Nickelodeon, TV Puls, TV4. W skontrolowanych programach do najczęstszych naruszeń należało rozpowszechnianie audycji o treści zagrażającej

prawidłowemu rozwojowi psychicznemu, fizycznemu i moralnemu dzieci i młodzieży w czasie chronionym (w godzinach 6.00–23.00), poprzez zaniżanie wieku adresata przy kwalifikowaniu audycji i zapowiedziach programowych oraz oznaczanie audycji symbolem graficznym nieadekwatnym do jej treści.

W programie TVN najwięcej treści mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich zawierały cykle *Sędzia Anna Maria Wesołowska*, *Ukryta prawda* i *Mam talent*. Audycje te oznakowano jako dozwolone od lat 12, choć cztery z pięciu skontrolowanych odcinków cyklu *Sędzia Anna Maria Wesołowska* powinno być oznakowanych symbolem graficznym od 16 lat, film *Ukryta prawda* symbolem 18 lat, zaś wydanie audycji *Mam talent* z 8 i 9 września 2012 roku ze względu na treści zagrażające zdrowiu fizycznemu w jednym z epizodów powinny mieć symbol od 16 lat. Tematem cyklu *Sędzia Anna Maria Wesołowska* było m. in. zgwałcenie 10-letniej dziewczynki i jej zabójstwo, zgwałcenie wibratorem nieprzytomnego mężczyzny oraz pobicie transwestyty.

W filmie *Ukryta prawda* pokazano seksualne wykorzystanie mężczyzny przez kobietę żyjącą w związku z inną kobietą. Rzeczywistość wykreowana w filmie nie może być skierowana do dwunastolatków.

W programie Polsat dziewięć odcinków serialu *Świat według Kiepskich* oznakowanych od 12 lat zawierało treści, które mogły mieć negatywny wpływ na prawidłowy rozwój małoletnich poprzez dostarczanie negatywnych wzorców zachowania (picie alkoholu, unikanie pracy, korupcja jako sposób na życie, wulgaryzmy).

W programie TV Puls treści szkodliwe ze względu na rozwój małoletnich stwierdzono w następujących pozycjach z oferty programowej: *Goło i wesoło*, *Stare dranie*, *Kręcimy z gwiazdami*, *Póltora rycerza*, *Brygada ratunkowa* oraz teledysk do piosenki *Lody*. Zaniżona klasyfikacja wiekowa spowodowała, iż treści te mogły być dostępne dla dzieci, które nie były w stanie ich zrozumieć i dokonać właściwej oceny.

Podobne zarzuty dotyczą niektórych pozycji z oferty programowej TV 4 (*Iluzjonista Criss Angel*, *Zbrodnie, które wstrząsnęły Polską*, *Komisarz Rex* i *Wyznania gejszy*). Zostały one oznakowane symbolem dozwolone od lat 12, choć ze względu na zawarte w nich treści powinny być oznakowane symbolem od lat 16. Dodatkowym naruszeniem była pora emisji (*Iluzjonista Criss Angel* i *Komisarz Rex* rozpowszechniono przed godz. 20:00). Tematem były oderwany od uczuć wyższych wzorce aktywności seksualnej lub rekonstrukcje brutalnych zabójstw.

W programie 4fun.tv treści szkodliwe dla małoletnich zawarte były w teledyskach (m.in. *Skirlex Feat Sirah*, *Taio Cruz Florida*), audycji *Polska Top Lista*, tekstach sms-ów od widzów umieszczanych na pasku w dolnej części ekranu oraz reklamie prezerwatyw. Wszystkie wymienione pozycje programu były oznaczone jako dozwolone od lat 12. Ze względu na ich zawartość powinny być oznaczone jako dozwolone od lat 16. W teledyskach eksponowano alkohol jako atrybut dobrej zabawy oraz ciało kobiety jako źródło silnych wrażeń związanych z seksem. Upowszechniano wadliwe wzorce w zakresie życia seksualnego.

W programie iTV treści lub sceny mogące mieć szkodliwy wpływ na małoletnich zawierało 18 teledysków (np. *Zrób to ze mną*, *Hej dziewczynki*, *Moje ciało oszalało*, *Ogień ciał*) oraz teksty sms-ów od widzów umieszczane na pasku w dolnej części ekranu oznakowane jako dozwolone od 12 lat, choć powinny być oznakowane symbolem od lat 16. W teledyskach aktywność seksualną zarówno w warstwie wizualnej, jak i słownej przedstawiano w sposób jednostronny i prymitywny oraz w oderwaniu od uczuć wyższych. Audycja *Upadłe anioły* poświęcona masturbacji oraz blok telesprzedazowy zawierający fragmenty filmów pornograficznych oznakowano symbolem dozwolone dla widzów powyżej 18 roku życia, ale rozpowszechniono w godz. 22:00 – 23:00. Wyjątkiem wśród nadawców był koncesjonariusz programu Nickelodeon Polska, który w ogóle nie oznaczał programu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prowadzi postępowania wyjaśniające wobec wszystkich nadawców, którzy dopuścili się wskazanych naruszeń.

## **EMISJA AUDIOWIZUALNYCH PRZEKAZÓW HANDLOWYCH**

### ***Nadawcy radiowi***

**5.13** W 2012 roku KRRiT objęła 310 programów radiowych planową kontrolą przeprowadzoną na podstawie analizy wybranych losowo czterech godzin wyemitowanego programu, w tym:

- 31 programów radiofonii publicznej (w tym 4 ogólnopolskie);
- 2 programy koncesjonowane ogólnopolskie (Radio ZET i RMF FM);
- 8 programów nadawców społecznych;
- 4 programy bez reklam;
- 45 programów spółki Polskie Fale Średnie;
- 220 programów pozostałych nadawców koncesjonowanych

Do 2 nadawców Przewodniczący KRRiT skierował wezwania do natychmiastowego usunięcia nieprawidłowości. Do 165 nadawców z upoważnienia Przewodniczącego KRRiT przesłano wnioski pokontrolne wraz z zaleceniem usunięcia stwierdzonych uchybień, które dotyczyły m.in. braków w ewidencji reklam, niewłaściwych oznaczeń audycji sponsorowanych i nieprawidłowej interpretacji przepisów regulujących autopromocję. W stosunku do 143 nadawców nie stwierdzono uchybień w zakresie działalności reklamowej, sponsoringu i archiwizacji.

**5.14** Kontrola programu Radio Maryja pomimo wcześniejszych wezwań Przewodniczącego KRRiT po raz kolejny wykazała emisję przekazów handlowych, co jest działaniem prawnie niedozwolonym w programie nadawcy społecznego. Postępowanie w tej sprawie zakończyło się wydaniem przez Przewodniczącego KRRiT decyzji o nałożeniu na koncesjonariusza kary finansowej. Powtórna kontrola sprawdzająca wykazała, że nadawca w dalszym ciągu emituje audiowizualne przekazy handlowe. Przewodniczący KRRiT wydał ponowną decyzję o ukaraniu. Trwa postępowanie odwoławcze, gdyż nadawca złożył odwołanie od tych decyzji do sądu.

*Porównaj informacje dotyczące decyzji o ukaraniu, które znajdują się poniżej w punkcie 5.21.*

### ***Nadawcy telewizyjni***

**5.15** Postępowania kontrolne, zarówno planowe, jak i interwencyjne przeprowadzone zostały w stosunku do 96 programów telewizyjnych rozpowszechnianych drogą naziemną oraz satelitarną. W ich wyniku do 5 nadawców (Telewizja Polska, Telewizja Polsat, Fundacja Lux Veritatis, Mango Media, Stavka) zostały skierowane wezwania w celu usunięcia naruszeń a w stosunku do 2 nadawców Przewodniczący KRRiT nałożył karę finansową (Telewizja Polska SA oraz spółka 4fun Media SA).

*Porównaj informacje dotyczące decyzji o ukaraniu, które znajdują się poniżej w punkcie 5.21.*

Przeprowadzono również planowane kontrole audiowizualnych przekazów handlowych rozpowszechnianych w programach telewizyjnych nadawców kablowych. Kontrole objęły nadawców, których działalność nie była sprawdzana od 2009 roku oraz koncesjonariuszy, którzy w latach 2011 - 2012 otrzymali pierwszą koncesję i rozpoczęli nadawanie własnego programu. Łącznie kontrolą w 2012 roku objęto 73 nadawców kablowych. W stosunku do 27 kontrole nie wykazały



uchybień. Do najczęściej powtarzających się uchybień należał brak ewidencji nadanych reklam i telesprzedazy lub nieprawidłowe jej prowadzenie (20 nadawców) oraz brak właściwego lub niewłaściwe oznaczenie przekazów handlowych (14 nadawców). Nadawcy zostali zobowiązani do bezzwłocznego usunięcia uchybień.

**5.16** Niejasności w zakresie interpretacji ustawowych regulacji dotyczących obowiązku i sposobu oznaczania oraz miejsca emisji przekazów autopromocyjnych, a także ogłoszeń nadawcy są przedmiotem prac zespołu roboczego KRRiT oraz przedstawicieli nadawców. Wspólne prace powinny pomóc w rozstrzygnięciu wątpliwości interpretacyjnych i przyjęciu stanowiska pozwalającego w ramach obowiązującego prawa na jednolite stosowanie przepisów dotyczących w szczególności autopromocji.

*Porównaj informacje które zostały przedstawione w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

## WYSTĄPIENIA DO KRRiT ROZPATRYWANE W TRYBIE SKARG I WNIOSKÓW

**5.17** W 2012 roku do KRRiT w sprawach skarg i wniosków wpłynęło łącznie 68 981 wystąpień, z czego 1195 to były wystąpienia indywidualne. Najwięcej, bo 67 786 wystąpień dotyczyło rozstrzygnięcia procesu koncesyjnego związanego z nadawaniem programu w ramach pierwszego multipleksu naziemnej telewizji cyfrowej. Krytykowano w nich decyzję Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w wyniku której Fundacja Lux Veritatis nie otrzymała koncesji na nadawanie programu Telewizja Trwam w ramach MUX 1.

W porównaniu do lat ubiegłych wystąpień indywidualnych było nieco mniej ( w 2010 roku były 1822, w 2011 roku – 1989).

## Skargi indywidualne – tematyka wystąpień

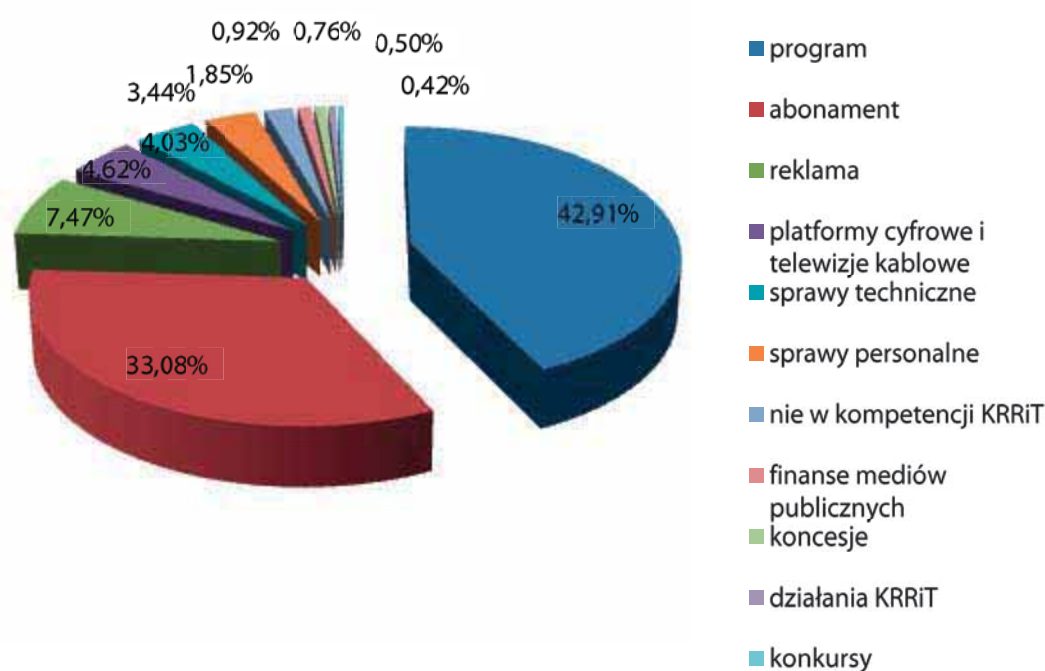
**5.18** W 1195 wystąpieniach, które wpłynęły do KRRiT od osób prywatnych, bezpośrednio lub za pośrednictwem różnych instytucji, poruszano m.in. następującą problematykę:

- 515 wystąpień to skargi dotyczące programu ze wskazaniem konkretnej audycji lub konkretnego nadawcy, a także zawierające ogólne uwagi i opinie, w tym:
  - skargi zawierające zarzut emitowania treści negatywnie wpływających na małoletnich;
  - skargi w sprawie 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.
- 394 wystąpienia w sprawach abonamentu radiowo-telewizyjnego, w tym:
  - zapytania w związku z przesyłanymi przez Poczta Polską wezwaniami do zapłaty zaległości, a także związane z egzekucją należności prowadzoną przez urzędy skarbowe;
  - zapytania dotyczące trybu wnoszenia opłat, zwolnień i obowiązujących procedur;
  - skargi na brak uregulowań, które poprawiłyby ścisłość opłat abonamentowych;
  - negatywne opinie na temat obowiązujących regulacji prawnych związanych z obowiązkiem rejestracji odbiorników i opłacania abonamentu.

- 89 wystąpień to skargi w sprawie reklam:
  - wystąpienia dotyczące treści konkretnych spotów reklamowych;
  - skargi na ilość i długość bloków reklamowych (opóźnienia w rozpoczynaniu audycji);
  - skargi na tzw. głośne reklamy.
- 55 wystąpień w sprawie działalności operatorów platform satelitarnych i sieci kablowych:
  - wystąpienia opisujące problemy wynikające z warunków określonych w umowach zawieranych z operatorami – sprawy leżą poza kompetencjami KRRiT, ale interwencje są podejmowane ze względów społecznych;
  - skargi na brak określonych programów w ofercie – 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.
- 48 wystąpień w sprawach technicznych:
  - zapytania związane z terminami wyłączenia sygnału analogowego w poszczególnych lokalizacjach oraz uruchamiania multipleksów;
  - zapytania o sposób dostosowania odbiorników i instalacji odbiorczej do naziemnej telewizji cyfrowej;
  - informacje o kłopotach z zasięgiem naziemnej telewizji cyfrowej w poszczególnych lokalizacjach.

### Wykres nr 5

#### Podział korespondencji indywidualnej ze względu na poruszaną problematykę



### **Działania dyscyplinujące w postępowaniach prowadzonych w trybie skarg i wniosków**

**5.19** Przykłady postępowań prowadzonych w 2012 roku, w których wobec nadawców podjęte zostały działania dyscyplinujące:

- W wyniku postępowania prowadzonego w związku ze skargą p. Alvina Gajadhura w sprawie audycji pt. „Poranny WF” nadanej w programie Eska Rock 6 października 2011 roku, w związku ze stwierdzeniem rozpowszechniania treści o charakterze rasistowskim, Przewodniczący KRRiT nałożył na spółkę Eska Rock SA karę w wysokości 50 tys. zł (decyzja nr 3/2012 z 30 marca 2012 roku).
  - Postępowanie w sprawie niektórych odcinków cyklu pt. „Top model. Zostań modelką” wyemitowanych w programie TVN we wrześniu i październiku 2011 roku, wykazało obecność treści dyskryminujących ze względu na płeć, a także propagujących niewłaściwe wzorce zachowania i postawy życiowe w audycjach zakwalifikowanych jako odpowiednie dla widzów od 12 lat. Przewodniczący KRRiT nałożył na Spółkę TVN SA karę w wysokości 200 tys. zł (decyzja nr 5/2012 z 9 lipca 2012 roku).
  - Postępowanie dotyczące czterech odcinków cyklu pt. „Pamiętniki z wakacji” wyemitowanych w programie Polsat w październiku i listopadzie 2011 roku. Analiza dokumentacji tej sprawy wykazała obecność treści nieodpowiednich dla małoletnich widzów (nadawca zakwalifikował audycje z tego cyklu do kategorii „od 12 lat”) oraz liczne wulgaryzmy. Przewodniczący KRRiT skierował do nadawcy wezwanie do zaniechania rozpowszechniania treści naruszających art. 18 ust. 4, 5 i 7 ustawy o radiofonii i telewizji oraz § 5 pkt 3 i 4 rozporządzenia KRRiT 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.
- Postępowanie dotyczące treści audycji pt. „Poranny WF” wyemitowanej 12 czerwca 2012 roku w programie Eska Rock, w której znalazły się wypowiedzi obraźliwe dla kobiet narodowości ukraińskiej, tj. dyskryminujących ze względu na płeć i narodowość – skargę w tej sprawie złożył m.in. Ambasador Ukrainy w Polsce. Przewodniczący KRRiT nałożył na Spółkę Eska Rock SA karę w wysokości 75 tys. zł (decyzja Nr 7/2012 z 30 lipca 2012 roku).
  - Postępowanie dotyczące skarg w sprawie treści audycji pt. „Krzywe zwierciadło” wyemitowanej 22 lutego 2012 roku w programie Superstacja - zarzuty zawarte w skargach dotyczyły przede wszystkim obrazy uczuć religijnych katolików oraz propagowania treści sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym. Przewodniczący KRRiT nałożył na Spółkę Superstacja karę w wysokości 70 tys. zł (decyzja nr 1/2013 z 21 stycznia 2013 roku).
  - Postępowanie w związku ze skargami, przekazanymi przez osoby prywatne oraz Biuro Rzecznika Praw Dziecka, w sprawie treści niektórych odcinków audycji z cyklu „Rozmowy w toku”, wyemitowanych w programie TVN. Łącznie wskazano 13 odcinków nadanych w okresie od stycznia do lipca 2012 roku. Zarzuty dotyczyły rozpowszechniania treści nieodpowiednich dla małoletnich widzów. Nadawca zakwalifikował audycję do kategorii „od 12 lat”. W 2011 roku nadawca został ukarany za podobne naruszenia w związku z emisją odcinka pt. „Najlepsza na świecie jest miłość w kloziecie” (cykl „Rozmowy w toku”, emisja 4 października 2010 roku – decyzja nr 1/2011 z dnia 11 marca 2011 roku). Obecnie Przewodniczący KRRiT wszczął postępowanie w sprawie ukarania nadawcy na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

- Postępowanie w związku ze skargami w sprawie treści audycji z cyklu „Krzywe zwierciadło”, wyemitowanej 21 maja 2012 roku w programie Superstacja. Zarzut dotyczył naruszenia dóbr osobistych radnego Rady Miejskiej w Brzegu p. Wojciecha Komarzyńskiego oraz rozpowszechniania treści sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym. W wyniku analizy zgromadzonej w tej sprawie dokumentacji Przewodniczący KRRiT skierował do nadawcy wezwanie do zaniechania rozpowszechniania treści naruszających art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.
- Postępowanie w związku ze skargami dotyczącymi oznakowania w programie Eska TV kategorią „od lat 16” audycji pt. „Top 5” (emisja: 26 marca 2012 roku, godz. 16:09) oraz audycji pt. „Hity na czasie” (emisja: 1 czerwca 2012 roku, godz. 11:26), podczas gdy zgodnie z prawem audycje zakwalifikowane do takiej kategorii wiekowej mogą być emitowane dopiero po godz. 20:00. Przewodniczący KRRiT skierował do nadawcy wezwanie do zaniechania naruszania art. 18 ust. 5a i ust. 5b oraz art. 20 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji, a także §5 i §6 rozporządzenia KRRiT z 23 czerwca 2005 r. w spr-

*wie 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.*

### **Zbiorowe protesty**

**5.20** W 2012 roku do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpłynęło 67 791 wystąpień w związku z rozstrzygnięciem konkursu koncesyjnego dotyczącego czterech miejsc na pierwszym multipleksie naziemnej telewizji cyfrowej. Wystąpienia dotyczące decyzji koncesyjnej, w wyniku której Fundacja Lux Veritatis nie otrzymała koncesji na nadawanie programu TV Trwam w ramach sygnału MUX-1, kierowane były przez hierarchów Kościoła katolickiego, posłów, senatorów, przedstawicieli samorządów, organizacje społeczne, stowarzyszenia, związki zawodowe oraz osoby prywatne.

Poniższe zestawienie ilustruje dane dotyczące liczby korespondentów kierujących protesty w sprawie miejsca dla Telewizji Trwam na multipleksie pierwszym.

**TABELA NR 2**  
**KORESPONDENCJA ZAWIERAJĄCA PROTESTY W SPRAWIE TELEWIZJI TRWAM**

Korespondenci	Liczba wystąpień
Przedstawiciele hierarchii kościelnej (arcybiskupi i biskupi)	4
Parlamentarzyści we własnym imieniu	31
Parlamentarzyści przekazujący listy z podpisami osób prywatnych	22
Rady gmin, powiatów, miast, starostwa powiatowe, urzędy miejskie	428
Organizacje społeczne, stowarzyszenia	178
NSZZ „Solidarność”	47
Osoby prywatne (protesty indywidualne i przesyłki zawierające listy z podpisami)	67081

W wystąpieniach zbiorowych stwierdzone zostały przypadki powtarzania się tych samych podpisów na więcej niż jednej liście osób wyrażających swoje poparcie dla Telewizji Trwam. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie ma kompetencji ani nie dysponuje takimi możliwościami żeby weryfikować dane osobowe osób podpisujących się pod protestami. Z tego powodu podpisy składane pod protestami zbiorowymi nie były liczone. Dane statystyczne podawane przez KRRiT odnoszą się do ilości otrzymanej i zarejestrowanej korespondencji.

## ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRAWNA NADAWCÓW

**5.21** Przewodniczący KRRiT w oparciu o przepisy regulujące odpowiedzialność prawną wydał w 2012 roku 7 niżej wymienionych decyzji o nałożeniu kar na nadawców:

- decyzja z 12 marca 2012 roku – na spółkę Telewizja Polska SA nałożono karę w wysokości 30 000 zł za naruszenie obowiązku, wynikającego z art. 16c pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji zakazującego ukrytych przekazów handlowych;
- decyzja z 12 marca 2012 roku – na spółkę 4fun Media SA nałożono karę w wysokości 2 900 zł za naruszenie § 5 ust. 1 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 30 czerwca 2011 roku w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedazy;
- decyzja z 30 marca 2012 roku – na spółkę Eska Rock SA rozpowszechniającą program *Eska Rock* nałożono karę w wysokości 50 000 zł za naruszenie art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z rozpowszechnieniem audycji z cyklu „Poranny FW”, w której doszło do szerzenia obraźliwych treści o charakterze rasistowskim;
- decyzja z 30 marca 2012 roku – na Warszawską Prowincję Redemptorystów rozpowszechniającą

program *Radio Maryja* nałożono karę w wysokości 4 000 zł za naruszenie obowiązku, wynikającego z art. 16c w związku z art. 4 pkt 11 ustawy o radiofonii i telewizji, zakazującego ukrytych przekazów handlowych;

- decyzja z 9 lipca 2012 roku – na spółkę TVN SA rozpowszechniającą program *TVN* nałożono karę w wysokości 200 000 zł za naruszenie art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji oraz § 2 i § 5 ust. 3 rozporządzenia KRRiT 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, stosowania wzorów symboli graficznych i formuł zapowiedzi, w związku z rozpowszechnieniem audycji z cyklu „Top Model. Zostań modelką”;
- decyzja z 11 lipca 2012 roku – na Warszawską Prowincję Redemptorystów rozpowszechniającą program *Radio Maryja* nałożono karę w wysokości 20 000 zł za naruszenie obowiązku, wynikającego z art. 16c pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji zakazującego ukrytych przekazów handlowych;
- decyzja z 30 lipca 2012 roku – na spółkę Eska Rock SA rozpowszechniającą program *Eska Rock* nałożono karę w wysokości 75 000 zł za naruszenie art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez rozpowszechnienie w dniu 12 czerwca 2012 roku, o godz. 8.00 audycji z cyklu „Poranny WF”.

Łącznie za naruszenie ustawy o radiofonii i telewizji oraz wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych w 2012 roku Przewodniczący KRRiT nałożył kary finansowe na sumę 381 900 złotych. Większość ukaranych nadawców skorzystało z prawa wniesienia do sądu skargi od decyzji Przewodniczącego KRRiT, odraczając wpłatę kary do czasu zakończenia postępowania. Wpływy z kar w całości stanowią dochód budżetu państwa.

## **6 NADZÓR REGULACYJNY I FINANSOWANIE MEDIÓW PUBLICZNYCH**

### **PLANY PROGRAMOWO – FINANSOWE**

**6.1** W 2012 roku nadawcy publiczni po raz drugi sporządzali plany programowo – finansowe w oparciu o znowelizowane przed dwoma laty przepisy ustawy o radiofonii i telewizji, w których został określony nowy mechanizm planowania i rozliczania misji. Środki abonamentowe są przeznaczone wyłącznie na konkretne, wcześniej zaplanowane zadania realizujące różne społeczne potrzeby i oczekiwania czyli zadania misyjne.

Po raz pierwszy od kilku lat w 2012 roku nastąpił wzrost wpływów środków abonamentowych, które były wyższe od prognozowanych o 93 mln zł. Nadal są to jednak środki niewystarczające w stosunku do potrzeb mediów publicznych. Względna poprawa pozwoliła złagodzić sytuację ekonomiczną spółek radiowych, w których abonament to podstawowe źródło finansowania zadań ustawowych (w niektórych rozgłośniach regionalnych nawet w 100 %).

Obowiązujące regulacje prawne nie uwzględniają ani sytuacji, w jakiej obecnie znajdują się media publiczne, ani wyzwań, które powinny one podejmować. Nie zapewniają skutecznego poboru abonamentu i nie dają możliwości precyzyjnego prognozowania wpływów oraz dokonywania przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji korekt, uwzględniających aktualne i najbardziej uzasadnione potrzeby poszczególnych spółek.

*Porównaj informacje na temat propozycji modernizacji prawa w zakresie dotyczącym mediów publicznych, które znajdują się w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

**6.2** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przed rozpoczęciem procedury uzgadniania planów finansowo-programowych, poinformowała nadawców o wstępnej prognozie wpływów na 2013 rok (401 mln. zł) oraz przekazała sugestie co do oczekiwanych elementów programowych, uwzględniając m.in. propozycje otrzymane w trakcie konsultacji społecznych przeprowadzonych przez KRRiT.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, biorąc pod uwagę wysokość szacowanych wpływów z abonamentu zdecydowała nie przyznawać środków na inwestycje, traktując jako wyjątek potrzeby, których niezaspokojenie zagrażało funkcjonowaniu danej spółki.

*Porównaj informacje na temat planów programowo - finansowych mediów publicznych które znajdują się w aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne.*

**6.3** Po uzgodnieniu planów finansowo-programowych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wykonywała ustawowe działania kontrolne realizacji przyjętych zobowiązań w oparciu o analizę rocznych sprawozdań spółek. Wyniki analiz potwierdziły wykonywanie planów, w szczególności zgodny z planami był roczny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne i rodzaje nadawanych audycji. Nieliczne spółki dokonały modyfikacji planów, najczęściej poprzez zmianę udziałów audycji w obrębie jednej kategorii (np. w informacji lub publicystyce).

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwracała uwagę, aby modyfikacje planów nie wpływały na jakość programów.

*W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne znajduje się charakterystyka planów programowo-finansowych poszczególnych spółek mediów publicznych*

## TELEWIZJA POLSKA

**6.4** Z rocznych sprawozdań spółki Telewizja Polska SA wynika, że w 2012 roku realizowano ustawowe zadania misyjne zgodnie z przyjętym planem finansowo-programowym. W niektórych programach wprowadzono modyfikacje w stosunku do planu. Zazwyczaj były to zmiany pozytywnie wpływające na jakość nadawanych programów i sposób realizacji misji. Zwiększono liczbę godzin wartościowych form telewizyjnych (filmy dokumentalne, reportaże, spektakle teatralne). W stosunku do lat poprzednich zwiększono liczbę godzin audycji popularnonaukowych, poświęconych kulturze, wzbogacono ofertę dla najmłodszych widzów – nie tylko filmy animowane, ale audycje o charakterze edukacyjnym. KRRiT stwierdziła konieczność poszerzenia oferty programowej dla młodzieży.

W 2012 roku TVP SA przeprowadziła transmisje z Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 oraz Igrzysk Olimpijskich w Londynie. Koszty związane z tymi zadaniami wyniosły 160 mln zł. Środki abonamentowe przekazane TVP stanowiły jedynie ok. 18% kosztów zadań misyjnych. Oznacza to, że Telewizja Polska jest nadmiernie uzależniona od rynku reklamy. Sytuację tego nadawcy pogorszył fakt, że w 2012 roku odnotowano kolejne zmniejszenie się rynku reklamy. Ponadto TVP ponosiła dodatkowe koszty podwójnej emisji w systemach analogowym i cyfrowym.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła monitoring 5 programów telewizyjnych (TVP 1, TVP 2, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Historia) według kryteriów oceny jakościowej (sposób realizacji zadań misyjnych oraz określenie ich walorów i niedostatków). Ze sprawozdań i monitoringu wynika, iż TVP realizowała uzgodnione plany.

*W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne przedstawione zostały szczegółowe wyniki oceny programowej, finansowej i technologicznej spółki Telewizja Polska SA.*

## POLSKIE RADIO

**6.5** W 2012 roku Polskie Radio SA realizowało w czterech programach ogólnokrajowych plany programowe w formie uzgodnionej z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Zarząd Spółki wprowadził kilka modyfikacji, które zwiększały jakość nadawanych programów. Nadawca zdecydował o zwiększeniu udziału w programach słuchowisk, spektakli Teatru Polskiego Radia oraz reportaży i dokumentów. Polskie Radio przygotowało również specjalną ofertę dla dzieci. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła monitoring 4 programów Polskiego Radia według kryteriów oceny jakościowej. Monitoring potwierdził wysoką jakość programów oraz realizowanie planów programowo-finansowych. Każdy z programów realizował zadania misyjne dostosowane do swojego profilu.

Polskie Radio posiada najbardziej zaawansowaną bazę technologiczną spośród wszystkich 18 spółek publicznej radiofonii. Baza technologiczna Polskiego Radia umożliwia produkcję i emisję różnorodnych form audycji wraz z treściami dodatkowymi, które już teraz są dostępne w szerokiej ofercie internetowej. Polskie Radio prowadzi digitalizację zbiorów archiwalnych w najszerszym zakresie.

Koszty działalności misyjnej Polskiego Radia zostały sfinansowane w ubiegłym roku w 70% z abonamentu. Polskie Radio finansowało tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, koszty portalu internetowego [mojepolskieradio.pl](http://mojepolskieradio.pl), Radiowego Centrum Nadawczego, Polskiej Orkiestry Radiowej, Chóru Polskiego Radia oraz obsługi medialnej Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 i Igrzysk Olimpijskich w Londynie.

*W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne przedstawione zostały szczegółowe wyniki oceny programowej, finansowej i technologicznej spółki Polskie Radio SA.*

## ROZGŁOŚNIE REGIONALNE POLSKIEGO RADIA

**6.6** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w 2012 roku przeprowadziła kontrolę realizacji planów na podstawie sprawozdań nadawców oraz monitoringu 17 regionalnych programów radiowych. Z rocznych sprawozdań rozgłośni wynika, że udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był generalnie zgodny z planami i zawierał się w przedziale od 75 do 100 % rocznej emisji. W większości programy miały charakter uniwersalny, ze stosunkowo wysokim udziałem słowa (średnio 41% rocznej emisji programu) oraz zróżnicowaniem pod względem gatunkowym i tematycznym. Średnio ponad połowę warstwy słownej wypełniła tematyka dotycząca regionu realizowana poprzez różne rodzaje audycji. Jedenaście programów regionalnych zawierało specjalnie konstruowaną ofertę dla mniejszości narodowych, etnicznych i społeczności posługujących się językiem regionalnym. W wielu rozgłosniach zgodnie z planami realizowane były ambitne, ale jednocześnie kosztowne formy radiowe – reportaże i słuchowiska. Oferta adresowana do młodszej widowni była w większości rozgłośni zgodna z planami. W programach dominowała muzyka rozrywkowa, ale wielu regionalnych nadawców publicznych nadawało także gatunki muzyczne rzadko spotykane lub w ogóle nieobecne w programach komercyjnych: muzykę poważną, ludową i jazzową.

Sześć spółek rozpowszechniało tzw. programy miejskie, które w części słownej składały się przede wszystkim z różnego rodzaju audycji poświęconych problematyce miast, dla których były nadawane. Muzyka w tych programach nie różniła się od nadawanej w programach regionalnych (ok. 75% każdego programu wypełniały popularne utwory muzyczne, rozrywkowe).

W sprawie tworzenia i rozpowszechniania programów miejskich KRRiT przyjęła 4 września 2012 roku stanowisko, w którym m.in. podkreśla się konieczność sprecyzowania przez nadawców zadań misyjnych tych programów wraz z przedstawieniem szczegółowego

planu ich realizacji i określenia sposobu uwzględnienia potrzeb społecznych.

*Stanowiska Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne na stronie internetowej [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl) w zakładce KRRiT.*

**6.7** W 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji prognozując potrzeby rozwoju dokonała oceny bazy technologicznej rozgłośni regionalnych pod kątem możliwości realizacji bieżących i przyszłych zadań programowych, wynikających z cyfryzacji i współpracy mediów publicznych. Ocenie poddano poziom zaawansowania technologicznego spółek w produkcji i emisji programów oraz treści multimedialnych (tzw. wartości dodanej) w przyszłej technologii cyfrowej. Przeprowadzona analiza wskazuje obszary technologiczne wymagające inwestycji w zakresie zadań bieżących i planowanych. Ocenę konstruowano m.in. na podstawie analizy stanu wyposażenia stanowisk dziennikarskich, stopnia przygotowania do tworzenia treści programowych w cyfrowych kanałach dystrybucji informacji (Internet, naziemna emisja cyfrowa, formy hybrydowe), sposobu przechowywania posiadanych zbiorów programowych (analogowych i cyfrowych), stopnia ich digitalizacji i sposobu opisu materiałów audiowizualnych, poziomu wyeksploatowania technologii studyjnych. Badano także potrzeby technologiczne związane z cyfrową emisją programu, możliwościami wymiany programowej oraz potencjalnymi możliwościami wspólnego wykorzystania środków technicznych służących produkcji programowej.

W podstawowych obszarach związanych z realizacją obecnych zadań programowych rozgłosnie dysponują wystarczającymi możliwościami technicznymi. W zakresie potrzeb związanych z szeroko pojętą emisją i transmisją sygnału radiowego wymagane jest szersze zastosowanie nowoczesnych technologii. Zdecydowanych rozwiązań wymagają obszary związane z obecną oraz przyszłą działalnością radia w sferze rozwoju cyfrowego i hybrydowego. Pilne inwestowanie w nowoczesne technologie przyniesie korzyść zarówno



odbiorcom (atrakcyjne treści internetowe), jak i nadawcom, którzy w pełni będą przygotowani do przejścia na cyfrową emisję programu i zaoferują nową wartość dodaną - multimedialne elementy programowe.

*W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne przedstawione zostały szczegółowe wyniki oceny programowej, finansowej i technologicznej 17 regionalnych rozgłośni Polskiego Radia.*

## **OPLĄTY ABONAMENTOWE**

### ***Wysokość opłat abonamentowych i umowa z Poczta Polska***

**6.8** Trybunał Konstytucyjny w wyrokach z 9 września 2004 roku i 16 marca 2010 roku potwierdził, że opłata abonamentowa jest przymusowym, bezzwrotnym świadczeniem publicznoprawnym, służącym realizacji konstytucyjnych zadań państwa. Określenie właściwych zasad finansowania mediów publicznych ze środków publicznych jest jedną z podstawowych przesłanek umożliwiających realizację ustawowo określonej misji publicznej. Według Trybunału Konstytucyjnego uprawnione jest stosowanie środków egzekucyjnych w oparciu o ustawę z 17 czerwca 1966 roku *o postępowaniu egzekucyjnym w administracji*. Na bezczynność wierzyciela (którym jest kierownik Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej) służy skarga podmiotowi, którego interes został naruszony (nadawcom publicznym) oraz organowi zainteresowanemu wykonaniem tego obowiązku (KRRiT).

Poczta Polska nie przedstawiła informacji o efektach swojej działalności w 2012 roku (Poczta Polska przeprowadziła w 2010 roku 4485 kontroli, a w 2011 roku - 16148 kontroli wykonywania obowiązku rejestracji odbiorników). W 5613 firmach stwierdzono używanie niezarejestrowanych odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych. W 190 przypadkach firmy uniemożliwiły przeprowadzenie kontroli. Po przeprowadzonych kontrolach 1428 firm dokonało rejestracji odbiorników.

W ramach działań pokontrolnych wszczęto postępowania wobec 3594 firm: wydano 3125 decyzji ustalających wysokość opłaty i nakazujących rejestrację odbiorników, 170 firm odwołało się do II Instancji (Ministra Administracji i Cyfryzacji), do 264 firm wysłano upomnienia, a 215 firmom wystawiono tytuły wykonawcze wysłane do urzędów skarbowych. Na podstawie wystawionych decyzji, upomnień i tytułów wykonawczych opłaty za używanie niezarejestrowanych odbiorników w kwocie 385,8 tys. zł wniosło 1765 firm.

W 2011 roku do abonentów zalegających z opłatami Poczta Polska wysłała 581469 zawiadomień o zaległościach z informacją, że w przypadku braku uregulowania należności zostanie wszczęte postępowanie egzekucyjne w celu przymusowego ściągnięcia należności w trybie egzekucji administracyjnej. Do abonentów, którzy nie uregulowali zaległości w opłatach na podstawie wysłanych zawiadomień wysłano 103183 upomnienia na łączną kwotę 126186,2 tys. zł. Na podstawie upomnień zadłużenie w całości lub w części uregulowało 6554 abonentów na kwotę 5478,5 tys. zł. Znaczna liczba abonentów zwróciła się do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z prośbą o umorzenie lub rozłożenie zaległości na raty. Wystawiono 1424 tytuły wykonawcze na kwotę 2056,5 tys. zł i przekazano je do urzędów skarbowych. Urzędy skarbowe wyegzekwowały zadłużenie z 459 tytułów wykonawczych (32,2%) w kwocie 438,6 tys. zł (21,3%).

W lipcu 2012 roku, po dwóch latach roboczych uzgodnień, Minister Finansów wydał jednolitą wykładnię dla urzędów skarbowych w zakresie przyjmowania i realizowania tytułów wykonawczych wystawionych przez Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej. Przyczyniło się to w zauważalny sposób do zwiększenia wpływów abonamentowych zrealizowanych przez Poczta Polska w drugim półroczu 2012 roku.

**6.9** Na podstawie umowy z 28 lipca 2011 roku Poczta Polska do 28 stycznia 2012 roku przeprowadziła pilotaż zgłaszania abonentów zalegających z opłatami abonamentowymi do Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczych (KRD BIG SA). Pilotażem została objęta grupa 150 losowo wybranych abonentów-dłużników. W czasie pilotażu z zadłużenia łącznego w kwocie 631052,04 zł uregulowany został przez 33 abonentów (27,5%) dług w wysokości 109109,57 zł. Koszty przeprowadzenia pilotażu wyniosły 8917,50 zł.

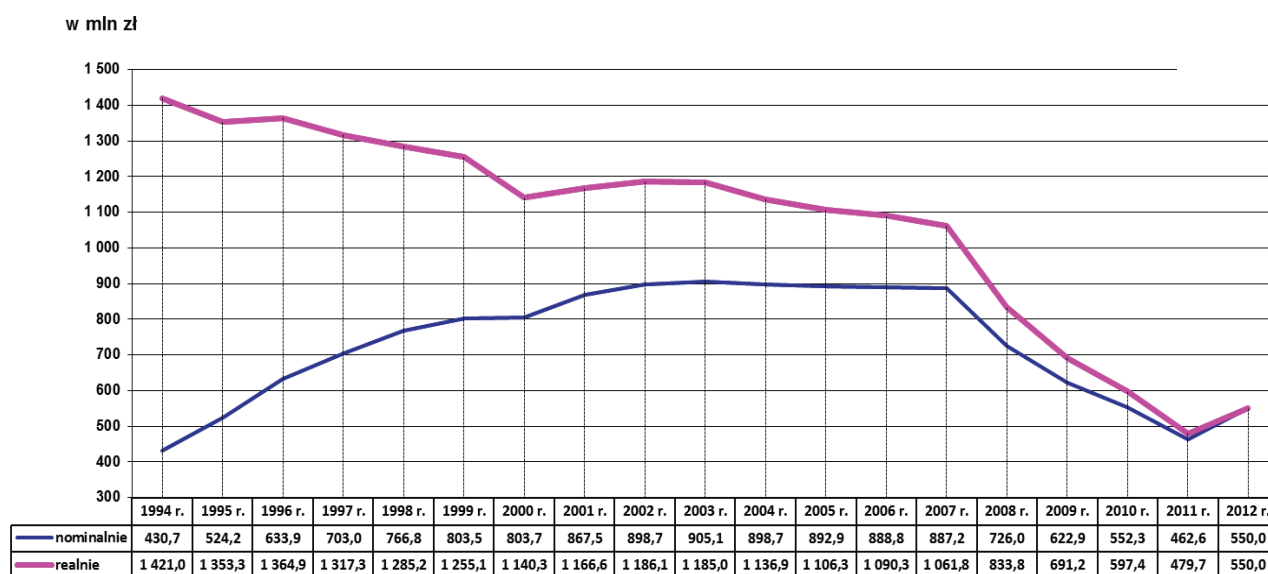
Poczta Polska oceniła, iż brak jest uzasadnienia ekonomicznego dla prowadzenia dalej pilotażu. Pracochłonność oraz odpowiedzialność związana z wpisami do KRD okazała się niewspółmiernie wysoka w stosunku do uzyskanych efektów finansowych. KRRiT przyjęła do wiadomości stanowisko Poczty Polskiej.

**6.10** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji corocznie ustala wysokość opłat abonamentowych. W 2012 roku za używanie odbiornika radiofonicznego należało zapłacić miesięcznie 5,50 zł. Za używanie odbiornika telewizyjnego lub telewizyjnego i radiofonicznego – 18,50 zł.

W 2012 roku wpływy abonamentowe łącznie z pozaabonamentowymi wyniosły ponad 563 mln zł. Były one niższe nominalnie o 39% w porównaniu do przekazanych w 2003 roku (919 mln zł). Obniżenie kwoty przekazywanych środków wystąpiło w 2008 roku. Coroczny, zauważalny spadek wpływów trwał do 2011 roku. Nieznaczny, pierwszy od lat wzrost wpływów abonamentowych nastąpił w 2012 roku, a jego powodem była przede wszystkim poprawa ściągальności zaległości abonamentowych w drodze egzekucji administracyjnej.

## Wykres nr 6

### Poziom wpływów abonamentowych przekazywanych do spółek publicznej radiofonii i telewizji oraz spadek ich wartości realnej w latach 1994 – 2012



Najwyższa kwota wpływów abonamentowych została przekazana w 2003 roku i wynosiła 905,1 mln zł. W 2012 roku wpływy abonamentowe wynosiły 550,0 mln zł i były nominalnie niższe w porównaniu do 2003 roku o 39,2%. Wartość realna wpływów 2012 roku obniżyła się w porównaniu do 2003 roku o 53,6%, a w porównaniu do 1994 roku o 61,3%.

**6.11** Poczta Polska działając na podstawie umowy z KRRiT przekazała na rachunek bankowy Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji środki abonamentowe w wysokości 538387,8 tys. zł. Wynagrodzenie umowne dla Poczty Polskiej wynosi 6% od zainkasowanych

opłat abonamentowych i odsetek za zwłokę w ich uiszczeniu. Dochodem Poczty Polskiej jest również połowa wpływów z kar za używanie niezarejestrowanego odbiornika. W 2012 roku Poczta Polska pobrała wynagrodzenie umowne w wysokości łącznej 35254708,54 zł.

#### **Podział wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych**

**6.12** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w 2012 roku przyjęła prognozę wpływów abonamentowych w wysokości 470000,0 tys. zł.

**TABELA NR 3**  
**SPOSÓB PODZIAŁU PROGNOZOWANYCH WPŁYWÓW ABONAMENTOWYCH**

	Udział w %	Kwota w mln zł
Ogółem, z tego:	100,0	470
Telewizja Polska	44,04	207
Spółki radiofonii publicznej, razem	55,96	263
z tego:		
Polskie Radio	28,30	133
Spółki radiofonii regionalnej, razem	27,66	130

**TABELA NR 4**  
**SPOSÓB PODZIAŁU EWENTUALNEJ NADWYŻKI**

Nadwyżka ponad kwotę 470 mln zł	Telewizja Polska %	Polskie Radio %	Spółki regionalnej radiofonii, razem %
do 10%	48,0	26,5	25,5
powyżej 10% do 20%	53,0	24,5	22,5
powyżej 20% do 30%	58,0	22,0	20,0
powyżej 30% do 40%	63,0	20,0	17,0
powyżej 40% do 50%	70,0	16,5	13,5
powyżej 50%	80,0	11,5	8,5

**6.13** Środki przekazane w 2012 roku spółkom publicznej radiofonii i telewizji wyniosły łącznie 563.173,4 tys. zł:

- wpływy abonamentowe 550.003,4
- wpływy pozaabonamentowe 13.170,0

**Progniza wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych na 2013 rok**

**6.14** Na podstawie analizy ściągłości opłat abonamentowych w okresie styczeń – maj 2012 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła prognozę wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych na 2013 rok w wysokości 401 mln zł (wpływy abonamentowe 394 mln zł i wpływy pozaabonamentowe 7 mln zł).

**TABELA NR 5  
ŚRODKI PRZEKAZANE POSZCZEGÓLNYM SPÓŁKOM PUBLICZNEJ RADIOFONII I TELEWIZJI  
W 2012 ROKU**

Lp.	Spółki	Kwota w tys. zł		
		wpływy abonamentowe	wpływy pozaabonamentowe	RAZEM
1	2	3	4	5
	Wpływy ogółem, z tego:	550.003,4	13.170,0	563.173,4
1.	Telewizja Polska	247.763,3	6.102,7	253.866,0
2.	Spółki radiofonii publicznej razem, z tego:	302.240,1	7.067,3	309.307,4
1)	Polskie Radio	153.274,5	3.596,5	156.871,0
2)	Spółki radiofonii regionalnej razem, z tego:	148.965,6	3.470,8	152.436,4
1	Radio Białystok	9.401,3	216,2	9.617,5
2	Radio PiK w Bydgoszczy	8.499,6	199,2	8.698,8
3	Radio Gdańsk	8.800,5	205,0	9.005,5
4	Radio Katowice	8.694,0	202,9	8.896,9
5	Radio Kielce	7.847,5	186,8	8.034,3
6	Radio Koszalin	9.050,6	209,5	9.260,1
7	Radio Kraków	8.991,1	208,5	9.199,6
8	Radio Lublin	8.839,3	205,6	9.044,9
9	Radio Łódź	8.104,0	191,6	8.295,6
10	Radio Olsztyn	8.749,5	203,8	8.953,3
11	Radio PRO FM w Opolu	8.481,9	199,0	8.680,9
12	Radio Merkury w Poznaniu	9.030,9	209,3	9.240,2
13	Radio Rzeszów	8.465,3	198,6	8.663,9
14	Radio Szczecin	8.606,6	201,1	8.807,7
15	Radio dla Ciebie w Warszawie	9.464,1	217,3	9.681,4
16	Radio Wrocław	9.033,6	209,4	9.243,0
17	Radio Zachód w Zielonej Górze	8.905,8	206,9	9.112,7

W listopadzie 2012 roku na podstawie analizy ściągłości wpływów abonamentowych za trzy kwartały Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznała, iż łączna kwota środków do przekazania spółkom radiofonii i telewizji publicznej w 2013 roku wyniesie minimum 529 mln zł, z tego:

- wpływy abonamentowe - 516 mln zł
- wpływy pozaabonamentowe - 13 mln zł.

**Liczba abonentów. Zwolnienia od opłat. Umarzanie i rozkładanie na raty zaległości.**

**6.15** Liczba abonentów używających zarejestrowane odbiorniki radiowe i telewizyjne według stanu z 31 grudnia 2012 roku kształtowała się następująco:

- abonenci ogółem: 6929882  
(w tym abonenci instytucjonalni – 191.486)

z tego:

- abonenci telewizyjni lub radiowo-telewizyjni 6676923
- abonenci wyłącznie radiowi 252959

W 2012 roku odnotowano wzrost ogólnej liczby abonentów posiadających zarejestrowane odbiorniki o 42000 osób (o 0,61%). Z drugiej strony, o 125063 (4,78%) wzrosła liczba abonentów zwolnionych z opłat abonamentowych (2741975 abonentów zwolnionych). Według stanu z 31 grudnia 2012 roku na 6738396 zarejestrowanych gospodarstwach domowych opłaty powinny uiszczać 3.946.421 gospodarstw (tj. 27,6% z 14,5 mln wszystkich gospodarstw domowych w Polsce), natomiast opłaty terminowe wniosło jedynie 1069904 gospodarstw (tj. 26,8% z 3946421).

**6.16** Umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości były uzasadniane kryteriami dochodowymi gdy dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym nie przekraczał:

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

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji umorzyła zaległości łącznie na kwotę 16731,34 tys. zł oraz rozłożyła i na raty zaległości w wysokości 5473,04 tys. zł.

W 2012 roku wpłynęło 87671 pism i wniosków w sprawie umorzenia lub rozłożenia na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych, to jest znacznie więcej niż w latach poprzednich (2011 rok – 30521, 2010 rok – 52667, 2009 rok – 24920, 2008 rok – 24638, 2007 rok – 56894) Biuro KRRiT nie ma środków na wynagrodzenia w celu zatrudnienia odpowiedniej liczby pracowników do prowadzenia tych spraw. Opracowywaniem wniosków zajmowało się 11 pracowników etatowych Biura KRRiT. W 2012 roku rozpatrzono 31388 wniosków o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości, tj. średnio dwukrotnie więcej niż w latach ubiegłych (2011 rok – 16221, 2010 rok – 9160, 2009 rok – 15573, 2008 rok – 15653). Według stanu na 1 stycznia 2013 roku pozostawało jeszcze do rozpatrzenia około 100 tysięcy wniosków i pism w sprawach abonamentowych z lat 2008 – 2012, w tym około 46 tysięcy z 2012 roku).

W celu terminowego udzielania odpowiedzi w sprawach abonamentowych oraz rozpatrywania wniosków abonentów o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości w opłatach abonamentowych zgodnie z kodeksem postępowania administracyjnego należałoby zwiększyć zatrudnienie etatowe do 20 pracowników (łącznie ze zwiększeniem wydatków KRRiT na wynagrodzenia osobowe z pochodnymi i wydatków rzeczowych).

Rozwiązanie systemowe powinno zmierzać w kierunku pilnej zmiany sposobu finansowania mediów publicznych i przy tej okazji rozwiązania problemu zaległości w uiszczaniu opłat abonamentowych.

**6.17** Przy założeniu, że wszystkie gospodarstwa domowe mają zarejestrowane odbiorniki i wnoszą opłaty w 2012 roku wpływy abonamentowe (bez uwzględnienia wpływów od abonentów instytucjonalnych) powinny wynosić około 3 mld zł (netto tj. bez umownego wynagrodzenia Poczty Polskiej). Ubytek wpływów abonamentowych według stanu na 31 grudnia 2012 roku wynosił z tytułu:

- używania niezarejestrowanych odbiorników – ok. 1,6 mld zł;
- zwolnień – ok. 0,6 mld zł.

Według stanu z 31 grudnia 2012 roku około 2831000 gospodarstw domowych zalegało z opłatami powyżej trzech miesięcy, co spowodowało zaległości w opłatach abonamentowych na kwotę ponad 2,1 mld złotych (netto). Poczta Polska powiadomiła, że przedawnieniu uległy zaległości za 2007 rok, w kwocie 336,6 mln zł.

## 7 ORZECZNICTWO SĄDOWE

### SKARGI I ODWOŁANIA

**7.1** W roku 2012 zostało złożonych 7 skarg do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie na orzeczenia Przewodniczącego KRRiT lub KRRiT. Były to m.in. skargi podmiotów, które nie uzyskały koncesji w postępowaniu konkursowym bądź skargi związane z opłatami abonamentowymi. W sprawach tych sąd wydał orzeczenia kończące postępowanie w I instancji. Wszystkie skargi zostały oddalone bądź odrzucone. Zostało też złożonych 6 skarg na bezczynność Przewodniczącego KRRiT. Wszystkie te skargi Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie oddalił bądź odrzucił.

W związku z decyzjami Przewodniczącego KRRiT o nałożeniu kary finansowej na nadawców (m.in. naruszenie art. 16c i 18 ustawy o radiofonii i telewizji) w 5 sprawach nadawcy złożyli odwołania do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego. Sąd wydał wyrok w jednej sprawie oddalając odwołanie nadawcy.

### WYBRANE WYROKI – WNIOSKI I WSKAZANIA DLA KRRiT

**7.2** Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie 25 maja 2012 roku wydał wyrok w sprawie prowadzonej w związku ze skargą Fundacji Lux Veritatis oraz spółki Mediasat na decyzję Przewodniczącego KRRiT z 17 stycznia 2012 roku. Na podstawie tej decyzji Przewodniczący KRRiT utrzymał w mocy decyzję z 29 lipca 2011 roku, która zawierała rozstrzygnięcie postępowania w przedmiocie zmiany (rozszerzenia) posiadanej koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą satelitarną o prawo do rozpowszechniania cyfrowego naziemnego programów telewizyjnych na multiplexie pierwszym. Uprawnienie to zostało

przyznane spółkom: ATM SA, Stavka sp. z o. o., Lemon Records sp. z o. o. oraz ESKA TV SA z jednoczesną odmową pozostałym stronom postępowania, w tym m.in. Fundacji Lux Veritatis oraz spółce Mediasat sp. z o. o. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie oddalił skargi obu podmiotów, uznał zarzuty za niezasadne oraz stwierdził, iż postępowanie zostało przeprowadzone w sposób odpowiadający prawu. W szczególności WSA podkreślił, opierając się na obszernym orzecznictwie sądowym, że dopuszczalne było przeprowadzenie postępowania w przedmiocie zmiany koncesji w oparciu o art. 155 kpa. Sąd podkreślił, że ustawa o radiofonii i telewizji nie nakłada na KRRiT obowiązku wskazania w ogłoszeniu kryteriów, według których organ będzie dokonywał oceny sfinansowania inwestycji oraz kosztów tworzenia i rozpowszechniania programu. Sąd wskazał na niezasadność zarzutu nieprzeprowadzenia przetargu podkreślając, iż obowiązek jego zarządzenia istnieje jedynie w sytuacji, gdy nie można uzyskać konsensusu w sprawie wyboru jednego przedsiębiorcy w ramach wszczętego postępowania koncesyjnego. Wojewódzki Sąd Administracyjny uznał za niezasadne pozostałe zarzuty, w tym dotyczące oceny dokumentów ekonomiczno-finansowych stron postępowania. Wyrok nie jest prawomocny. Fundacja Lux Veritatis oraz spółka Mediasat złożyły skargi kasacyjne do Naczelnego Sądu Administracyjnego.

**7.3** Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyrokach z 29 czerwca, 9 sierpnia oraz 12 października 2012 roku oddalił apelacje spółki Canal+ Cyfrowy SA od wyroków Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego, na podstawie których oddalone zostały odwołania spółki od decyzji Przewodniczącego KRRiT nr 2/2011, 5/2011 i 3/2011. W decyzjach tych Przewodniczący KRRiT nałożył na spółkę Canal+ Cyfrowy SA kary pieniężne w związku z niespełnieniem w programach

Planete, Canal+Polska Niebieski Sport oraz Ale Kino wymogu realizacji tzw. kwot europejskich czyli odpowiedniego udziału w programie audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim oraz audycji europejskich. Sąd Apelacyjny potwierdził, że odpowiedzialność nadawcy ma charakter obiektywny i wiąże się z obligatoryjnym nałożeniem kary w przypadku stwierdzenia naruszenia przepisów wskazanych w art. 53 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Ponadto wskazał, iż trudności w pozyskaniu właściwych kategorii audycji nie wyłączają obowiązku realizacji wymogów ustawowych dotyczących udziału tzw. kwot europejskich i nie dowodzą braku obiektywnych możliwości realizacji wymogów ustawowych, tym bardziej, iż nadawca ma możliwość własnej produkcji. Wyroki te są istotną wskazówką interpretacyjną w zakresie wymogów określonych w art. 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji.

**7.4** Sąd Apelacyjny w Warszawie wyrokiem z 18 kwietnia 2012 roku oddalił apelację spółki TVN złożoną od wyroku z 23 sierpnia 2011 roku Sądu Okręgowego. Utrzymana została w mocy decyzja Przewodniczącego KRRiT nr 7/2010 z 28 grudnia 2010 roku o nałożeniu kary w związku naruszeniem art. 16b ust. 1 pkt. 2 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z art. 13<sup>1</sup> ust. 2 pkt 1 ustawy z 26 października 1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. W programie

TVN24 doszło do naruszenia prawa poprzez emisję reklamy piwa w tzw. czasie chronionym (godz.18.20). Przedmiotem sporu nie był stan faktyczny lecz wskazana przez KRRiT górna granica kary. Kara wymierzana nadawcy w oparciu o art. 53 ust. 1 ustawy może stanowić do 50 % wysokości rocznej opłaty za używanie częstotliwości przeznaczonych do nadawania programu, a w przypadku gdy nadawca nie uiszcza opłaty za częstotliwość, kara pieniężna może stanowić do 10% przychodu nadawcy, osiągniętego w poprzednim roku podatkowym. W decyzji Przewodniczącego KRRiT jako górną granicę kary przyjęto 10% przychodu nadawcy z uwagi na fakt nieuiszczania przez TVN24 opłaty za używanie częstotliwości. Sąd Apelacyjny potwierdził zasadność stanowiska Przewodniczącego KRRiT wskazując, że w odniesieniu do nadawcy programu satelitarnego górną granicę kary stanowi 10 % przychodu, a nie 50 % rocznej opłaty za używanie częstotliwości. Zdaniem sądu opłaty uiszczane przez nadawcę programu satelitarnego, wynikające z przepisów prawa telekomunikacyjnego związane z dosyłem sygnału nie są opłatą za częstotliwość przeznaczoną do nadawania programu w rozumieniu art. 53 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Wyrok jest istotną wskazówką interpretacyjną przy określaniu górnej granicy kar w przypadku programów rozpowszechnianych drogą satelitarną.



## 8 UDZIAŁ W PRACACH INSTYTUCJI I ORGANIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH

**8.1** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji realizując ustawowe postanowienia uczestniczy w debatach, które w sprawach istotnych dla funkcjonowania i rozwoju sektora audiowizualnego toczą się na forum międzynarodowym. Dążenia KRRiT w tym zakresie określa dokument *Kierunki działania KRRiT w zakresie polityki europejskiej i współpracy z zagranicą na lata 2011-2013*, przyjęty 24 kwietnia 2012 roku. Zadanie to zostało także ujęte w *Strategii Regulacyjnej Krajowej Rady na lata 2011 – 2013*, przyjętej 1 marca 2011 roku.

*Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2011–2013 jest dostępna na stronie internetowej KRRiT [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl).*

Jednym z najistotniejszych kierunków działań KRRiT w obszarze tworzenia i implementacji europejskiej polityki audiowizualnej jest współpraca z właściwymi resortami przy przygotowywaniu stanowisk Polski. W ten sposób uzyskiwany jest wpływ na unijną politykę audiowizualną. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uczestniczy w tym procesie jako przedstawiciel Rzeczypospolitej, gdy posiada stosowne upoważnienia, albo jako merytoryczny uczestnik wspierający pracę organów rządowych. KRRiT bierze udział w pracach grup roboczych oraz komitetów specjalistycznych Unii Europejskiej i Rady Europy.

Działalność międzynarodowa KRRiT odbywa się na kilku poziomach:

- Unii Europejskiej i Rady Europy;
- Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA);
- Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF);
- Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (EAO);
- współpracy bilateralnej z odpowiednikami KRRiT w innych krajach.

Planując kierunki działalności międzynarodowej KRRiT uwzględnia priorytety polskiej polityki zagranicznej, kierunki europejskiej polityki audiowizualnej oraz potrzeby wynikające z bieżącej działalności.

### UNIA EUROPEJSKA

#### Komitet Kontaktowy ds. dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych

**8.2** Komitet Kontaktowy, ustanowiony na podstawie postanowień art. 29 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, ma na celu usprawnianie procesu implementacji dyrektywy oraz śledzenie wydarzeń rynkowych i technicznych o istotnym znaczeniu dla rozwoju europejskiego sektora audiowizualnego oraz ułatwianie wymiany poglądów pomiędzy ekspertami państw członkowskich w sprawach związanych z realizowaną polityką audiowizualną.

Komitet działa pod przewodnictwem Komisji Europejskiej i składa się z przedstawicieli państw członkowskich oraz kandydujących do członkostwa w Unii Europejskiej, w charakterze obserwatorów. Przedstawiciel KRRiT uczestniczy w posiedzeniach w ramach delegacji polskiej, obok przedstawicieli Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministra Administracji i Cyfryzacji.

Podczas posiedzeń Komitetu w 2012 roku przedmiotem debaty były m.in. implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, w tym identyfikacja zagadnień mogących być przedmiotem postępowań przed Trybunałem Sprawiedliwości UE, w związku z niewłaściwą implementacją dyrektywy, a także kwestie wyzwań regulacyjnych związanych z problematyką telewizji hybrydowej, zakres rewizji komunikatu interpretacyjnego Komisji w sprawie reklamy telewizyjnej, lista ważnych wydarzeń, implementacja postanowień dyrektywy dotyczących promocji dzieł europejskich oraz postanowień dotyczących udogodnień dla osób niepełnosprawnych.

### **GRUPA NIEZALEŻNYCH ORGANÓW REGULACYJNYCH DS. AUDIOWIZUALNYCH USŁUG MEDIALNYCH**

**8.3** Grupa Niezależnych Organów Regulacyjnych ds. Audiowizualnych Usług Medialnych została powołana z inicjatywy Komisji Europejskiej w 2003 roku. Grupa stanowi platformę wymiany poglądów pomiędzy regulatorami oraz pomiędzy regulatorami a Komisją Europejską na temat doświadczeń i problemów związanych z implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz innych unijnych aktów prawnych istotnych dla sektora medialnego m.in. dyrektywy o usłudze powszechnej.

W 2012 roku debata dotyczyła kwestii zakresu rozważanej regulacji unijnej dotyczącej usług telewizji hybrydowej, postępów w procesie transpozycji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, sposobu monitorowania i raportowania na temat implementacji postanowień dyrektywy dotyczących promocji dzieł europejskich tak w usługach linearnych, jak i na żądanie oraz interpretacji przepisów dyrektywy dotyczących stosowania przekazów handlowych.

### **STAŁY KOMITET DS. PRAW AUTORSKICH I PRAW POKREWNYCH (WIPO)**

**8.4** Stały Komitet ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych, funkcjonujący w ramach Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, podejmuje debatę na temat istotnych zagadnień związanych z zakresem ochrony praw autorskich i pokrewnych, w szczególności prowadzi prace przygotowawcze związane z przygotowaniem zmian prawnych w tym obszarze prawa międzynarodowego. Przedstawiciel KRRiT uczestniczy w tej debacie w ramach delegacji polskiej, kierowanej przez przedstawicieli Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Przedmiotem debaty w 2012 roku było m.in. dokończenie prac nad projektem traktatu o ochronie organizacji nadawczych. Ponadto omawiano propozycje nowego podejścia do wybranych rodzajów wyjątków i ograniczeń praw autorskich i praw pokrewnych (wyjątki i ograniczenia dla instytucji edukacyjnych i badawczych, wyjątki i ograniczenia dla osób z niepełnosprawnością narządu wzroku oraz osób, które z powodu innych rodzajów niepełnosprawności mają trudności z czytaniem, wyjątki i ograniczenia dla bibliotek i archiwów).

### **RADA EUROPY Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego**

**8.5** Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego działa w strukturze organizacyjnej Rady Europy. Komitet przygotowuje projekty dokumentów z obszaru mediów i społeczeństwa informacyjnego, które są przedkładane pod rozprawę Komitetowi Ministrów Rady Europy. Komitet Zarządzający opiniuje także realizację programów szkoleniowych

organizowanych przez Radę Europy w państwach członkowskich oraz podejmuje działania organizacyjne m.in. przygotowanie merytoryczne konferencji ministerialnych Rady Europy. W delegacji polskiej uczestniczą przedstawiciele KRRiT oraz Ministra Administracji i Cyfryzacji.

Komitet Zarządzający w 2012 roku omawiał szereg działań związanych z problematyką funkcjonowania mediów oraz usług społeczeństwa informacyjnego w kontekście ochrony praw człowieka. Omawiano m.in. postępy prac nad projektem zalecenia w sprawie równości płci w środowisku medialnym, kompilacją praw użytkowników Internetu, podjęto prace nad określeniem projektu aktu prawnego dotyczącego wzmocnienia ochrony dziennikarzy.

### **Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)**

**8.6** Europejska Platforma Organów Regulacyjnych, ustanowiona 18 lat temu na Malcie, zrzesza obecnie 53 krajowe organy regulacyjne właściwe w sprawach usług medialnych z Europy. Status stałych obserwatorów przy tej platformie uzyskały Komisja Europejska, Rada Europy, Europejskie Obserwatorium Audiowizualne oraz Biuro Przedstawiciela OBWE ds. Wolności Mediów.

Celem tego forum jest stworzenie platformy dyskusji i wymiany poglądów pomiędzy organami regulacyjnymi właściwymi w sprawach szeroko rozumianej radiofonii i telewizji. W 2012 roku odbyło się jedno spotkanie Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych, poświęcone w szczególności zagadnieniom: identyfikacji i regulacji nowych mediów, określania właściwej krajowej jurysdykcji usług medialnych, specyfice działania nadawców lokalnych i środowiskowych, problematyce audycji informacyjnych i publicystycznych, wyzwaniom regulacyjnym związanych z problematyką przekazów handlowych.

Gospodarzem kolejnego spotkania Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych w dniach 8 - 10 maja 2013 roku będzie Polska. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jest organizatorem obrad, które odbędą się w Krakowie.

### **Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF)**

**8.7** Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej stanowi regionalną platformę dyskusji pomiędzy organami regulacyjnymi właściwymi dla usług medialnych. W swojej strukturze i stawianych celach nawiązuje do sposobu organizacji przyjętego przez Europejską Platformę Organów Regulacyjnych. Zostało założone w grudniu 2009 roku przez sześć organów regulacyjnych z obszaru Europy Środkowej i Wschodniej: z Czech, Węgier, Polski, Rumunii, Serbii i Słowacji. Gospodarzem spotkania Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej w 2012 roku była Słowacka Rada ds. Rozpowszechniania i Rozprowadzania. Podczas spotkania przedmiotem dyskusji były takie zagadnienia jak rola i misja organu regulacyjnego, implementacja przepisów o audiowizualnych przekazach handlowych, ochrona małoletnich, obiektywizm i bezstronność w audycjach informacyjnych i publicystycznych, implementacja przepisów o tzw. kwotach europejskich oraz udogodnieniach dla osób z niepełnosprawnością narządu słuchu lub wzroku.

### **Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EAO)**

**8.8** Europejskie Obserwatorium Audiowizualne działa w ramach struktur organizacyjnych Rady Europy od 20 lat, stanowiąc ważne centrum analityczne w sprawach przemysłu audiowizualnego. Obserwatorium nie tylko zbiera i publikuje istotne dane m.in. w rocznikach statystycznych, ale też prowadzi, przy wsparciu korespondentów krajowych, działalność naukową i badawczą, czego efektem są liczne studia i analizy publikowane

każdego roku, a także comiesięczny biuletyn dotyczący najnowszych rozwiązań w prawie audiowizualnym. Członkami Obserwatorium jest 39 państw. Polskę reprezentuje KRRiT.

W 2012 roku podczas prezydencji Bośni i Hercegowiny odbyły się dwa plenarne spotkania: w Sarajewie połączone z seminarium na temat wyzwań dla rynku i organów regulacyjnych związane z treściami usług na żądanie oraz w Strasburgu poprzedzone konferencją, podczas której w pierwszej części podsumowano 20

lat działalności tej organizacji, a w drugiej odbyła się dyskusja na temat koncentracji na rynku audiowizualnym. Prace Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego w 2012 roku były związane z przygotowaniem raportów i analiz obejmujących m.in. następujące tematy: *Dystrybucja europejskich filmów kinowych w 2012 roku; Ochrona małoletnich w audiowizualnych usługach na żądanie; Must-carry: renesans czy reformacja; Prawa wyłączne i krótkie relacje; Przyszłość pomocy publicznej; Reakcja na piractwo internetowe.*

## 9 RELACJE SPOŁECZNE I DZIAŁALNOŚĆ INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

### PRZYKŁADY DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-EDUKACYJNYCH KRRIT

**9.1** 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.

**9.2** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uruchomiła serwis informacyjny *Drogowskaz Medialny* poświęcony edukacji medialnej, który od 11 lutego 2013 roku funkcjonuje w ramach struktury strony internetowej urzędu pod adresem: <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/>

Prace wdrożeniowe obejmowały zbudowanie infrastruktury serwisu, przygotowanie jego części graficznej i przede wszystkim merytorycznej (zebranie informacji i stworzenie bazy linków interesujących inicjatyw, a także innych miejsc w sieci, które dotyczą edukacji medialnej i podejmują ją na różnych płaszczyznach). Opracowany został regulamin działania serwisu <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/regulamin-korzystania-z-serwisu/> oraz specjalnie dedykowany temu projektowi multimedialny zwiastun, przygotowany bezpłatnie przez Fundację Citizen Project. W ramach poszerzania społecznej działalności serwisu *Drogowskaz Medialny* rozpoczęły się przygotowania do uruchomienia profilu o tej samej nazwie na portalu społecznościowym *Facebook*.

**9.3** *Modele mediów publicznych w Polsce i Europie* to międzynarodowa konferencja współorganizowana przez KRRiT, która odbyła się 1 marca 2012 roku w Warszawie. W Konferencji wzięli udział wybitni specjaliści: prof. Jan Zielonka z Uniwersytetu w Oksfordzie, prof. Paolo Mancini z Uniwersytetu w Perugii, znawca europejskich systemów medialnych dr David Levy, medioznawca i ekspert międzynarodowy dr Karol Jakubowicz. W panelu *Obecna sytuacja i kierunki zmian dotyczących mediów publicznych* udział wzięli przedstawiciele rządu, obecni byli parlamentarzyści i kierownictwo spółek mediów publicznych. Podczas konferencji Minister Administracji i Cyfryzacji Michał Boni zapowiedział, że we współpracy ze wszystkimi zainteresowanymi środowiskami do końca sierpnia 2012 roku, przygotuje i przedstawi kompleksowy pakiet zmian prawnych, w którym zostaną zdefiniowane społeczne zadania mediów publicznych i określony zostanie najbardziej pożądanym ich model, co poprawi kondycję finansową sektora publicznego, ustabilizuje pozycję na rynku, umożliwi ich konieczny rozwój ze względu na dynamiczne przemiany techniczne, technologiczne, społeczne i strukturalne. Zamierzenia te jednak nie zostały zrealizowane z uwagi na zmianę stanowiska przedstawicieli rządu. Termin kilku miesięcy uznano za zbyt krótki aby przeprowadzić analizy rynkowe konieczne do przygotowania zmian prawnych.

Tematyka mediów publicznych, a szczególnie kwestie związane z ich sytuacją finansowo - ekonomiczną były kontynuowane podczas konferencji *Finansowanie mediów publicznych w Polsce – teoria i praktyka*, zorganizowanej 16 kwietnia 2012 roku we współpracy z Wydziałem Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego i Związkiem Pracodawców Mediów Publicznych.

Obecny stan finansowania mediów publicznych, perspektywy zmian wraz z porównawczymi informacjami o systemach w innych krajach zostały przedstawione w kontekście postulatów KRRiT o koniecznej, pilnej modernizacji prawa w tym zakresie.

**9.4** *Zmierzch profesjonalnego dziennikarstwa* to konferencja, która 8 marca 2012 roku odbyła się we współpracy z Wydziałem Dziennikarstwa i Wydziałem Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Tabloidyzaacja, wulgaryzacja języka mediów, relatywizacja moralności, komercjalizacja treści i rosnąca rola autopromocji medialnej to główne tematy dyskusji w gronie naukowców i profesjonalistów. Dominowały pesymistyczne prognozy. Wiele mówiono o postępującej tabloidyzacji i coraz rzadszym wypełnianiu przez media kontrolnej funkcji wobec władzy publicznej. Pojawił się również pogląd, że dziś to nie politycy, ale przede wszystkim kryzys ekonomiczny jest głównym zagrożeniem dla niezależności mediów.

Niepokojąca tendencja spadku zaufania Polaków do dziennikarzy przedstawiona została 5 grudnia 2012 roku podczas kolejnej konferencji, którą Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji współorganizowała z Wydziałem Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego- *Zmiana w dziennikarstwie. Profesjonalizm i kultura w dziennikarstwie w Polsce*. Sondaż przeprowadzony przez Centrum Badań Opinii Społecznej (CBOS) ujawnił przekonanie odbiorców mediów, że dziennikarze za wszelką cenę szukają sensacji, a nie dążą do ujawnienia prawdy. Jedynie co trzeci ankietowany sądził, że dziennikarze są bezstronni, obiektywni i nie wyjawiają swoich preferencji politycznych.

**9.5** We współpracy z Kancelarią Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 28 marca 2012 roku zorganizowała konferencję *Rola telewizji w przełamywaniu barier*. Od zorganizowania tej konferencji rozpoczęły się działania KRRiT w celu uznania konieczności udostępniania telewizji osobom z niepełnosprawnością wzroku i słuchu za obowiązek nie tylko prawny lecz także społeczny. Jak uczynić

telewizję dostępną, jak przeciwdziałać wykluczeniu, jakie są potrzeby w zakresie dostępu do telewizji osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności, jakie bariery występują po stronie nadawców, które ograniczają możliwości emisji programów z ułatwieniami. Główne problemy dyskusji były następnie przedmiotem prac prowadzonych przez KRRiT na forum zespołu roboczego.

*Porównaj informacje dotyczące kwestii udostępniania telewizji osobom z dysfunkcją wzroku i słuchu, które znajdują się w rozdziale 3 oraz w części Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.*

**9.6** Podczas konferencji *Realizacja misji mediów publicznych w zakresie nadawania audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym* zorganizowanej 31 maja 2012 roku dokonana została ocena wykonywania przez media publiczne ustawowej misji. Ze strony przedstawicieli organizacji mniejszości zostały zgłoszone różne postulaty, których bieżące realizowanie jest systematycznie oceniane przez sejmową Komisję do spraw Mniejszości Narodowych i Etnicznych.

## NAGRODY I PATRONATY KRRIT

**9.7** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ufundowała nagrody dla twórców podczas XII Festiwalu Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej *Dwa teatry – Sopot 2012*. Wielką Nagrodę za wybitne kreacje aktorskie otrzymali pp. Anna Seniuk i Jerzy Stuhr. Podczas 52 Krakowskiego Festiwalu Filmowego w Krakowie laureatem nagrody KRRiT został operator i reżyser Jacek Petrycki za film *Moje zapiski z podziemia*. W listopadzie 2012 roku w czasie XVIII Ogólnopolskiego Konkursu Twórczości Radiowej w dziedzinie reportażu i dokumentu Grand Prix Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji otrzymali Hanna i Adam Bogoryja-Zakrzewscy ze Studia Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia za reportaż *Nic się nie stało*.

**9.8** W konkursie o Nagrodę im. dr. Pawła Stęпки, tragicznie zmarłego pracownika Biura KRRiT i młodego naukowca, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji we współpracy z Wydziałem Dziennikarstwa i Wydziałem Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego promuje wartościowe prace i ich autorów podejmujących w interesujący sposób tematykę mediów elektronicznych. W czerwcu 2012 roku nagrodę za najlepszą rozprawę doktorską z dziedziny mediów elektronicznych otrzymał dr Rafał Kuś za pracę *Public Broadcasting Service: miejsce telewizji publicznej w systemie medialnym Stanów Zjednoczonych*. Nagrodę w kategorii za najlepszą opublikowaną pracę otrzymał dr hab. Jędrzej Skrzypczak, autor opracowania *Polityka medialna w zakresie konwersji cyfrowej radiofonii i telewizji*.

**9.9** Patronatem honorowym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji obejmowała zjazdy i konferencje organizowane przez przedsiębiorców działających na rynku mediów audiowizualnych m.in. XXXIX Międzynarodową Konferencję i Wystawę Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej „Cyfrowy świat wokół nas”; Ogólnopolskie Forum Operatorów Telekomunikacyjnych *Fortel 2012*; XII Sympozjum Świata Telekomunikacji i Mediów; XI Młodzieżowe Warsztaty Dziennikarskie „Medialna siła rażenia”; Grand PIK 2012 Ogólnopolski Konkurs Artystycznych Form Radiowych Grand PIK 2012 i Warsztatów Sztuki Radiowej, zorganizowany przez Polskie Radio Pomorza i Kujaw; konferencję *Atuty i pułapki przejścia na telewizję cyfrową* zorganizowaną w ramach obchodów Światowego Dnia Społeczeństwa Informacyjnego w Polsce; I Międzynarodową Konferencję *Teraz Radio!* poświęconą radiofonii cyfrowej, zorganizowaną przez Radio Wrocław.

## Załącznik nr 1 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

### Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres

Numer koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Data wydania
146/K/2012-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE KOLOR 90,4 FM)	05.01.2012
147/K/2012-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE WANDA 92,5 FM)	05.01.2012
148/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Toruń)	05.01.2012
149/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Olsztyn)	05.01.2012
150/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Zielona Góra)	11.01.2012
151/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Poznań)	11.01.2012
152/K/2012-R	Polskie Fale Średnie (Radio AM Słupsk)	24.01.2012
153/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Wrocław)	24.01.2012
154/K/2012-R	Radio Alfa Sp. z o.o. (RADIO ALFA)	24.01.2012
155/K/2012-R	Uniwersytet Warszawski (AKADEMICKIE RADIO KAMPUS)	31.01.2012
156/K/2012-R	Kalisz Jerzy (RADIO ESKA IŁAWA)	31.01.2012
157/K/2012-T	TVN S.A. (TVN SIEDEM)	31.01.2012
158/K/2012-R	Polskie Fale Średnie S.A. (Radio AM Cmolas)	31.01.2012
159/K/2012-R	Diecezja Gliwicka (RADIO PLUS ŚLĄSK)	01.02.2012
160/K/2012-R	AIDA Spółka Akcyjna (RADIO APLAUZ)	03.02.2012
161/K/2012-R	FUNDACJA KRAKOWSKIEGO RADIA AKADEMICKIEGO ŻAK (RADIOFONIA)	03.02.2012
162/K/2012-R	Rozgłośnia Radiowa „REZONANS” Sp. z o.o. (RADIO ESKA 99,1 FM)	03.02.2012
163/K/2012-R	Diecezja Kielecka (RADIO PLUS KIELCE)	03.02.2012
164/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje ECHO)	23.03.2012
165/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (103,8 Roxy FM)	23.03.2012
166/K/2012-R	Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Regionalnej w Elblągu (Radio ESKA Elbląg)	05.04.2012
167/K/2012-R	Muzyczne Radio (Muzyczne Radio)	20.04.2012
168/K/2012-R	Stowarzyszenia „ZIEMIA PUCKA” (Radio Kaszëbë)	10.05.2012
169/K/2012-R	Radio OKO Sp. z o.o. (Radio OKO)	10.05.2012



170/K/2012-R	Radio PIN S.A. (Radio PiN)	17.05.2012
171/K/2012-R	PPHU „FAMA” Sp. z o.o. (Radio FAMA Sochaczew 94,9 FM)	17.05.2012
172/K/2012-TK	Bogdan Miszczak (Telewizja OBIEKTYW)	04.06.2012
173/K/2012-R	„Radio ELKA” Sp. z o.o. (Radio ELKA)	22.06.2012
174/K/2012-R	Politechnika Poznańska (Radio AFERA)	03.07.2012
175/K/2012-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Złote Przeboje KAROLINA 91,2 FM)	11.07.2012
176/K/2012-R	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (RADIO BLUE FM 103,4)	11.07.2012
177/K/2012-R	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Bełchatów)	11.07.2012
178/K/2012-R	HOT Radio Przemysł Sp. z o.o. (Radio ESKA Przemysł)	13.07.2012
179/K/2012-T	Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. (CANAL+ POLSKA)	24.07.2012
180/K/2012-T	Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. (CANAL+ FILM)	24.07.2012
181/K/2012-T	Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. (CANAL+ SPORT)	24.07.2012
182/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje O'LE 92,8 FM)	26.07.2012
183/K/2012-T	Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna (EDUSAT)	26.07.2012
184/K/2012-R	Multimedia Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Opole)	31.07.2012
185/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje Na Fali 89,8 FM)	31.07.2012
186/K/2012-R	Pilskie Radio i TV „100” Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Piła)	31.07.2012
187/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje 101 FM)	31.07.2012
188/K/2012-T	Fundacja LUX VERITATIS (TRWAM)	31.07.2012
189/K/2012-R	Radio TAK Sp. z o.o. (RMF MAXXX)	12.12.2012
190/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje Na Fali 104,1 FM)	17.12.2012
191/K/2012-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (Złote Przeboje Na Fali 91,8 FM)	17.12.2012
192/K/2012-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (PLANETA 103,9 FM)	22.12.2012
193/K/2012-R	RADIO PARADA Sp. z o.o. (RADIO PARADA)	22.12.2012

## Załącznik nr 2 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

**Wykaz koncesji, w których dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT zgody na przeniesienie uprawnień**

L.p.	Nr Koncesji (nazwa programu)	Poprzedni Koncesjonariusz	Aktualny Koncesjonariusz
1.	Nr 093/K/2011-R (AntyRadio 106,4 FM)	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „HITT” Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
2.	Nr 099/K/2011-R (PLANETA 87,9 FM)	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „HITT” Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
3.	Nr 100/K/2011-R (PLANETA 106,2 FM)	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „HITT” Sp. z o.o.	Eurozet Radio Sp. z o.o.
4.	Nr 200/P/2005-R (RMF MAXXX)	Radio TAK S.A.	Radio TAK Sp. z o.o.
5.	Nr 190/P/2005-T (ODRA – Gorzów Wielkopolski)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
6.	Nr 191/P/2005-T (ODRA – Lubin)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
7.	Nr 192/P/2005-T (ODRA – Wrocław)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
8.	Nr 193/P/2005-T (ODRA – Zielona Góra)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
9.	Nr 194/P/2005-T (ODRA – Jelenia Góra)	Telewizja ODRA Sp. z o.o.	Polskie Media S.A.
10.	Nr TK-0006/10 (KarkonoszePlay)	Tomasz Mieczysław Nykiel	KarkonoszePlay Sp. z o.o.

### Załącznik nr 3 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

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

L.p.	Nr Koncesji (nazwa programu)	Poprzedni Koncesjonariusz	Przyszły Koncesjonariusz
1.	Nr 026/K/2009-R (RMF MAXXX – Warszawa)	Radio MAZOWSZE Sp. z o.o.	Multimedia Sp. z o.o.
2.	Nr 018/K/2008-R (RMF MAXXX – Warszawa)	UWERTURA Sp. z o.o.	Multimedia Sp. z o.o.
3.	Nr 200/P/2005-R (RMF MAXXX)	Radio TAK S.A.	Radio TAK Sp. z o.o.
4.	Nr 200/P/2005-R (RMF MAXXX)	Radio TAK Sp. z o.o.	Multimedia Sp. z o.o.
5.	035/K/2009-R (RMF MAXXX – Szczecin)	ABC Sp. z o.o.	Multimedia Sp. z o.o.
6.	337/2006-R (RMF MAXXX Nowy Sącz)	Radio Galicja Sp. z o.o.	Multimedia Sp. z o.o.
7.	283/2002-T (CANAL+ POLSKA)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
8.	284/2002-T (CANAL+ FILM)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
9.	285/2002-T (CANAL+SPORT)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
10.	304/2004-T (MiniMini)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
11.	310/2004-T (Planete+)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
12.	357/2007-T (KUCHNIA+)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
13.	358/2007-T (CANAL+GOL)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
14.	381/2008-T (DOMO+)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
15.	417/2009-T (teleTOON+)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
16.	418/2009 (Ale Kino+)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
17.	443/2010-T (CANAL+WEEKEND)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.
18.	498/2012-T (CANAL+3D)	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	CANAL + Cyfrowy S.A.

## Załącznik nr 4 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

**Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętymi uchwałą podjętą w 2012 roku lub zakończonymi wydaniem decyzji w 2012 roku**

Lp.	Lokalizacja stacji nadawczej	Sposób rozstrzygnięcia
1.	Kielce (f=100,8 MHz) Ostrowiec Świętokrzyski (f=100,9 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce Agencja Radiowo-Telewizyjna „FAMA” Sp. z o.o. (Radio FAMA)
2.	Nysa (f=103,6 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Panu Krzysztofowi Rzepczykowski (Radio NYSA FM)
3.	Bydgoszcz (f=90,5 MHz) Kraków Krzemionki (f=104,9 MHz) Gdańsk Jaśkowa Kopa (f=93,9 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Radio PiN S.A. (Radio PiN)
4.	Gdynia (f=107,1 MHz) Opole (f=98,2 MHz) Kielce (f=99,0 MHz) Zielona Góra (f=89,0 MHz) Olsztyn (f=100,9 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce OPERA FM Sp. z o.o. (RMF CLASSIC)
5.	Toruń (f=88,2 MHz) Lublin (f=93,8 MHz) Gorzów Wlkp. (87,9 MHz) Płock (f=101,2 MHz) Radom (f=104,0 MHz) Kielce (f=94,9 MHz) Elbląg (f=89,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM-Pierwsze Radio Informacyjne)
6.	Galewice (f=97,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowe „Radio-Media Ziemi Wieluńskiej Sp. z o.o. (Radio Ziemi Wieluńskiej)
7.	Szczecin Warszewo (f=98,9 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji BAJKA-Fundacja na Rzecz Rozwoju Dzieci (Radio Bajka)
8.	Wrocław (f=96,8 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji BAJKA-Fundacja na Rzecz Rozwoju Dzieci (Radio Bajka)

## Załącznik nr 5 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

**Wykaz koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny**

L.p.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu	Data wydania decyzji
1.	498/2012-T	Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. (Canal+ 3D)	Wyspecjalizowany filmowy	15.03.2012
2.	499/2012-T	VIMN Poland Sp. z o.o. (Nickelodeon Polska)	Wyspecjalizowany adresowany do dzieci i młodzieży	24.03.2012

## Załącznik nr 6 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

### Wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych wydanych w 2012 roku

Lp.	Nazwa nadawcy	Siedziba	Nazwa operatora
1.	HORYZONT TV SŁUBICE Sp. z o.o.	Słubice	VECTRA S.A.
2.	Aneta Flisowska	Kęty	BESKID MEDIA Sp. z o.o.
3.	Joanna Marzena Nogal-Gromala	Nowy Sącz	VECTRA S.A.
4.	Stowarzyszenie Ad Astra	Nysa	ANTENMAX S.C.
			Zakład Usługowo-Produkcyjno-Handlowy A.Dratnal J.Pałasik
			PHU TELE SAT Wojciech Habina
			Zakład Produkcyjno-Usługowo-Handlowy BEN-SAT Bernard Dzedzic
			PPHU AN-SAT Andrzej Łakomy
5.	Bogdan Miszczak	Jedlicze	VECTRA S.A.
			Stream Communications Sp. z o.o.
			Telewizja Kablowa Bieszczady Sp. z o.o.
			TRANSMITEL Sp. z o.o.
6.	Wielkopolska Telewizja Internetowa Sp. z o.o.	Konin	INEA S.A.
7.	Ryszard Ruskowski	Płońsk	ANTELSAT Ryszard Ruskowski
8.	TELE-TOP Grupa Multimedia Polska Sp. z o.o.	Gdynia	Multimedia Polska S.A.
9.	VECTRA S.A.	Gdynia	VECTRA S.A.
10.	Bogdan Miszczak	Jedlicze	VECTRA S.A.
11.	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Lipnie	Lipno	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Lipnie
12.	Tarnobrzaska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Tarnobrzeg	Tarnobrzaska Spółdzielnia Mieszkaniowa

## Załącznik nr 7 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

### Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian technicznych w radiowych koncesjach naziemnych (poprawa warunków nadawania)

Nr decyzji	Data decyzji	Nazwa podmiotu	Treść	Przyrost odbiorców
DR-049/2012-3/020/K	27.02.2012	ESKA ROCK S.A.	Zmiana wysokości zawieszenia anteny stacji nadawczej w Krakowie.	45000
DR-075/2012-4/020/K	13.04.2012	ESKA ROCK S.A.	Zmiana lokalizacji i podniesienie mocy stacji nadawczej w Lublinie.	24200
DR-112/2012-1/094/K	31.05.2012	Politechnika Białostocka	Zmiana mocy, wysokości zawieszenia i charakterystyki promieniowania anteny stacji nadawczej w Białymstoku.	48100
DR-036/2012-1/110/K	10.02.2012	Radio W Sp. z o.o.	Podniesienie mocy stacji nadawczej we Włocławku.	39500
DR-025/2012-2/009/K	25.01.2012	Radio ESKA S.A.	Zmiana lokalizacji z jednoczesną zmianą charakterystyki promieniowania anteny oraz obniżeniem mocy stacji nadawczej w Gdańsku.	141200
DR-012/2012-1/018/K	10.01.2012	UWERTURA Sp. z o.o.	Zmiana lokalizacji i podniesienie mocy stacji nadawczej w Zielonej Górze.	11200
DR-104/2012-5/020/K	21.05.2012	ESKA ROCK S.A.	Zmiana lokalizacji i mocy stacji nadawczej w Koszalinie.	4800
DR-110/2012-8/034/K	30.05.2012	Opera FM Sp. z o.o.	Zmiana lokalizacji stacji nadawczych w Elblągu i Gdańsku, wraz ze zmianami technicznymi.	120300
DR-033/2012-7/034/K	08.02.2012	Opera FM Sp. z o.o.	Zmiana lokalizacji i wysokości zawieszenia anteny stacji nadawczej w Toruniu.	196200
DR-164/2012-3/079/K	01.08.2012	Diecezja Koszalińsko-Kołobrzeska	Zmiana lokalizacji stacji nadawczej wraz ze zmianami technicznymi.	3000
DR-050/2012-3/426	27.02.2012	MCC GROUP Sp. z o.o.	Zmiana lokalizacji stacji z Chorzowa do Zabrze wraz z podniesieniem mocy	276100
DR-108/2012-1/437	30.05.2012	MULTIMEDIA Sp. z o.o.	Zmiana obiektu nadawczego wraz ze zmianami technicznymi stacji nadawczej w Oleśnicy.	5700
DR-026/2012-1/475	25.01.2012	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o.	Zmiana lokalizacji stacji nadawczej z Wolina do Międzyzdrojów.	27300

razem 942600

## Załącznik nr 8 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

### Wykaz decyzji wydanych w 2012 roku w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe)

#### Zmiany programowe w koncesjach radiowych

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść
1.	Radio CCM Sp. z o.o. (Radio CCM)	Zmiana godzin i podstawy obliczania tematyki lokalnej
2.	Politechnika Poznańska (Radio Afera)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
3.	Uniwersytet Zielonogórski (Akademickie Radio Index)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
4.	Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (Akademickie Radio Centrum)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
5.	Politechnika Rzeszowska (Akademickie Radio Centrum)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
6.	Politechnika Łódzka (Studenckie Radio Zak Politechnika Łódzka)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
7.	Politechnika Białostocka (Radio Akadera)	Zmiana charakteru programu na wyspecjalizowany dotyczący problemów i działalności środowiska akademickiego
8.	Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu (Radio ESKA Elbląg)	Zmiana nazwy programu z Radio El-Elbląg na Radio ESKA Elbląg
9.	Archidiecezja Lubelska (Radio eR)	Zmiana nazwy programu z Radio Plus Lublin na Radio eR
10.	AIDA Spółka Akcyjna (RMF MAXXX Wrocław)	Zmiana nazwy programu z Radio Aplauz na RMF MAXXX Wrocław
11.	Godlewski Aleksander (Radio ESKA BARTOSZYCE 90,9)	Zmiana nazwy programu z Radio Bartoszyce na Radio ESKA BARTOSZYCE 90,9

### Zmiany programowe w koncesjach telewizyjnych

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść
12.	TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A. (Orange Sport)	Zmiana sposobu realizacji wyspecjalizowanego charakteru programu, określonego pierwotnie we wniosku o udzieleni koncesji.
13.	TVR Sp. z o.o. (TVR)	Dodanie do charakterystyki nadawanego programu określenia „a także muzyka”
14.	Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna (EDUSAT)	Zmiana specjalizacji programu na edukacyjny, poświęcony w szczególności zagadnieniom społecznym i sposobu realizacji wyspecjalizowanego charakteru programu, określonego pierwotnie we wniosku o udzieleni koncesji.
15.	Telewizja Polska Spółka Akcyjna (TVP Historia)	Modyfikacja charakterystyki nadawanego programu oraz rozszerzenie limitu reklam do pełnych 12 min. w ciągu godziny zegarowej
16.	Telewizja Religia Sp. z o.o. (religia.tv)	Zmniejszenie udziału audycji realizujących wyspecjalizowany charakter programu oraz zmiana sposobu realizacji wyspecjalizowanego charakteru programu
17.	TVN S.A. (TVN siedem)	Zmniejszenie udziału audycji realizujących wyspecjalizowany charakter programu
18.	MANGO - MEDIA Sp. z o.o. (TELEZAKUPY MANGO 24)	Wykreślenie z treści koncesji punktu „Telesprzedaż wyprodukowana przez polskich producentów i z udziałem polskich wykonawców będzie stanowiła nie mniej niż 70% tygodniowego czasu nadawania programu”.



19.	ITI Neovision Sp. z o.o. (nPremium4)	Zmniejszenie kwot audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich w kwartalnym czasie nadawania programu oraz zmiana nazwy programu z nSport 3 na nPremium4
20.	TVI EUROPE Sp. z o.o. (TBi)	Zmiana nazwy programu z TVI EUROPE na TBi
21.	ITI Neovision Sp. z o.o. (nPremium3)	Zmniejszenie kwot audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich w kwartalnym czasie nadawania programu oraz zmiana nazwy programu z Film HD2 na nPremium4
22.	ITI Neovision Sp. z o.o. (nPremium)	Zmniejszenie kwot audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich w kwartalnym czasie nadawania programu oraz zmiana nazwy programu z Film HD na nPremium
23.	ITI Neovision Sp. z o.o. (nPremium2)	Zmniejszenie kwot audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich w kwartalnym czasie nadawania programu, realizacja programu częściowo w technologii 3D oraz zmiana nazwy programu z nShow 3D na nPremium2
24.	TELESTAR S.A. (HOT TV)	Zmiana nazwy programu z EZO TV na HOT TV; zmiana specjalizacji programu na muzyczno-rozrywkowy
25.	TELEWIZJA PULS Sp. z o.o. (PULS 2)	Zmiana nazwy programu z TV PULS 2 na PULS 2
26.	4fun Media S.A. (RBL.TV)	Zmiana nazwy programu z REBEL.TV na RBL.TV

## Załącznik nr 9 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 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	RADIO EXPRESS 92,3 FM Sp. z o.o. (EXPRESS FM)	Rozłożenie na 12 rat opłaty w kwocie 112.470,00 zł za decyzję Nr DR-019/2012
2	HOBBY Sp. z o.o. (Radio HOBBY)	Rozłożenie na 12 rat opłaty w kwocie 10.654,00 zł za decyzję Nr DR-052/2012
3	ATM Grupa S.A. (ATM ROZRYWKA TV)	Rozłożenie na 108 rat opłaty w kwocie 10.811.500,00 zł za decyzję Nr DR-069/2012
4	Diecezja Koszalińsko-Kołobrzeska (Radio Plus Koszalin)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 127.656,00 zł za decyzję Nr DR-078/2012
5	Archidiecezja Gdańska (Radio PLUS)	Rozłożenie na 120 rat opłaty w kwocie 672.890,00 zł za decyzję Nr DR-079/2012
6	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Poznań)	Rozłożenie na 24 rat opłaty w kwocie 468.790,00 zł za decyzję Nr DR-083/2012
7	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Wrocław)	Rozłożenie na 24 rat opłaty w kwocie 773.370,00 zł za decyzję Nr DR-084/2012
8	Radio Alfa Sp. z o.o. (Radio ALFA)	Rozłożenie na 36 rat opłaty w kwocie 267.830,00 zł za decyzję Nr DR-097/2012
9	Radio ESKA S.A. (Radio ESKA Warszawa)	Rozłożenie na 24 rat opłaty w kwocie 886.410,00 zł za decyzję Nr DR-098/2012
10	Jerzy Kalisz (Radio ESKA Iława)	Rozłożenie na 3 rat opłaty w kwocie 9.078,00 zł za decyzję Nr DR-100/2012
11	Diecezja Kielecka (Radio PLUS Kielce)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 72.578,00 zł za decyzję Nr DR-117/2012
12	Telewizja Pomierania Sp. z o.o. Telewizja Pomierania)	Rozłożenie na 12 rat (odsetki na 11 rat) opłaty w kwocie 11.281,00 zł (odsetki w kwocie 3.488,00 zł) za decyzję Nr DR-172/2012-TK
13	Wydawnictwo GM Sp. z o.o. (Dla Ciebie TV)	Rozłożenie na 7 rat opłaty w kwocie 43.875,00 zł oraz odsetki w kwocie 67,00 zł za decyzję Nr DR-177/2012-TK
14	MCC GROUP Sp. z o.o. (Radio FEST)	Rozłożenie na 4 raty opłaty w kwocie 49.612,00 zł za decyzję Nr DR-178/2012
15	Radio PiN S.A. (Radio PiN)	Rozłożenie na 6 rat opłaty w kwocie 1.495.570,00 zł za decyzję Nr DR-188/2012
16	Diecezja Siedlecka (Katolickie Radio Podlasie)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 254.456,00 zł za decyzję Nr DR-198/2012
17	Muzyczne Radio Sp. z o.o. (Muzyczne Radio)	Rozłożenie na 4 raty opłaty w kwocie 40.000,00 zł za decyzję Nr DR-200/2012
18	Bogdan Miszczak (Telewizja Obiektyw)	Rozłożenie na 2 raty opłaty w kwocie 8.200,00 zł oraz odsetek w kwocie 59,00 zł za decyzję Nr DR-204/2012-TK
19	PPHU „FAMA” Sp. z o.o. (Radio FAMA Sochaczew 94,9 FM)	Rozłożenie na 5 rat opłaty w kwocie 24.150,00 zł za decyzję Nr DR-221/2012
20	Stowarzyszenie „ZIEMIA PUCKA” (Radio Kaszëbë)	Rozłożenie na 7 rat opłaty w kwocie 336.910,00 zł za decyzję Nr DR-314/2012
21	MFM Sp. z o.o. (KOLOR 103 FM)	Rozłożenie na 9 rat opłaty w kwocie 594.495,00 zł za decyzję Nr DR-316/2012
22	Fundacja Krakowskiego Radia Akademickiego ŻAK (Radiofonia)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 195.000,00 zł za decyzję Nr DR-317/2012

## Załącznik nr 10 do Sprawozdania z działalności KRRiT w 2012 roku

### Wyniki pomiaru głośności programów

L.p.	Koncesjonariusz	Nazwa programu	Przekroczenie poziomu głośności [LU] przez przekaz handlowy	Dzień tygodnia emisji badanego przekazu	Data emisji badanego przekazu	Godzina rozpoczęcia przekazu handlowego	Poziom głośności przekazu handl. [LUFS]	Poziom głośności audycji [LUFS]
1	ATM Grupa S.A.	ATM ROZRYWKA	1,1	wtorek	2012-11-06	20:32	-22,7	-23,8
2	CANAL+ Cyfrowy, spółka z o.o.	ALE KINO+	3	poniedziałek	2012-11-05	18:55	-18,9	-21,9
3	CANAL+ Cyfrowy, spółka z o.o.	TELETOON+	1,3	środa	2012-11-07	18:42	-16,8	-18,1
4	CANAL+ Cyfrowy, spółka z o.o.	MINIMINI+	0,7	wtorek	2012-11-06	18:23	-17,5	-18,2
5	ESKA TV SA	ESKA TV	0,4	środa	2012-11-07	21:02	-17,4	-17,8
6	Lemon Records Sp. z o.o.	Polo TV	-0,3	środa	2012-11-07	18:06	-17,1	-16,8
7	Kino Polska TV SA	KINO POLSKA	1,7	środa	2012-11-27	18:00	-25,8	-27,5
8	Telewizja Polsat sp. z o.o.	POLSAT	1,7	poniedziałek	2012-10-29	18:00	-22,8	-24,5
9	Telewizja Polsat sp. z o.o.	POLSAT 2	1,2	piątek	2012-11-23	18:02	-22,7	-23,9
10	Telewizja Polsat sp. z o.o.	POLSAT NEWS	0,5	poniedziałek	2012-11-26	18:00	-22,5	-23
11	Telewizja Polsat sp. z o.o.	POLSAT FILM	2,7	wtorek	2012-11-27	18:37	-22,2	-24,9
12	Telewizja Polsat sp. z o.o.	POLSAT SPORT NEWS	0	wtorek	2012-11-06	19:09	-22,6	-22,6
13	Telewizja Puls sp. z o.o.	PULS	-1,8	środa	2012-10-31	19:31	-24,6	-22,8
14	Telewizja Puls sp. z o.o.	PULS 2	-0,4	środa	2012-10-31	20:57	-24,9	-24,5
15	Polskie Media SA	TV 4	1,7	piątek	2012-11-02	18:03	-24,6	-26,3
16	Polskie Media SA	TV 6	-1	wtorek	2012-10-30	20:55	-25,3	-24,3
17	TVN SA	TVN	1,2	poniedziałek	2012-10-29	20:46	-20,8	-22
18	TVN SA	TVN 24	-0,4	poniedziałek	2012-11-12	19:01	-20,3	-19,9
19	TVN SA	TVN 7	0,4	poniedziałek	2012-11-05	18:00	-20,3	-20,7
20	TVN SA	TVN STYLE	-0,4	poniedziałek	2012-11-12	21:15	-21,2	-20,8
21	STAWVKA Sp. z o.o.	TTV	0,1	poniedziałek	2012-11-05	21:16	-20,8	-20,9
22	Telewizja Polska SA	TVP 1	0,4	środa	2012-10-24	18:20	-22,1	-22,5
23	Telewizja Polska SA	TVP 2	0,6	środa	2012-10-24	20:43	-21,5	-22,1
24	Telewizja Polska SA	TVP Info	-0,1	czwartek	2012-10-25	20:00	-20,2	-20,1
25	Telewizja Polska SA	TVP HISTORIA	-3,6	piątek	2012-11-02	21:05	-22,4	-18,8
26	Telewizja Polska SA	TVP KULTURA	1,3	piątek	2012-10-26	19:09	-20,9	-22,2
27	Telewizja Polska SA	TVP POLONIA	0	czwartek	2012-10-25	20:53	-23	-23
28	Telewizja Polska SA	TVP Seriale	-4,8	wtorek	2012-11-13	21:04	-21,9	-17,1
29	TVR Sp. z o.o.	TVS	0,2	wtorek	2012-11-13	20:00	-22,4	-22,6
30	VIMN POLAND Sp. z o.o.	Nickelodeon Polska	0,6	czwartek	2012-11-22	18:37	-23,8	-24,4
31	Superstacja Sp. z o.o.	SUPERSTACJA	1,4	czwartek	2012-11-22	18:29	-26,7	-28,1
32	Mediasat, spółka z o.o.	TELE 5	-0,3	środa	2012-12-12	18:57	-19,6	-19,3

Uwzględniając typ audycji na podstawie wartości przedstawionych w kolumnie „przekroczenie poziomu” można stwierdzić, że w przypadku 18 programów przekaz handlowy miał większy poziom głośności niż audycja, przy czym w przypadku jednego programu przekroczenie mieści się w granicach niepewności pomiaru. W przypadku pozostałych 14 programów poziom głośności przekazów handlowych był równy lub mniejszy od poziomu głośności audycji.



# MEDIA PUBLICZNE ANEKS DO SPRAWOZDANIA

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
z działalności w 2012 roku

## SPIS TREŚCI

<b>TELEWIZJA POLSKA SA</b>	<b>5</b>
TELEWIZJA POLSKA SA	6
Realizacja planów programowych	6
Programy ogólnopolskie – TVP1 i TVP2	6
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	7
Monitoring programów TVP1 i TVP 2	9
Program TVP 1	9
Program TVP 2	10
TVP INFO	11
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	11
Monitoring TVP INFO	13
Programy regionalne TVP SA	13
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	22
Monitoring programów regionalnych TVP SA	22
TVP Polonia	25
TVP Historia	25
TVP Kultura	26
TVP Seriale	28
TVP HD	28
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	30
<b>POLSKIE RADIO SA</b>	<b>32</b>
POLSKIE RADIO SA	33
Realizacja planów programowych	33
Polskie Radio dla Zagranicy	36
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	36
Monitoring programów Polskiego Radia SA	38
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	39
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	39

<b>ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO</b>	<b>41</b>
<b>RADIO BIAŁYSTOK SA</b>	<b>42</b>
Realizacja planów programowych	42
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	45
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	45
<b>RADIO POMORZA I KUJAW SA (BYDGOSZCZ)</b>	<b>47</b>
Realizacja planów programowych	47
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	50
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	50
<b>RADIO GDAŃSK SA</b>	<b>52</b>
Realizacja planów programowych	52
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	55
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	55
<b>RADIO KATOWICE SA</b>	<b>57</b>
Realizacja planów programowych	57
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	60
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	60
<b>RADIO KIELCE SA</b>	<b>62</b>
Realizacja planów programowych	62
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	65
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	65
<b>RADIO KOSZALIN SA</b>	<b>67</b>
Realizacja planów programowych	67
Radio Słupsk – program miejski	70
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	70
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	71
<b>RADIO KRAKÓW SA</b>	<b>73</b>
Realizacja planów programowych	73
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	76
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	76
<b>RADIO LUBLIN SA</b>	<b>78</b>
Realizacja planów programowych	78
Radio Freee – program miejski	81
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	81
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	82
<b>RADIO ŁÓDŹ SA</b>	<b>84</b>
Realizacja planów programowych	84
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	87
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	87

<b>RADIO OLSZTYN SA</b>	<b>89</b>
Realizacja planów programowych	89
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	92
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	92
<b>RADIO OPOLE SA</b>	<b>94</b>
Realizacja planów programowych	94
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	97
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	97
<b>RADIO MERKURY SA (POZNAŃ)</b>	<b>99</b>
Realizacja planów programowych	99
Program miejski MC RADIO	101
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	102
<b>RADIO RZESZÓW SA</b>	<b>104</b>
Realizacja planów programowych	104
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	107
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	107
<b>RADIO SZCZECIN SA</b>	<b>109</b>
Realizacja planów programowych	109
Radio Szczecin FM – program miejski	112
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	113
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	113
<b>RADIO DLA CIEBIE SA (WARSZAWA)</b>	<b>115</b>
Realizacja planów programowych	115
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	118
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	118
<b>RADIO WROCŁAW SA</b>	<b>120</b>
Realizacja planów programowych	120
Radio RAM – program miejski	123
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	123
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	124
<b>RADIO ZACHÓD SA (ZIELONA GÓRA)</b>	<b>126</b>
Realizacja planów programowych	126
Radio Zielona Góra – program miejski	129
Radio Gorzów – program miejski	130
Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary	131
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	131



**TELEWIZJA POLSKA SA**

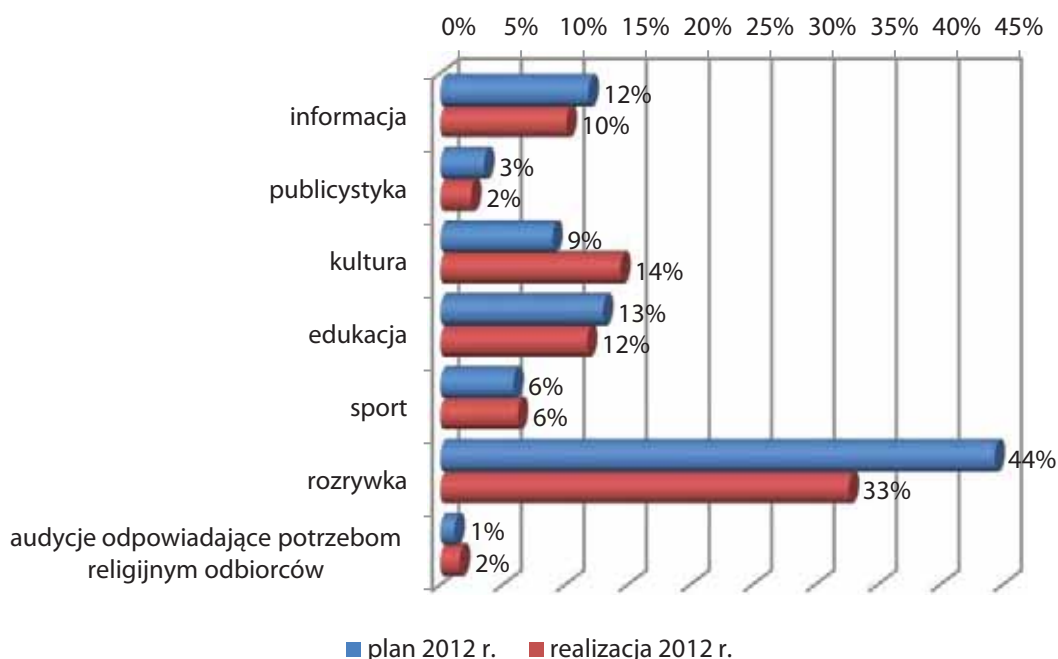
## Realizacja planów programowych

### Programy ogólnopolskie – TVP1 i TVP2

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w dwóch programach ogólnopolskich Telewizji Polskiej był zgodny z planami: w TVP1 wyniósł 79%, natomiast w TVP2 – 83% programu rocznego. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu. W TVP1 zmiana w stosunku do planów wpłynęła pozytywnie na jakość nadawanego programu oraz sposób realizacji zadań misyjnych. Niższy od planowanego był udział audycji w kategorii rozrywka (o 960 godzin), przy jednoczesnym zwiększeniu udziału audycji w kategorii kultura (o 447 godzin).

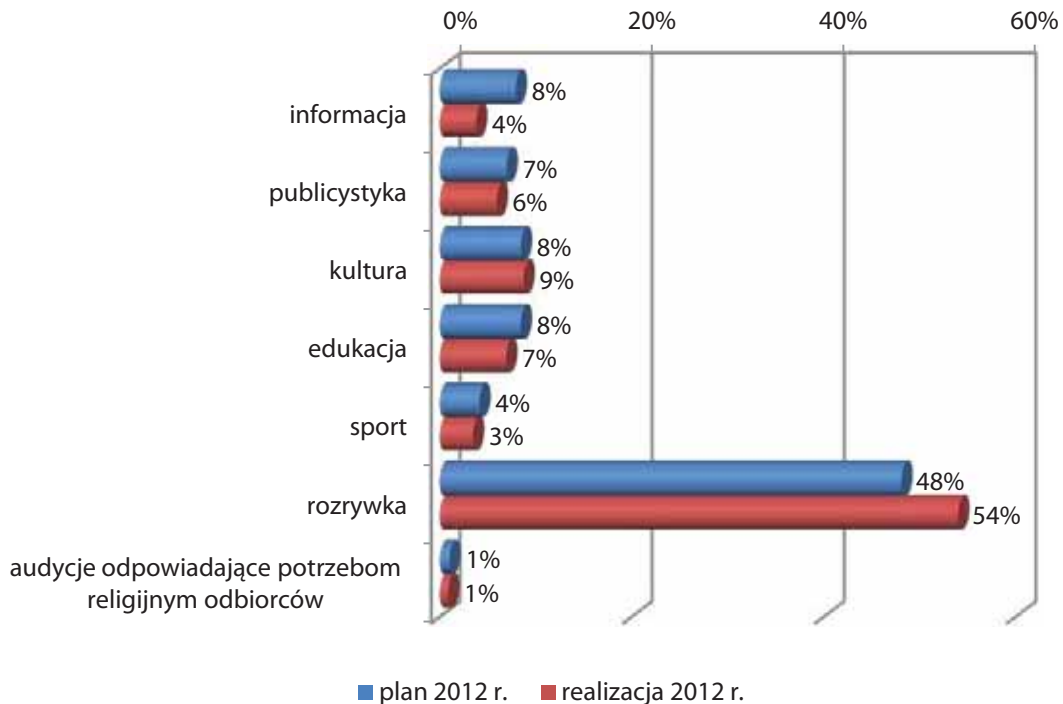
Zwiększono także udział audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców (o 34 godziny). Natomiast w TVP2 w stosunku do planów zwiększono udział audycji rozrywkowych (o 490 godzin) oraz poświęconych kulturze (więcej o 23 godziny). Zmiany tej dokonano zmniejszając jednocześnie udział publicystyki (o 342 godziny) i edukacji (mniej o 126 godzin). Różnice między planem, a ich realizacją wskazują, że wzmocniono te elementy programu, które służą realizacji charakteru programu, czyli przede wszystkim rozrywki i kultury.

### TVP 1



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Programie TVP 1.

## TVP 2



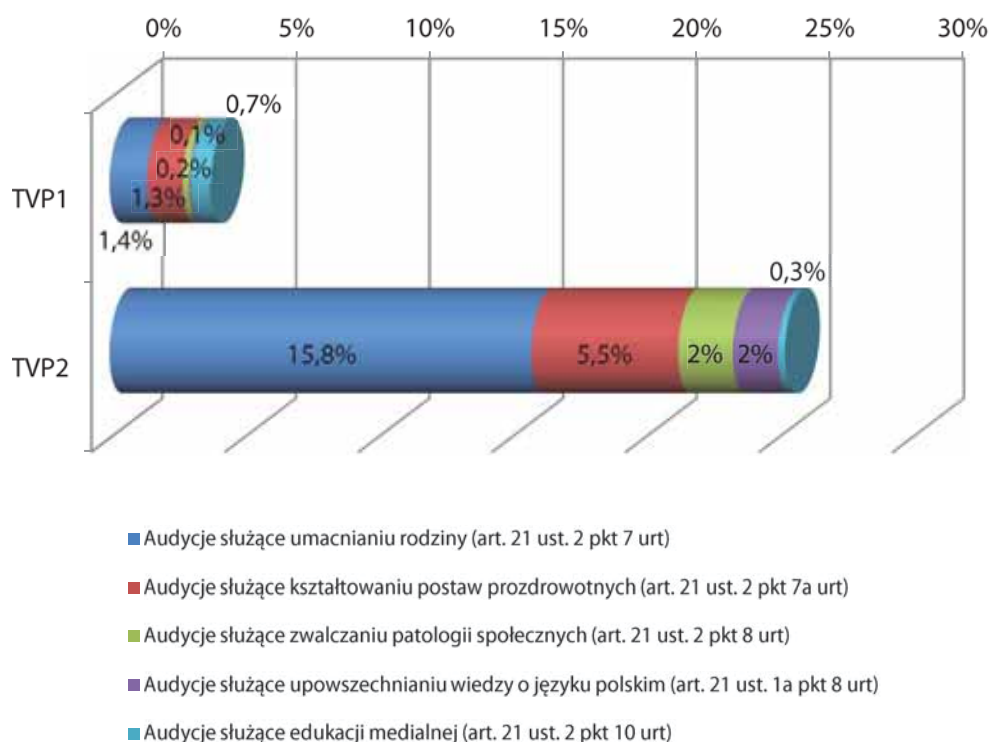
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Programie TVP 2.

Na antenie TVP1 prezentowane były raz w tygodniu spektakle Teatru TVP. W 2012 roku nadano 4 spektakle teatralne „na żywo”, spektakl premierowy raz w miesiącu, a w pozostałe poniedziałki – spektakle powtórkowe. Stałe miejsce w tych programach miał reportaż i dokument – nadawane raz w tygodniu. Obecne były także cykle edukacyjne prezentujące przyrodę, życie zwierząt, dorobek różnych dziedzin nauki i techniki oraz audycje służące upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. W programie TVP2 nadawano w każdym tygodniu cykle i audycje o problemach i wydarzeniach w kulturze. Każdy z programów oferował także bogatą ofertę filmową, w tym ambitne, wartościowe realizacje polskich i światowych twórców kinematografii. Zarówno w TVP 1 jak i TVP 2 część oferty adresowano do dzieci i młodzieży. Dla najmłodszych nadawano bajki, filmy animowane, widowiska teatralne, a także audycje edukacyjne. Nadawano też audycje dla nastolatków.

Miały one charakter edukacyjny i dotyczyły kultury, przyszłości zawodowej i rozwijania własnych zainteresowań. W 2012 roku w ofercie programowej tych programów duże znaczenie miały wydarzenia sportowe: Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej – EURO 2012 oraz Igrzyska Olimpijskie w Londynie. Oprócz tego emitowano kroniki z Paraolimpiady 2012, relacje z rajdów samochodowych oraz transmisje skoków narciarskich.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji

W 2012 roku w TVP 1 i TVP 2 nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, a także audycje służące edukacji medialnej.

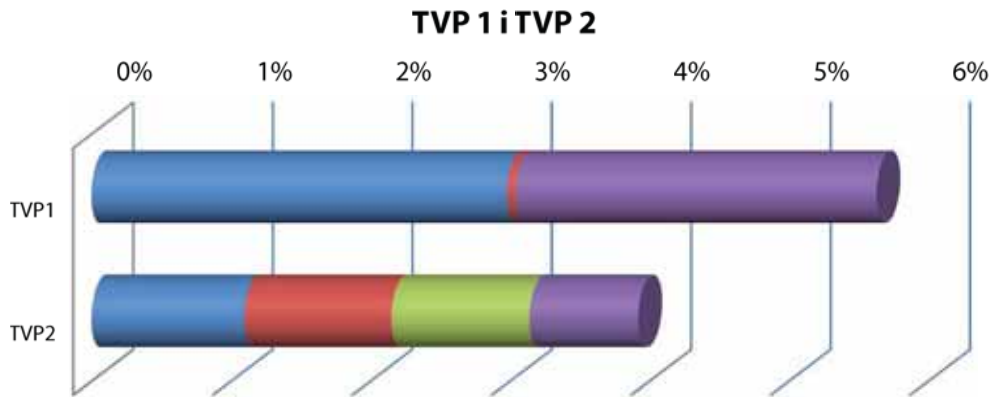


Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Programie TVP 1, Programie TVP 2.

\*Podstawą procentowania jest łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku.

W porównaniu do 2011 r. w TVP2 zwiększono liczbę godzin audycji służących umacnianiu rodziny (z 815 do 1308 godz. rocznie) oraz kształtowaniu postaw prozdrowotnych (z 333 do 456 godz. rocznie), przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału tych audycji w TVP1 (z 1059 do 115 godz. rocznie audycji służących umacnianiu rodziny i z 250 do 108 godz. rocznie audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych). W obydwu programach zmniejszono udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (w TVP1 z 274 do 20 godz. rocznie, natomiast w TVP2 z 284 do 170 godz. rocznie). Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym w TVP1 i TVP 2 miały niewielki wymiar, ponieważ większość audycji tej kategorii nadawana

była w oddziałach terenowych Spółki i w TVP Info. W TVP 1 nadano 3 godziny, a w TVP 2 ponad 82 godziny audycji adresowanych do tych społeczności. W ubiegłym roku zostały zachowane ogólnie wysokie tendencje w ilości rocznego czasu audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. Audycje tej kategorii zajęły w TVP 1 ponad 245 godzin, a w TVP 2 ponad 90 godzin. W programach ogólnokrajowych obecne były również audycje informujące o prowadzonej przez organizację pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego: w TVP 1 miały one śladowy wymiar (5 godzin w ciągu roku), a w TVP 2 było ich trochę więcej (87 godzin).



- Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawienie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (art. 23 ust.1 i 2 urt)
- Audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej (art. 23a ust.1 i 2 urt)
- Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w językach tych mniejszości i społeczności (art. 21 ust.1a pkt 8a urt)
- Czas przeznaczony na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe (art. 22 ust. 2 urt)

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Programie TVP 1, Programie TVP 2.

## Monitoring programów TVP1 i TVP 2

### Program TVP 1

Krajowa Rada przeprowadziła monitoring Programu TVP 1 pod kątem realizacji uzgodnionych planów oraz oceny jakościowej tego programu. Spółka realizowała w tym programie uzgodniony plan. W okresie objętym badaniem TVP 1 był programem zawierającym przede wszystkim rozrywkę (stanowiła 60% czasu antenowego, z tego 47% seriale i 29% filmy), edukację – 16%, serwisy informacyjne – 11%, publicystykę – 10%, audycje poświęcone kulturze – 2%, audycje dotyczące sportu – 1%. TVP 1 był więc programem głównie rozrywkowym z elementami edukacji, informacji i publicystyki. Produkcje polskie stanowiły 78% czasu antenowego w badanym okresie a zagraniczne – 22% tego czasu. Wśród nadanych w ciągu tygodnia seriali dominowały produkcje polskie. Produkcje nowe (z 2012 roku) stanowiły 70% tygodniowego programu, audycje

z lat 2009 – 2011 – 13%, natomiast audycje sprzed 2009 roku – 17% czasu nadanego programu. Powtórki audycji w tygodniu objętym analizą trwały 38 godzin 45 minut, co stanowi 25% tygodniowego czasu nadawania. Dotyczyły głównie audycji z kategorii rozrywka, w dużo mniejszym stopniu edukacji i publicystyki. W badanym okresie nadawca wywiązał się z powinności w zakresie: rzetelnego, bezstronnego i pluralistycznego ukazywania wydarzeń i zjawisk w kraju; sprzyjania swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej; umożliwiania obywatelom uczestniczenia w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk. Analiza potwierdziła, że przekazy w serwisach informacyjnych zawierały różnorodne punkty widzenia i rozmaite konteksty. Konstrukcja serwisów sprzyjała spełnianiu powinności określonych w ustawie. Zakres

tematyczny w serwisach był szeroki (kilka kontekstów dotyczących prezentowanej informacji). Istniała różnorodność perspektyw prezentowanych przekazów. Najwyższą rangę nadawano informacjom dotyczącym polityki wewnętrznej (prezentowane na pierwszych miejscach serwisu), następnie sprawom społecznym. W mniejszym stopniu eksponowano sprawy międzynarodowe (zwykle jedna informacja w serwisie). Liczba wypowiedzi ekspertów w jednym przekazywanym informacyjnym była duża (7 – 10) i dotyczyła wielu podmiotów (obywatele, ich organizacje, przedstawiciele instytucji publicznych, partii, rządu). W przeważającej większości analizowanych audycji publicystycznych stwierdzono brak takich negatywnych zjawisk jak: generalizacja opinii, narzucanie punktów widzenia czy innych form nierzetelności. Jedynie w publicystyce społecznej (programy interwencyjne i reporterskie) odnotowano przypadki generalizacji opinii, które nie sprzyjają temu, by przekaz był bezstronny, wyważony i pluralistyczny. Publicystyka polityczna była realizowana rzetelnie, bowiem równoważono głosy w dyskusji. Oferta audycji dla dzieci i młodzieży była zróżnicowana. W tej kategorii zdecydowana większość – 85% czasu antenowego – to audycje skierowane do najmłodszych odbiorców (poniżej wieku gimnazjalnego). Należy zaznaczyć, że większość audycji dla tej grupy odbiorców posiadała silne walory edukacyjne. 43% nadanych audycji dla dzieci stanowiły audycje produkcji polskiej. To one przede wszystkim zawierały elementy edukacyjne; audycje produkcji zagranicznej były w większym stopniu rozrywkowe. Nie odnotowano audycji dla nastolatków, głównie takich, które zawierały elementy wiedzy związanej z umiejętnościami społecznymi: współpracą, mediacją, komunikacją, asertywnością czy rozwiązywaniem konfliktów i problemów w ich środowiskach.

### **Program TVP 2**

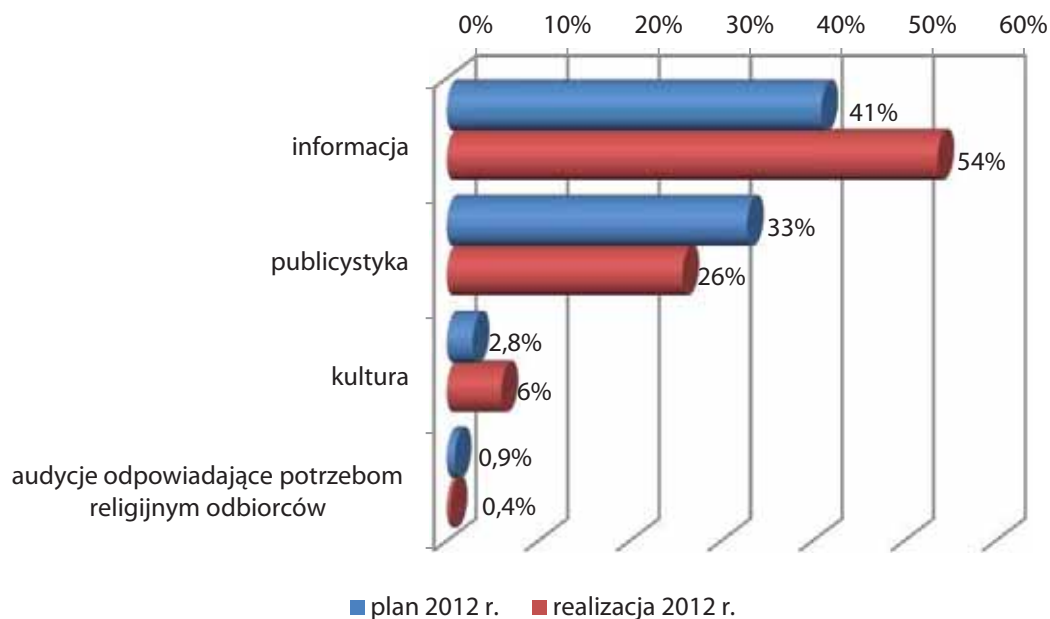
W okresie objętym badaniem Program TVP 2 zawierał przede wszystkim rozrywkę. Stanowiła ona 68% tygodniowego programu. Pozostałe rodzaje audycji zajęły: edukacja – 17%, publicystyka – 9%, informacja – 5%. Program miał więc charakter rozrywkowy z elementami audycji poświęconych kulturze. Produk-

cje polskie stanowiły 86% czasu w badanym okresie, zagraniczne – 12 % tego czasu. Produkcje nowe (z roku 2012) stanowiły 68% nadanego programu, audycje z lat 2011 – 2009 (do trzech lat wstecz) 18% tego czasu, natomiast audycje sprzed 2009 roku – 14%. Powtórki audycji zajęły 44 godziny 55 minut, co stanowi 30% tygodniowego czasu nadawania. W serwisach najwyższą rangę nadawano informacjom dotyczącym polityki wewnętrznej. Informacje podawane były ze wskazaniem źródła, a komentarz był oddzielony od faktów. Największy udział wśród audycji publicystycznych miała tematyka społeczna – 64%; publicystyka polityczna – 16% czasu antenowego poświęconego publicystyce. Dużą ich część zajmowały audycje o charakterze „lifestylowym” z dominantą rozrywki, zawierające treści poradnicze (65% czasu poświęconego tej kategorii). Audycje poświęcone *stricto* kulturze stanowiły jedynie 1% czasu antenowego w badanej próbkce. Typ kultury obecny w audycjach to kultura popularna i w mniejszym stopniu kultura wysoka. W audycjach znalazły się informacje z różnych dziedzin sztuki: kino, muzyka, performans, literatura, teatr, film, wystawiennictwo, sztuki wizualne. Warto zaznaczyć także, że oprócz ukazania dorobku światowej kinematografii czy informacji o wydarzeniach w kraju, znalazły się miejsce również dla edukacji kulturalnej. Oferta rozrywkowa była bogata i dawała widzowi możliwość wyboru spośród wielu form: filmów, seriali, teleturniejów, show, audycji kabaretowych. Jednak głównym jej elementem były seriale (54% udziału czasu w tej kategorii) i filmy (23% udziału czasu w tej kategorii). Seriale promowały wartości rodzinne i etyczne, wspólnotowe (wskazujące na wartość współpracy między ludźmi), postawy prozdrowotne, wartości związane z ładem społecznym i porządkiem prawnym. Zdecydowana większość audycji rozrywkowych to produkcje polskie (83%). Analizując badaną próbkę programu TVP2 i porównując ją z badaną próbką TVP1, można stwierdzić, że TVP2 w sposób znaczący uzupełnia ramówkę TVP1, oferując w tym okresie znacznie szerszy wachlarz publicystyki oraz audycje dotyczące kultury. Nie uważano również wyraźnych niedostatków programu.

## TVP INFO

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie TVP INFO był zgodny z planami i wyniósł 86% programu rocznego. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono pewne modyfikacje w stosunku do planu. Znacznie zwiększono udział informacji (o 973 godz.) i kultury (o 235 godz.), przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału pozostałych kategorii audycji: publicystyki (o 495 godzin) i audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców (o 32 godziny). Podstawowym zadaniem TVP INFO jest dostarczanie

informacji – stanowiły one ponad połowę ogółu emisji ubiegłorocznego programu. Były to audycje prezentujące różnorodność wydarzeń w kraju, tj. serwisy i magazyny informacyjno-publicystyczne. Obok publicystyki politycznej, stałe miejsce miała również publicystyka społeczna. Oferta programowa zawierała audycje prezentujące dokonania i problemy regionów oraz audycje informujące o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury. Nadawano także audycje poradnikowe, poszerzające wiedzę z różnych dziedzin, serwisy sportowe oraz różnorodne kampanie społeczne.

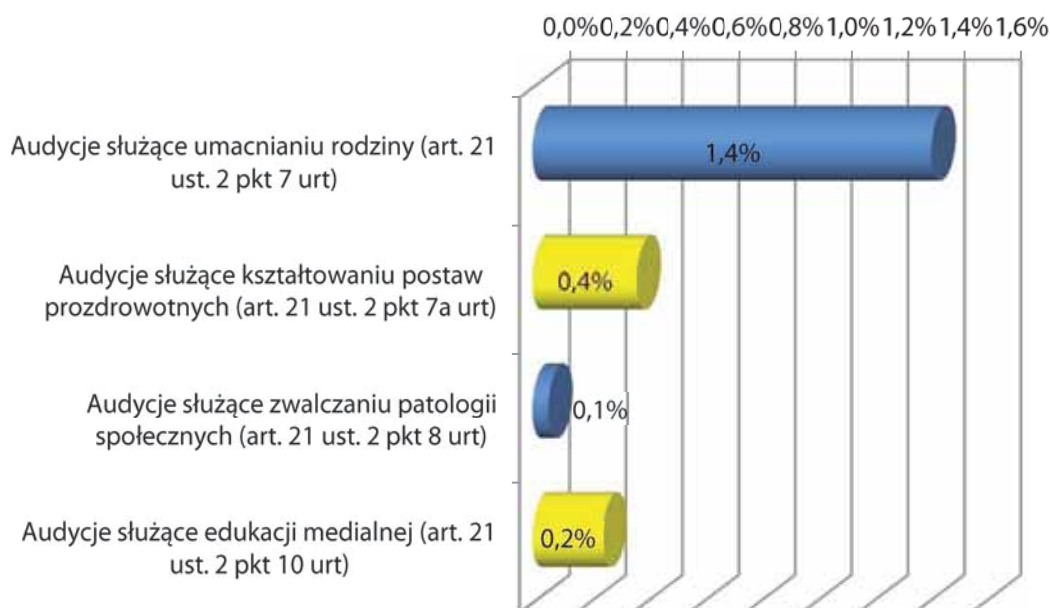


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP INFO.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji

W 2012 roku w programie TVP INFO nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny

(105 godz.), kształtowaniu postaw prozdrowotnych (27 godz.), zwalczaniu patologii społecznych (4 godz.), a także audycje służące edukacji medialnej (18 godz.).

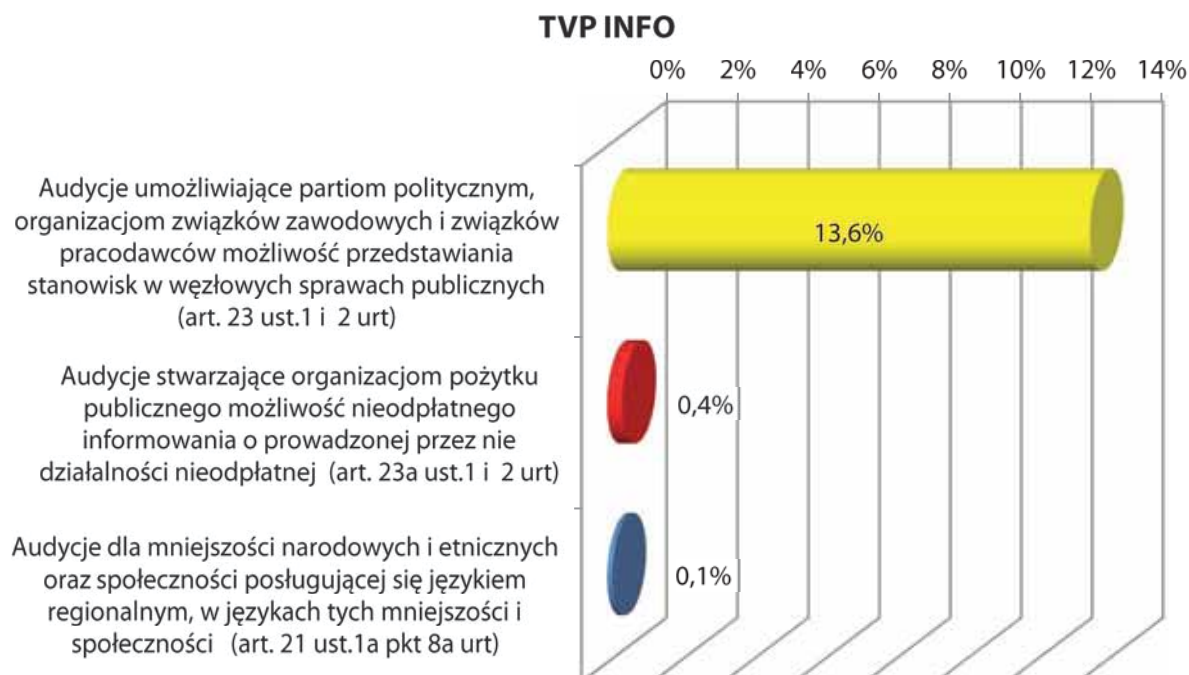


Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w TVP INFO.

\*Podstawą procentowania jest łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

Podobnie jak w latach poprzednich, w TVP INFO nadawano audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących

się językiem regionalnym. W tej kategorii Spółka realizowała plan uzgodniony na 2012 rok.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w TVP INFO.



Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych miały wymiar porównywalny do 2011 r. zajęły ponad 1007 godzin rocznego programu. Audycje informujące o nieodpłatnej działalności prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego w ubiegłym roku zajęły w TVP INFO jedynie 31 godzin.

### Monitoring TVP INFO

W okresie objętym badaniem program TVP INFO był programem zawierającym przede wszystkim informacje (stanowiły one 60% w tygodniu) i publicystykę (22%). Produkcje były niemalże wyłącznie polskie (stanowiły 99% czasu antenowego). Produkcje nowe (z roku 2012) stanowiły 95% tygodniowego czasu nadanego programu, audycje z lat 2011 – 2009 (do trzech lat) 2,2%, natomiast audycje sprzed 2009 roku – 1,9% tego czasu. Powtórki audycji w tygodniu objętym analizą trwały 19,5 godziny, co stanowi 12% tygodniowego czasu nadawania. Największy udział powtórek miała publicystyka (37% powtarzanych audycji), w dalszej części edukacja i kultura. Przekazy w serwisach informacyjnych zawierały zobiektywizowany punkt widzenia, nie zawierały zróżnicowanych kontekstów – koncentrowały się na faktograficznym przedstawieniu wydarzeń. Różne punkty widzenia były prezentowane w rozmowach publicystycznych. W doborze gości zachowano równowagę; w przypadku problematyki politycznej nadawca często sięgał do ekspertów neutralnych, komentatorów niezależnych, często związanych z uczelniami wyższymi. Publicystyka polityczna była realizowana rzetelnie, zachowano równowagę opinii. W ofercie edukacyjnej dominowały audycje o tematyce historycznej (81% audycji edukacyjnych), wiedzowe (12%) i poradnicze (7%) dotyczące zdrowia i urody, aktywności ludzi po 50. roku życia, turystyki oraz zdrowego żywienia. Audycje poświęcone kulturze i sztuce w TVP INFO to przede wszystkim codzienne serwisy kulturalne oraz magazyn, dotyczący wydarzeń kulturalnych na Mazowszu. Walorem programu – obok rzetelnej informacji i publicystyki – jest również propagowanie pozy-

tywnych postaw w obszarze ekonomii, aktywizacji środowisk wykluczonych, wzorców przedsiębiorczości i wdrażania wyników badań naukowych.

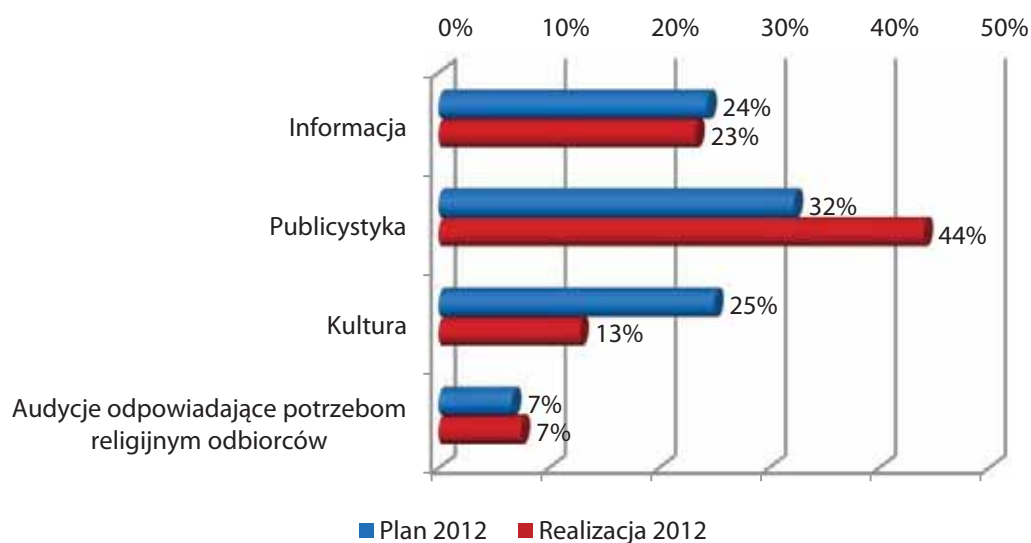
### Programy regionalne TVP SA

Każdy z 16 oddziałów terenowych TVP SA rozpoznał w 2012 roku program średnio przez 3,5 godziny na dobę. Zgodnie z ustawą rtv i Rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku, programy oddziałów powinny przede wszystkim realizować zadania nadawcy publicznego wobec regionów, nadając zróżnicowane audycje w następujących kategoriach: informacja, publicystyka, kultura oraz audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców. Jak wynika ze sprawozdań nadawców, audycje te były nadawane w 2012 roku we wszystkich programach. W większości programów stałe miejsce miały reportaże i dokumenty o tematyce społecznej, ukazujące codzienne życie i problemy mieszkańców regionu. Trzeba ponadto podkreślić, że obok wymaganych kategorii audycji oddziały wzbogaciły ofertę o audycje edukacyjne, rozrywkowe, sportowe i adresowane do najmłodszej grupy odbiorców. Dla tych ostatnich nadawano przede wszystkim polskie bajki animowane i seriale fabularne (wyprodukowane w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych) oraz audycje edukacyjne, m.in. promujące zdrowy styl odżywiania. Ogółem audycje realizujące zadania misyjne stanowiły w programach oddziałów w 2012 r. od 75% do 97% rocznego programu, zaś treści dotyczące regionu od 55% do 88%. Udział wymienionych kategorii audycji w programach nadanych w 2012 roku różnił się częściowo od planowanego. I tak np. odsetek nadanych audycji informacyjnych, choć generalnie wysoki, w większości programów regionalnych był niższy niż planowano, wyższy natomiast okazał się udział audycji publicystycznych. Nieco inaczej też niż w planach kształtował się udział audycji poświęconych kulturze (w ok. połowie programów nadano ich więcej niż planowano, w pozostałych – mniej). Różnice między planami a ich realizacją mogą wskazywać na fakt, że nadawcy projektowali program na 2012 rok nader ostrożnie, stawiając przede wszystkim

na te kategorie audycji, które są stałym elementem programu i nie mogą nie zostać nadane (informacja). Opisane wyżej modyfikacje generalnie nie wpłynęły jednak na jakość oferty oddziałów i wypełnianie

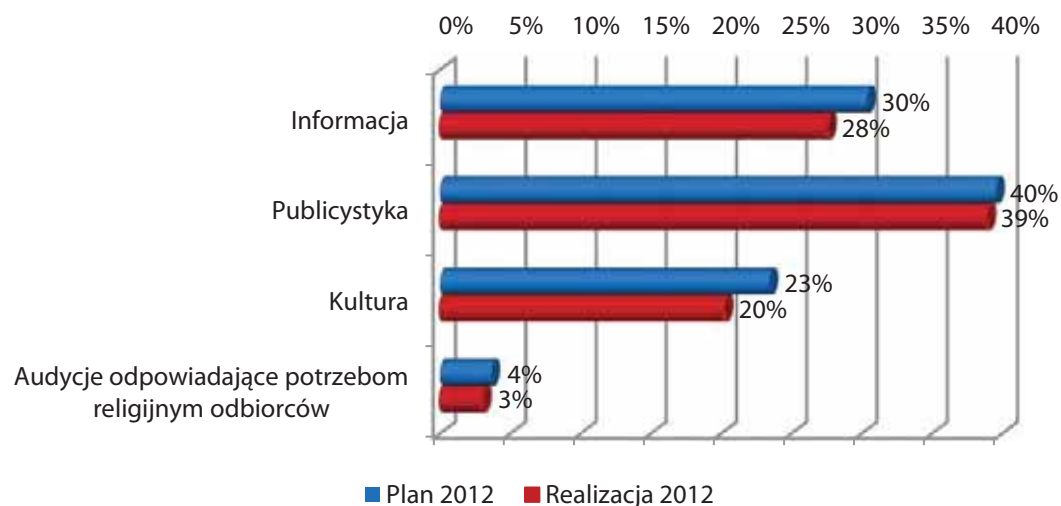
przez nie zadań nadawcy publicznego. Podstawowym elementem programów pozostała, bowiem realizowana w różnych formach tematyka regionalna.

### TVP Białystok



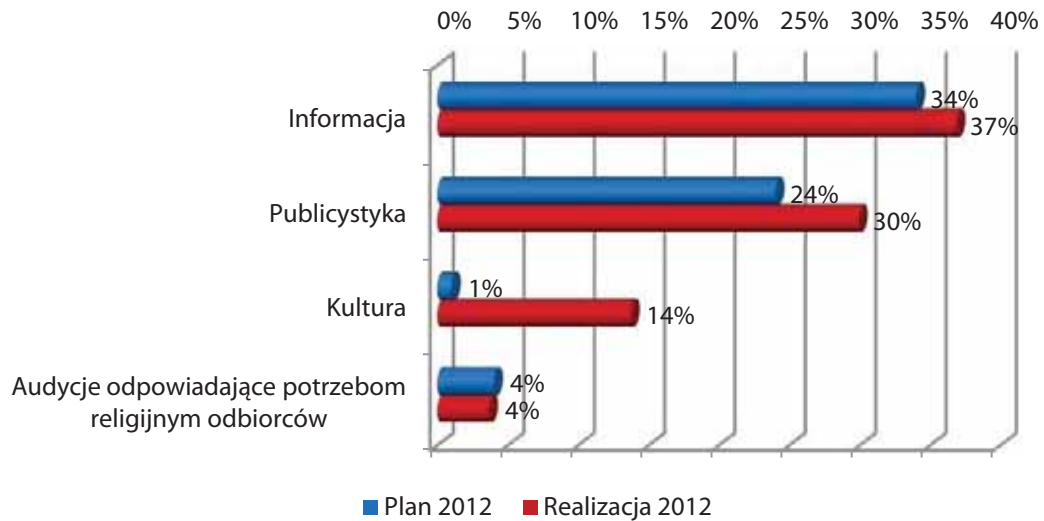
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Białystok.

### TVP Bydgoszcz



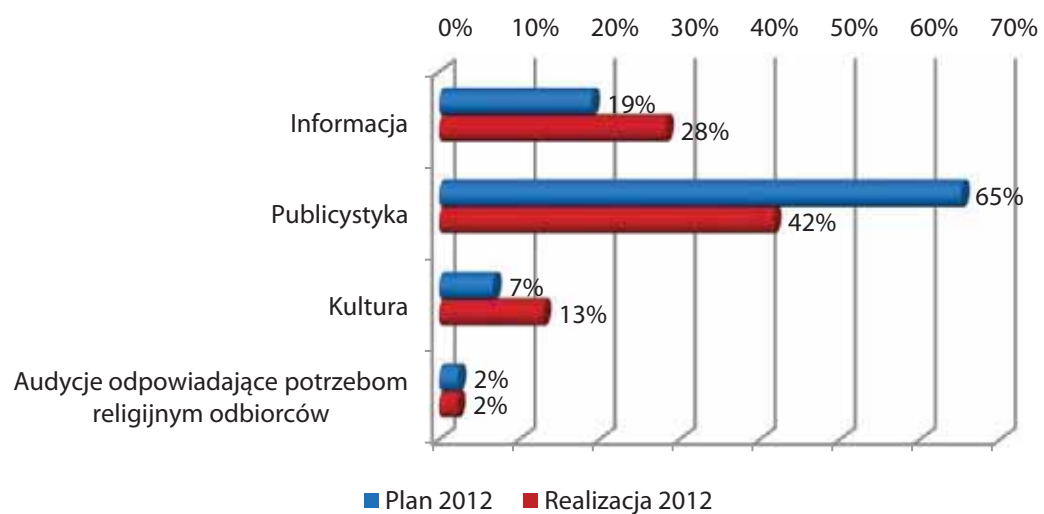
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Bydgoszcz.

## TVP Gdańsk



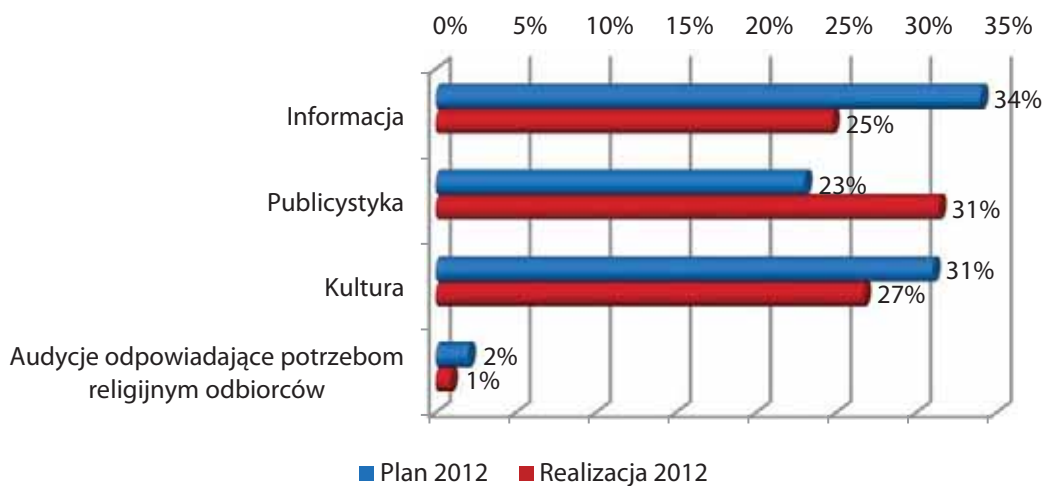
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Gdańsk.

## TVP Gorzów Wielkopolski



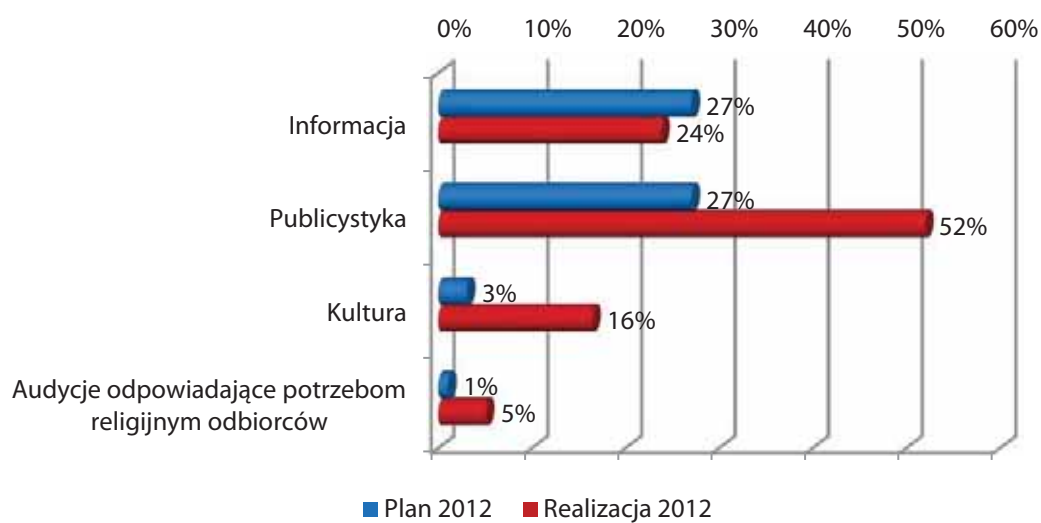
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Gorzów Wielkopolski.

### TVP Katowice



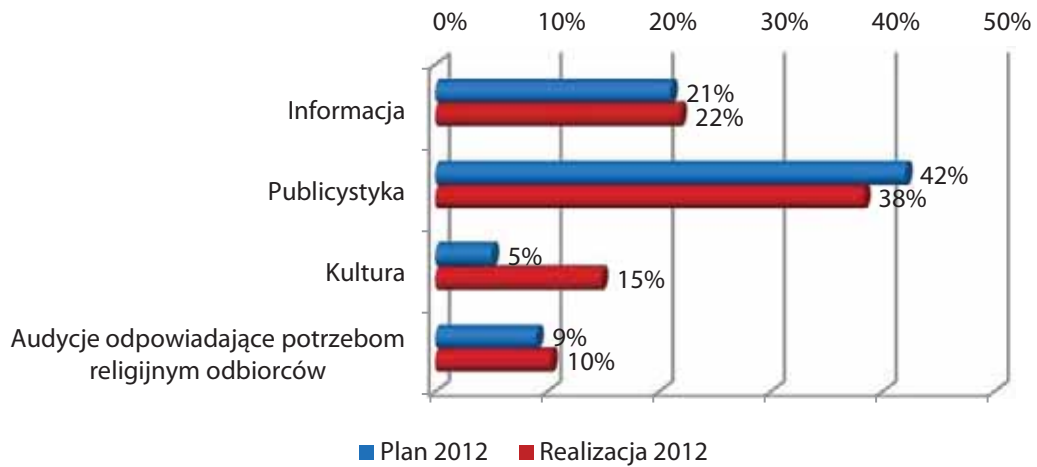
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Katowice.

### TVP Kielce



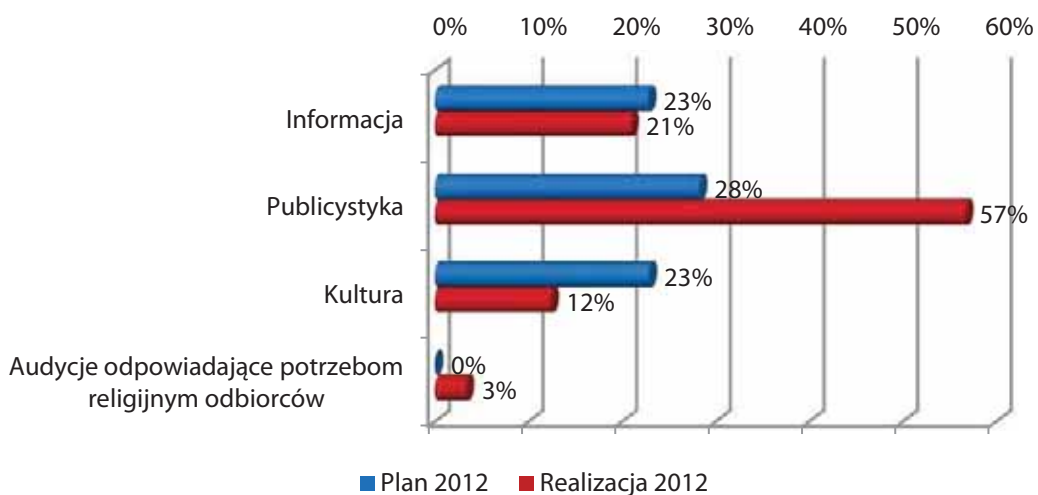
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Kielce.

### TVP Kraków



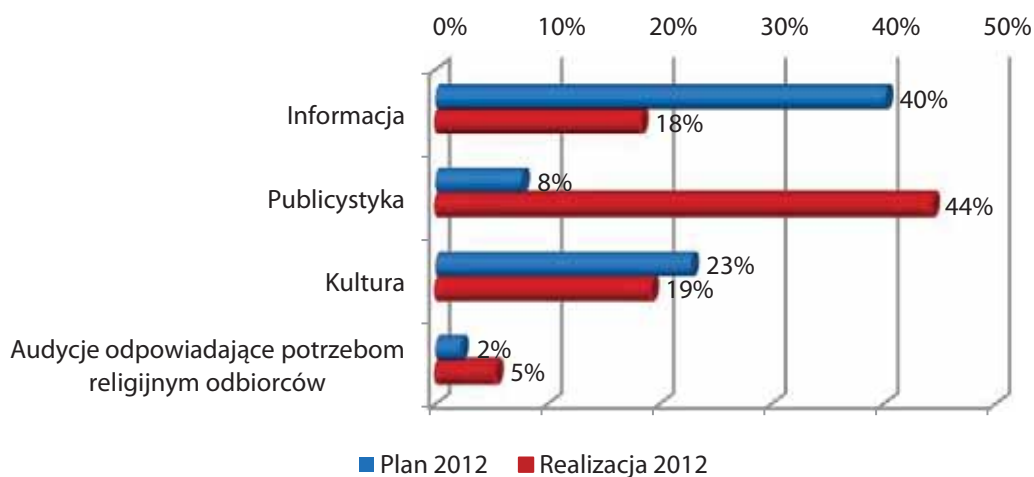
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Kraków.

### TVP Lublin



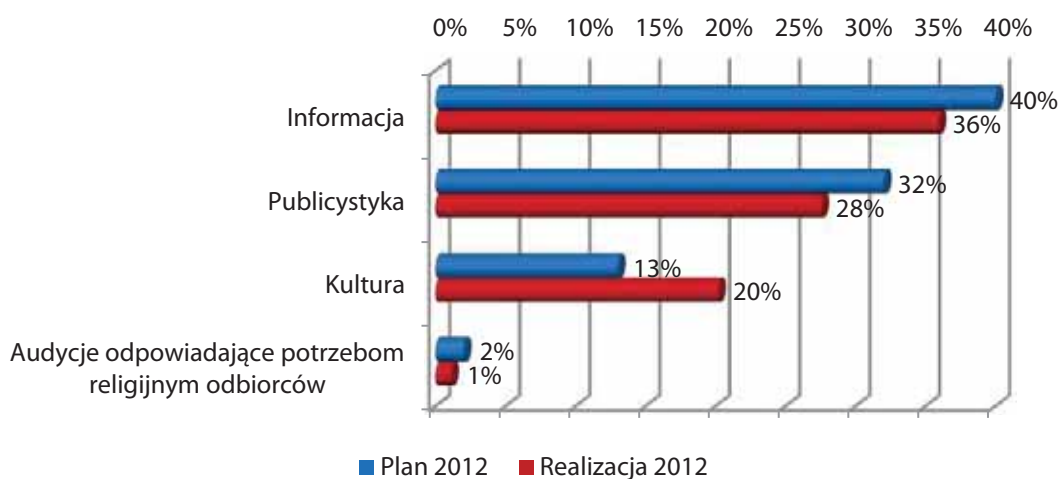
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Lublin.

### TVP Łódź



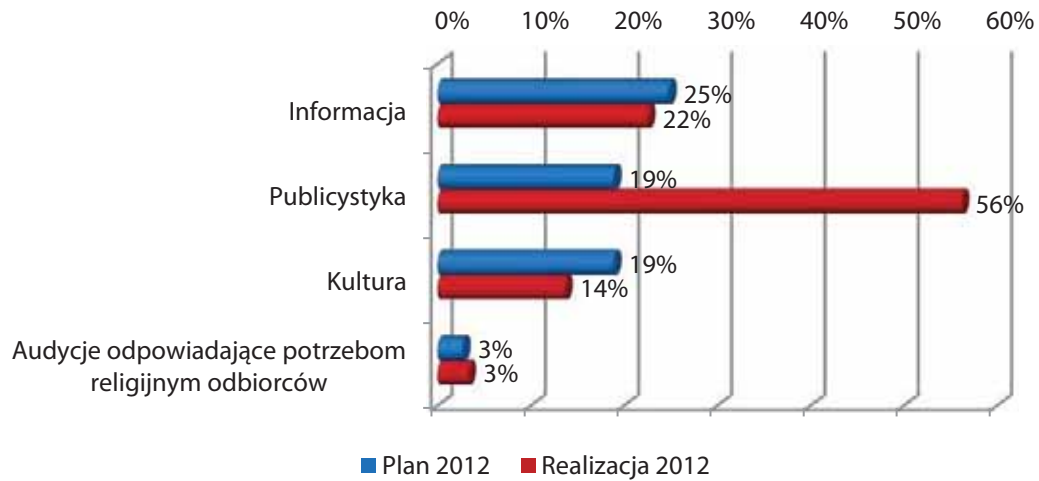
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Łódź.

### TVP Olsztyn



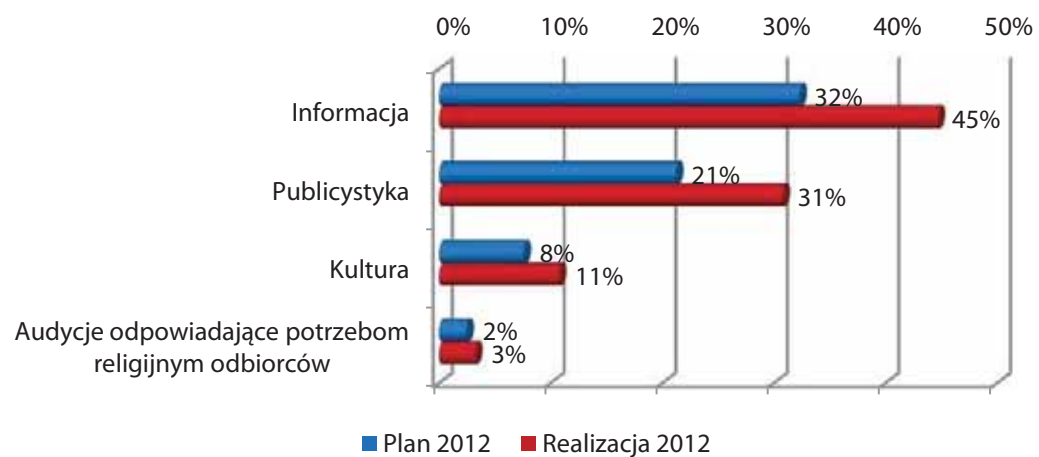
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Olsztyn.

## TVP Opole



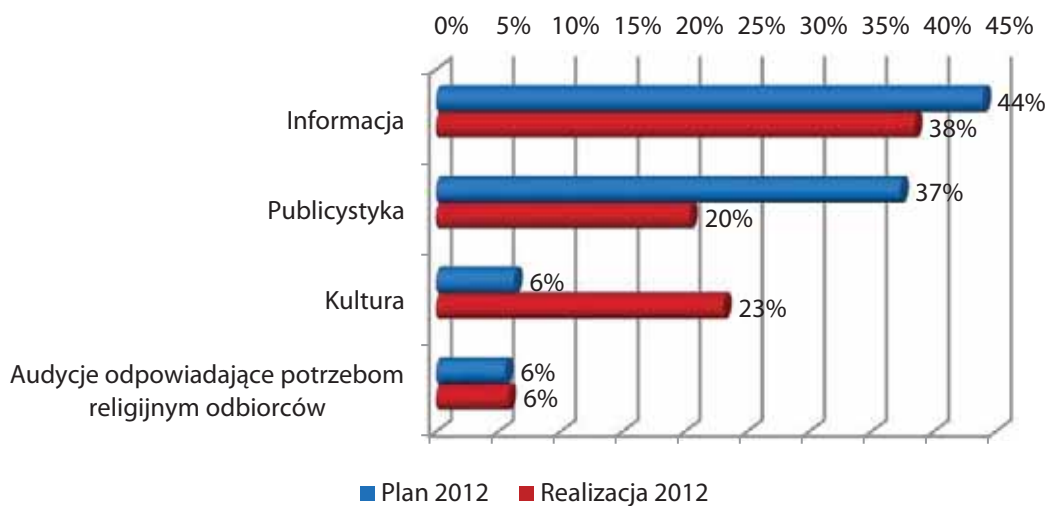
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Opole.

## TVP Poznań



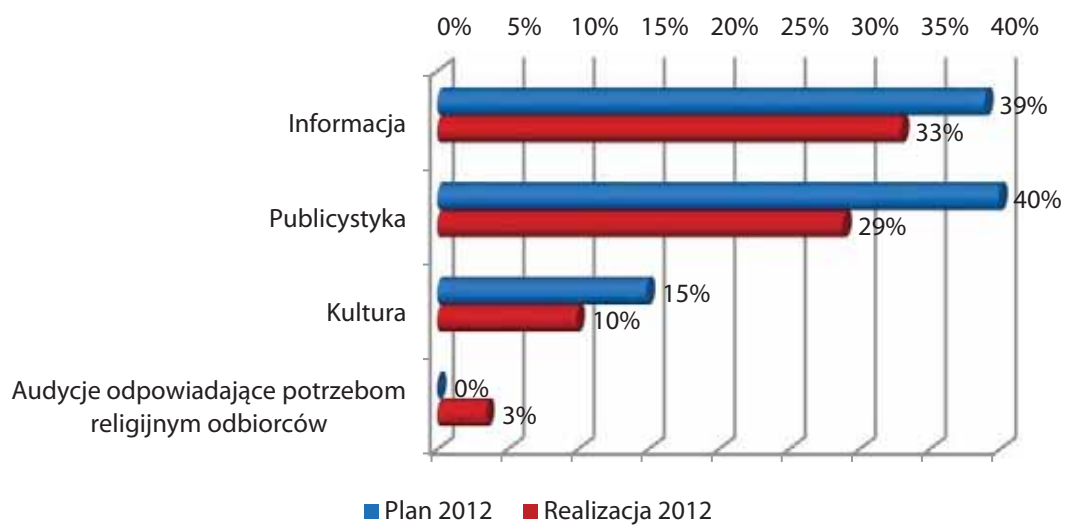
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Poznań.

### TVP Rzeszów



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Rzeszów.

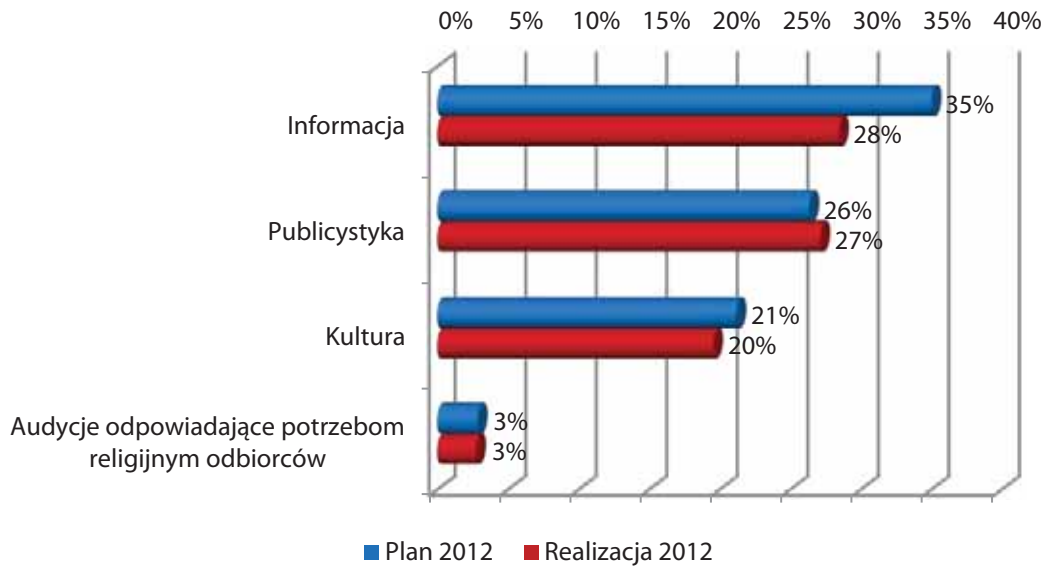
### TVP Szczecin



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Szczecin.

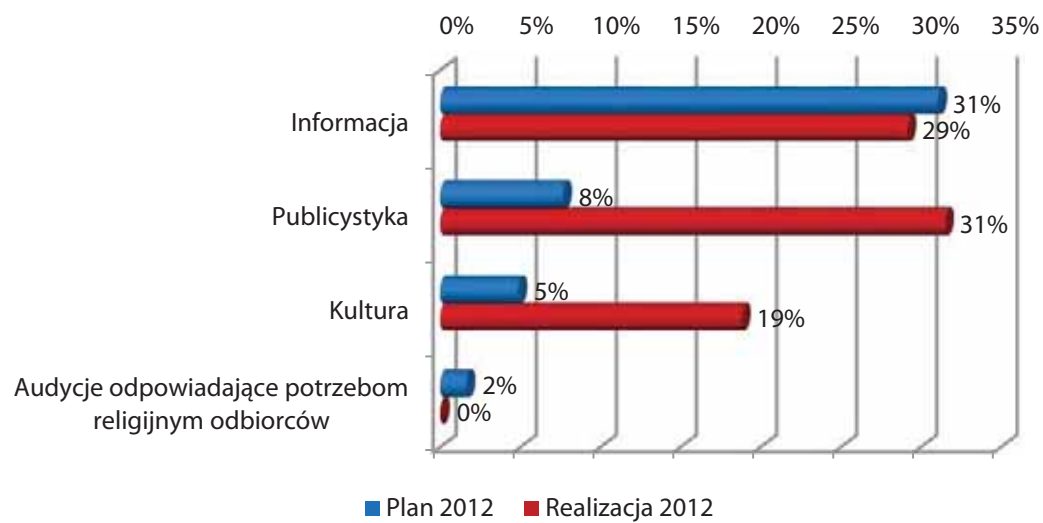


### TVP Warszawa



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Warszawa.

### TVP Wrocław



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Wrocław.

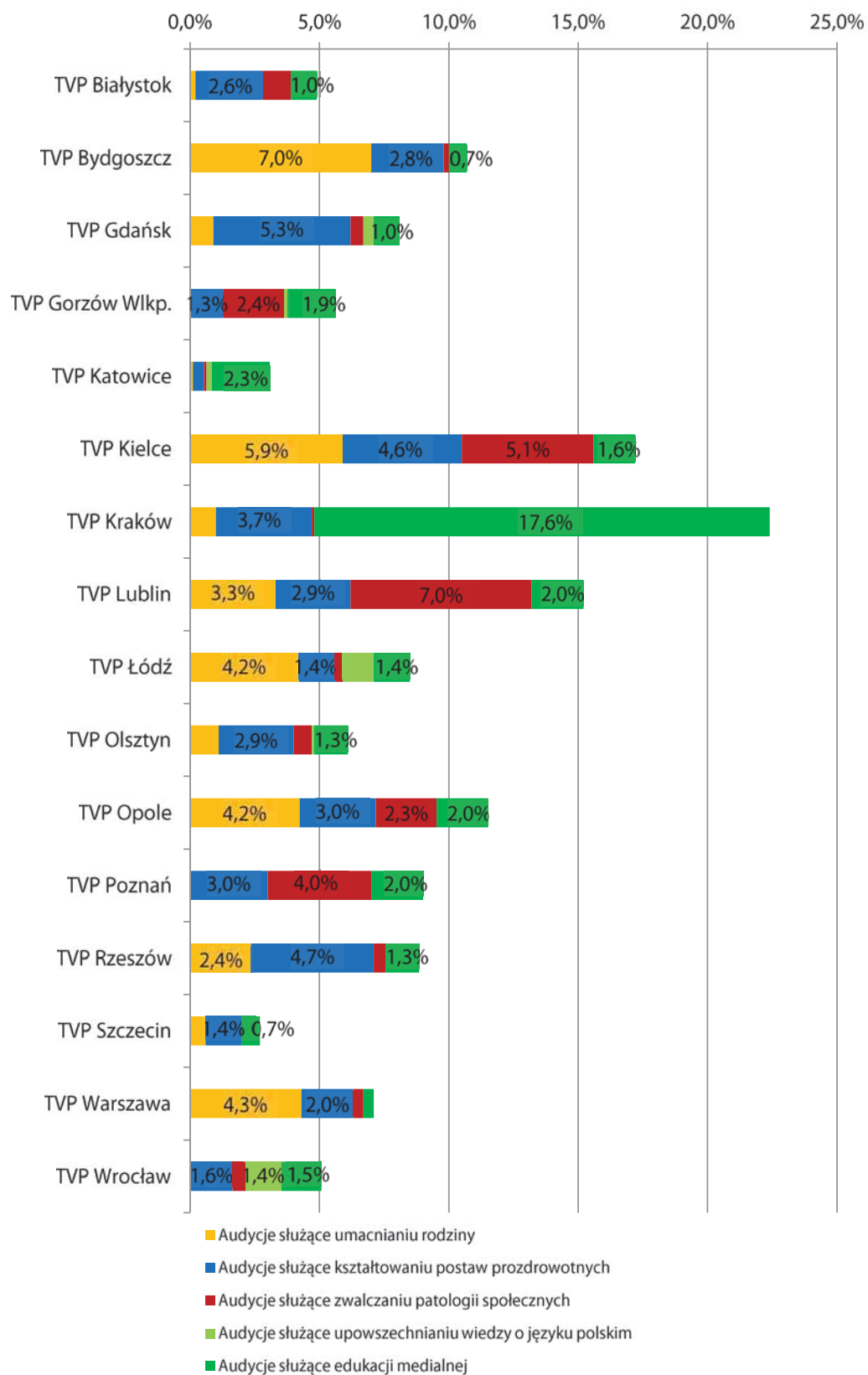
### **Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji**

We wszystkich programach nadawane były audycje upowszechniające edukację medialną oraz służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Audycje służące umacnianiu rodziny nie były nadawane w TVP Wrocław, TV Poznań i TVP Gorzów Wlkp., a wspomagające zwalczanie patologii społecznych jedynie w TVP Szczecin. Znacznie mniej programów (tylko sześć) realizowało zadania związane z upowszechnianiem wiedzy o języku polskim. Łączny udział audycji realizujących ww. powinności w programach regionalnych był zróżnicowany – wynosił od ok. 3% do 23% rocznego programu. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym były tworzone i rozpowszechniane przez osiem oddziałów terenowych TVP SA, tj. w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Kielcach, Łodzi, Olsztynie, Opolu i Szczecinie. Dla mniejszości ukraińskiej, audycje w jej języku narodowym ukazywały się w programach rozpowszechnianych przez oddziały terenowe w Białymstoku i w Olsztynie. Audycje dla mniejszości rosyjskiej, białoruskiej i litewskiej ukazywały się w programie oddziału terenowego w Białymstoku, dla niemieckiej – w Katowicach i w Opolu, dla Kaszubów – w Gdańsku. Na terenie działania oddziału TVP Białystok, zamieszkują najliczniejsze grupy mniejszości narodowych w związku z czym oddział ten posiada najbogatszą ofertę programową skierowaną do mniejszości narodowych i nadaje największą audycji przeznaczonych dla tych społeczności. W porównaniu do 2011 roku udział tego typu audycji zwiększyły oddziały w Kielcach i Szczecinie. W pozostałych oddziałach zanotowano nieznaczny spadek rocznego czasu przeznaczonego na tego typu audycje. Wśród oddziałów największą część czasu na audycje umożliwiające przedstawienie swoich stanowisk partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związkom pracodawców przeznaczyły oddziały w Gdańsku (84,9 godz.), Kielcach (79,8 godz.), Poznaniu (76,4 godz.), Gorzowie

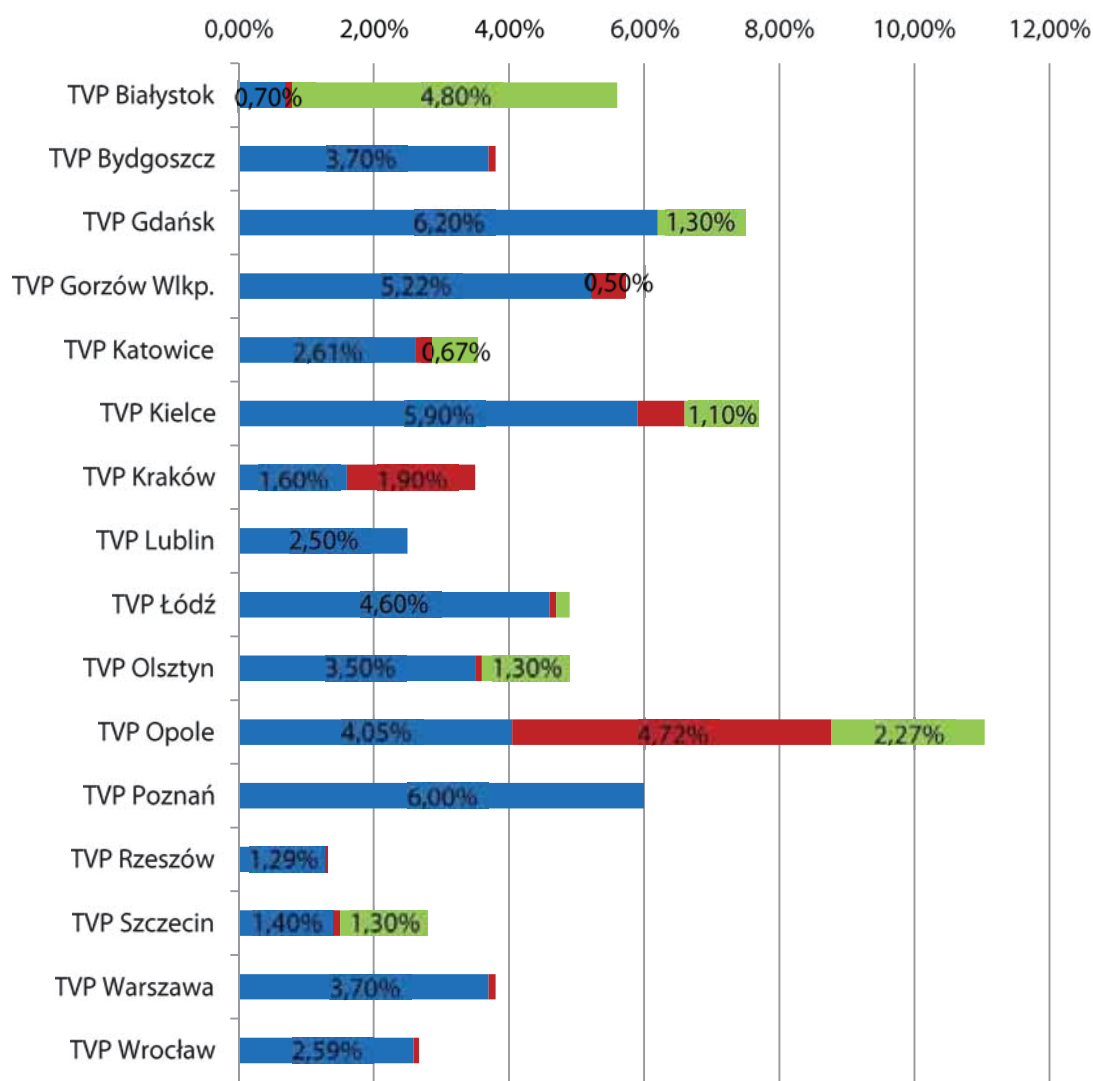
Wielkopolskim (71,4 godz.) i Łodzi (63,1 godz.). Najwięcej audycji stwarzających organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności, nadały oddziały w Opolu (64,13 godz.), Krakowie (26,4 godz.) i Rzeszowie (16,5 godz.).

### **Monitoring programów regionalnych TVP SA**

KRRiT przeprowadziła we wrześniu 2012 r. (3-9 IX) monitoring programów oddziałów terenowych TVP SA, na próbie jednego, losowo wybranego tygodnia. Monitoring miał na celu sprawdzenie, w jakim wymiarze i poprzez jakie rodzaje i formy audycji nadawcy realizują zadania mediów publicznych wobec regionów, a także czy realizują na bieżąco uzgodnione z KRRiT roczne plany. Najwyższy udział treści regionalnych odnotowano w monitoringu w programie TVP Warszawa (zajmowały one trzy czwarte tygodniowego czasu emisji programu, a jeśli pominąć udział elementów płatnych i autopromocji – aż 96%). W programie tym całość informacji, publicystyki, audycji dotyczących kultury, audycji sportowych i dla dzieci była związana tematycznie z regionem; nie miało takiego charakteru jedynie kilka audycji edukacyjnych i audycji dotyczących spraw wiary (religijnych). Wysoki udział audycji dotyczących spraw regionu (ok. dwóch trzecich tygodniowego programu) odnotowano także w programach oddziałów TVP Białystok, Katowice, Kraków, Poznań i Wrocław; w programach pozostałych oddziałów przekraczał on połowę tygodniowego czasu emisji. Podstawowy trzon programów oddziałów stanowią audycje informacyjne i publicystyczne dotyczące regionu – informacje regionalne, jak wynika z monitoringu zajmują od jednej piątej do jednej trzeciej tygodniowego czasu emisji, – publicystyka od ok. jednej dziesiątej do jednej siódmej (10 – 15%). Ten wysoki udział w programach informacji i publicystyki regionalnej potwierdzają też roczne plany i sprawozdania nadawców. Wszystkie oddziały terenowe TVP SA nadają codziennie bieżące serwisy i magazyny informacyjne z regionu (informacje spoza regionu nie są nadawane); mają one dwa, a niekiedy nawet trzy



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w programach regionalnych TVP SA.



- Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawienie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych
- Audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej
- Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w językach tych mniejszości i społeczności

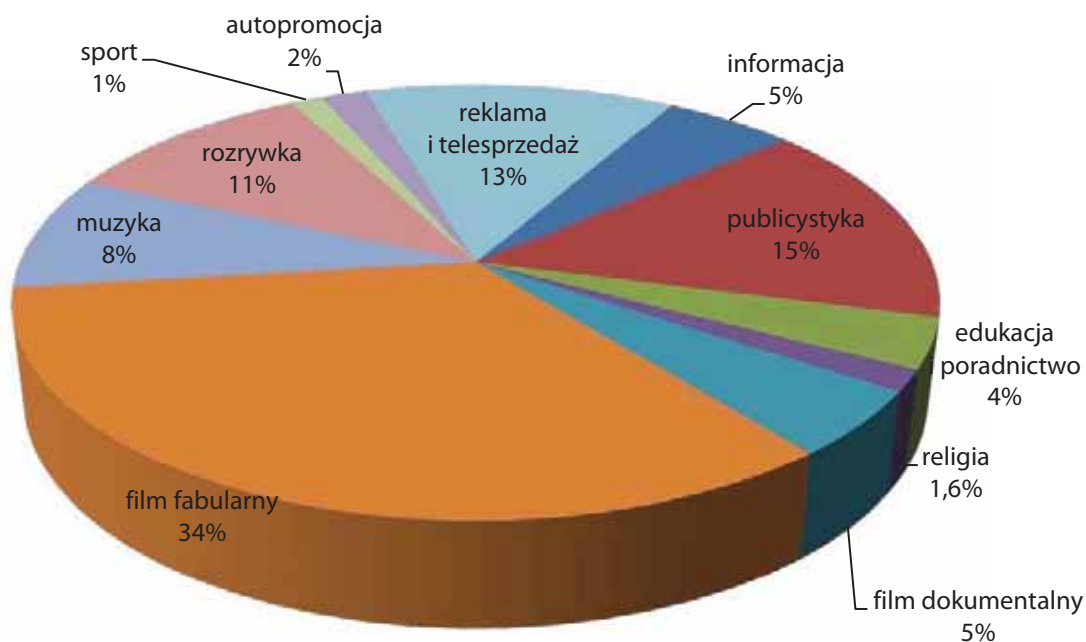
Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w programach regionalnych TVP SA

(jak np. w TVP Opole) wydania dziennie. Dostarczają regularnie informacji z obszaru całego regionu, zarówno z gmin miejskich jak i wiejskich. W programach oddziałów obsługujących szczególnie duże regiony (jak np. TVP Warszawa) nadawane są ponadto (co najmniej raz w miesiącu) oddzielne magazyny informacyjne dla ważniejszych miast i powiatów regionu (np. Kronika Siedlecka, Kronika Płocka). Bieżące, codzienne serwisy informują o życiu społeczno-gospodarczym regionu, w tym także o wydarzeniach trudnych, jak np. konflikty na linii urząd-społeczność lub zakład-pracownicy, trudności finansowe samorządów; o działaniach samorządu lokalnego – pozytywnych i ocenianych jako kontrowersyjne; o wydarzeniach kulturalnych. Mimo różnej formuły serwisów w poszczególnych oddziałach, wspólną ich cechą jest znikoma obecność informacji politycznych (dominujących w serwisach programów ogólnopolskich) oraz szczególny rys, który można by nazwać „informacją z sąsiedztwa”. Przedstawiane wiadomości są zawsze dobrze osadzone w realiach lokalnych, serwisy zawierają też często apele o pomoc (np. dla chorych potrzebujących pomocy finansowej itd.) i relacje z odpowiadających na te apele spontanicznych społecznych akcji pomocy. Tak budowane serwisy nie są chłodną relacją z wydarzeń, lecz pełnią funkcję integrowania społeczności lokalnej. Publicystyka dotycząca spraw regionu była bardziej zróżnicowana w formie. W programach części oddziałów miała głównie postać audycji studyjnych: rozmów i wywiadów dotyczących bieżących zagadnień i wydarzeń. Część oddziałów nadawała z kolei przede wszystkim reportaże i inne formy dokumentalne, dotyczące działań samorządu oraz udziału środków unijnych w procesach porządkowania (remonty, przebudowy) i rozwoju (nowe inwestycje) regionu. W programach wszystkich oddziałów nadawane były audycje dotyczące kultury regionu i w regionie; zajmowały one od kilku do kilkunastu procent tygodniowego czasu emisji. Podobnie jak w przypadku publicystyki, spektrum przedstawianych tematów było w oddziałach zróżnicowane: od klasycznej prezentacji zabytków kultury poprzez sylwetki twórców

regionalnych do analizy podejmowanych w regionie, instytucjonalnych i społecznych, inicjatyw kulturalnych. Często wykorzystywaną formą był tu reportaż i felieton. Podobny udział (kilka-kilkanaście procent) miały w programach oddziałów audycje edukacyjne dotyczące regionu. Znaczna ich część dotyczyła przyrody i ekologii regionu, nowych technologii w powiązaniu z zasobami, którymi dysponuje region, nowych dziedzin nauki i związanych z nimi instytucji. Nadawano też audycje turystyczno-krajoznawcze i dotyczące historii regionu. Nowym zjawiskiem, jak się wydaje, są audycje „interdyscyplinarne”, łączące np. wiedzę o rolniczej specyfice regionu, zdrowym żywieniu, miejscu tradycyjnych lokalnych produktów na rynku unijnym, wspierających je kulturalnych tradycjach regionu itp. Specjalnym rodzajem audycji regionalnych są audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych, nadawane w programach oddziałów, na terenie których mniejszości te zamieszkują. W ramach współpracy przygranicznej, w monitorowanym tygodniu, nadawano także dwujęzyczną audycję polsko-czeską dotyczącą rodzajów działalności i miejsca w porządku prawnym Polski i Czech organizacji pozarządowych.

### **TVP Polonia**

Audycje realizujące zadania ustawowe zajęły 86% rocznego programu nadanego w 2012 r. ofertę programową tworzone z myślą o Polakach zamieszkujących poza granicami kraju oraz widzach nie polskojęzycznych zainteresowanych Polską. Program był zestawiony w dużym stopniu z audycji emitowanych w programach TVP1 i TVP2. Nadawano także audycje realizowane specjalnie dla środowisk polonijnych. Oferta programowa koncentrowała się na informacji o Polsce; popularyzacji polskiej kultury, nauki, sztuki; promocji polskiej gospodarki, ekonomii i myśli technicznej oraz prezentacji zmian zachodzących we wszystkich sferach życia w kraju. Starano się, by program prezentował pozytywny wizerunek Polski i Polaków oraz ukazywał wkład Polski w rozwój cywilizacyjny Europy i świata.



Wykres: Struktura programu TVP Polonia w 2012 roku.

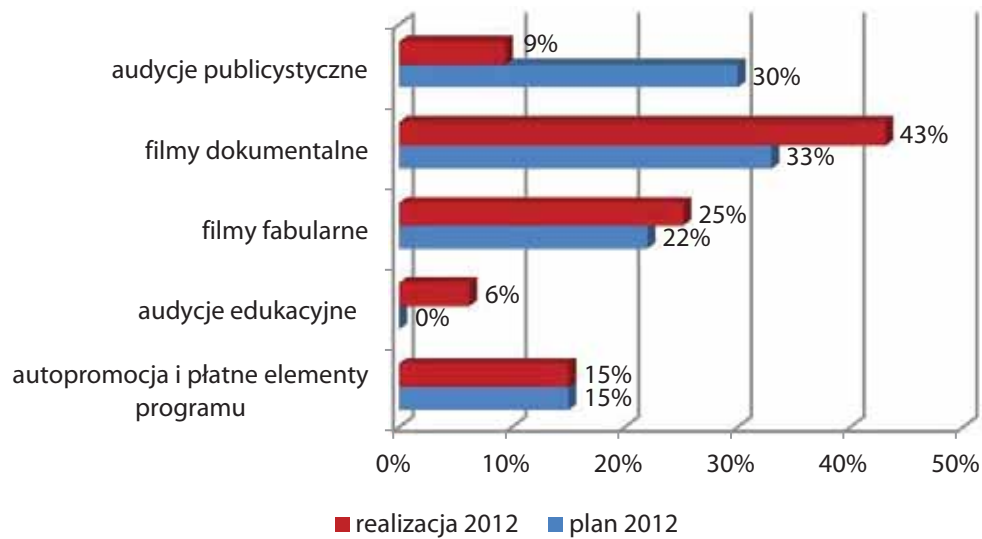
### TVP Historia

Program ten nadawano średnio 18,7 godz. na dobę (6829 godz. w ciągu roku). Miał charakter wyspecjalizowany, zgodnie z koncesją, popularyzował wiedzę o historii Polski i historii powszechnej. Udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 85% rocznego czasu nadawania programu. Pozostały czas wypełniła autopromocja i reklama. Zawartość programu była generalnie zgodna z planem, tzn. nadawano wszystkie zaplanowane kategorie audycji. Dokonano jednak kilku modyfikacji polegających na: zwiększeniu – w stosunku do planu – udziału w programie filmów dokumentalnych (o 1250 godz. rocznie) oraz filmów fabularnych (o 523 godz. rocznie). Wzbogacono ofertę o nieplanowane wcześniej cykle audycji edukacyjnych poświęconych historii naturalnej i społecznej (np. *Ginące cywilizacje*, *Saga prastarej puszczy*, *Ogrody Wersalu*, *Największe muzea świata*, *Historia papieżstwa*, *Tajemnice Watykanu*, *Mniejszości narodowe*). Największa zmiana w stosunku do planu dotyczy audycji publicystycznych. Ich udział zmniejszono o ok. 20 godz. tygodniowo.

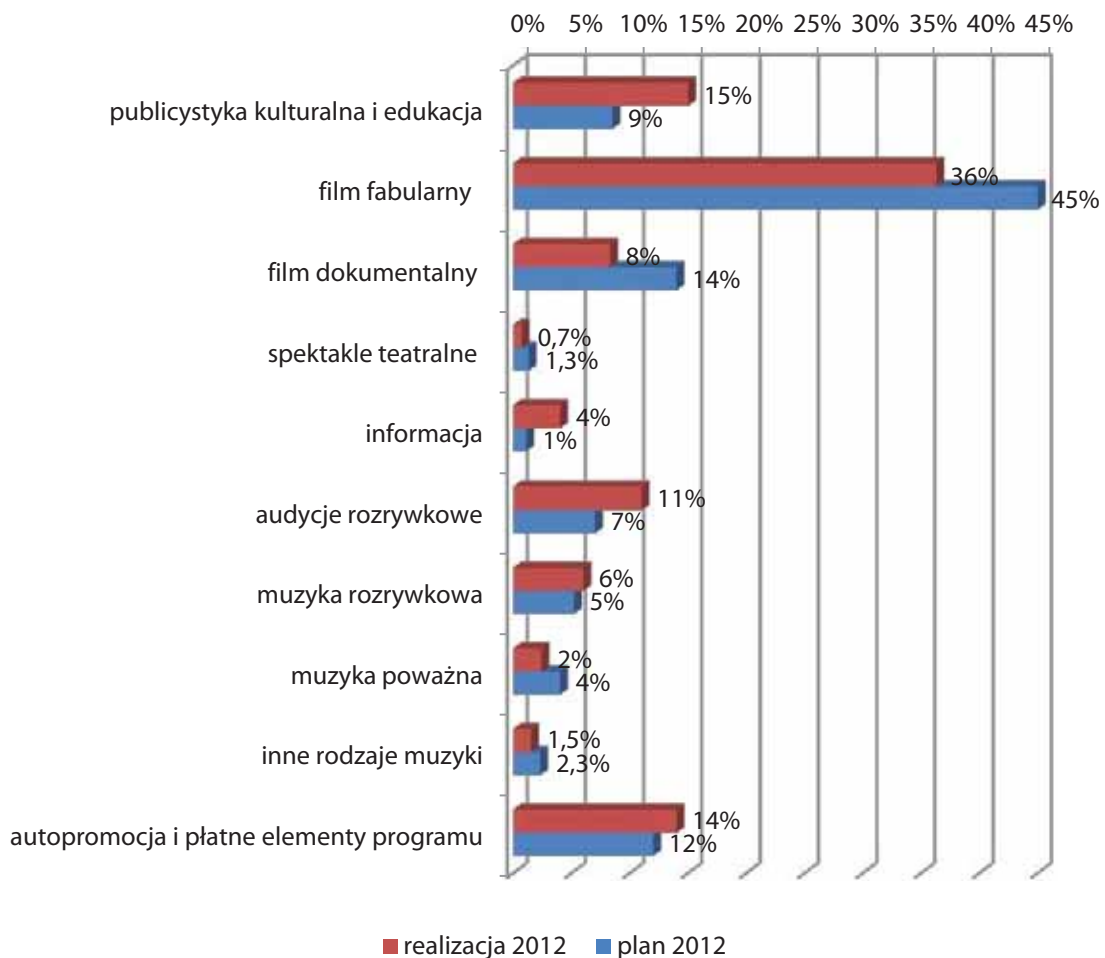
Monitoring tygodniowej próby tego programu, którego celem była m.in. jego ocena jakościowa potwierdził, że dużym atutem oferty TVP Historia jest wysoki udział filmów dokumentalnych, starannie dobrana oferta filmów fabularnych, prezentujących dawne okresy historyczne. Niedostatkami tego programu jest brak w ofercie pozycji dotyczących historii współczesnej i audycji edukacyjnych tworzonych z myślą o młodych odbiorcach (dzieci i młodzież w wieku szkolnym). Duży udział powtórek (25% tygodniowego czasu; niemal każdy nadany serial, film fabularny jest powtarzany) nie powiększa widowni tego programu.

### TVP Kultura

Program TVP Kultura nadawano średnio 22 godz. na dobę (8001 godz. w ciągu roku). Miał charakter wyspecjalizowany, poświęconym popularyzacji i upowszechnianiu różnych dziedzin kultury i sztuki oraz edukacji w zakresie znajomości dzieł kultury i sztuki, i umiejętności ich odbioru. Zawartość programu była generalnie zgodna z planem, tzn. nadawano wszystkie zaplanowane kategorie audycji. Łączny



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Historia.



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Kultura.

udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 86% rocznej emisji programu. Dokonano jednak pewnych modyfikacji, w stosunku do planu, polegających na zwiększeniu udziału publicystyki kulturalnej i edukacji (o 507 godzin rocznie), informacji (o 230 godz. rocznie) oraz audycji rozrywkowych (o 333 godziny rocznie). Zmniejszono natomiast udział w programie filmu dokumentalnego (o 205 godzin rocznie) i filmu fabularnego (o 800 godz. rocznie). Zmiana w stosunku do planów nie wpłynęła na jakość nadawanego programu, jak też na sposób realizacji zadań misyjnych. Monitoring tygodniowej próby programu, prowadzony pod kątem oceny jakościowej, wykazał, że zawartość TVP Kultura koncentruje się na formach i treściach należących do tzw. kultury wysokiej. Największą część programu zajmowała oferta filmowa koncentrująca się na kinie ambitnym, nie łatwym w odbiorze, wymagającym uwagi i refleksji. Kolejnym atutem tego programu była obecność muzyki poważnej oraz gatunków „niszowych” takich jak: jazz, muzyka alternatywna. W monitorowanej próbie nie stwierdzono obecności rozrywkowej muzyki popularnej. Nadawano również audycje poświęcone literaturze. Słabością programu jest mała w nim obecność form udramatyzowanych. Brakuje zwłaszcza spektakli teatralnych. TVP Kultura ma też ubogą ofertę, jeśli chodzi o dzieci i młodzież. Jedna audycja (*Kulturaneek*) to zbyt mało, aby zainteresować młodego widza szeroko rozumianą kulturą.

### **TVP Seriale**

W 2012 r. nadawany był średnio 19,5 godz. na dobę. Miał charakter wyspecjalizowany, serialowo-filmowy. Zawartość programu była zgodna z uzgodnionymi planami. Łączny udział audycji realizujących specjalizację stanowił 83% rocznego programu, a pozostałą część wypełniała autopromocja i reklama (17%). Nadawano przede wszystkim polskie seriale współczesne, tzw. seriale kultowe, pochodzące z zasobów archiwalnych TVP SA oraz telenowełe i seriale zagraniczne, nadawane wcześniej w TVP1 i TVP2.

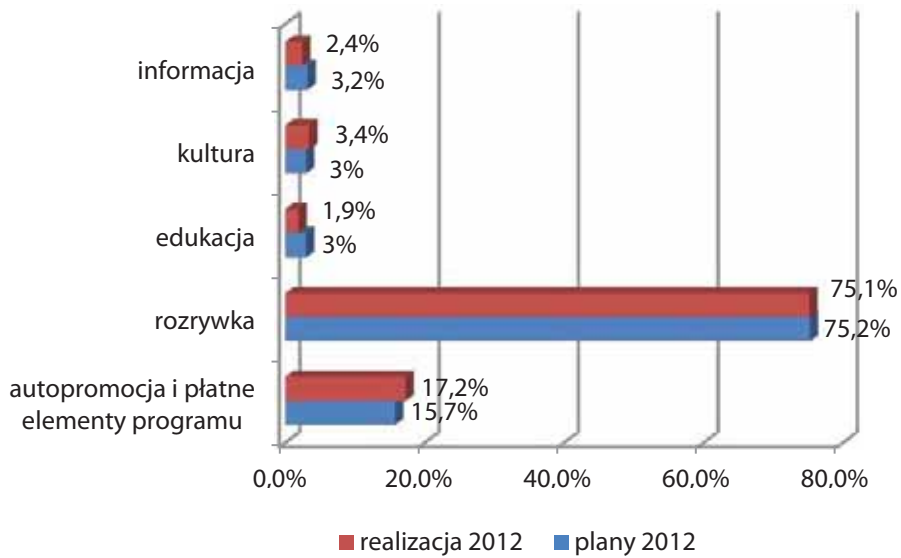
### **TVP SPORT**

W 2012r. nadawany był średnio 17 godz. na dobę (6267 godz. emisji rocznej). Prezentował i upowszechniał różne dyscypliny sportowe oraz dostarczał informacji o najważniejszych wydarzeniach i zjawiskach związanych ze sportem. Zawartość programu była zgodna z planami. Łączny udział audycji realizujących specjalizację stanowił 81% rocznego programu, a pozostałą część wypełniała autopromocja i reklama (19%). Nadawano przede wszystkim transmisje i relacje z wydarzeń sportowych oraz serwisy informacyjne, magazyny, dokumenty i audycje archiwalne związane ze sportem. Działalność TVP Sport w roku 2012 podporządkowana była obsłudze telewizyjnej dwóch imprez sportowych o globalnym zasięgu – Letnich Igrzysk Olimpijskich w Londynie, oraz EURO 2012. TVP Sport realizował swoją rolę również jako nadawca i koordynator międzynarodowego sygnału telewizyjnego z najważniejszych imprez sportowych w Polsce: m.in. Pucharów Świata w skokach i biegach narciarskich (Zakopane, Jakuszyce) oraz kolarskiego Tour de Pologne. TVP Sport relacjonował również krajowe imprezy mistrzowskie i rozgrywki ligowe (Polska Liga Koszykówki, Polska Liga Koszykówki Kobiet, Polska Liga Hokejowa). Ofertę programową wzbogacały liczne relacje i reportaże promujące zdrowy i aktywny tryb życia (Scandia Maraton MTB, „Biegnij Warszawo”, „Cracovia Maraton”).

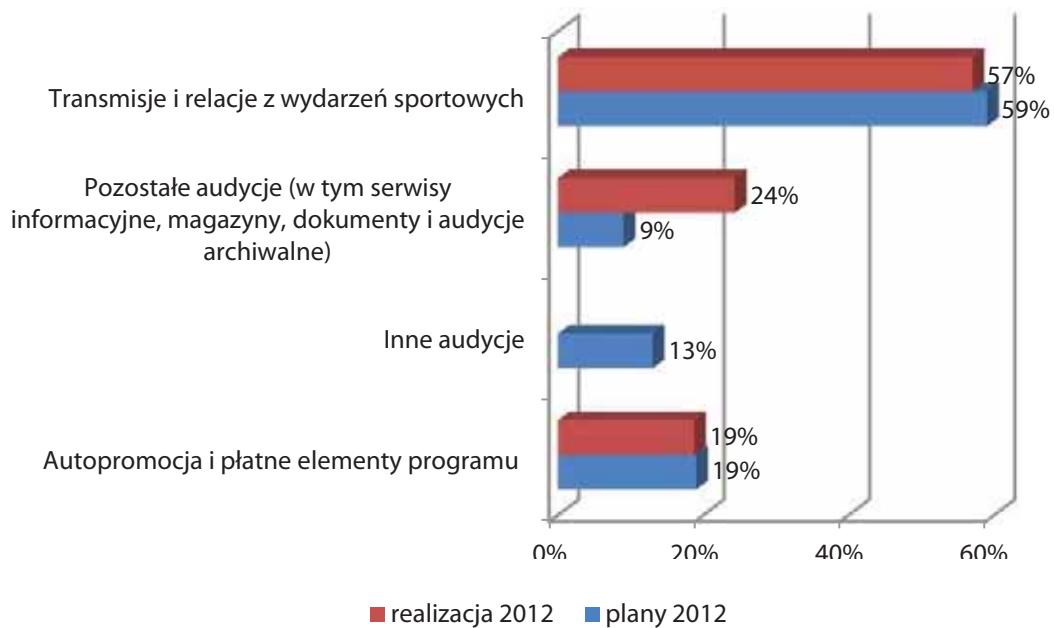
### **TVP HD**

W ubiegłym roku program nadawany był średnio przez 19,2 godz. w ciągu doby (w ciągu roku 7031 godz.). Charakter programu był zgodny z określonym w koncesji, tj. uniwersalny. Program wypełniały głównie seriale, filmy fabularne, dokumenty, audycje rozrywkowe oraz relacje z najważniejszych imprez sportowych. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i wyniósł 90% całości programu rocznego. Nieco inny od zaplanowanego był sposób realizacji specjalizacji. W stosunku do planów zwiększono udział filmu (o 1933 godz.) i audycji rozrywkowych (o 608 godz.), zmniejszono zaś udział audycji o tematyce sportowej (o 1325 godz.) oraz dokumentu (o 724 godz.). Nie nadawano audycji publi-

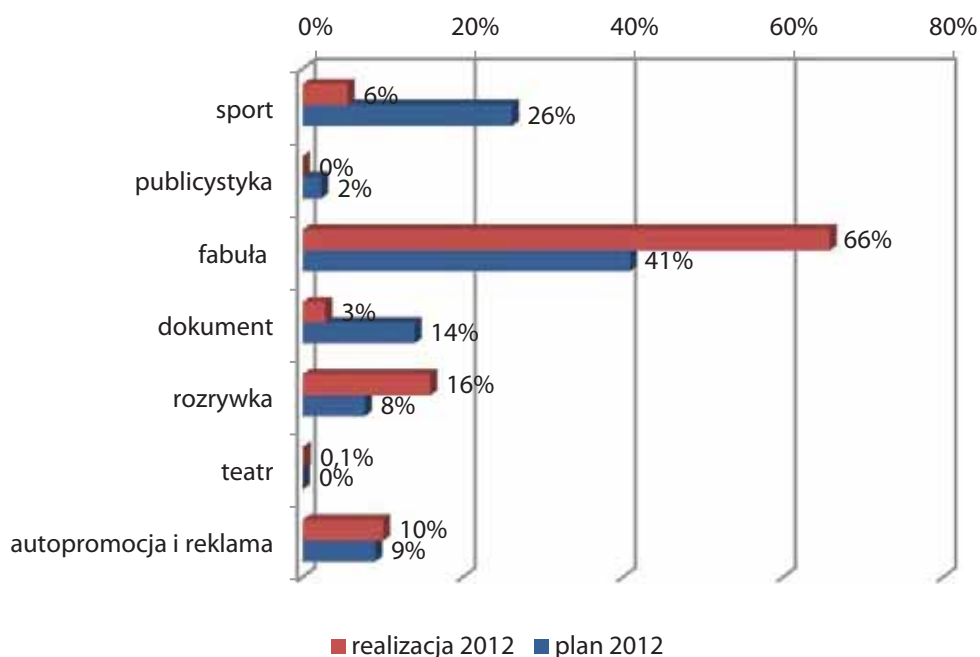




Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Seriale.



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP Sport.



Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w TVP HD.

cystycznych. Okazjonalną obecność w tym programie miały spektakle Teatru Telewizji (6 godz. w ciągu roku).

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Telewizja Polska otrzymała środki abonamentowe w kwocie 253.866 tys. zł. Wydatki pokryte z abonamentu wyniosły 258.510 tys. zł, a więc były wyższe od przekazanych środków. Było to wynikiem sfinansowania części wydatków misyjnych z nadwyżki środków abonamentowych przechodzących z 2011 roku (4.758 tys. zł).

**Koszty działalności misyjnej Telewizji Polskiej zostały pokryte w 18% z abonamentu, w 2% z innych przychodów publicznych (m.in. dotacje budżetowe) oraz**

### w 80% z dochodów własnych Spółki (głównie ze sprzedaży czasu reklamowego).

Ze środków abonamentowych nie były finansowane koszty: tworzenia programu TV Polonia, tworzenia i rozpowszechniania TVP Białoruś, TVP Sport, TVP HD, TVP Seriale. Wyżej wymienione wyspecjalizowane programy TVP SA były finansowane z dochodów własnych Spółki. Natomiast programy dla odbiorców za granicą były finansowane z dochodów własnych Spółki i dotacji budżetowych. Do kosztów innych usług realizujących misję zostały zaliczone koszty związane z działalnością: Ośrodka TVP Technologie (20,1 mln zł), Ośrodka iTVP HD (6,5 mln zł), Ośrodka Administracji – w części dotyczącej Wydziału Eksploatacji (11,9 mln zł), Redakcji Internetowej TVP Info (1,9 mln zł) oraz organizacją i udziałem w festiwalach (4,3 mln zł).

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych razem	890 719	64,6%
w tym: Euro 2012 oraz Igrzyska Olimpijskie Londyn 2012	49 734	x
<i>z tego:</i>		
<i>Program 1</i>	485 052	x
<i>Program 2</i>	405 667	x
4. Produkcja filmowa	4 603	0,3%
2. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Info	132 905	9,6%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych	151 636	11,0%
<i>w tym: audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym</i>	1 118	x
4. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Polonia	33 337	2,4%
5. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Białoruś	26 062	1,9%
6. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Kultura	23 521	1,7%
7. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Historia	12 252	0,9%
8. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Sport	41 909	3,0%
9. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP HD	6 264	0,5%
10. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Seriale	4 721	0,3%
11. Inne zadania realizujące misję	49 920	3,6%
<b>RAZEM</b>	<b>1 377 849</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki sfinansowane z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>207 000</b>	<b>253 866</b>	<b>258 510</b>
1. Zadania programowe programach ogólnokrajowych, z tego:	80 676	x	104 999
- zadania w zakresie sportu – na koszty bezpośrednie z tytułu zakupu praw do transmisji Mistrzostw w Piłce Nożnej Euro 2012 i Igrzysk Olimpijskich Londyn 2012	51 123	x	44 091
- pozostałe zadania programowe	29 553	x	60 908
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych w oddziałach terenowych, z tego:	86 000	x	109 316
- rozpowszechnianie programów regionalnych w oddziałach terenowych	21 500	x	13 607
- audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w języku regionalnym	1 000	x	322
- tworzenie programów regionalnych	63 500	x	95 387
4. Rozpowszechnianie programów dla odbiorców za granicą – TV Polonia	2 900	x	4 172
5. Produkcja filmowa	3 150	x	4 229
6. Tworzenie i rozpowszechnianie programu TVP Info	21 719		22 298
7. Tworzenie programu wyspecjalizowanego TVP Historia	5 400	x	6 038
8. Tworzenie programu wyspecjalizowanego TVP Kultura	7 200	x	7 458

Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Telewizji Polskiej SA.

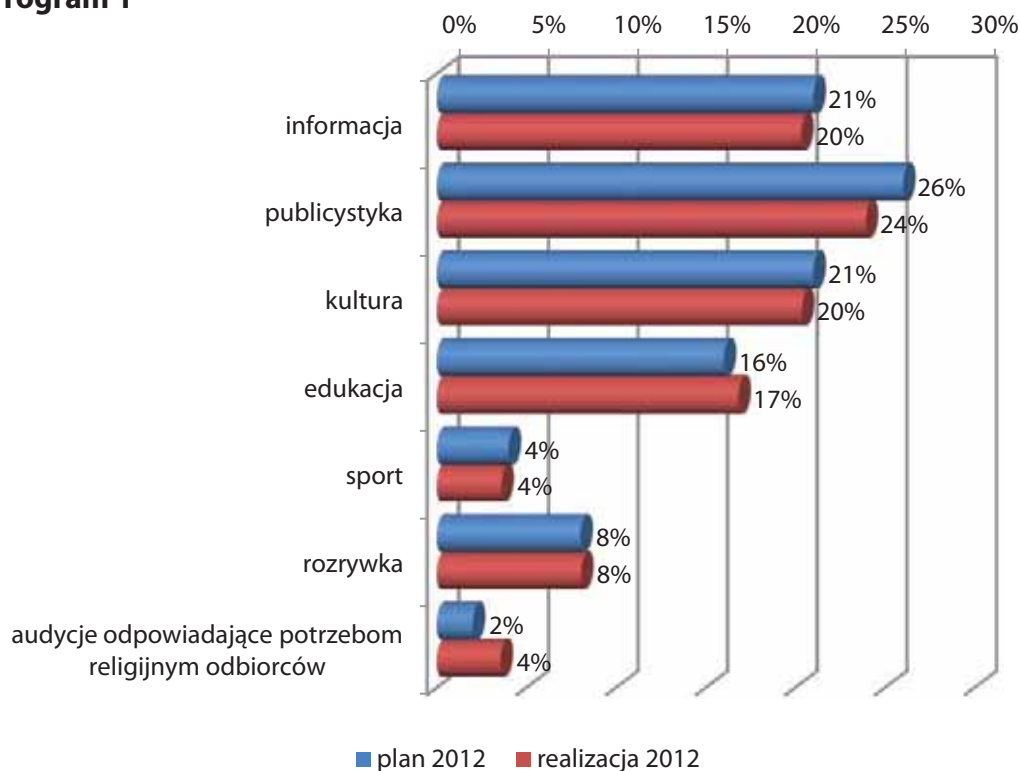
**POLSKIE RADIO SA**

## Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w czterech programach ogólnopolskich Polskiego Radia był zgodny z planami i wyniósł 97 – 98% całości programu rocznego. Niewielkie modyfikacje w stosunku do planu wprowadzono w niektórych rodzajach audycji nadawanych w Programach: 2 i 3. W Programie 2 niższy w stosunku do planów był udział audycji w kategorii kultura (o 303 godziny); zmniejszenie to dotyczyło współczesnej muzyki rozrywkowej. Podobnie było z audycjami w kategoriach: informacja (mniej o 108 godzin) i edukacja (mniej o 109 godzin) – zmiana w stosunku do planów nie wpłynęła na jakość nadawanego programu, jak też na sposób realizacji zadań misyjnych. Zmniejszając wymiar ww. kategorii audycji jednocześnie nadawca zwiększył (o 443 godziny) w kategorii publicystyka udział audycji koncentrujących się na omawianiu problemów i wydarzeń społecznych, gospodarczych i politycznych. Natomiast w Programie 3 w stosunku do planów dwukrotnie zwiększono udział audycji publicystycznych (nadano więcej o 1132 godziny) oraz rozrywkowych (więcej o 411 godzin). Zmiany tej dokonano zmniejszając jednocześnie udział trzech kategorii: informacja (mniej o 429 godzin), kultura (mniej o 715 godzin), audycje odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców (mniej o 22 godziny). Różnice między planem a ich realizacją wskazują, że wzmocniono te elementy programu, które służą realizacji charakteru programu, czyli przede wszystkim publicystyki. Zawartość Programu 4 zdecydowanie różniła się od

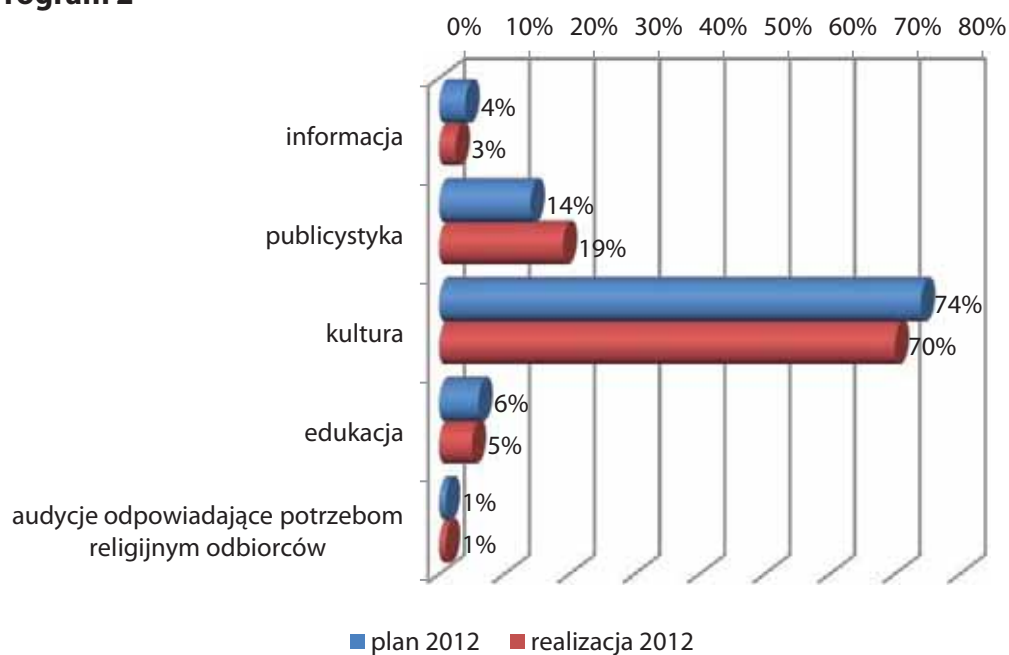
zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Radikalnie zmniejszono udział w tym programie audycji z kategorii Kultura (o 1878 godzin mniej w ciągu roku niż zaplanowano) oraz Edukacja (mniej o 2500 godzin). Wyższy niż wskazano w planie był udział audycji publicystycznych (o 2101 godzin) i rozrywkowych (o 2146 godzin). Program ubiegłoroczny miał charakter publicystyczno – rozrywkowy, a nie jak planowano poświęcony głównie kulturze i edukacji. W programach Polskiego Radia nadawano formy radiowe niezwykle wartościowe, dziś prawie nieobecne w koncesjonowanych programach radiowych, takie jak: słuchowiska, spektakle przygotowywane przez Teatr Polskiego Radia oraz reportaże i dokumenty. Największą reprezentację miały one w Programie 2 (339 godz. w ciągu roku), natomiast mniejszy udział w Programach: Pierwszym (235 godzin w roku) i Trzecim (64 godziny w ciągu roku). Miały one stałe miejsce w programach (pora największej słuchalności) i były nadawane z dużą częstotliwością (raz bądź dwa razy w tygodniu w każdym z programów). Najrzadziej były obecne w Programie 4, w którym w ciągu roku nadano tylko 53 godziny reportaży. Nadawca tworzył również specjalną ofertę dla dzieci. Były to głównie audycje edukacyjne emitowane codziennie w Programie 1 oraz nadawane w Programie 2 przez pięć dni tygodniu poświęcone edukacji muzycznej. Ponadto nadawano raz w tygodniu lekcje języków obcych (Program 3) oraz słuchowiska (Program 1; średnio 1-2 razy w miesiącu).

### Program 1



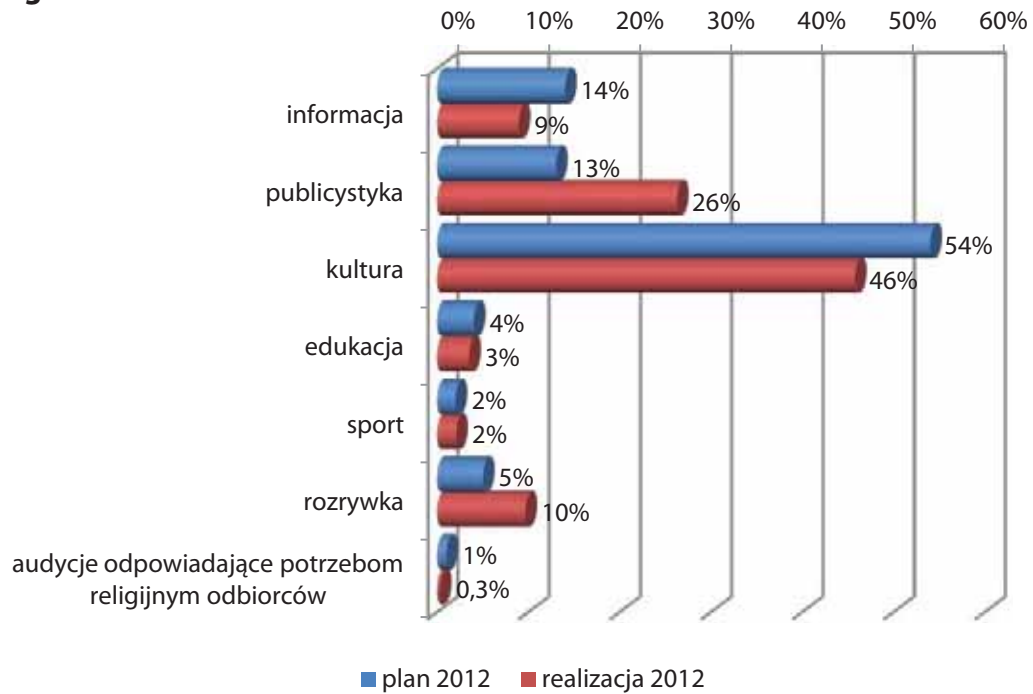
Wykres: Plany programowe i ich realizacja w 2012 roku w Programie 1 w Polskim Radiu SA.

### Program 2



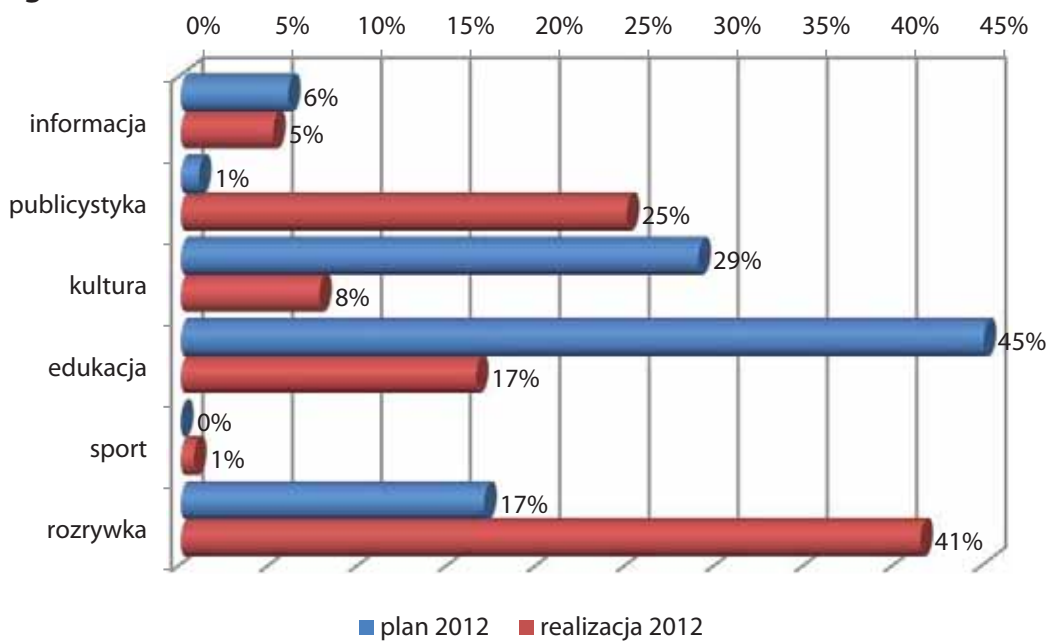
Wykres: Plany programowe i ich realizacja w 2012 roku w Programie 2 w Polskim Radiu SA.

### Program 3



Wykres: Plany programowe i ich realizacja w 2012 roku w Programie 3 w Polskim Radiu SA.

### Program 4

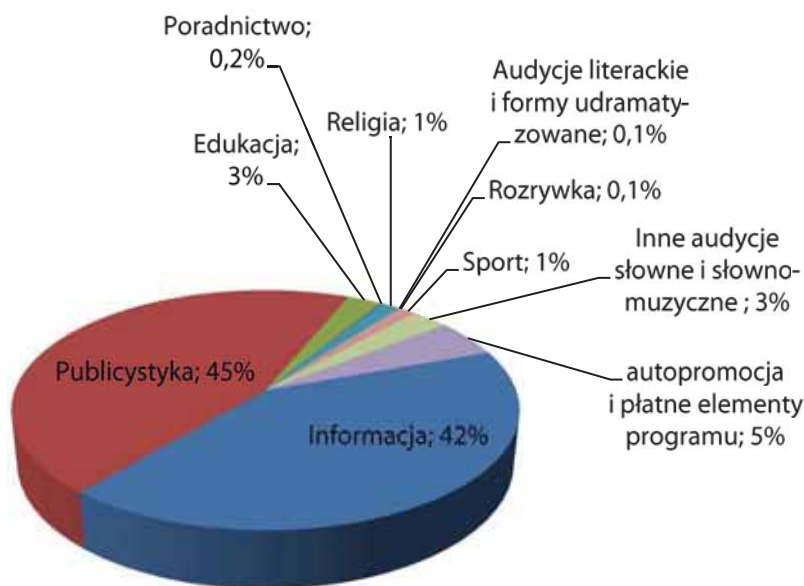


Wykres: Plany programowe i ich realizacja w 2012 roku w Programie 4 w Polskim Radiu SA.

### Polskie Radio dla Zagranicy

Audycje realizujące zadania ustawowe zajęły 95% programu nadanego w 2012 r. Ofertę programową tworzą z myślą o Polakach zamieszkujących poza granicami kraju oraz słuchaczach niepolskojęzycznych, zainteresowanych Polską. Polskie Radio dla Zagranicy produkuje

audycje w siedmiu językach: angielskim, białoruskim, hebrajskim, niemieckim, polskim, rosyjskim i ukraińskim. Oferta programowa koncentrowała się na bieżących informacjach oraz komentarzach i omówieniach problemów aktualnych wydarzeń (społecznych, politycznych, gospodarczych) w Polsce.



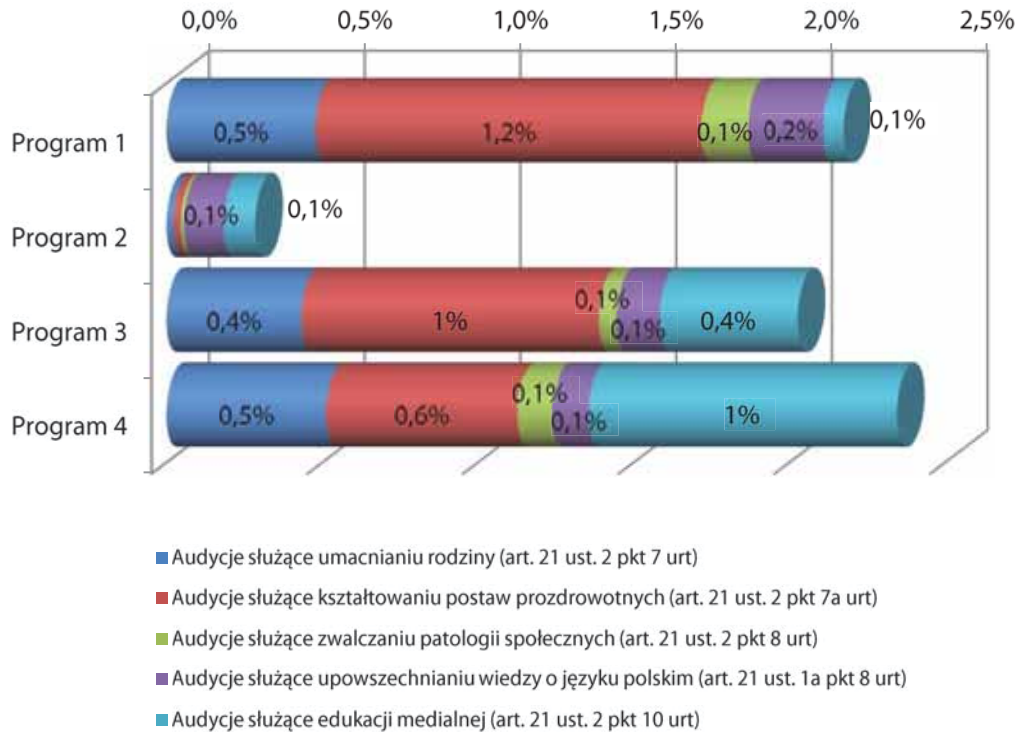
Wykres: Struktura programu Polskiego Radia dla Zagranicy w 2012 roku

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji

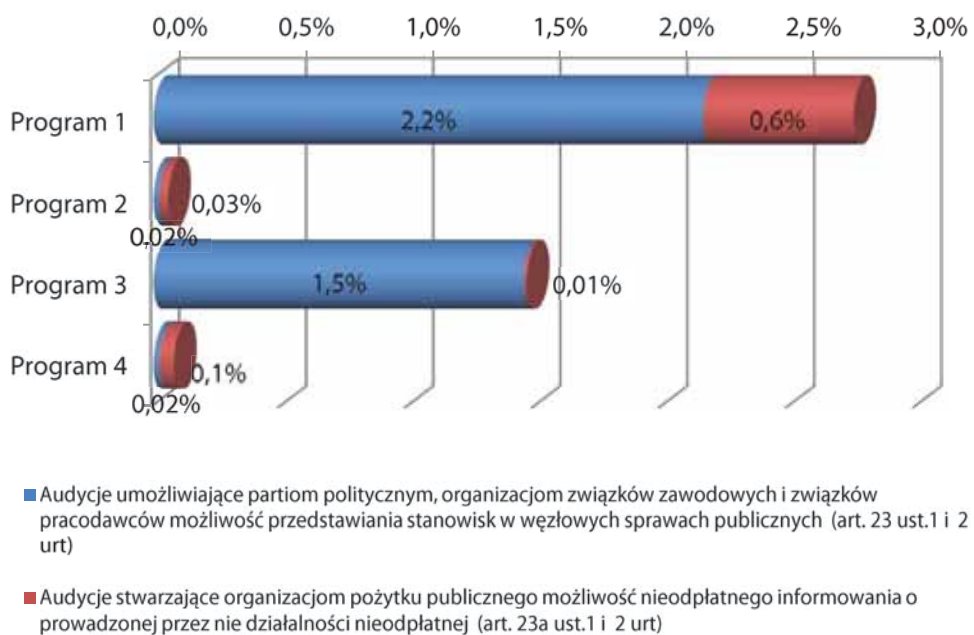
W 2012 roku w czterech programach ogólnopolskich Polskiego Radia nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, a także audycje służące edukacji medialnej. W stosunku do 2011 r. zwiększono jedynie liczbę godzin audycji służących umacnianiu rodziny w Programie 4 (z 6 do 45 godzin rocznie). Z kolei w Programie 1 zmniejszono (20 godzin) wymiar dla audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Natomiast audycje poświęcone upowszechnianiu wiedzy o języku polskim oraz służące zwalczaniu patologii społecznych, miały wymiar podobny jak w 2011 r. W ubiegłym roku, podobnie jak w roku 2011, w czte-

rech ogólnopolskich programach Polskiego Radia zostały zachowane – w stosunku do 2011 – ogólne tendencje udziału audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (łącznie w czterech opisywanych programach PR zajęły 319 godzin w 2011 roku i 322 godziny – w 2012 roku). W 2012 roku Polskie Radio SA wykonało z dużym nadatkiem normy dotyczące partii politycznych, podane w rozporządzeniu KRRiT z dnia 24 kwietnia 2003 roku. W ubiegłorocznym programie na audycje, stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności, najwięcej miejsca przeznaczono w Programie 1 (52 godziny), gdzie stałe miejsce ma audycja informująca o nieodpłatnej działalności pożytku publicznego.





Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w: Programie 1, Programie 2, Programie 3, Programie 4 Polskiego Radia SA.



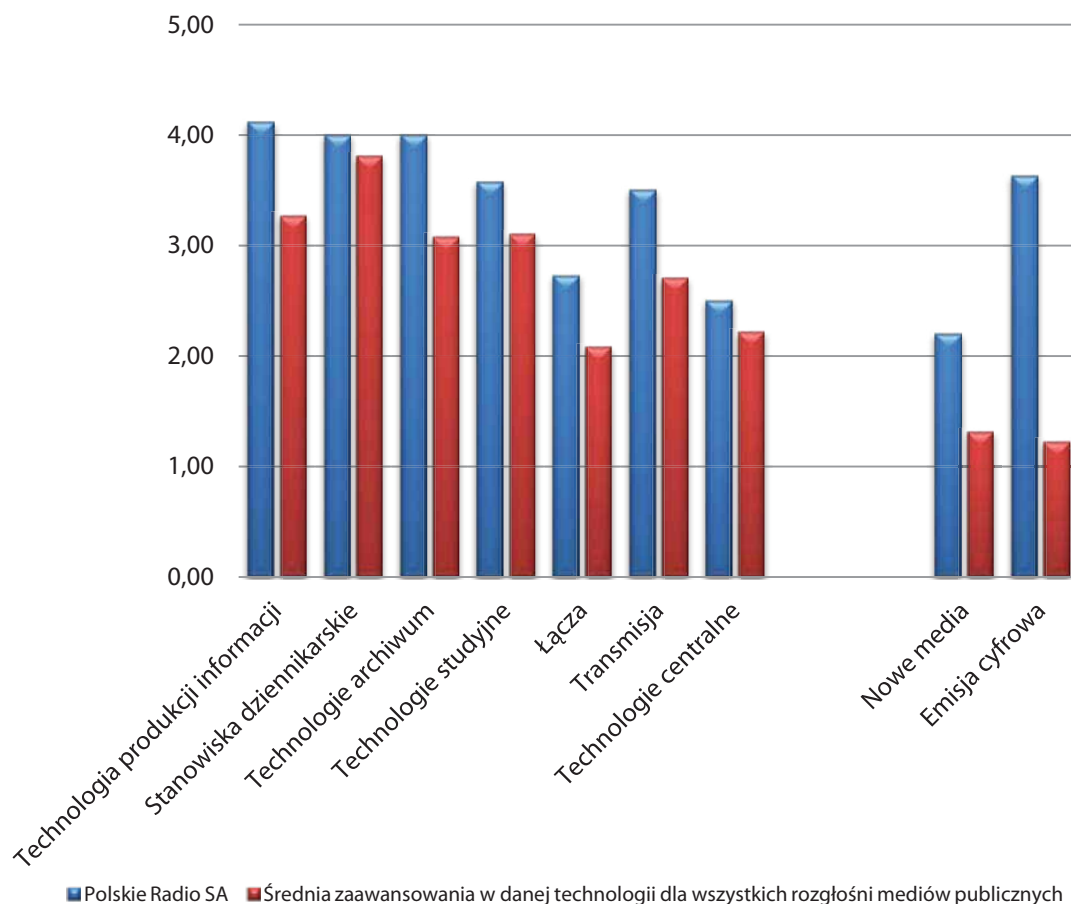
Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w: Programie 1, Programie 2, Programie 3, Programie 4 Polskiego Radia SA.

### Monitoring programów Polskiego Radia SA

Monitoring tygodniowej próby czterech ogólnopolskich programów Polskiego Radia, którego celem była, m.in. jakościowa ocena ich oferty wykazał, że: Program 1, ze względu na nadawane treści, adresowany był do szerokiego grona odbiorców. W doborze treści oraz sposobie ich prezentowania cechował go pluralizm i obiektywizm. W serwisach informacyjnych i publicystyce zachowywano równowagę między poszczególnymi obszarami tematycznymi i uczestnikami rozmów, a prezentowane zagadnienia ukazywano z różnych perspektyw. Prezentowano zróżnicowaną muzykę, często archiwalną, wartościową i stanowiącą element polskiego dziedzictwa narodowego. Atutem Programu 1 jest także emisja reportaży artystycznych i słuchowisk. Program 2 PR realizował zadania misyjne koncentrując się na prezentowaniu i oma-

wianiu wydarzeń związanych z tzw. kulturą wysoką. Niedostatkiem Jedynki i Dwójki w monitorowanej próbie był brak audycji adresowanych do młodzieży. Program 3 PR ma charakter muzyczno – kulturalny. Te dwa elementy w monitorowanym programie były ze sobą mocno splecione. Muzyka w większości opatrzona była komentarzem, a prowadzący wykazywali się bogatą wiedzą w tej dziedzinie. Wysoki poziom miały treści rozrywkowe, do których należały m.in. skecze kabaretowe (również archiwalne). Istotnym elementem programu była publicystyka i informacja, dotycząca przede wszystkim Polski, ale także innych krajów oraz tematów międzynarodowych. Treści te były ukazywane w sposób rzetelny, z różnych perspektyw, opatrzone komentarzem polityków, ekspertów i dziennikarzy reprezentujących różne poglądy i środowiska. W Programie 4 dominowała muzyka. W monito-

### Polskie Radio SA - technologie



Wykres: Stan technologiczny Polskiego Radia SA – wybrane obszary.

rowanym programie stanowiła ona prawie dwie trzecie tygodniowego czasu emisji. Atutem była jej różnorodność: od rocka, przez muzykę etniczną, elektroniczną i klubową, po hip-hop. W monitorowanym programie nie odnotowano audycji adresowanych do najmłodszych słuchaczy (dzieci w wieku szkolnym).

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

W zakresie wszystkich analizowanych obszarów technologicznych Polskie Radio SA osiągnęło poziom przekraczający średnią zaawansowania technologicznego wszystkich rozgłośni regionalnych mediów publicznych. Jest niewątpliwym liderem w tej sferze. Wyróżnia się również w obszarze prezentacji treści programowych w tzw. nowych mediach, głównie w Internecie. Zdobyte doświadczenia na tym polu pozwalają w miarę bezproblemowo, technologicznie i programowo, rozpocząć działania w kierunku nadawania cyfrowego dostarczając odbiorcom program wzbogacony o ofertę multimedialną. W przypadku tego nadawcy obszarem wymagającym uzupełnienia są technologie centralne (tj. systemy informatyczno-transmisyjne).

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Polskie Radio otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 156.871 tys. zł. Wydatki pokryte z tych środków wyniosły 156.834 tys. zł. Spółka wykazała, że na koniec 2012 roku pozostały wpływy abonamentowe w kwocie 122 tys. zł, które przeznaczy na finansowanie kosztów rozpowszechniania Programu 1 w 2013 r.

### Koszty działalności misyjnej Polskiego Radia zostały pokryte w 70% z abonamentu, w 6% z innych przychodów publicznych oraz w 24% z dochodów własnych.

Koszty innych zadań realizujących misję obejmują przede wszystkim: Portal internetowy – mojepolskieradio.pl (9,4 mln zł), Radiowe Centrum Nadawcze (5,4 mln zł), Polską Orkiestrę Radiową (4,5 mln zł), Chór PR (2,6 mln zł) oraz obsługę medialną Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 oraz Igrzysk Olimpijskich Londyn 2012 (3,3 mln zł).

Koszty działalności misyjnej		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
Tworzenia programów ogólnokrajowych, z tego:	111 289	49,0%
- Program 1	40 934	x
- Program 2	24 809	x
- Program 3	28 439	x
- Program 4	17 107	x
Bezpośrednie koszty rozpowszechniania programów ogólnokrajowych	45 412	20,0%
Koszty praw autorskich i pokrewnych	16 844	7,4%
Tworzenia i rozpowszechniania Radia dla Zagranicy, z tego:	17 585	7,7%
- koszty tworzenia	13 945	x
- bezpośrednio koszty rozpowszechniania	3 640	x
Tworzenia i rozpowszechniania Radia na Wizji	3 163	1,4%
Koszty innych zadań realizujących misję	33 542	14,7%
<b>RAZEM</b>	<b>227 835</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki sfinansowane z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>133 000</b>	<b>156 871</b>	<b>156 834</b>
1. Rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych oraz Polskiego Radia dla Zagranicy, z tego:	43 000	x	46 893
- ogólnokrajowe	38 402	x	41 336
- Polskie Radio dla Zagranicy	4 598	x	5 557
2. Tworzenie programów ogólnokrajowych – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, z tego:	66 666	x	78 223
- Program 1	26 718	x	31 799
- Program 2	25 061	x	24 482
- Program 3	0	x	6 936
- Program 4	14 887	x	15 006
3. Koszty praw autorskich i pokrewnych	13 993	x	15 856
4. Inne zadania realizujące misję, z tego:	9 341	x	15 862
Portal i mojepolskie.radio.pl	2 274	x	4 799
Polska Orkiestra Radiowa	1 474	x	3 254
Chór PR	0	x	1 178
Orkiestra Kameralna PR Amadeus	0	x	874
Radiowe Centrum Nadawcze Solec Kujawski	4 678	x	4 289
Igrzyska Olimpijskie w Londynie	832	x	765
Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej	0	x	312
Piknik naukowy	83	x	239
Teatr PR	0	x	7
Studio Reportażu i Dokumentu	0	x	13
Zbiór użyczony	0	x	132

Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Polskiemu Radiu SA.

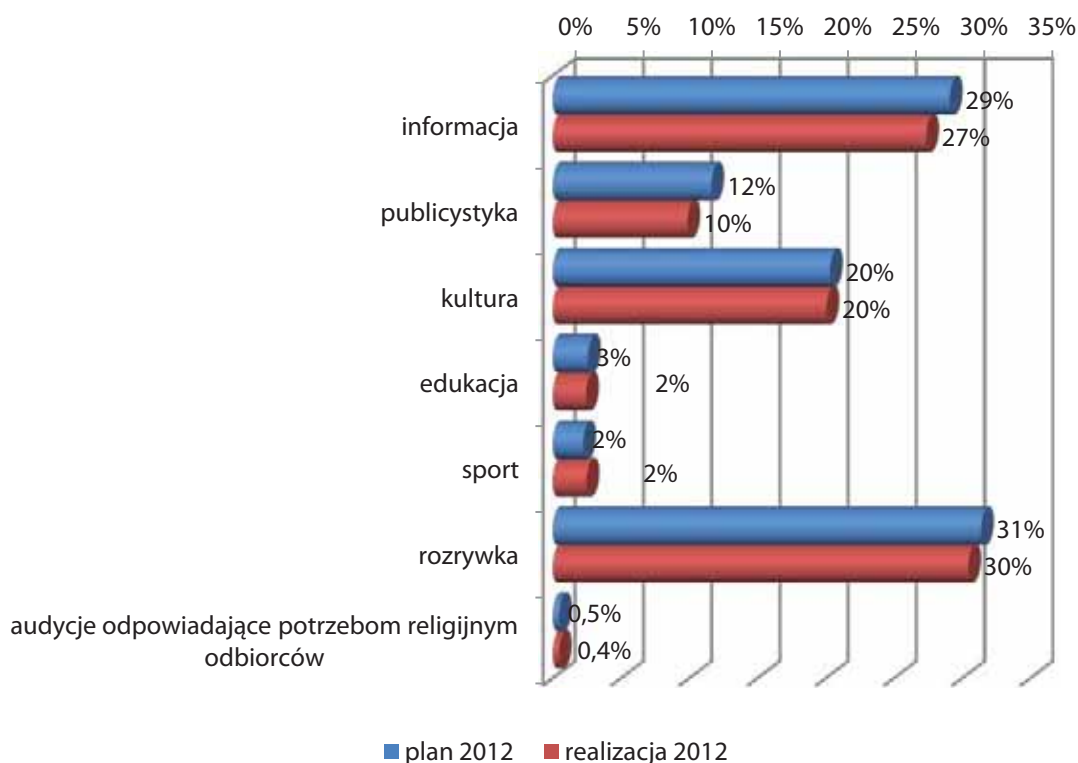
## **ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO**

## RADIO BIAŁYSTOK SA

### Realizacja planów programowych

W programie Radia Białystok realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie rodzajów nadawanych audycji, jak również ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był również zgodny z planami i stanowił 96% programu rocznego. Program był zróżnicowany gatunkowo. Obok audycji poświęconych informacjom i debacie o problemach regionu, oferta zawierała również treści edukacyjne (w tym dla dzieci), słuchowiska, spektakle

Radiowego Teatru Sensacji, reportaże artystyczne oraz prezentacja utworów literackich (prozy i poezji współczesnych autorów). Warto podkreślić, że Spółka wypełnia szczególne zadania misyjne wobec społeczności uznanych za mniejszości narodowe i etniczne. Dla nich nadaje audycje w różnych językach: rosyjskim, litewskim, białoruskim i ukraińskim. Część tego rodzaju oferty adresuje do środowiska podlaskich Tatarów oraz Romów. Audycje słowne zajęły ok. 41%, a muzyka ok. 55% programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.



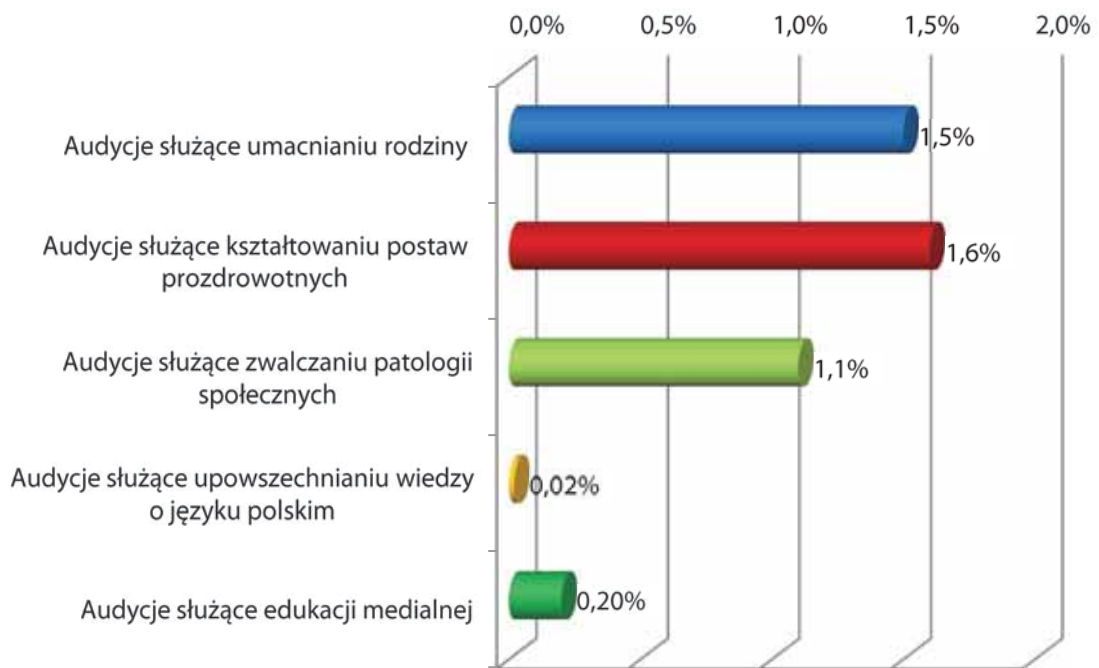
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Białystok SA.

**Udział audycji realizujących wybrane  
powinności określone w ustawie o radiofonii  
i telewizji w 2012 roku**

W programie, w stosunku do roku 2011, na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtujących postawy prozdrowotne i służących zwalczaniu patologii społecznych. Zmniejszono natomiast udział audycji służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. W 2012 roku Radio Białystok nadało 287 godzin audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych,

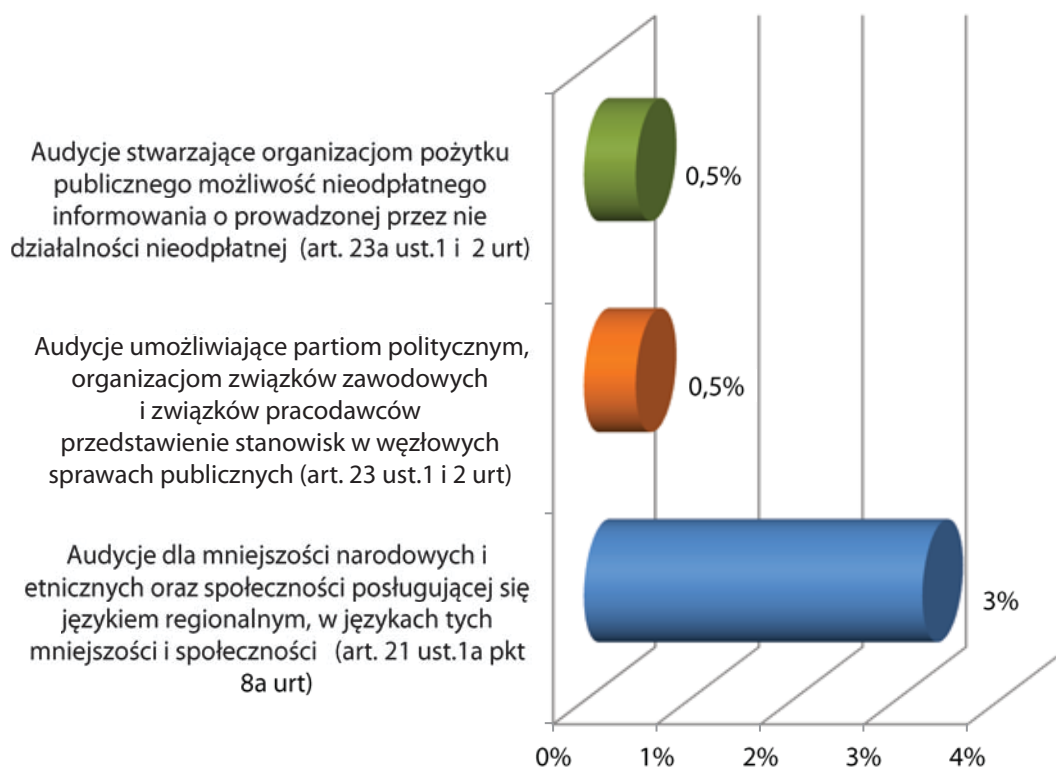
co oznacza zachowanie wymiaru tych audycji na poziomie roku 2011. Oznacza także realizację planów programowych w tym zakresie.

Na tym samym poziomie, co w 2011 roku utrzymano poziom czasu audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (44 godz.). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 45 godz. audycji.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Białystok SA.

## Radio Białystok



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Białystok SA.

### Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radia Białystok (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Białystok – na tle pozostałych programów regionalnych radia publicznego – zajmował odległą pozycję pod względem udziału audycji słownych w programie oraz treści poświęconych regionowi. Niewiele miejsca w programie zajęła problematyka dotycząca nowych technologii, w tym audycje zapobiegające wykluczeniu cyfrowemu oraz oferta skierowana do dzieci. Walorem

programu było uwzględnienie w jego zawartości specyfiki regionu związanej z wielokulturowością, tj. nadawanie audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych (ukraińskiej, białoruskiej, litewskiej) zamieszkujących w zasięgu nadawania Radia Białystok. Na podkreślenie zasługują również te elementy programu, które poświęcone były tzw. kulturze wysokiej, głównie literaturze, ale również prezentujące różnorodne wydarzenia kulturalne w regionie: literackie, filmowe, teatralne, muzyczne.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

W podstawowych technologiach Radio Białystok SA utrzymuje średni poziom zaawansowania technologicznego wszystkich nadawców radiofonii publicznej. Widoczne są niewielkie braki związane z technologia-

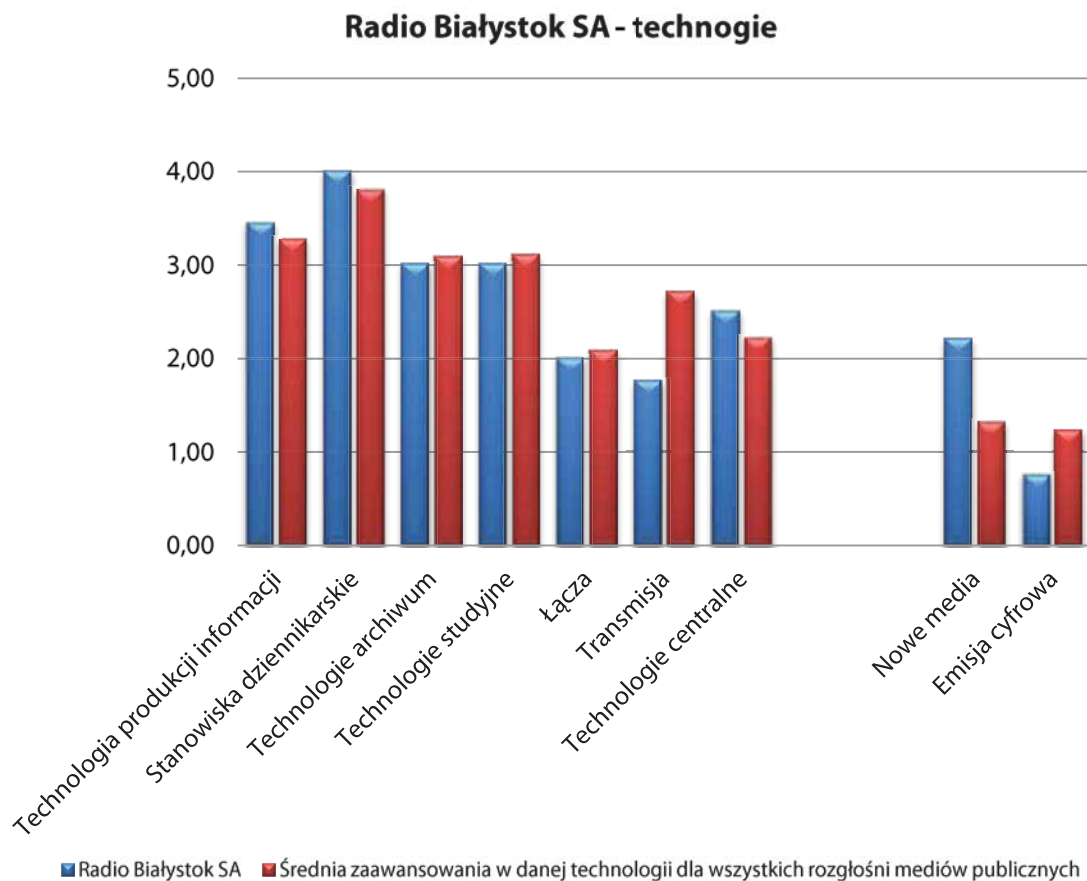


mi transmisyjnymi. Obszar ten jest istotny ze względu na jego wpływ na bieżącą produkcję programów. Rozgłośnia dysponuje technologią pozwalającą na rozpoczęcie działań związanych z nadawaniem cyfrowym, tworzeniem treści dodanych (do odbioru w innych kanałach dystrybucji informacji).

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Białystok otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamen-



Wykres: Stan technologiczny Radia Białystok SA – wybrane obszary.

towe w kwocie 9.617 tys. zł. Wydatki na zadania misyjne pokryte z abonamentu wyniosły 9.036 tys. zł. Realizacja zaplanowanego na 2012 r. zadania inwestycyjnego (zakup systemu do planowania i emisji programu wraz z infrastrukturą tech-

niczną) Spółka przesunęła na rok następny. Na koniec 2012 roku pozostały w Spółce z tego tytułu środki abonamentowe w kwocie 581 tys. zł.

**Koszty działalności misyjnej Radia Białystok w 100% pokryte zostały ze środków abonamentowych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	7 664	83,2%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	947	10,3%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	578	6,5%
<b>RAZEM</b>	<b>9 189</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>8 297</b>	<b>9 617</b>	<b>9 036</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 875	x	7 061
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 031	x	1 162
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	810	x	813
4. System planowania i emisji programu wraz z infrastrukturą techniczną	581	x	0

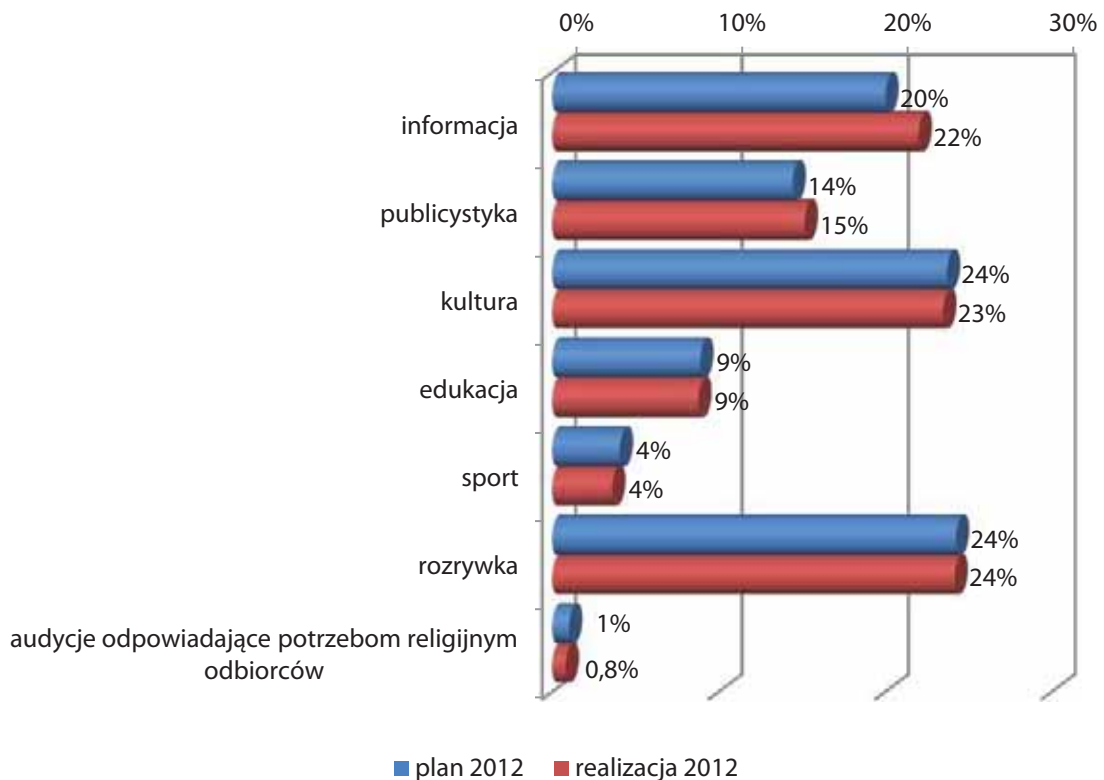
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Białystok SA

## RADIO POMORZA I KUJAW SA (BYDGOSZCZ)

### Realizacja planów programowych

Spółka realizowała uzgodnione plany, zarówno w zakresie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego w programie. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 98% programu. Ponad połowa programu dotyczyła treści regionalnych (60%), obecnych w bieżących

informacjach, debatach publicystycznych, audycjach poświęconych kulturze oraz różnego typu edukacji (m.in. adresowanej do dzieci). W programie nadawano także słuchowiska, reportaże artystyczne, prezentowano prozę i poezję. Audycje słowne zajęły 54%, a muzyka 42% programu, w tym muzyka klasyczna i ludowa. Dominowała jednak współczesna muzyka rozrywkowa

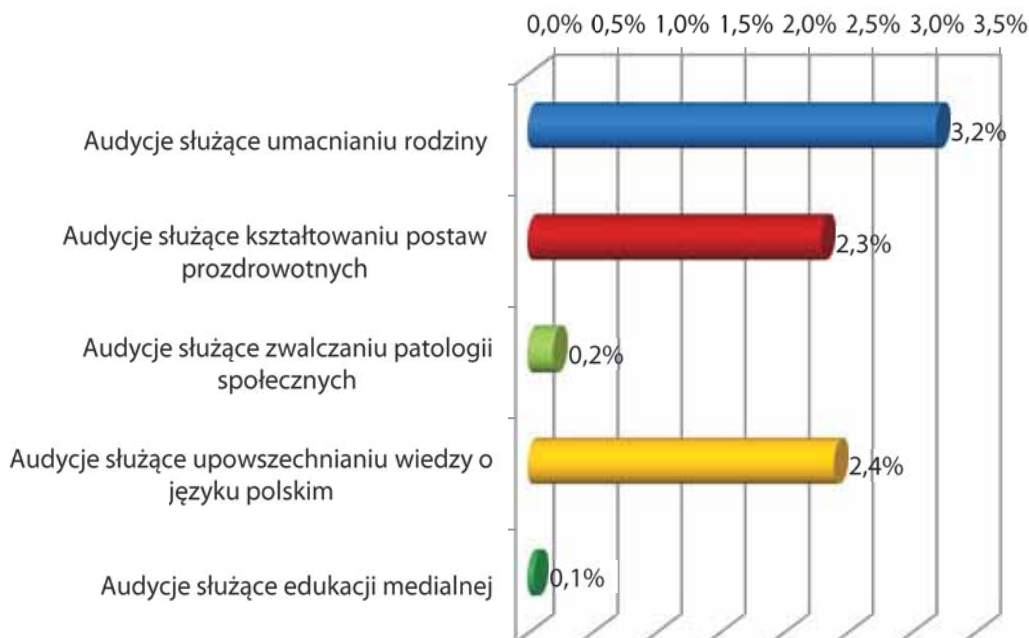


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Pomorza i Kujaw SA.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

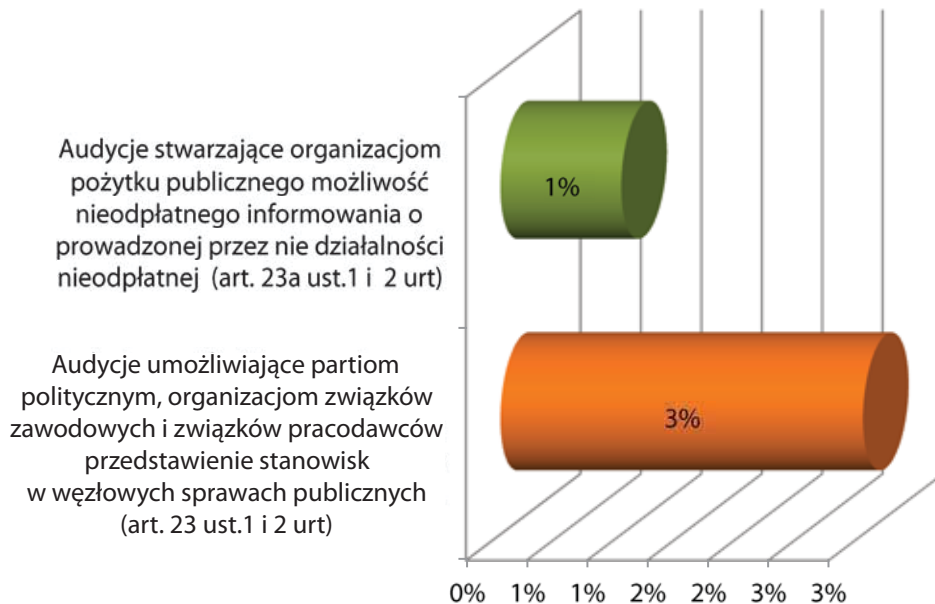
W porównaniu do 2011 roku, udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim był minimalnie wyższy. Zmniejszono natomiast (ponad trzykrotnie) udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych. Radio PiK – podobnie jak w latach poprzednich – nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych, ponieważ w zasięgu nadawania tego programu nie zamieszkują takie społeczności.

Wymiar czasowy audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk był podobny do wymiaru w roku 2011. Łączny czas tych audycji wyniósł 264,8 godz., co oznacza w porównaniu do programów pozostałych rozgłośni najwyższą liczbę godzin przeznaczoną na tego rodzaju audycje. W ubiegłorocznym programie na audycje, stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności Radio PiK przeznaczyło łącznie 81,42 godz., co daje najwyższy wynik pod tym względem wśród rozgłośni regionalnych.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Pomorza i Kujaw SA.

## Radio PiK



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Pomorza i Kujaw SA.

### Monitoring programu

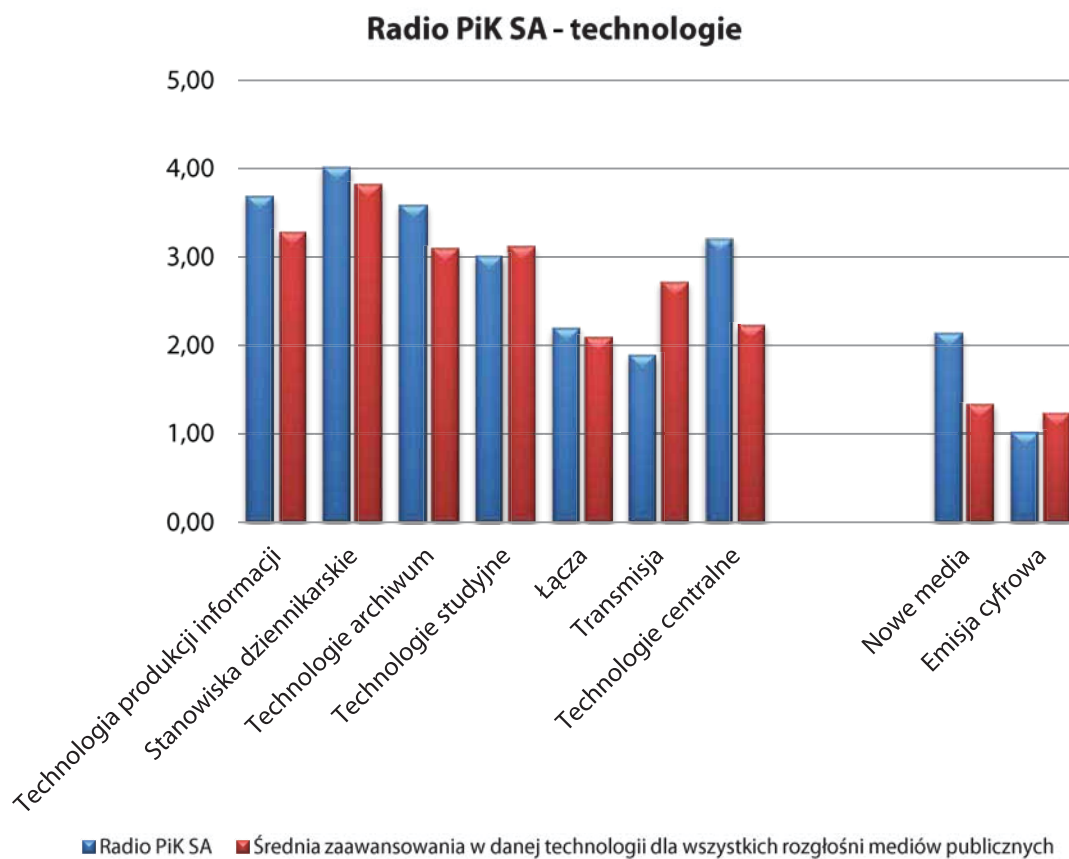
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio PiK (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Pomorza i Kujaw – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało wysoką pozycję zarówno

pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Niewątpliwym walorem programu była duża ilość – obok informacji i publicystyki – audycji edukacyjnych i poradniczych poświęconych różnorodnej tematyce (m.in.: poprawności językowej, historii Polski, nowym technologiom, prawom konsumenta etc.) oraz audycji poświęconych tzw. kulturze wysokiej (muzyce klasycznej oraz jazzowej, literaturze, wydarzeniom teatralnym). W monitorowanym programie nie nadawano audycji poświęconych historii i kulturze regionu, problematyce samorządowej.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

W podstawowych technologiach odpowiedzialnych za obecną produkcję i emisję programu poziom technologiczny Spółki przekracza średni

poziom zaawansowania wszystkich spółek radiofonii publicznej. Należy podkreślić dobry kierunek działania nadawcy w obszarze rozwoju technologii odpowiedzialnych za tzw. nowe media.



Wykres: Stan technologiczny Radia Pomorza i Kujaw SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Pomorza i Kujaw otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 8.699 tys. zł. Wydatki misyjne

pokryte z abonamentu wyniosły 8.390 tys. zł, a więc stanowiły 94% otrzymanych środków. Na koniec 2012 roku pozostały w spółce do wykorzystania na zadania programowe w 2013 r.

środki abonamentowe w wysokości 309 tys. zł.

**Koszty działalności misyjnej wyniosły 9.753 tys. zł i zostały pokryte w 89,2% z abonamentu, w 1,3% z dotacji oraz 9,5% z dochodów własnych Spółki.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	7 777	78,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 138	11,7%
3. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	288	2,9%
4. Inwestycje – remont budynku	551	7,1%
<b>RAZEM</b>	<b>9 753</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 378</b>	<b>8 699</b>	<b>8 390</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 015	x	6 783
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	859	x	1 013
3. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	140	x	165
4. Remont elewacji budynku rozgłośni	364	x	429

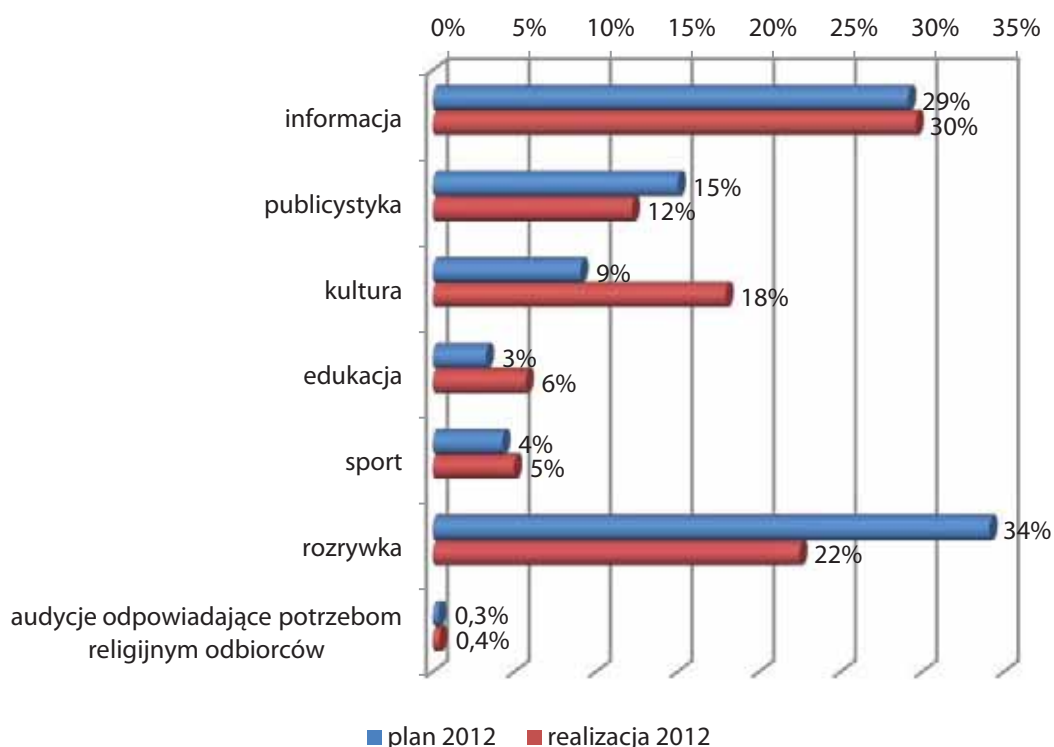
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Pomorza i Kujaw SA.

## RADIO GDAŃSK SA

### Realizacja planów programowych

W ubiegłorocznym programie Radia Gdańsk realizowano uzgodnione plany, zarówno w zakresie kategorii nadawanych audycji, jak również ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 93% programu. Niemal połowa programu odnosiła się do treści regionalnych (49%), obecnych w różnorodnych rodzajach audycji. Obok informacji i omówień problemów dotyczących regionu, oferta zawierała również treści edukacyjne

(w tym m.in. reportaże dotyczące historii regionu), związane z kulturą (nadawane cyklicznie słuchowiska, reportaże artystyczne, utwory literackie). Spółka realizuje szczególne zadania misyjne wobec społeczności posługującej się językiem regionalnym, tj. tworzy i nadaje audycje dla Kaszubów. Uwzględniając potrzeby tej społeczności oferta programu wzbogacona była o audycje w języku kaszubskim (zawierające m.in. utwory literackie i bajki dla dzieci w tym języku). Audycje słowne zajęły 40%, a muzyka 54% programu. Nadawano głównie utwory współczesnej muzyki rozrywkowej.



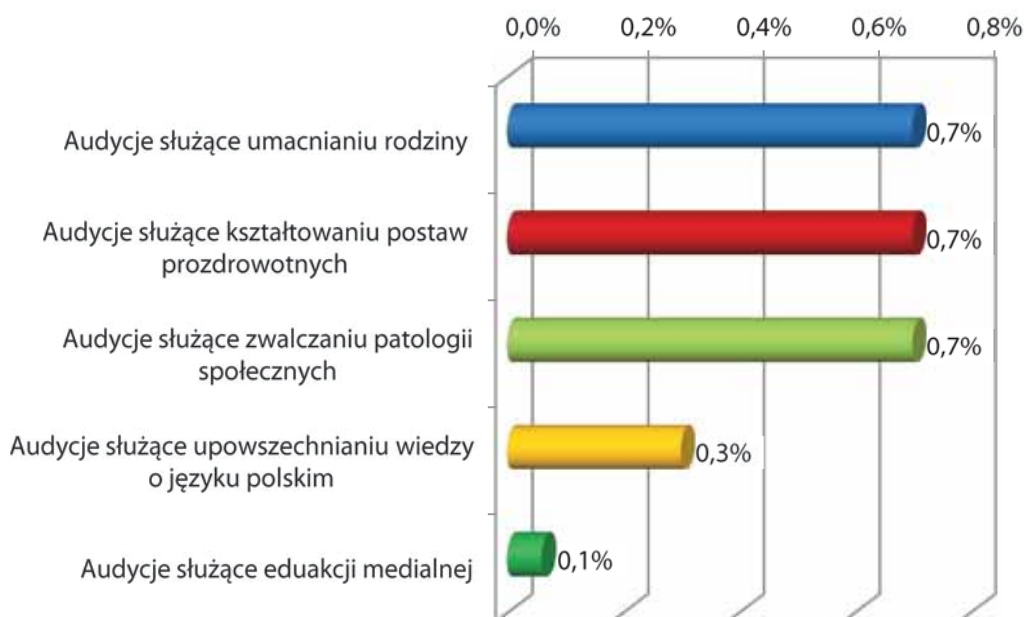
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Gdańsk SA



### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

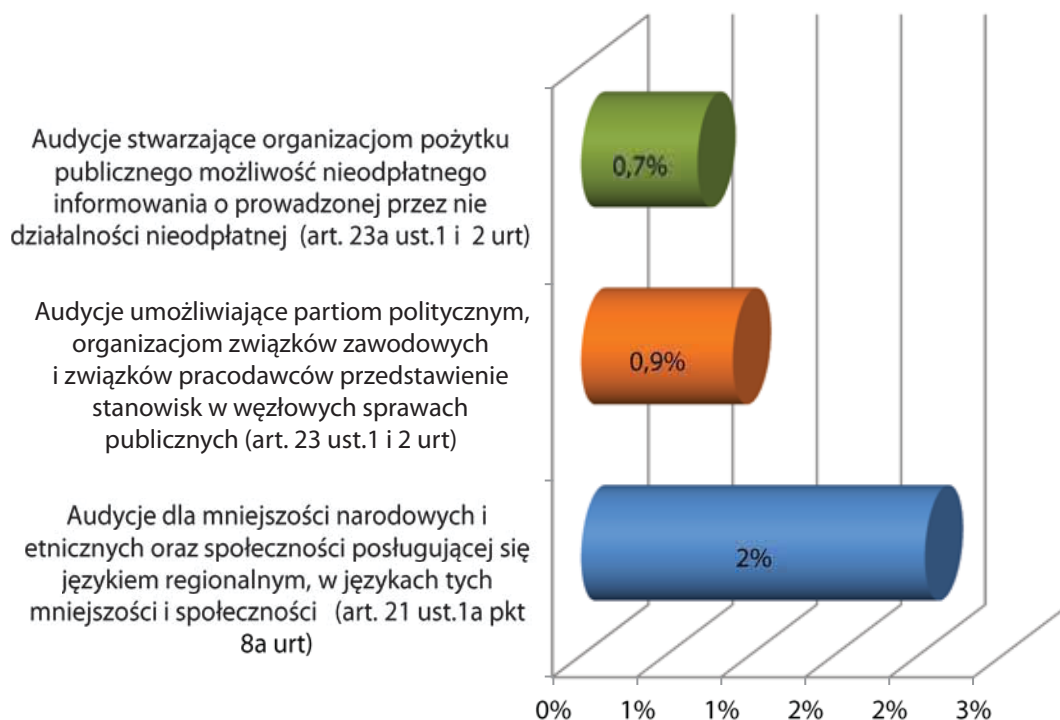
W 2012 r. udział audycji służących umacnianiu rodziny i zwalczaniu patologii społecznych kształtował się na poziomie o ponad połowę wyższym niż w roku 2011. Z kolei tendencję spadkową (niemal dwukrotnie) wykazuje udział audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących

upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Radio Gdańsk w 2012 roku znacząco zwiększyło (o 80 godz. w stosunku do 2011 r.) liczbę godzin audycji uwzględniających potrzeby mniejszości kaszubskiej zamieszkującej w zasięgu nadawania tego programu. W ubiegłym roku nadano 179 godz. tego typu audycji. Rozgłośnia zrealizowała plany w tym zakresie (na 2012 rok zaplanowano 94 godz. audycji). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 61 godz. w ciągu roku.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Gdańsk SA.

## Radio Gdańsk



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Gdańsk SA.

### Monitoring programu

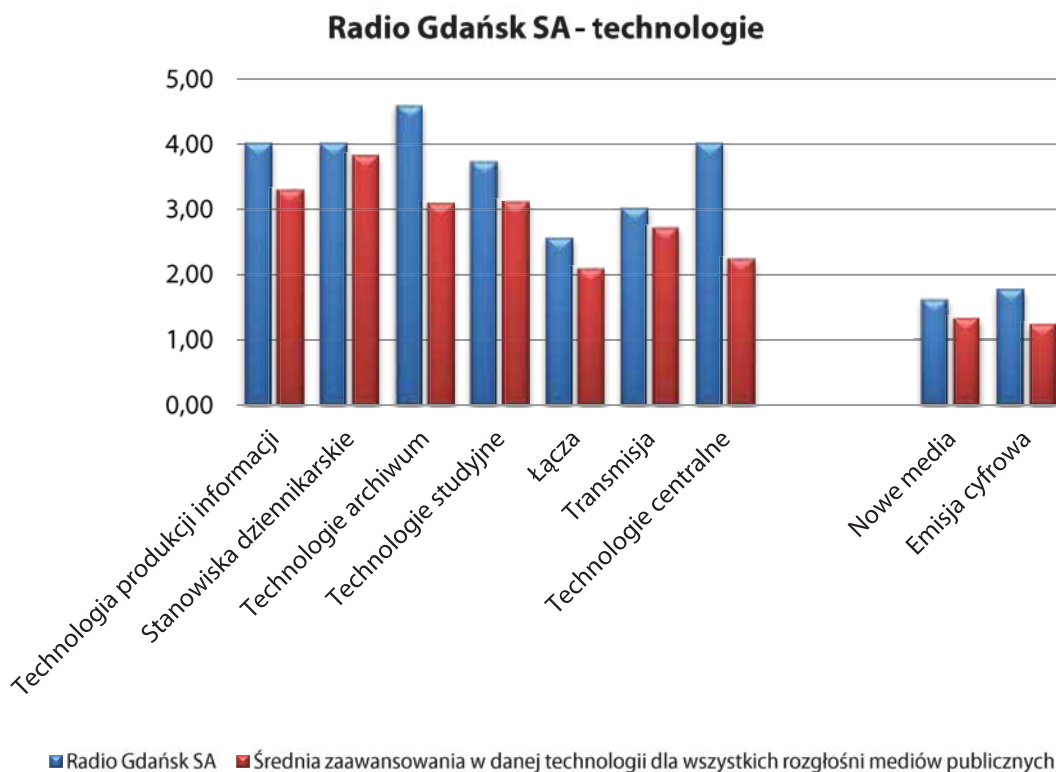
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Gdańsk (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Gdańsk – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmował pierwszą pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych jak również treści poświęconych regionowi. Walorem tego

programu była różnorodność tematyki regionalnej obecnej w serwisach informacyjnych, audycjach publicystycznych, dotyczących życia społecznego, kulturalnego i sportowego. Prezentowana tematyka regionalna nie ograniczała się jedynie do Gdańska, ale dotyczyła także innych miejscowości w regionie. Program zawierał znaczną liczbę audycji wartościowych pod względem formy i treści, takich jak reportaże, audycje dokumentalne, literackie (m.in. proza czytana na antenie) i audycje poświęcone muzyce klasycznej. W monitorowanym programie nie nadawano audycji adresowanych do dzieci.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Na tle spółek radiofonii publicznej Radio Gdańsk SA wyróżnia równomiernie rozwinięte technologie we wszystkich badanych aspektach. Planując

rozwój w tzw. nowych mediach i emisji cyfrowej Spółka przyjęła dobry plan rozwoju posiadanej infrastruktury i powinna go kontynuować.



Wykres: Stan technologiczny Radia Gdańsk SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Gdańsk otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 005 tys. zł, które zostały wykorzysta-

ne w pełnej wysokości. Spółka poniosła również wydatki (w wysokości 96 tys. zł) na cyfryzację i archiwizację zbiorów. Zadanie to zostało sfinansowane ze środków abonamentowych uzyskanych przez Radio Gdańsk w latach wcześniejszych.

**Koszty działalności misyjnej Spółka pokryła w 87,7% z abonamentu oraz z dochodów własnych w 12,3%.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 665	85,4%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 290	10,3%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	318	2,6%
4. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	210	1,7%
<b>RAZEM</b>	<b>12 483</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 693</b>	<b>9 005</b>	<b>9 905</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 890	x	7 202
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 348	x	1 348
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	315	x	315
4. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	140	x	140

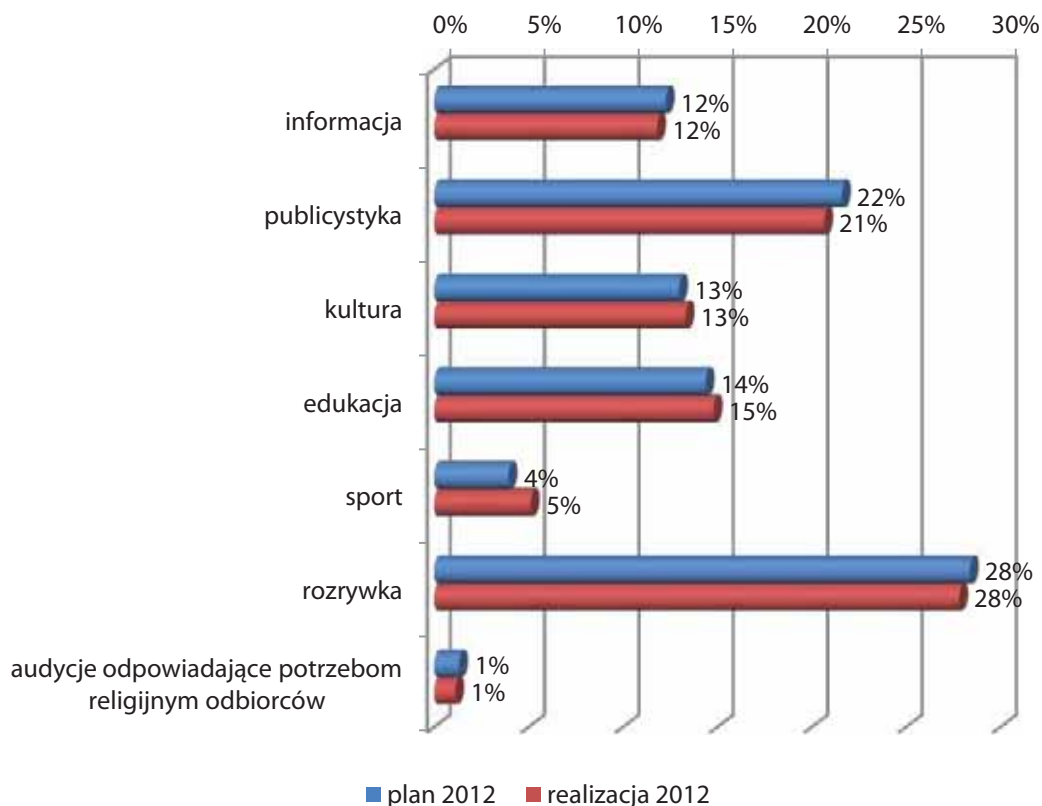
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Gdańsk SA.

## RADIO KATOWICE SA

### Realizacja planów programowych

Spółka realizowała uzgodnione plany w zakresie rodzajów nadawanych audycji, a także ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami (stanowił 95% rocznego programu). Program był zróżnicowany gatunkowo. Zawierał zarówno informacje oraz omówienia kwestii społecznych, politycznych i gospodarczych w regionie, jak i treści edukacyjne, związane z kulturą (m.in. słuchowiska – również dla dzieci, prezentacje prozy i poezji współczesnych

autorów, reportaże artystyczne). Program zawierał audycje skierowane do różnych grup odbiorców i społeczności mieszkających na Śląsku. Nadawano audycje w gwarze śląskiej, audycje poświęcone historii, kulturze i tradycji Kresów Wschodnich (w gwarze lwowskiej). Spółka wypełnia szczególne zadania misyjne wobec społeczności mniejszości narodowych i etnicznych. Dla nich nadaje audycje w języku niemieckim. Audycje słowne zajęły 40%, a muzyka 55% programu. Prezentowano szerokie spektrum gatunków muzycznych: od muzyki operowej, operetkowej i musicalowej po jazz, country, soul i popularną muzykę rozrywkową.



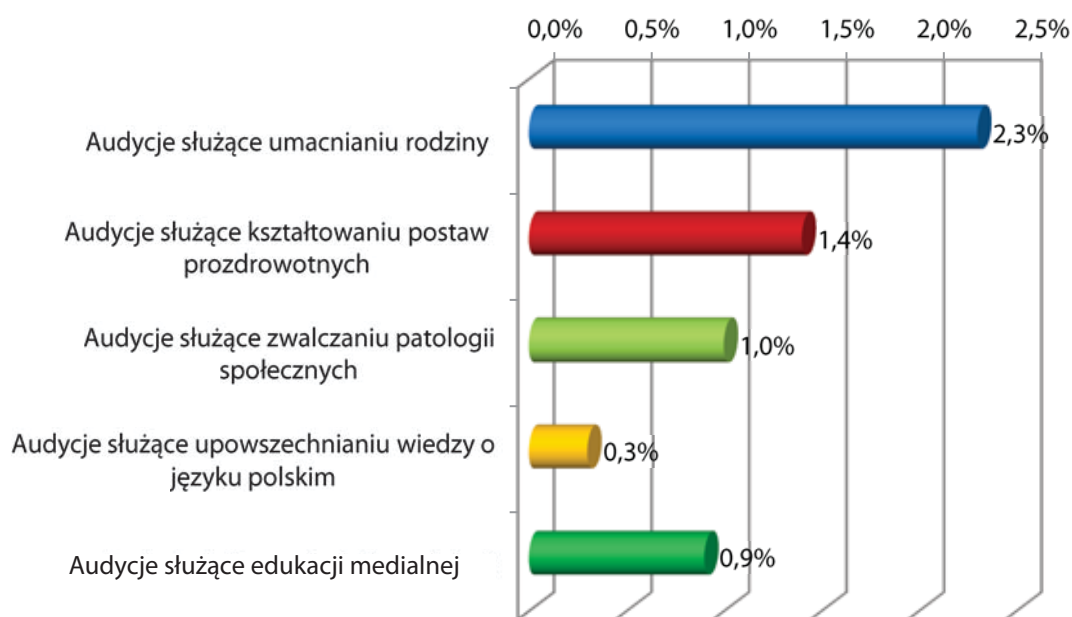
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Katowice SA

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

W stosunku do roku 2011, zwiększono nieznacznie udział audycji służących umacnianiu rodziny oraz kształtujących postawy prozdrowotne, natomiast na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Radio Katowice w 2012 roku przeznaczyło na

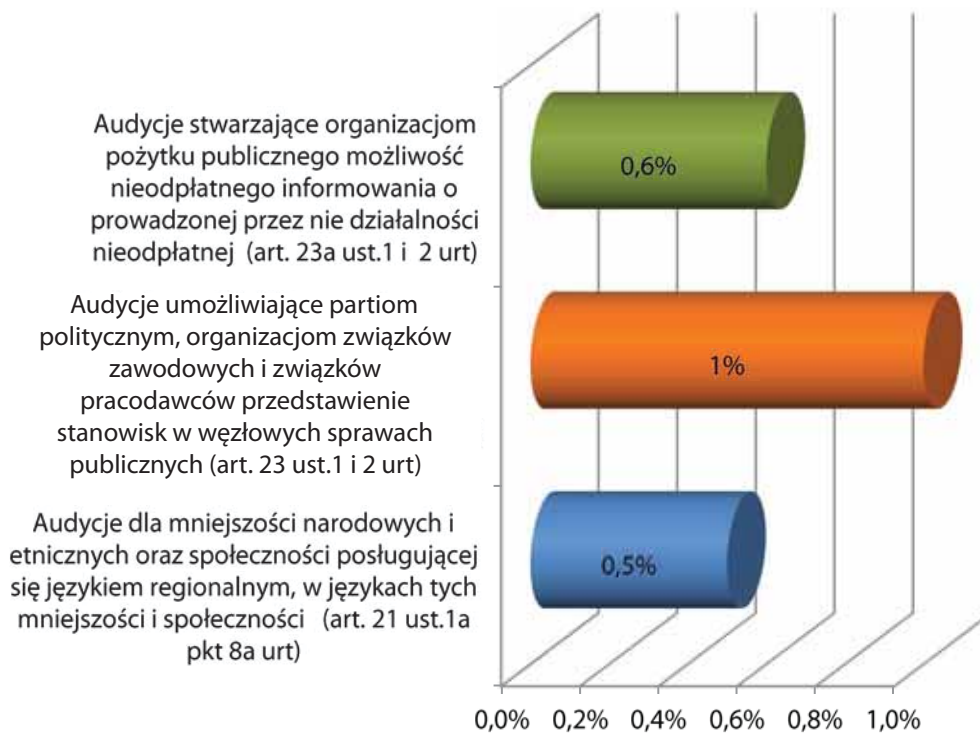
audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych o 36 godz. mniej w stosunku do 2011 roku ( w 2012 r. – 46 godz.) Mimo tego zmniejszenia Spółka realizowała plan w tym zakresie.

Na poziomie 2011 roku utrzymano roczny czas audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (83,92 godz.). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 52,9 godz. audycji.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Katowice SA.

## Radio Katowice



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Katowice SA.

### Monitoring programu

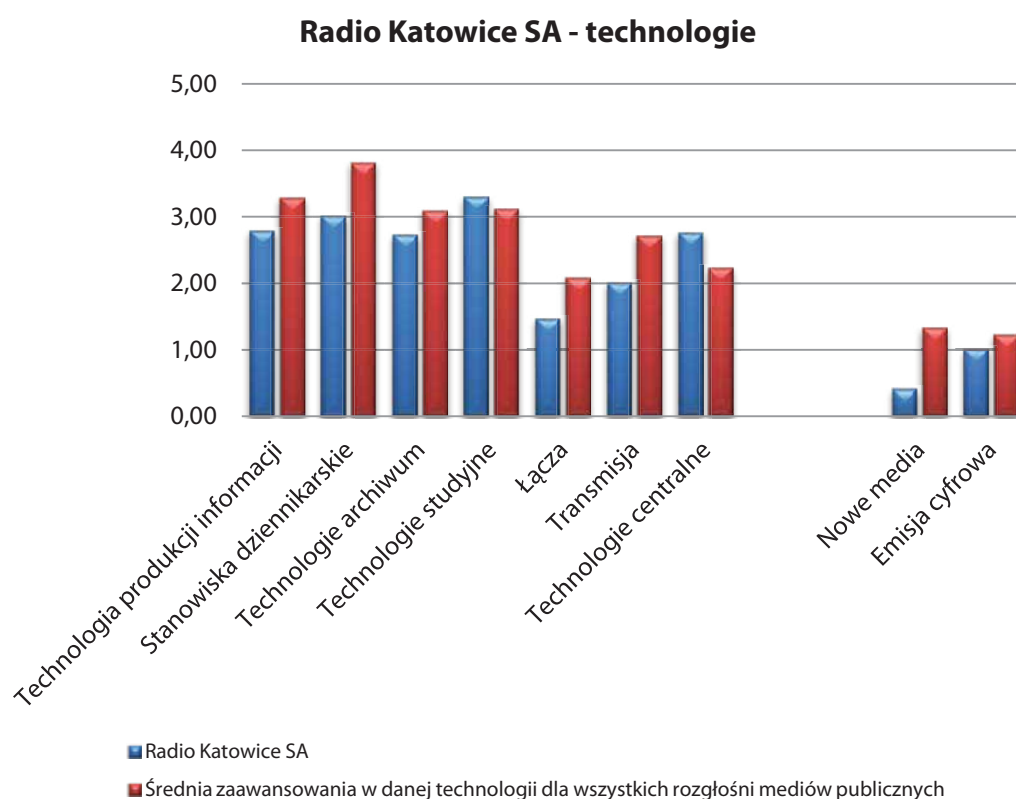
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Katowice (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Katowice – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmował wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Walorem

tego programu była także różnorodność tematyki regionalnej dotyczącej nie tylko Katowic, ale też innych miast aglomeracji śląskiej. Obecna była ona w różnych rodzajach audycji: informacyjnych, publicystycznych edukacyjnych, poświęconych kulturze, sportowi oraz rozrywkowych. Mocną stroną programu był także wysoki udział audycji edukacyjno-poradniczych, audycji dla młodzieży, audycji poświęconych kulturze wysokiej, obecność wartościowych gatunków radiowych, takich jak reportaż artystyczny. Pozytywnie oceniono również przeznaczenie części programu na audycje służące szeroko pojętej edukacji obywatelskiej. Niedostatkim monitorowanego programu był brak audycji adresowanych do dzieci.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Z wyjątkiem technologii studyjnych i centralnych, poziom rozwoju technologicznego w pozostałych obszarach istotnych dla bieżącej produkcji programów jest niższy od średniego poziomu zaawansowania

technologicznego wszystkich spółek radiofonii publicznej. Podobna sytuacja jest w poziomie przygotowania Rozgłośni do produkcji programowej związanej z nowymi kierunkami dystrybucji treści. Obszary te już teraz wymagają zwiększonych inwestycji.



Wykres: Stan technologiczny Radia Katowice SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Katowice otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abona-

mentowe w kwocie 8.897 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abonamentu wyniosły również 8.897 tys. zł, a więc wykorzystano 100% otrzymanych środków.

**Koszty działalności misyjnej Spółka pokryła z abonamentu w 89,4% oraz z innych przychodów o charakterze publicznym w 10,6%.**



<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 044	88,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 316	11,6%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	16	0,1%
<b>RAZEM</b>	<b>11 376</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 581</b>	<b>8 897</b>	<b>8 897</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 974	x	7 011
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 279	x	1 567
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	22	x	13
4. Modernizacja sieci komputerowej	88	x	88
5. Modernizacja budynków rozgłośni	218	x	218

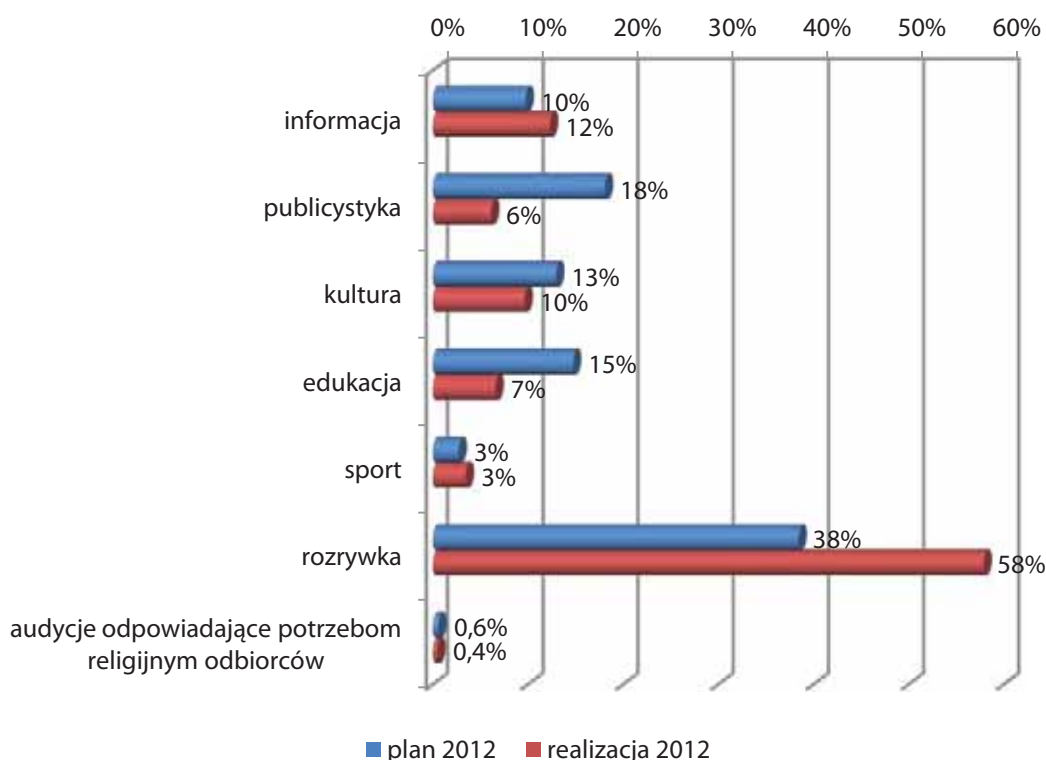
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Katowice.

## RADIO KIELCE SA

### Realizacja planów programowych

W ubiegłorocznym programie Radia Kielce realizowano uzgodnione plany, zarówno w zakresie kategorii nadawanych audycji, jak i ich udziału w programie. Łącznie audycje realizujące ustawowe zadania misyjne zajęły 96% programu. Program był zróżnicowany gatunkowo. Obok bieżących informacji i omówień problemów związanych z regionem, oferta zawierała

treści edukacyjne (m.in. dla dzieci), związane z kulturą (m.in. prezentacja prozy i poezji współczesnych autorów – w tym adresowanej również do dzieci, słuchowiska, reportaże artystyczne). Audycje słowne zajęły 34%, a muzyka 62% programu. Nadawano muzykę klasyczną, jazzową oraz ludową muzykę regionu, dominowała jednak współczesna muzyka rozrywkowa.

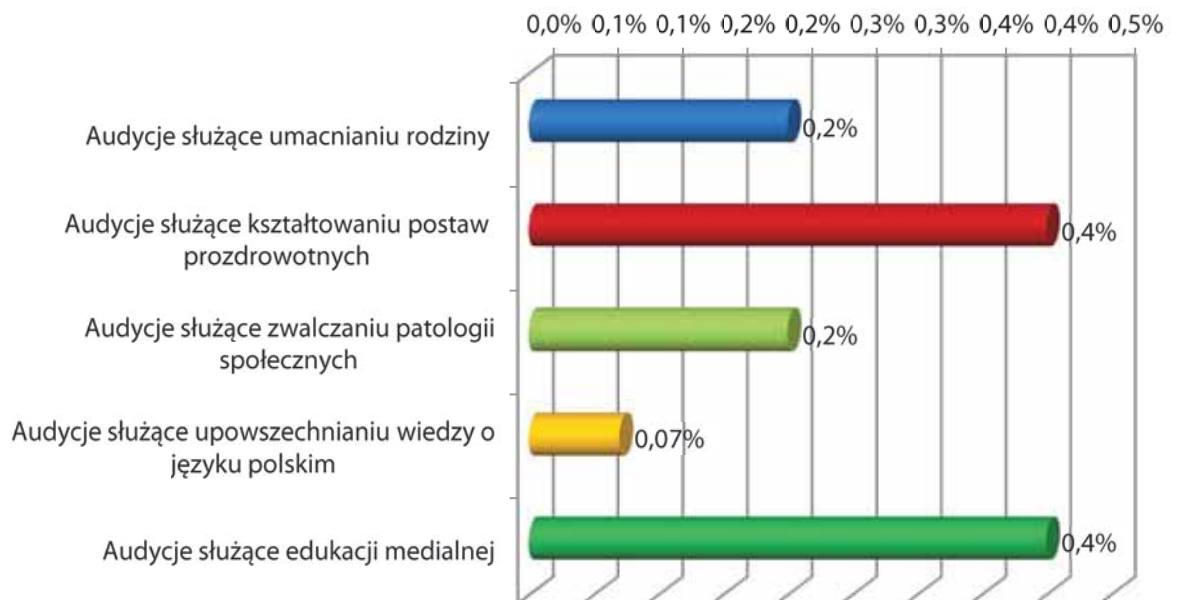


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Kielce SA

**Udział audycji realizujących wybrane  
powinności określone w ustawie  
o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

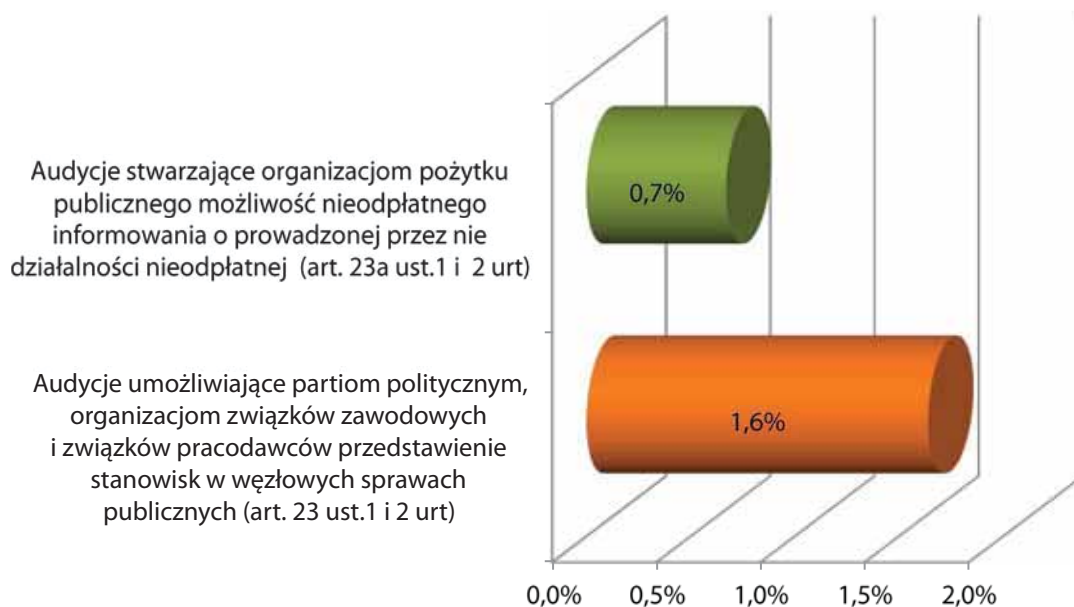
W programie, w stosunku do 2011 roku, nie było wyraźnych zmian udziału audycji. Radio Kielce nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych, ponieważ w zasięgu tego programu nie zamieszkują te społeczności. W ubiegłym roku Radio Kielce utrzymało – w stosunku do 2011 r. – roczny czas przeznaczony na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom

związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. Tego typu audycje zajęły najwięcej czasu (144 godz.) wśród rozgłośni regionalnych. Audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności zajęły w tym programie 58,5 godz. Spółka przeznaczyła na tego typu audycje najwięcej czasu spośród wszystkich rozgłośni regionalnych radia publicznego.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kielce SA.

### Radio Kielce



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kielce SA.

### Monitoring programu

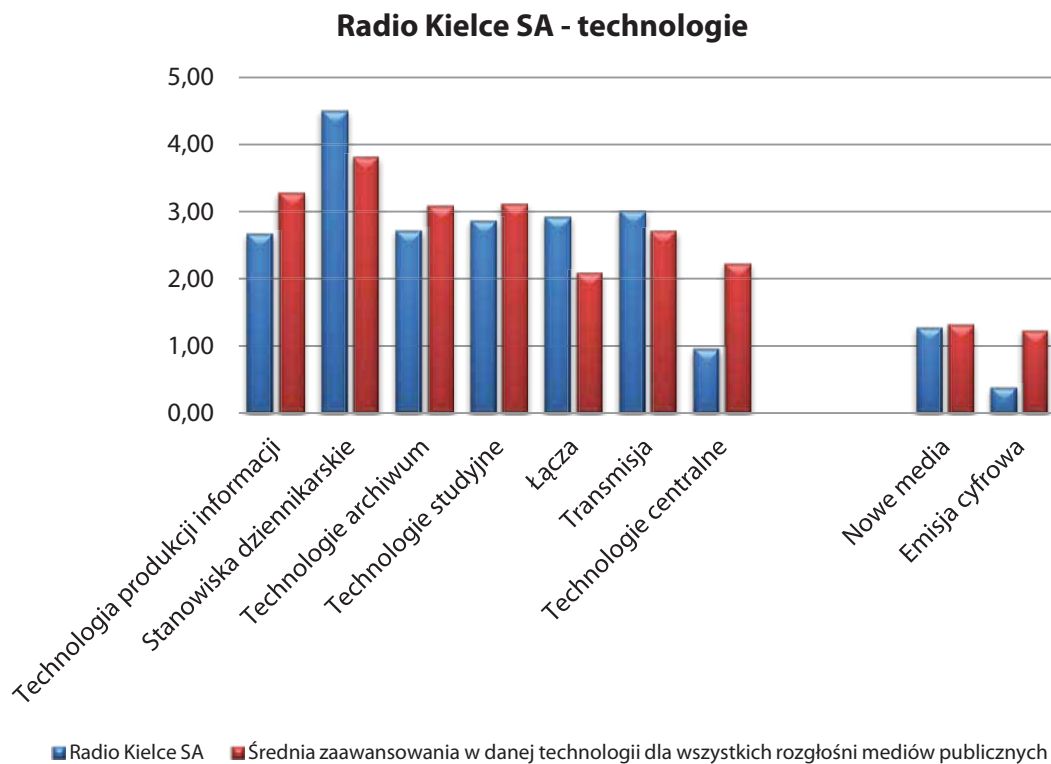
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radia Kielce (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Kielce – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmował wysoką pozycję pod względem udziału

w programie tematyki regionalnej, obecnej w różnych rodzajach audycji: informacyjnych, publicystycznych, poświęconych kulturze i sportowych. Jest to niewątpliwie walor tego programu. Plusem była również duża ilość tematyki dotyczącej wydarzeń kulturalnych w regionie oraz audycji ułatwiających odbiór kultury i sztuki. Niedostatkami monitorowanego programu jest niewielka ilość wartościowych form radiowych (m.in. nie nadawano reportaży, słuchowisk) oraz audycji popularyzujących wśród dzieci i młodzieży zdrowy tryb życia poprzez uprawianie sportu.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Należy podkreślić bardzo dobry poziom wyposażenia redakcyjnych stanowisk dziennikarskich oraz średni

poziom pozostałych technologii. Istotnym ograniczeniem dla obecnej i przyszłej, cyfrowej pracy Rozgłośni, jest zbyt niski poziom rozwoju technologii centralnych odpowiedzialnych za systemy teleinformatyczne.



Wykres: Stan technologiczny Radia Kielce SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Kielce otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe

w kwocie 8.034 tys. zł. Na wydatki związane z zadaniami misyjnymi wykorzystano 100% otrzymanych środków.

**Radio Kielce pokryło koszty działalności misyjnej w 100% z wpływów z abonamentu.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	7 654	91,8%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	684	8,2%
<b>RAZEM</b>	<b>8 338</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>6 712</b>	<b>8 034</b>	<b>8 034</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 072	x	7 394
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	640	x	640

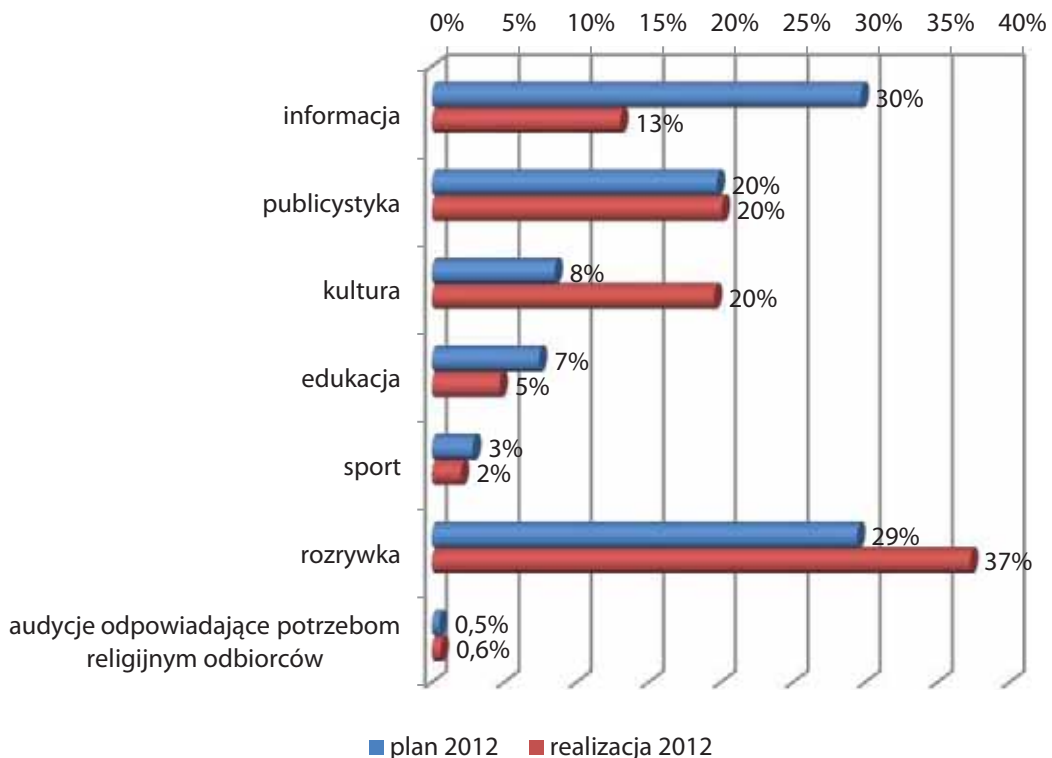
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kielce SA.

## RADIO KOSZALIN SA

### Realizacja planów programowych

Spółka dokonała modyfikacji uzgodnionego planu, polegającej na zmniejszeniu udziału audycji informacyjnych na rzecz zwiększenia (dwukrotnie) udziału audycji poświęconych kulturze. Zwiększono również – w stosunku do planów – udział reportaży oraz audycji edukacyjnych dotyczących regionu (kultury i sztuki, historii). Czas ich emisji wzrósł z planowanych 96 godzin do

240 godz. Zwiększono także (trzykrotnie, do blisko 200 godzin) udział audycji służących rozwojowi intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu dzieci i młodzieży. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 97% programu rocznego. Program charakteryzowała duża różnorodność gatunkowa. Tematyka regionalna zajęła ok. 40% rocznego programu. Audycje słowne zajęły w programie ok. 34%, a muzyka ok. 61% programu (głównie współczesna muzyka rozrywkowa).

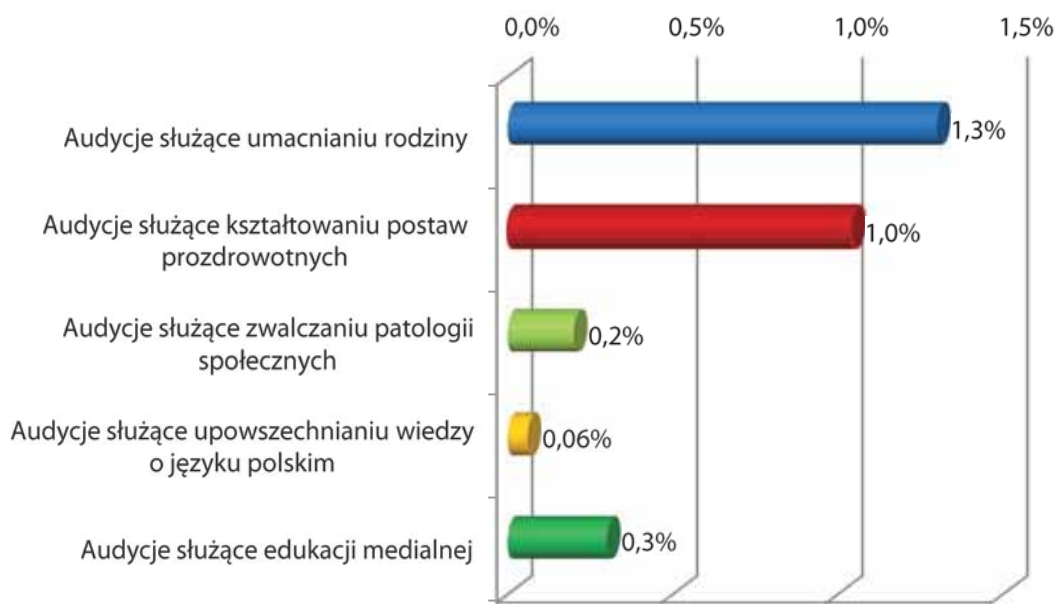


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Koszalin SA

**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

W porównaniu z rokiem 2011, minimalnie zwiększono (o 0,5 pkt. proc.) udział audycji realizujących powinności związane z umacnianiem rodziny, kształtowaniem postaw prozdrowotnych, zwalczaniem patologii spo-

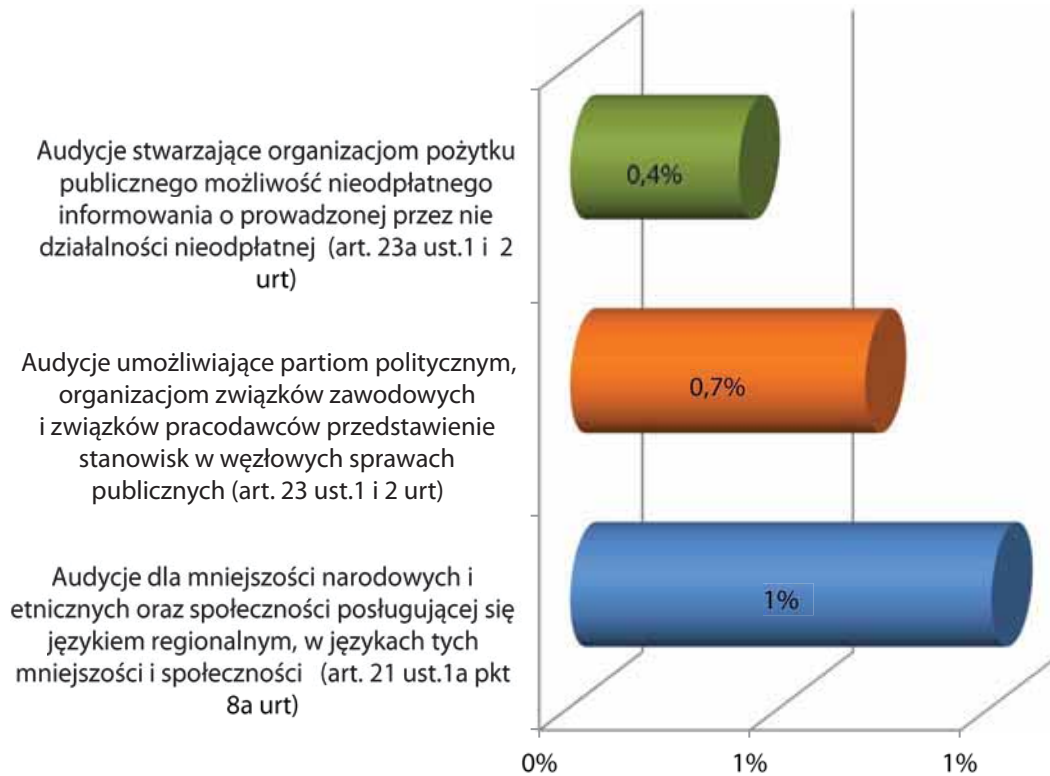
łecznych i upowszechnianiem wiedzy o języku polskim. Roczny czas przeznaczony na audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych utrzymano na poziomie 2011 r. (82 godzin rocznie), co oznacza realizację planu w tym zakresie (planowano 80 godzin). Radio nadało 37 godzin audycji dla organizacji pożytku publicznego.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Koszalin SA.



### Radio Koszalin



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Koszalin SA.

#### Monitoring programu

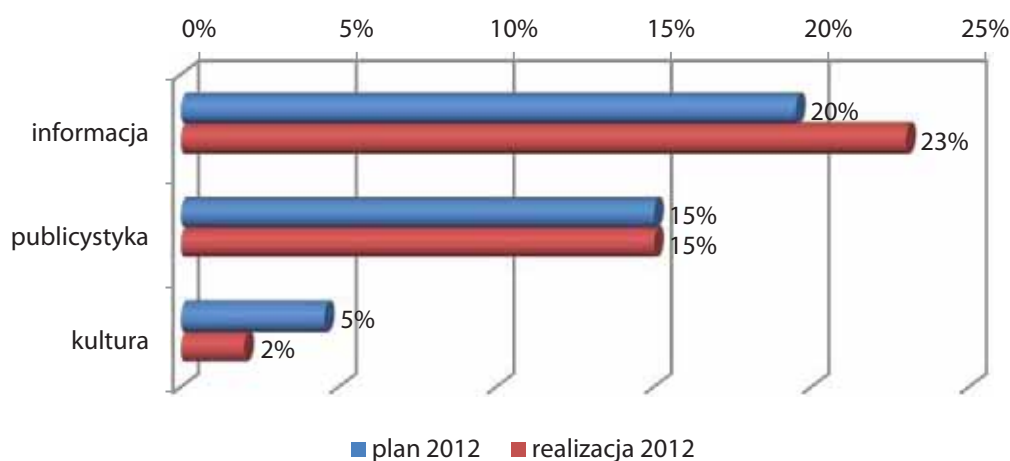
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radia Koszalin (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Koszalin – na tle pozostałych programów regionalnych radia publicznego – zajmował odległą pozycję pod względem udziału audycji słownych w programie oraz treści poświęconych regio-

nowi. Walorem programu było uwzględnienie w jego zawartości specyfiki regionu związanej z wielokulturowością, tj. nadawanie audycji realizujących potrzeby mniejszości narodowych (dla Romów, Ukraińców i Kaszubów) zamieszkujących w zasięgu nadawania Radia Koszalin. Pozytywna była również obecność audycji służących edukacji obywatelskiej, audycji wspomagających proces demokratyzacji mediów publicznych (m.in. otwarcie programu na dialog ze słuchaczami). Wyraźnym niedostatkim w programie była znikoma ilość audycji poświęconych nowym technologiom, w tym zapobiegającym wykluczeniu cyfrowemu oraz audycji adresowanych do najmłodszych słuchaczy.

### Radio Słupsk – program miejski

W programie tym realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. W programie obok obowiązkowych kategorii audycji (informacja, publicystyka, kultura) nadawano ofertę bogatszą o audycje edukacyjne, rozrywkowe i sportowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 99% rocznej emisji. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi

poświęconymi bieżącym wydarzeniom i problemom miasta, nadawano także audycje dotyczące wydarzeń kulturalnych, w tym popularyzujące artystów i zespoły artystyczne działające w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania. W ramach oferty edukacyjnej nadano audycje dotyczące różnych dziedzin nauki i techniki, poświęcone zdrowiu i ekologii oraz upowszechniające wiedzę o języku polskim. Audycje słowne zajęły ok. 39%, a muzyka ok. 60% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

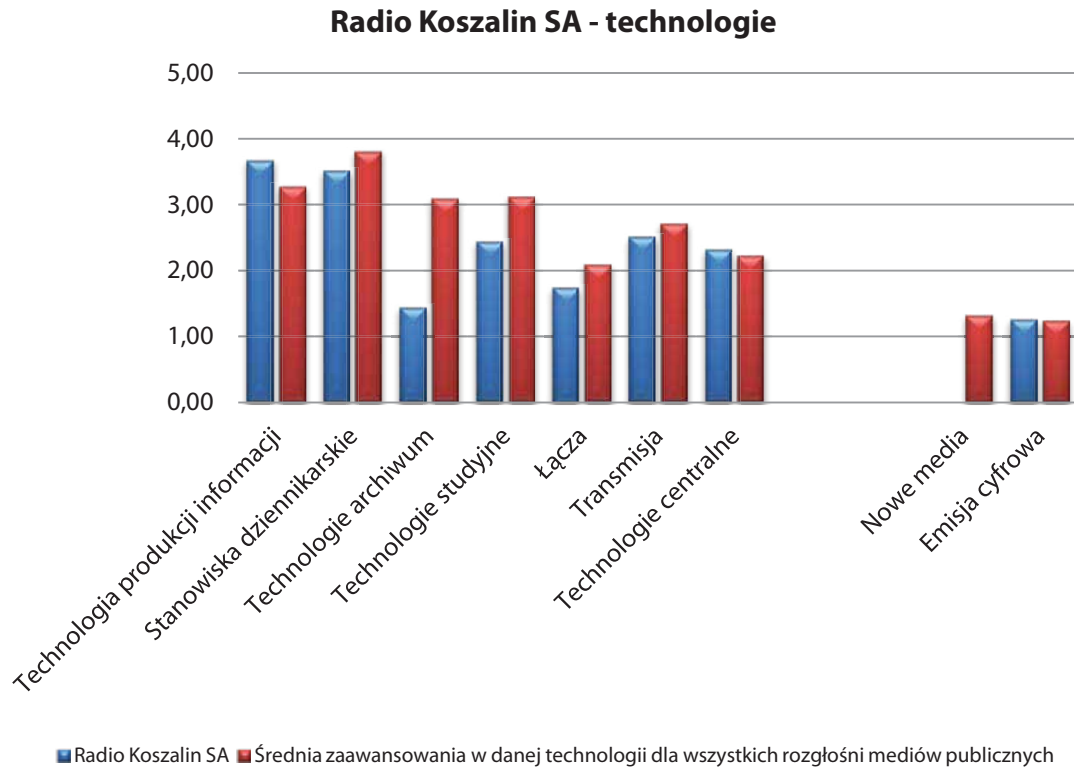


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio Słupsk.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Z wyjątkiem wyposażenia głównej redakcji produkcji informacji (zakup newsroomu i dziennikarskich stanowisk redakcyjnych) Spółka wymaga pilnych inwestycji we wszystkich pozostałych obszarach

mających bezpośredni wpływ na bieżącą i przyszłą produkcję programu (nowe kierunki dystrybucji, w tym emisja cyfrowa). Brak działań związanych z rozwojem infrastruktury technicznej może spowodować zagrożenie dla ciągłości aktualnej emisji programu.



Wykres: Stan technologiczny Radia Koszalin SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Koszalin otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.260 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abonamentu wyniosły 8.379 tys. zł, co stanowiło 88,4% otrzymanych środków. Spółka poniosła w 2012 r. wydatki na zadania inwestycyjne w wysokości 193 tys. zł, które zostały sfinansowane z nadwyżki z 2011 r.

Na koniec 2012 roku pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 1.214 tys. zł, które w 2013 r. zostaną przeznaczone na sfinansowanie: zadań programowych w programie regionalnym – 852 tys. zł. oraz w programie miejskim – 50 tys. zł, audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych – 4 tys. zł i 308 tys. zł na przedsięwzięcia inwestycyjne (wymianę oprogramowania systemu produkcyjnego „Dalet” oraz modernizację stanowisk emisyjnych w zespołach ZE1 i ZE2).

**Radio Koszalin sfinansowało koszty działalności misyjnej z wpływów abonamentowych w 96% oraz z dochodów własnych w 4%.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 258	84,9%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 032	10,6%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	126	1,3%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych – Radio Miejskie Słupsk	307	3,1%
<b>RAZEM</b>	<b>9 723</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 935</b>	<b>9 260</b>	<b>8 186</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 028	x	6 640
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 197	x	1 197
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	130	x	126
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych – Radio Miejskie Słupsk	260	x	210
5. Wymiana oprogramowania systemu produkcyjnego Dalet	218	x	8
6. Modernizacja stanowisk emisyjnych w zespołach ZE1 i ZE2	102	x	4

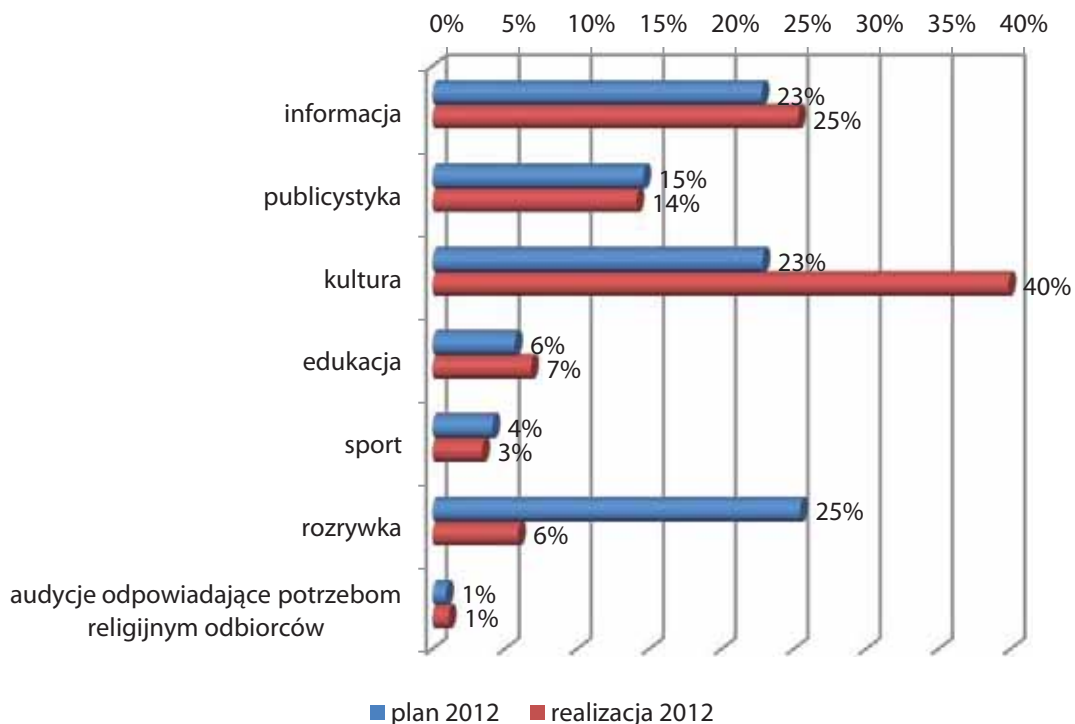
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Koszalin SA.

## RADIO KRAKÓW SA

### Realizacja planów programowych

W programie generalnie realizowano uzgodniony plan w zakresie rodzajów nadawanych audycji oraz ich udziału w rocznym czasie nadawania. Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne stanowiły 97% programu. Program charakteryzowała duża różnorodność gatunkowa. Audycje słowne zajęły w programie ok. 49%, a muzyka ok. 46% programu. Część muzyczną wypełniały głównie różne gatunki współczesnej, muzyki rozrywkowej. Nadawano również muzykę poważną, która zajęła 146 godzin w ciągu roku. Pozytywną modyfikacją – w stosunku do planu – było zwiększenie czasu emisji przeznaczonego na reportaże artystyczne, reportaże dotyczące kultury i sztuki w regionie oraz

audycje edukacyjne o historii regionu – Ich obecność w programie wzrosła ponad dwukrotnie, z planowanych 220 godzin do 470. Także czas emisji słuchowisk radiowych wzrósł czterokrotnie (20 godzin rocznie). Zwiększono również (dwukrotnie) – w stosunku do planów – czas emisji muzyki poważnej na antenie. Audycje poświęcone tematyce regionalnej miały duży udział w programie i stanowiły ponad połowę rocznego czasu nadawania. Na problematykę regionalną poświęcono niemal w całości audycje informacyjne i publicystyczne, dotyczące sportu i mniejszości etnicznych oraz większość edukacji i audycji religijnych. Prawie połowa przekazów kulturalnych była związana z regionem małopolskim.

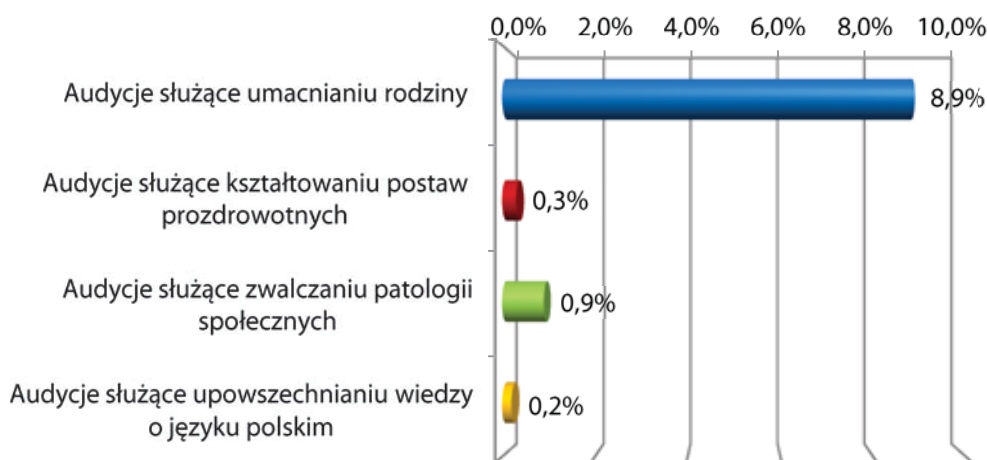


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Kraków SA

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

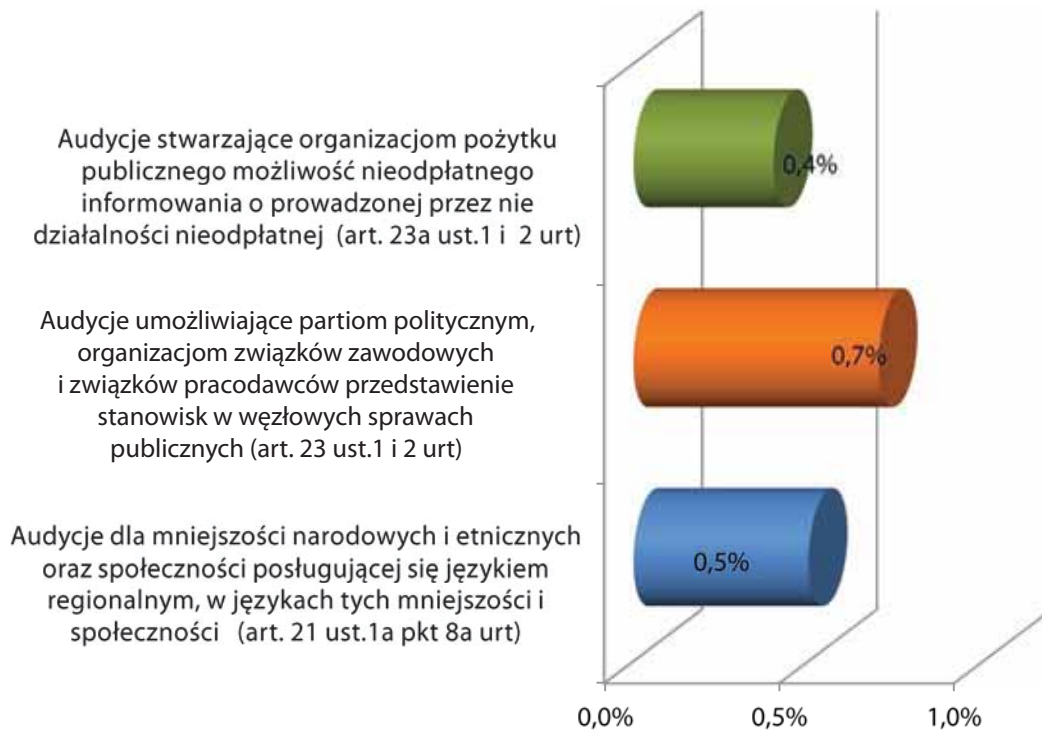
W porównaniu z rokiem 2011, zwiększono udział audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych, oraz umacnianiu rodziny, przy czym ich udział uległ znaczącemu wzrostowi (z 0,3% do 9%). Zmniejszono natomiast w minimalnym stopniu udział audycji służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, a audycje służące edukacji medialnej nie były nadawane.

Radio Kraków w 2012 roku przeznaczyło więcej czasu (z 32 godz. na 43 godz.) niż w 2011 r. na audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych. Jednak Spółka nie zrealizowała planu w tym zakresie, bowiem miały one zająć 78 godz. w ciągu roku. Na tym samym poziomie co w 2011 roku utrzymano roczny czas audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono jedynie 0,4% czasu antenowego.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kraków SA.

## Radio Kraków



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kraków SA.

### Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radia Kraków (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Kraków – na tle pozostałych programów publicz-

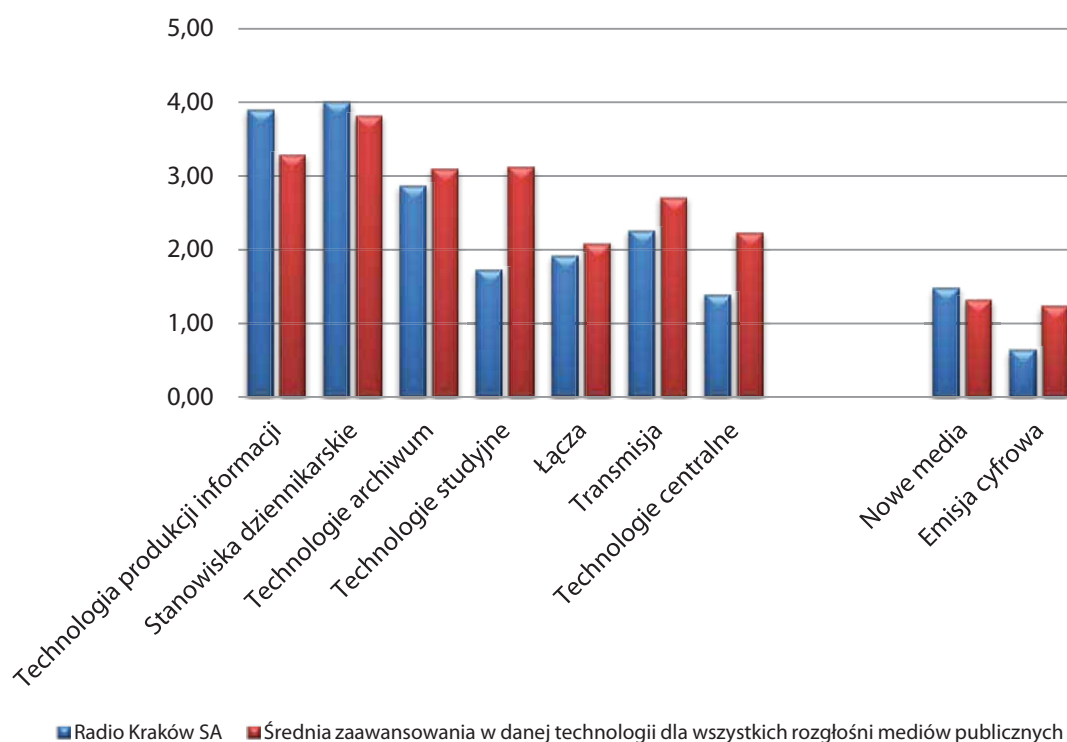
nych rozgłośni regionalnych – zajmowało wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Walorem tego programu był wysoki udział audycji edukacyjno-poradniczych, różnorodność tematyki regionalnej obecnej głównie w serwisach informacyjnych i audycjach publicystycznych oraz tzw. kultury wysokiej (literatura, malarstwo, muzyka poważna). Niedostatkiem programu była znikoma ilość treści edukacyjnych mających wymiar regionalny.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Najmocniejszym obszarem technologicznym Spółki jest wyposażenie newsroom-u i redakcyjnych stanowisk dziennikarskich. Natomiast pozostałe technologie są poniżej poziomu średniej dla

całej radiofonii publicznej. Uruchomienie nowych kanałów dystrybucji programu, rozwój platformy internetowej, emisja cyfrowa, wymagać będzie inwestycji uwzględniających występujące niedostatki w pozostałych obszarach technologicznych.

### Radio Kraków SA - technologie



Wykres: Stan technologiczny Radia Kraków SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Kraków otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.200 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abonamentu wyniosły 8.757 tys. zł, co

stanowiło 95% otrzymanych środków.

Na koniec 2012 roku pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 442 tys. zł, które zostaną przeznaczone w 2013 r. na modernizacja zespołu emisyjnego ZE1, 81 tys. zł. na audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz 58 tys. zł na rozpowszechnienie programu.

**Z wpływów z abonamentu Radio Kraków pokryło koszty działalności misyjnej w 78,3% oraz w 21,2% z dochodów własnych.**



<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 402	88,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 243	10,6%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	84	0,7%
<b>RAZEM</b>	<b>11 729</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM przedsięwzięcia misyjne</b>	<b>7 877</b>	<b>9 200</b>	<b>8 619</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 957	x	7 280
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 301	x	1 243
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	165	x	84
4. Modernizacja zespołu emisyjnego ZE1 – środki na nakłady inwestycyjne	454	x	12

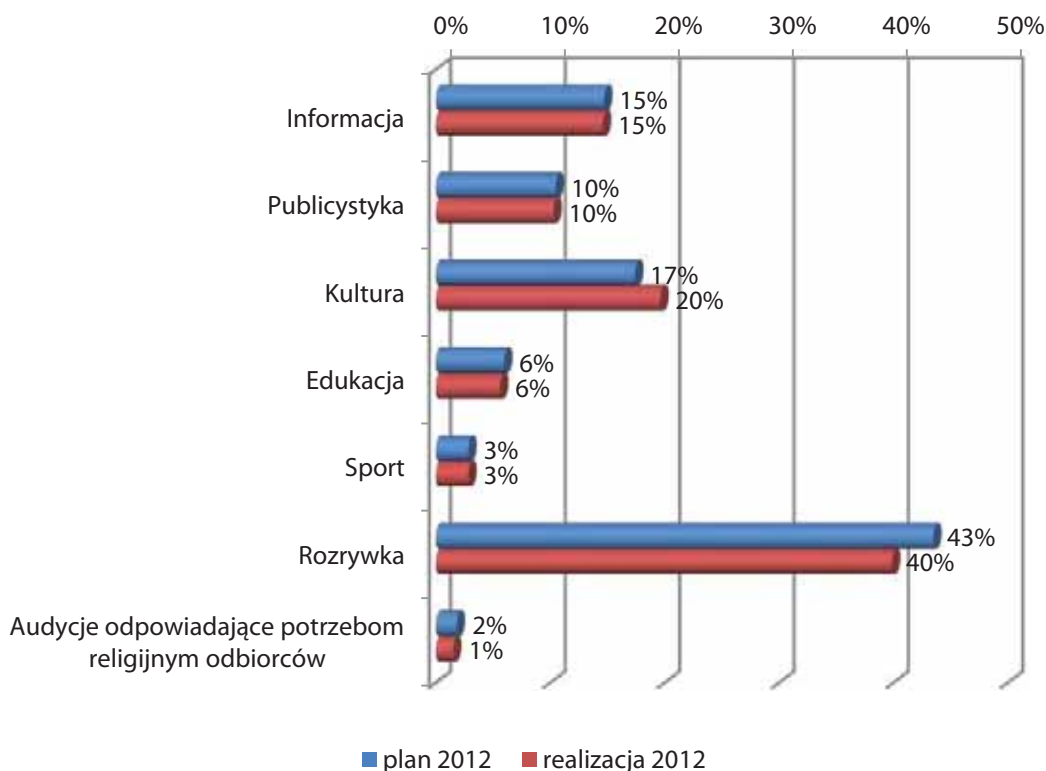
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kraków SA.

## RADIO LUBLIN SA

### Realizacja planów programowych

Radio Lublin realizowało uzgodnione plany, zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też czasu na nie przeznaczonego. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 95% programu rocznego. Program był zróżnicowany gatunkowo. Obok audycji ukazujących różnorodność wydarzeń i zjawisk w regionie oraz informacji dotyczących wydarzeń politycznych, ekonomicznych, gospodarczych

i społecznych, nadawano także audycje o tematyce kulturalnej, w tym prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o kulturze i sztuce regionu, słuchowiska i przedstawienia teatralne dla dzieci, a także reportaże artystyczne, prezentacje utworów literackich (prozy i poezji współczesnych autorów) i wykonań muzyki klasycznej. Oferta zawierała również treści edukacyjne, w tym audycje upowszechniające wiedzę o języku polskim. Audycje słowne zajęły ok. 33%, a muzyka ok. 62% programu. W ramach oferty muzycznej nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.



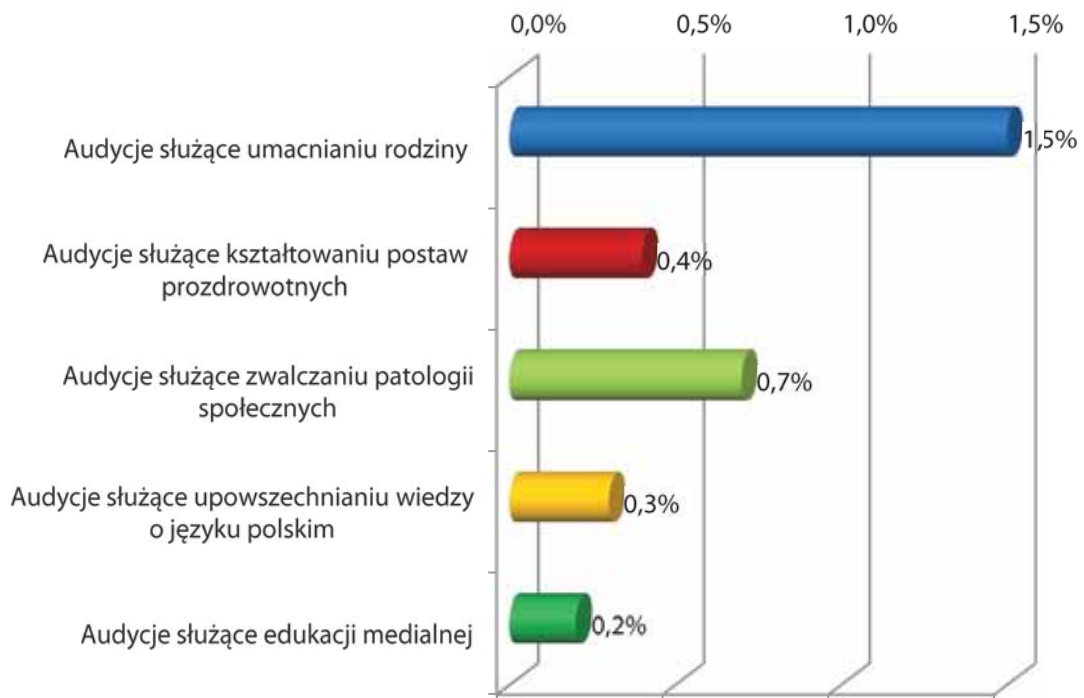
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Lublin SA

**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

W programie – w porównaniu z 2011 rokiem – zwiększono udział audycji służących umacnianiu rodziny (dwukrotnie) i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (trzykrotnie), natomiast zmniejszono (niemal dwukrotnie) udział audycji służą-

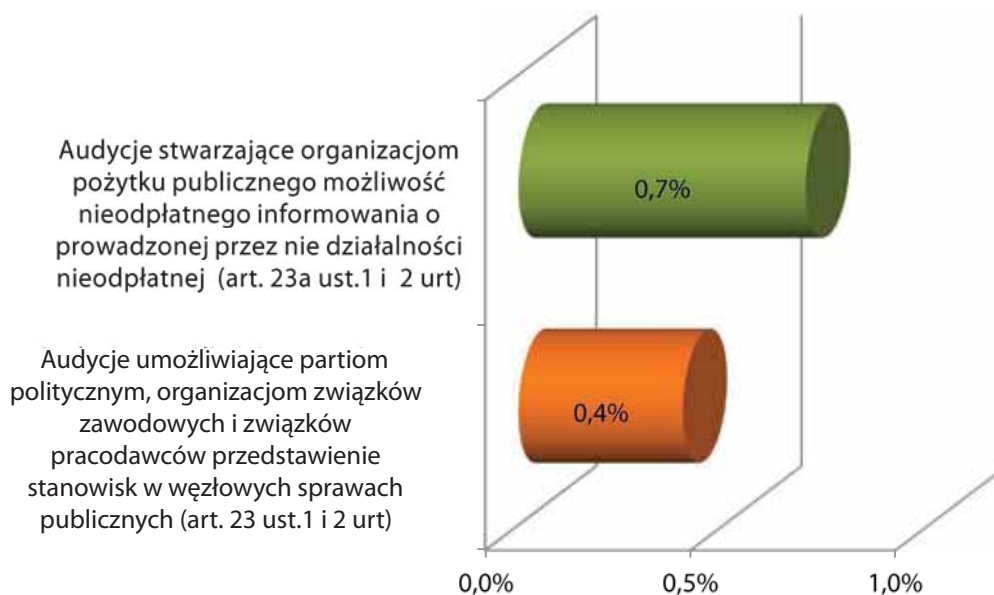
cych kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Radio Lublin nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych.

W ubiegłym roku Radio Lublin na audycje, stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności przeznaczyło niewiele miejsca w programie – 0,7% rocznego programu.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Lublin SA.

### Radio Lublin



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Lublin SA.

### Monitoring programu

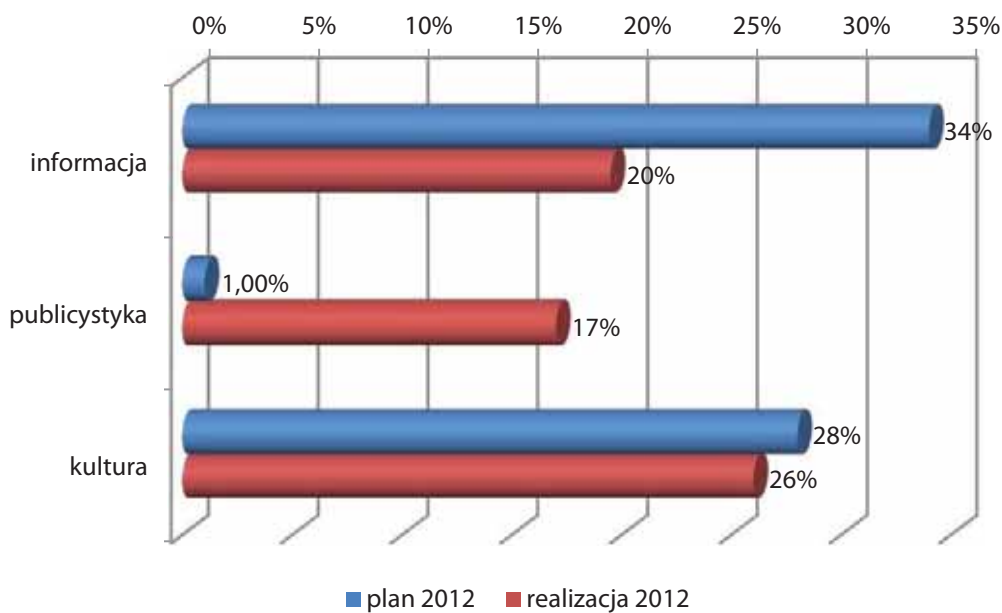
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Lublin (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Lublin – na tle pozostałych programów regionalnych radia pu-

blicznego – zajmował wysoką pozycję pod względem udziału tematyki regionalnej w programie, zaś odległą pod względem udziału audycji słownych. Walorem programu była koncentracja na sprawach kultury (w tym kultury wysokiej), problemach szkolnictwa, inicjatywach obywatelskich, przedsiębiorczości popularyzacji nauki i techniki, historii, kultury i tradycji oraz przyrody regionu. Pozytywną stroną programu była również obecność wartościowych form radiowych: reportaży, słuchowisk, prozy czytanej na antenie.

### Radio Freee – program miejski

Zawartość programu Radio Freee różniła się od zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Radykalnie zmniejszono w programie udział audycji z kategorii Informacja (o 1774 godzin mniej w ciągu roku niż zaplanowano). Wyższy niż wskazano w planie był natomiast udział audycji publicystycznych (o 1342 godziny). Program ten, zgodnie z Rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku, powinien zawierać audycje realizujące zadania regionalne w następujących kategoriach: informacja, publicystyka i kultura.

W Radiu Freee obok obowiązkowych, wyżej wymienionych kategorii audycji, nadawano także audycje rozrywkowe i sportowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 96% rocznej emisji. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom i problemom miasta, nadawano także audycje poświęcone wydarzeniom kulturalnym i sportowym w mieście oraz muzykę. Audycje słowne zajęły ok. 5%, a muzyka ok. 91% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

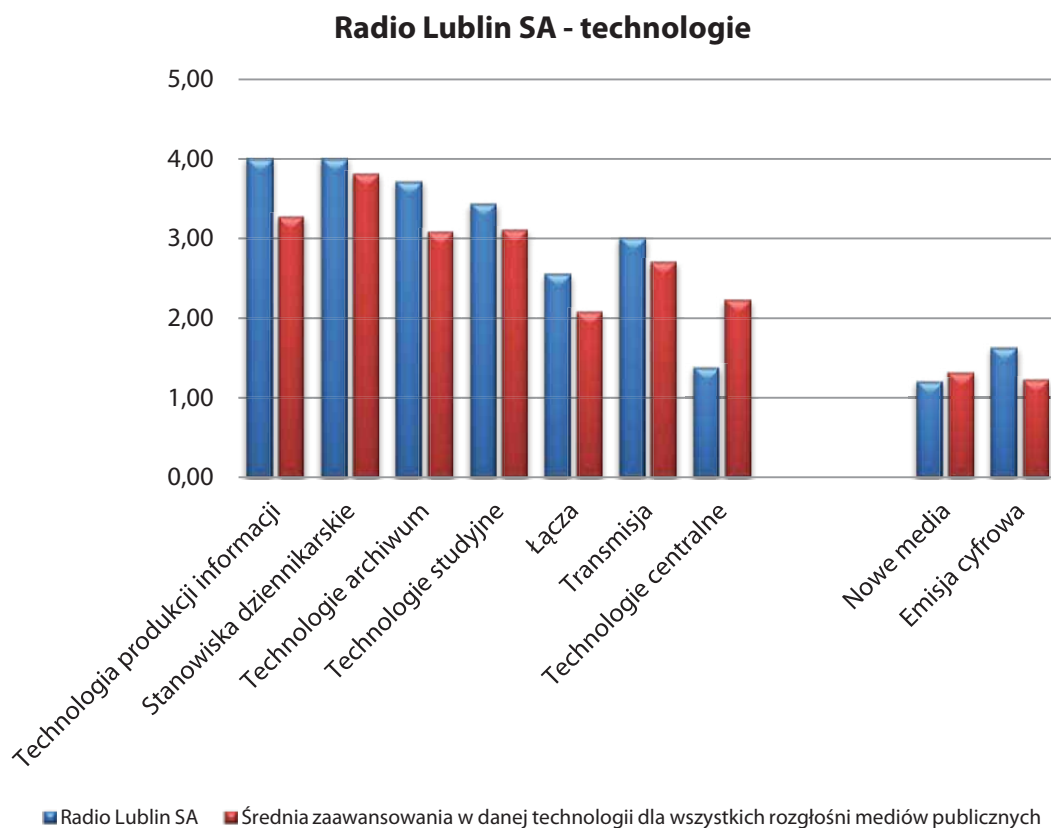


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio Freee.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

We wszystkich technologiach niezbędnych do obecnej produkcji programów Spółka dysponuje technologiami na poziomie wyższym od średniej zaawansowania technologii dla wszystkich rozgłośni mediów

publicznych. Niedostateczny rozwój widoczny jest w obszarze technologii centralnych. Sfera ta oraz obszary związane z tzw. nowymi mediami i działaniami mającymi na celu przygotowanie Rozgłośni do emisji cyfrowej wymagać będzie inwestycji finansowych.



Wykres: Stan technologiczny Radia Lublin SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Lublin uzyskało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.045 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abonamentu wyniosły 8.572 tys. zł, co stanowiło 95% otrzymanych środków.

Środki abonamentowe w wysokości 473 tys. zł, pozostałe w Spółce na koniec 2012 roku, zostaną przeznaczone w roku 2013 r. na: zadania programowe w programie regionalnym – 131 tys. zł oraz na przedsięwzięcia inwestycyjne (wymiana konsolyty produkcyjnej oraz wykonanie klimatyzacji w Studiu Muzycznym) – 372 tys. zł.

**Koszty działalności misyjnej Radio Lublin sfinansowało z: wpływów z abonamentu w 85,2%, z pozostałych publicznych środków w 9,3% oraz w 5,5% z dochodów własnych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 275	83,5%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 170	11,7%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych – Radio Freee	403	4%
4. Inne zadania realizujące misję (pozaantenowe)	77	0,8%
<b>RAZEM</b>	<b>9925</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 727</b>	<b>9 045</b>	<b>8 572</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 041	x	6 973
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 344	x	1 599
3. Wymiana konsoly produkcji w reżyserce R1	87	x	0
4. Wykonanie klimatyzacji w Studiu Muzycznym	255	x	0

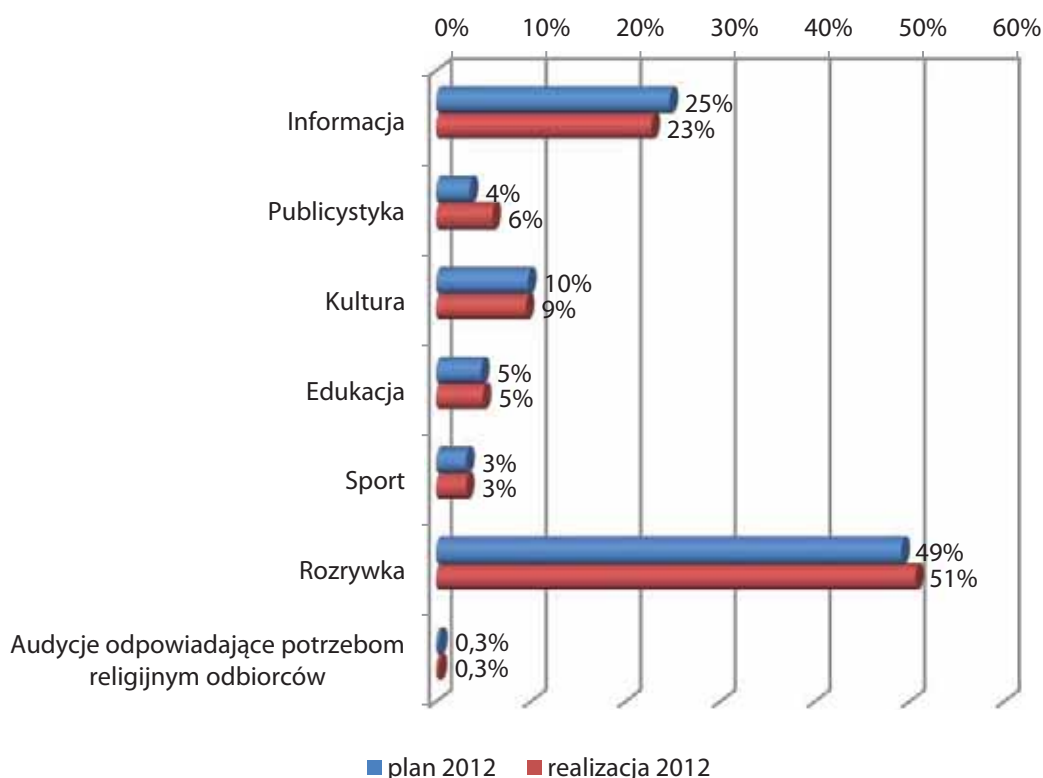
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Lublin SA.

## RADIO ŁÓDŹ SA

### Realizacja planów programowych

Radio Łódź realizowało uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 97% rocznej emisji. Program był zróżnicowany pod względem gatunkowym. Nadawano audycje informacyjne ukazujące różnorodność wydarzeń i zjawisk w regionie, publicystyczne – poświęcone bieżącym wydarzeniom

w dziedzinie polityki, ekonomii i kultury, w tym reportaże oraz inne formy dokumentalne dotyczące regionu. W ramach kategorii Kultura emitowano prezentacje wykonań utworów muzyki klasycznej i współczesnej oraz audycje ułatwiające odbiór dzieł kultury i sztuki. W ramach oferty edukacyjnej nadawano m.in. audycje służące intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu rozwojowi młodzieży, tworzone specjalnie dla tej kategorii odbiorców. Audycje słowne zajęły ok. 38%, a muzyka ok. 59% programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.



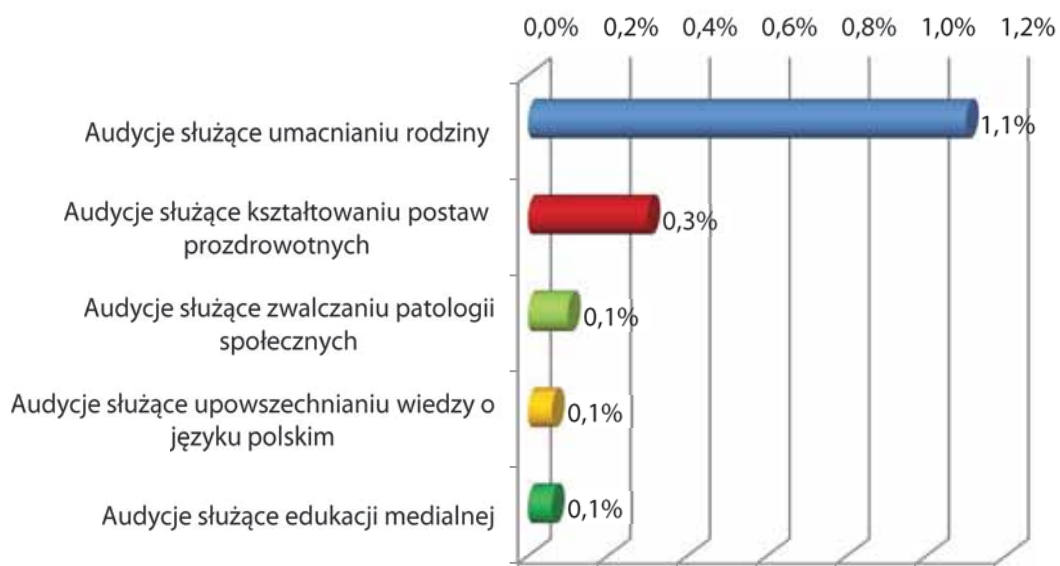
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Łódź SA.



**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

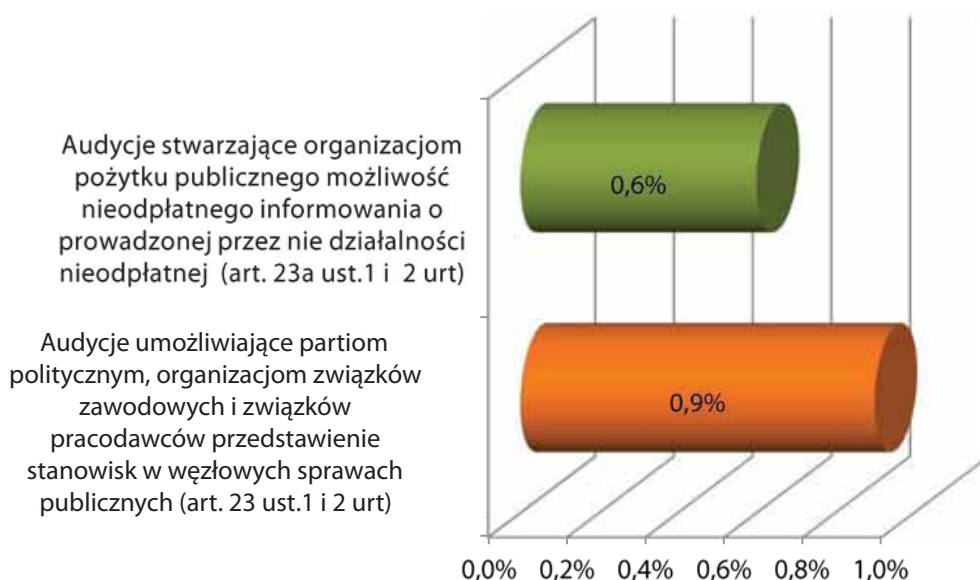
W programie Radia Łódź – w stosunku do roku 2011 – dwukrotnie wyższy był udział audycji służących umacnianiu rodziny. Zmniejszono natomiast (o ponad połowę) udział audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (pięciokrotnie). Na niezmiennym poziomie pozostał natomiast udział audycji

służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Radio Łódź nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. Dla audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych, Radio Łódź przeznaczyło 82 godziny programu, a dla audycji stwarzających organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności przeznaczyło 48 godzin programu.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Łódź SA.

### Radio Łódź



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Łódź SA.

#### Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Łódź (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Łódź – na tle pozostałych programów regionalnych radia publicznego – zajmowało dosyć odległą pozycję pod względem udziału tematyki regionalnej oraz udziału audycji słownych. Walorem

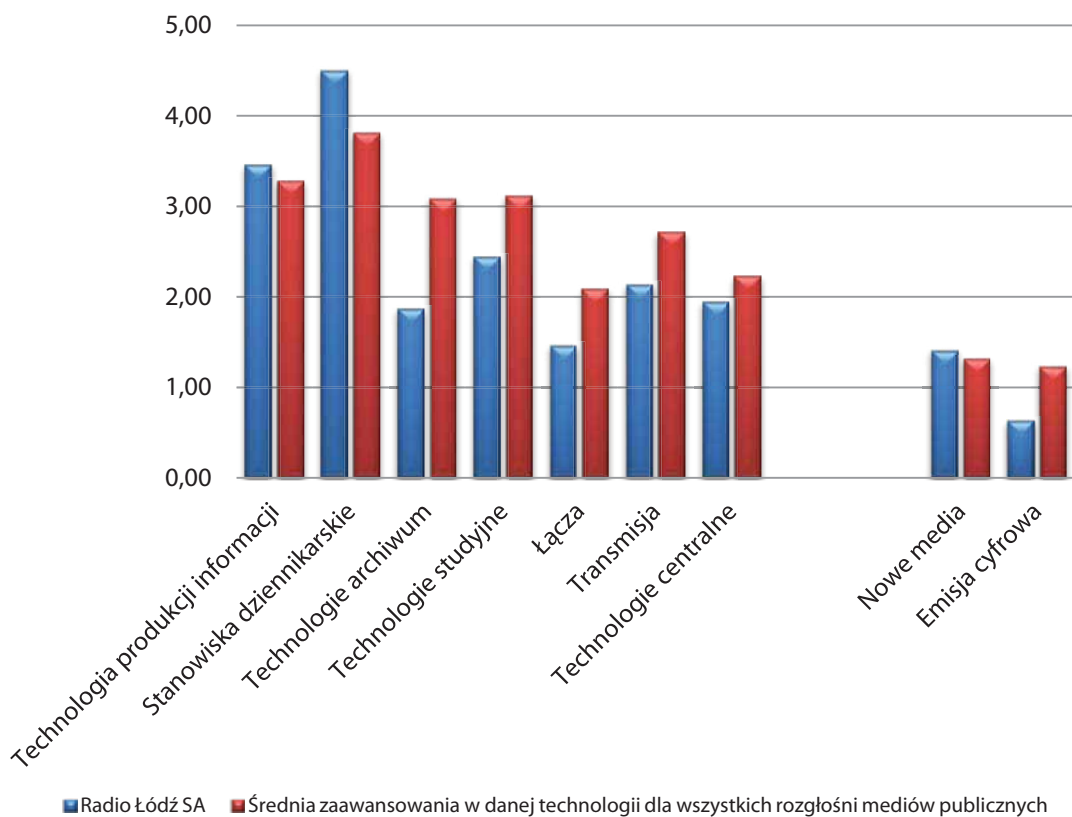
programu było zrównoważenie oferty programowej pod względem treści adresowanych do różnych grup odbiorców: dorosłych, dzieci i młodzieży. Ciekawą formą prezentacji tematów środowiskowych było włączenie do tworzenia programu różnych grup odbiorców. W przypadku Radia Łódź zaangażowano studentów, którzy własnym głosem mówili o problemach środowiska akademickiego. Pozytywną stroną programu była również szeroka gama audycji poświęconych kulturze, zarówno informacjom o bieżących wydarzeniach, jak też treściom upowszechniającym wiedzę z różnych dziedzin kultury: teatru, literatury, filmu.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Jedynym obszarem wyróżniającym Spółkę – w stosunku do pozostałych spółek radiowych mediów publicznych – jest dobry poziom wyposażenia technicznego stanowisk dziennikarskich. Pozo-

stałe obszary analizowanej technologii pozostają zdecydowanie poniżej średniej. Może to stanowić istotny problem, nie tylko w przypadku podjęcia decyzji dotyczącej przejścia z emisji analogowej na cyfrową, ale również w bieżącej produkcji programu.

### Radio Łódź SA - technologie



Wykres: Stan technologiczny Radia Łódź SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Łódź na finansowanie przedsięwzięć misyjnych otrzymało środki abonamentowe w kwocie 8.296 tys. zł. Wydatki poniesione na zadania

misyjne wyniosły 8.078 tys. zł. Na koniec 2012 roku pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 218 tys. zł na przedsięwzięcia inwestycyjne (modernizacja sieci strukturalnej LAN, telefonia IP, monitoring IP, system dozoru mienia, zasilanie – realizację tych inwestycji przesunięto na 2013 r.).

**Koszty misji zostały sfinansowane przez Radio Łódź w 100% ze środków abonamentowych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 520	92,9%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	655	7,1%
<b>RAZEM</b>	<b>9 175</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>6 970</b>	<b>8 296</b>	<b>8 078</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 133	x	7 423
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	619	x	655
3. Modernizacja sieci strukturalnej LAN, telefonia IP, monitoring IP, system dozoru mienia, zasilanie	218	x	0

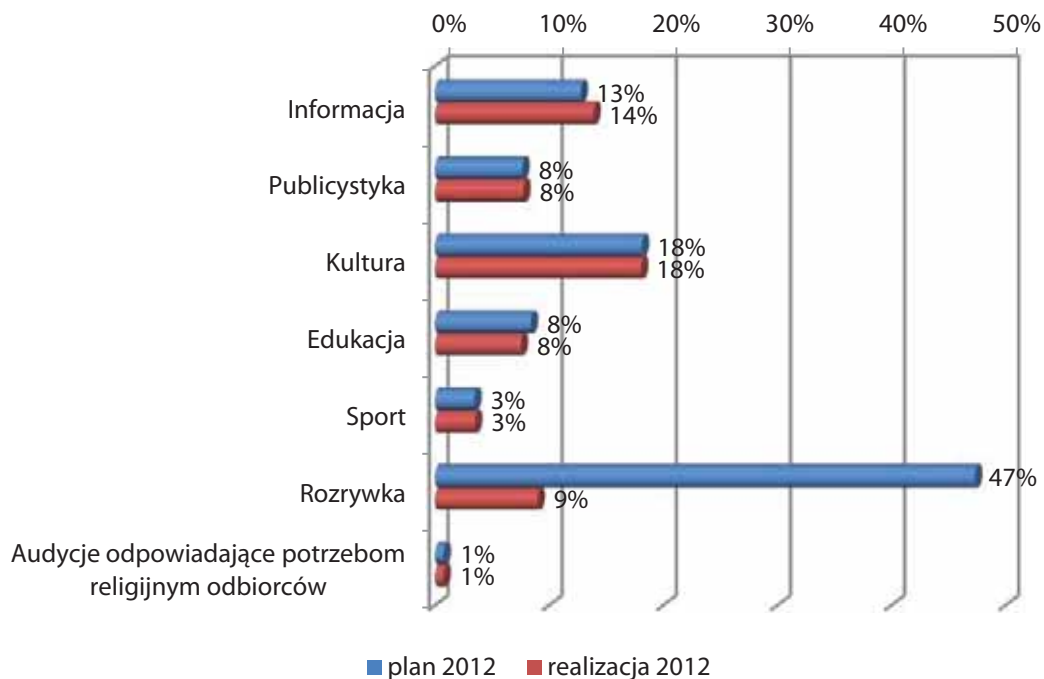
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Łódź SA.

## RADIO OLSZTYN SA

### Realizacja planów programowych

Spółka realizowała uzgodnione plany w zakresie ustawowych kategorii audycji. Ich wymiar czasowy w nadanym programie był w większości zgodny z planami. Modyfikacja dotyczyła audycji rozrywkowych. Nadano ich mniej w stosunku do planu o ponad 3000 godzin. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne wyniósł 61% programu. Program był zróżnicowany gatunkowo. Zawierał informacje oraz omówienia wydarzeń i problemów w regionie. Oferował również treści edukacyjne (w tym dla dzieci), związane z kulturą (słuchowiska – również adresowane do dzieci), reportaże artystyczne oraz prezentacje utworów literackich Spółka wypełnia szczególne zadania

misyjne wobec mniejszości narodowych i etnicznych. Dla nich nadaje audycje w językach: ukraińskim i niemieckim. Audycje słowne zajęły 39%, a muzyka 59% programu. Dominowała współczesna muzyka rozrywkowa, ale nadawano także muzykę klasyczną oraz ludową muzykę regionu. Radio Olsztyn nadaje codzienny program w języku ukraińskim (z nadajnika w Miłkach), obejmujący zasięgiem północną część województwa warmińsko-mazurskiego. Program koncentruje się na informacjach dotyczących wydarzeń w środowiskach ukraińskich w regionie, współpracy polsko-ukraińskiej, a także najważniejszych wydarzeń na Ukrainie. W 2012 roku Radio Olsztyn z nadajnika w Miłkach wyemitowało 139 godzin programu.

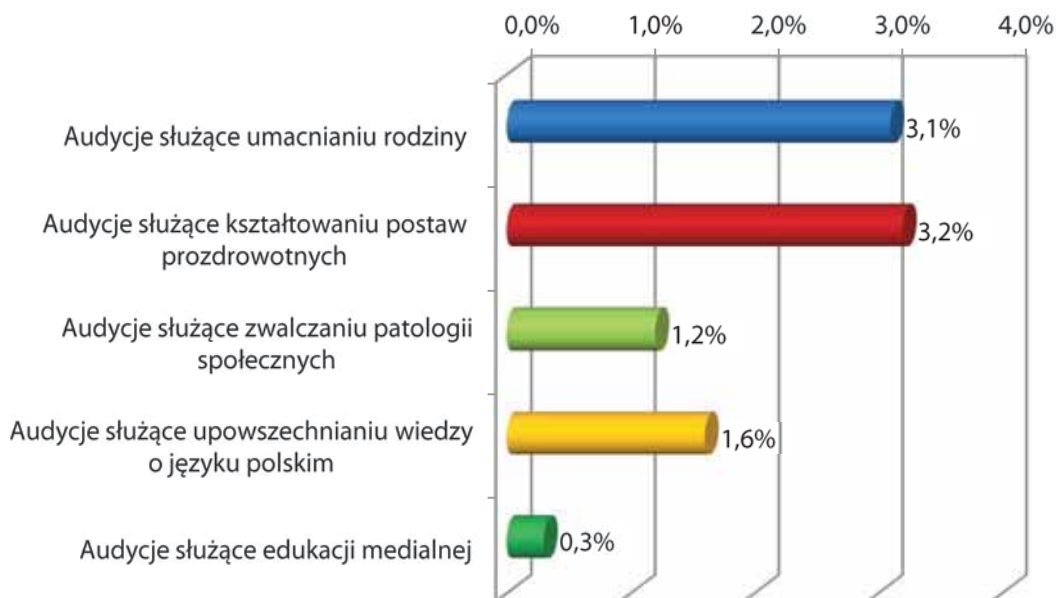


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Olsztyn SA.

**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

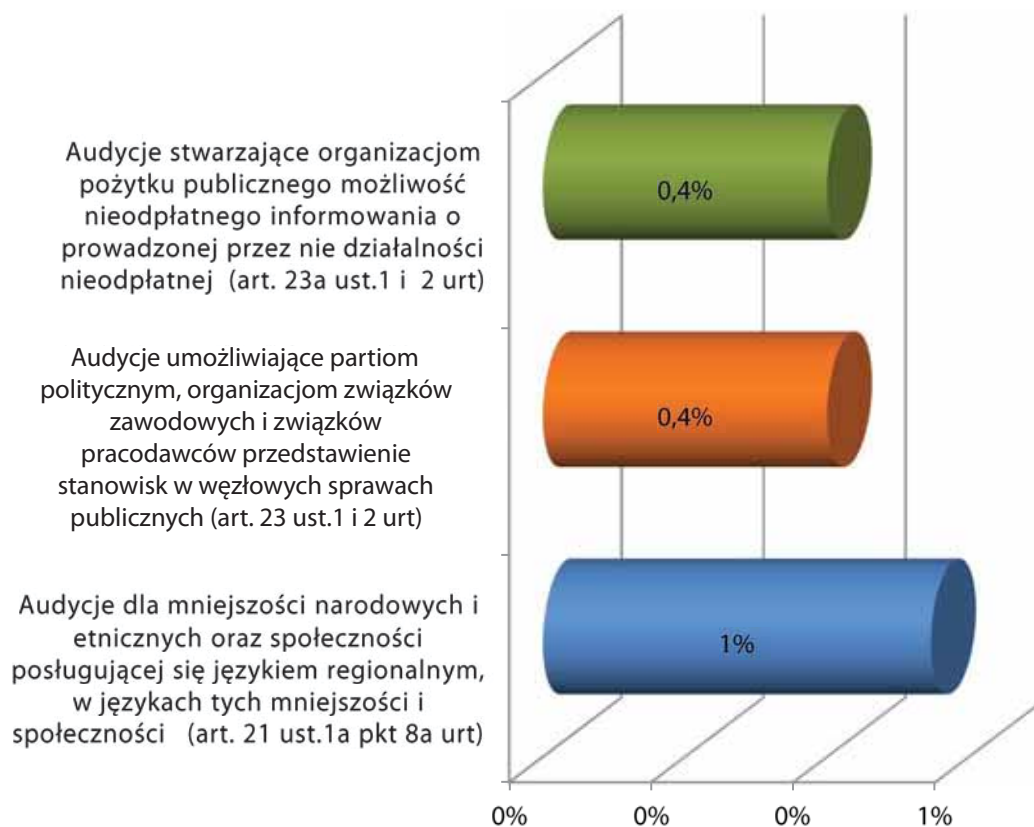
W 2012 r. udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim kształtował się na poziomie wyższym niż w roku 2011. Z kolei minimalną tendencję spadkową wykazuje udział

audycji służących zwalczaniu patologii społecznych. Radio Olsztyn w 2012 roku utrzymało – w stosunku do 2011 r. – roczny czas przeznaczony na emisje audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych (48 godzin). Ta liczba godzin odpowiada zaplanowanej, tak więc Spółka realizowała plan w tym zakresie. Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 37 godz. audycji.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Olsztyn SA.

## Radio Olsztyn



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Olsztyn SA.

### Monitoring programu

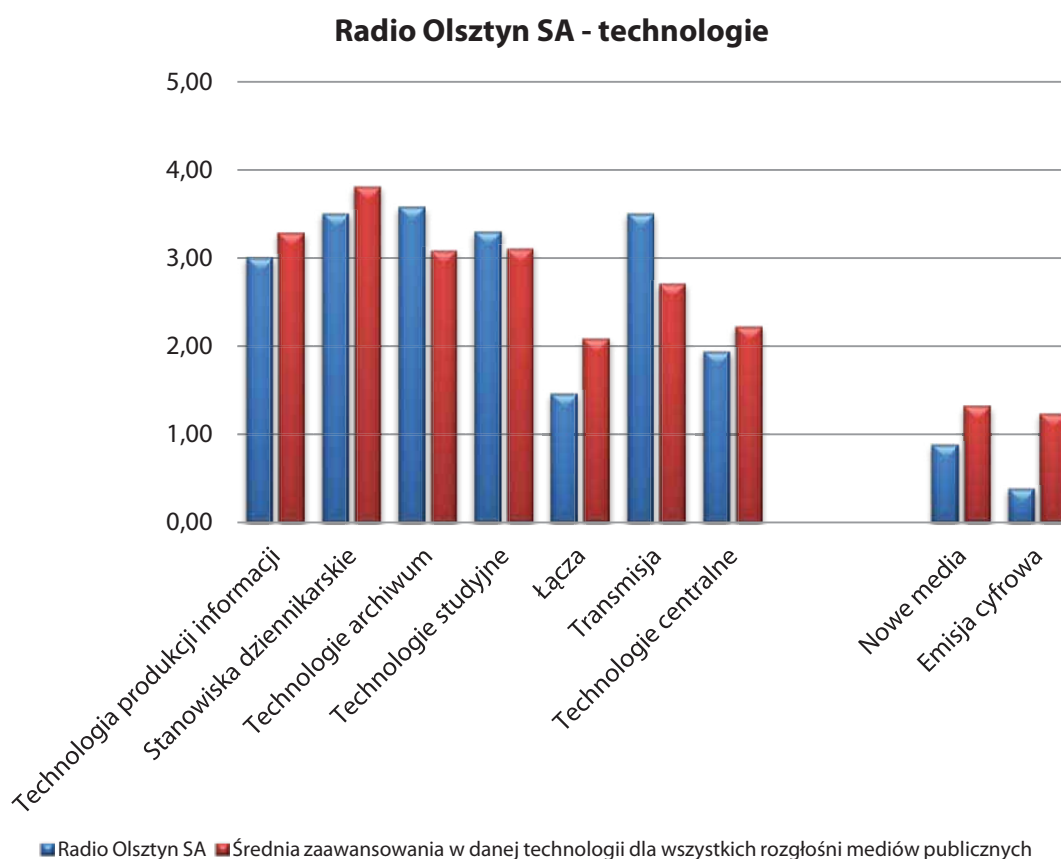
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Olsztyn (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Olsztyn – na tle pozostałych

programów regionalnych radia publicznego – zajmowało wysoką pozycję pod względem udziału tematyki regionalnej w programie, zaś odległą pod względem udziału audycji słownych. Walorem programu była koncentracja na sprawach regionu, a w szczególności kultury (prezentacja twórców i ich dzieł, liczne reportaże). Oferta programowa była wyważona – zarówno odbiorca małoletni, jak i dorośli mogli należeć coś dla siebie. Pozytywną stroną programu była również obecność reportaży artystycznych i słuchowisk.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Technologie podstawowe, mające wpływ na obecność produkcji i emisję programów, są na wyrównanym poziomie. Dalszy rozwój technologiczny Spółki powinien

uwzględniać przede wszystkim obszary odpowiedzialne za łącza, technologie centralne i tzw. nowe media. Podjęcie działań w tym zakresie umożliwi rozwój usług programowych, np. internetowych i mobilnych.



Wykres: Stan technologiczny Radia Olsztyn SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Olsztyn otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki

abonamentowe w kwocie 8.953 tys. zł. Środki uzyskane z abonamentu zostały w pełnej kwocie przeznaczone na finansowanie misji.

**Koszty misji Spółka pokryła z abonamentu (93%), z innych przychodów publicznych (5%) oraz z dochodów własnych ( 2%).**



<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 624	87,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	996	10,1%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	49	0,5%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu dla mniejszości ukraińskiej	164	1,7%
<b>RAZEM</b>	<b>9 833</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 629</b>	<b>8 953</b>	<b>8 953</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 073	x	7 123
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	946	x	1 166
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	60	x	49
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu dla mniejszości ukraińskiej	100	x	164
5. Inwestycje – instalacja teledacyjna	363	x	363
6. Inwestycje – stół mikserski (produkcyjno-emisyjny)	87	x	87

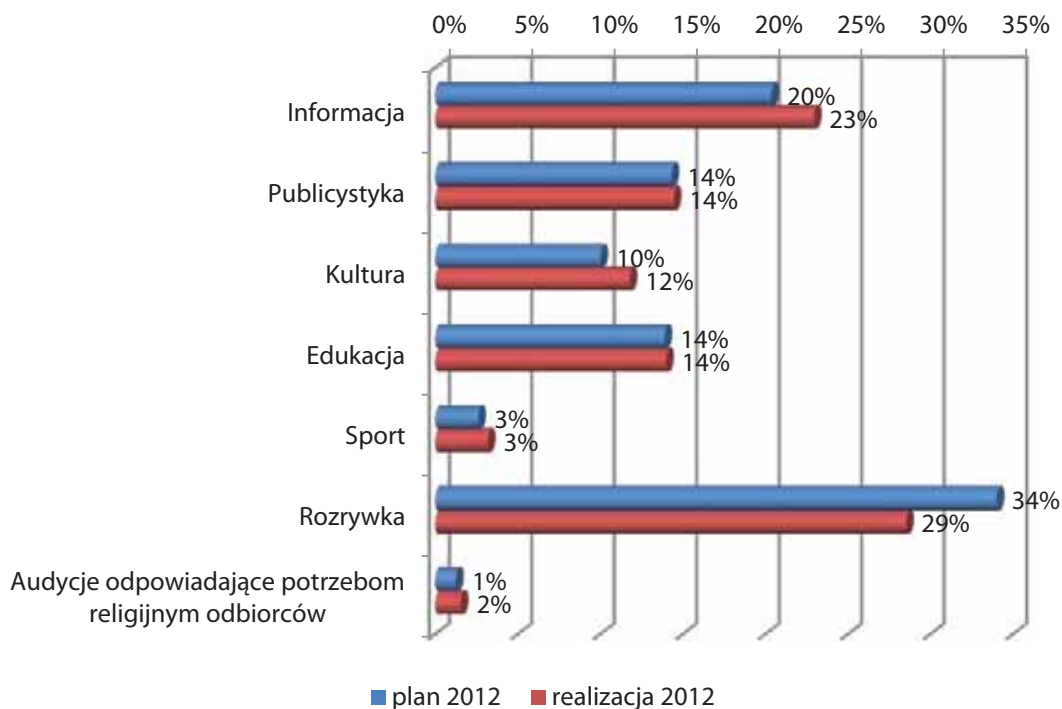
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Olsztyn SA.

## RADIO OPOLE SA

### Realizacja planów programowych

Rozgłośnia regionalna w Opolu realizowała uzgodnione plany, zarówno w zakresie rodzajów nadawanych audycji, jak również ich udziału w programie. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne wynosił 96% programu nadanego w 2012 roku. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu, co miało korzystny wpływ na jakość nadanego programu. W stosunku do planów, zwiększono udział kultury (więcej o 156 godzin) oraz informacji (o 55 godzin), przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału rozrywki (mniej o 481 godzin). Niemal połowa programu dotyczyła tematyki regionalnej (46%), a prezentowane treści były zróżnicowane gatunkowo i dotyczyły różnych obszarów tematycznych. Ważne wydarzenia polityczne, społeczne i kulturalne

w regionie prezentowano w informacji i publicystyce. Kulturę przybliżano w serwisach poświęconych najważniejszym wydarzeniom kulturalnym regionu, w audycjach popularyzujących regionalnych twórców oraz prezentujących regionalne dzieła. Treści regionalne prezentowane były również w edukacji, rozrywce i sporcie. Walorem programu była także obecność wartościowych form radiowych, takich jak reportaże, słuchowiska radiowe oraz audycje edukacyjne adresowane do dzieci. Radio Opole nadawało również audycje dla mniejszości narodowych – niemieckiej i romskiej. Audycje słowne zajęły aż 63%, a muzyka zaledwie 34% rocznego programu. W programie dominowała współczesna muzyka rozrywkowa, nadawano także muzykę klasyczną i jazzową.

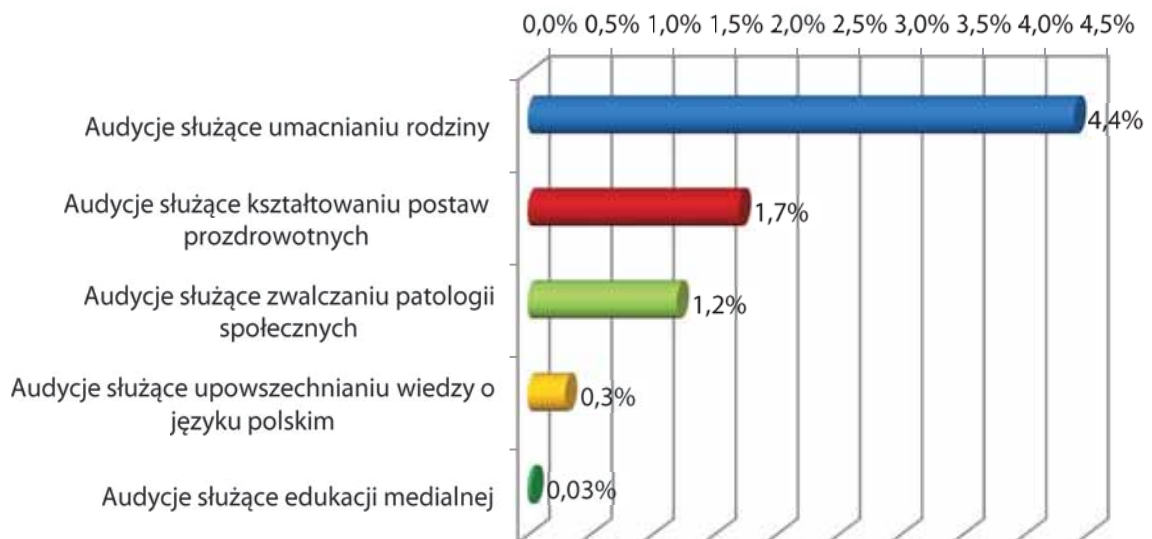


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Opole SA.

**Udział audycji realizujących wybrane  
powinności określone w ustawie  
o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

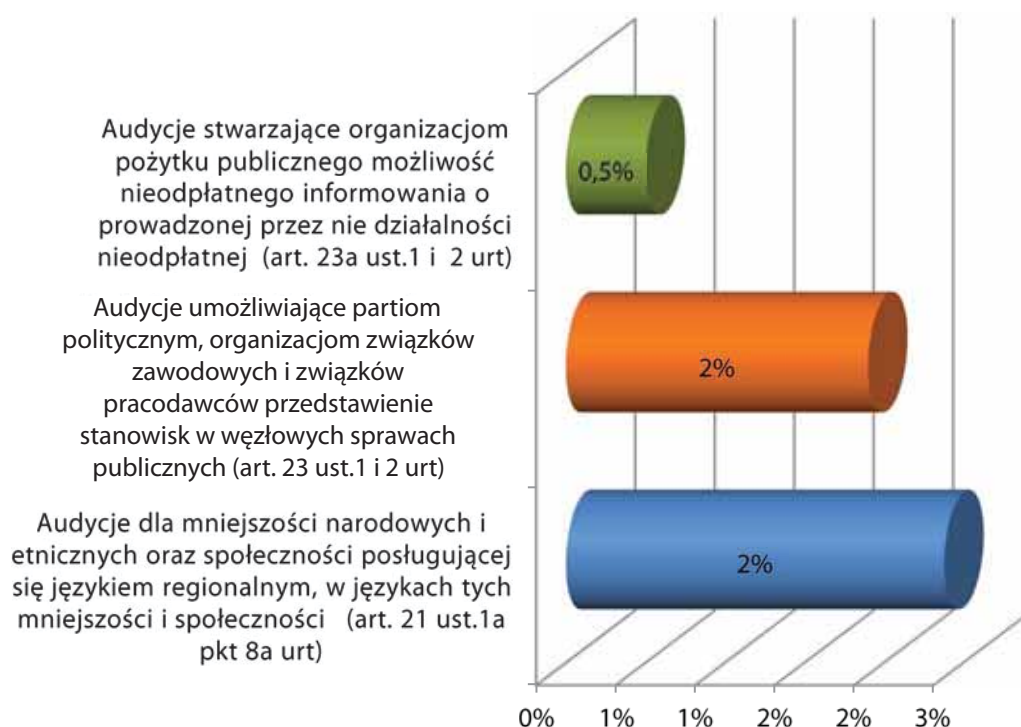
W porównaniu z rokiem 2011, zwiększono udział niemal wszystkich audycji realizujących powinności ustawowe (kształtowanie postaw prozdrowotnych, zwalczanie patologii społecznych, upowszechnianie wiedzy o języku polskim). Na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny. Spółka wyraźnie zwiększyła roczny czas emisji audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych w stosunku

do roku 2011 (z 131 do 209 godzin). Radio Opole w tym zakresie nie tylko realizowało plan (zgłoszono na 2012–182 godz.) ale poprzez zwiększenie udziału tego typu audycji w większym stopniu niż planowano uwzględniło potrzeby tej grupy odbiorców. W ubiegłym roku dużo czasu – w stosunku do innych rozgłośni – poświęcono na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (166 godz.). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 47 godz. audycji.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Opole SA.

## Radio Opole



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Opole SA.

### Monitoring programu

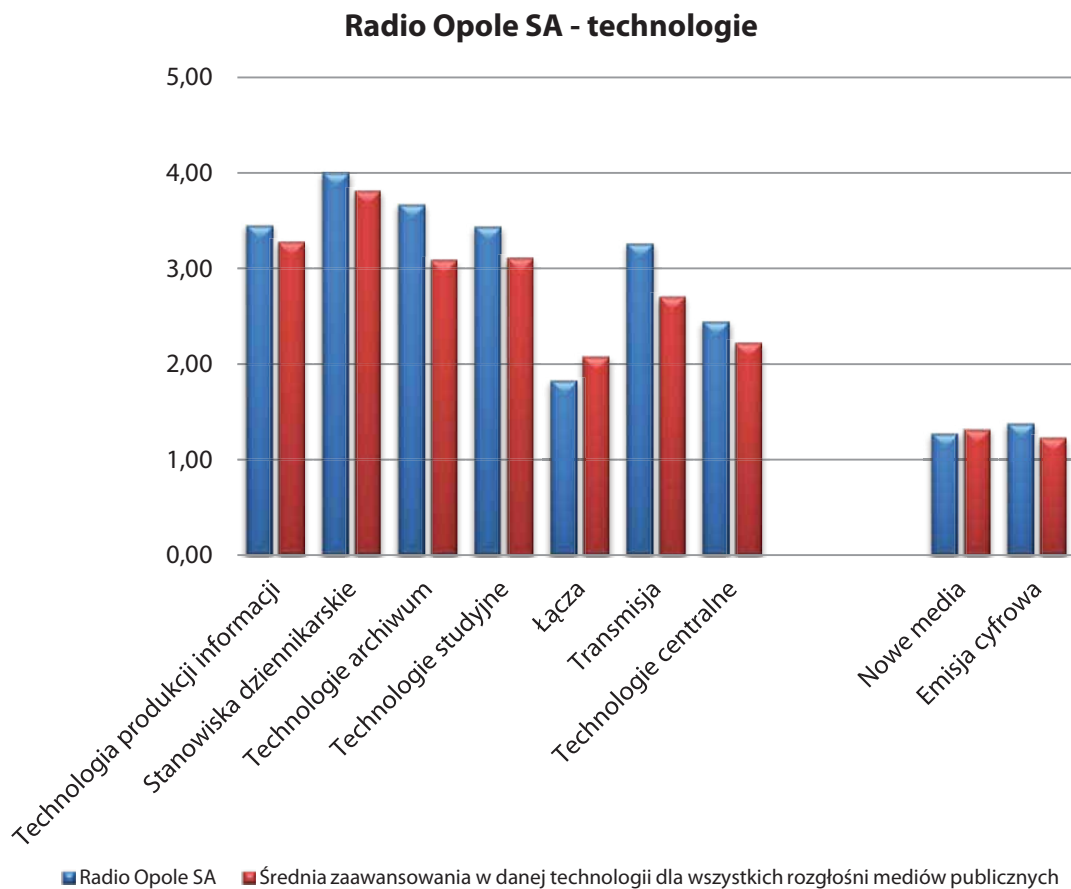
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Opole (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Opole – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało pierwszą pozycję pod względem udziału w programie audycji słownych,

natomiast odległą – poniżej średniej dla wszystkich rozgłośni – pod względem udziału treści poświęconych regionowi. Prezentowane treści regionalne nie ograniczały się jedynie do Opola, ale dotyczyły wielu miejscowości w regionie oraz różnych obszarów tematycznych. Niewątpliwym walorem programu była także obecność w nim wartościowych form radiowych, takich jak reportaże, audycje popularyzujące różne dziedziny kultury, audycje edukacyjne i poświęcone nowym technologiom. Niedostatkiem programu był brak audycji adresowanych do młodzieży.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Rozgłośnię cechuje wyjątkowo zrównoważony poziom rozwoju każdego analizowanego obszaru. Taka sytuacja gwarantuje obecnie, ale i w przyszłości, produkcję programów na dobrym poziomie technicznym

w różnych kanałach dystrybucji treści. Obecna polityka rozwoju technologicznego Spółki powinna być kontynuowana ze szczególnym uwzględnieniem sfer związanych z nowymi mediami, emisją cyfrową oraz łączami.



Wykres: Stan technologiczny Radia Opole SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Opole otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamen-

towe w kwocie 8.681 tys. zł. Spółka wykorzystwała wszystkie otrzymane środki abonamentowe oraz dodatkowo poniosła wydatki w wysokości 76 tys. zł, które zostały sfinansowane z nadwyżki z 2011 r.

**Koszty misji zostały przez Spółkę sfinansowane w 100% ze środków abonamentowych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 890	84,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 462	13,8%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	204	1,9%
<b>RAZEM</b>	<b>10 556</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 368</b>	<b>8 681</b>	<b>8 681</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 894	x	7 023
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 283	x	1 454
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	191	x	204

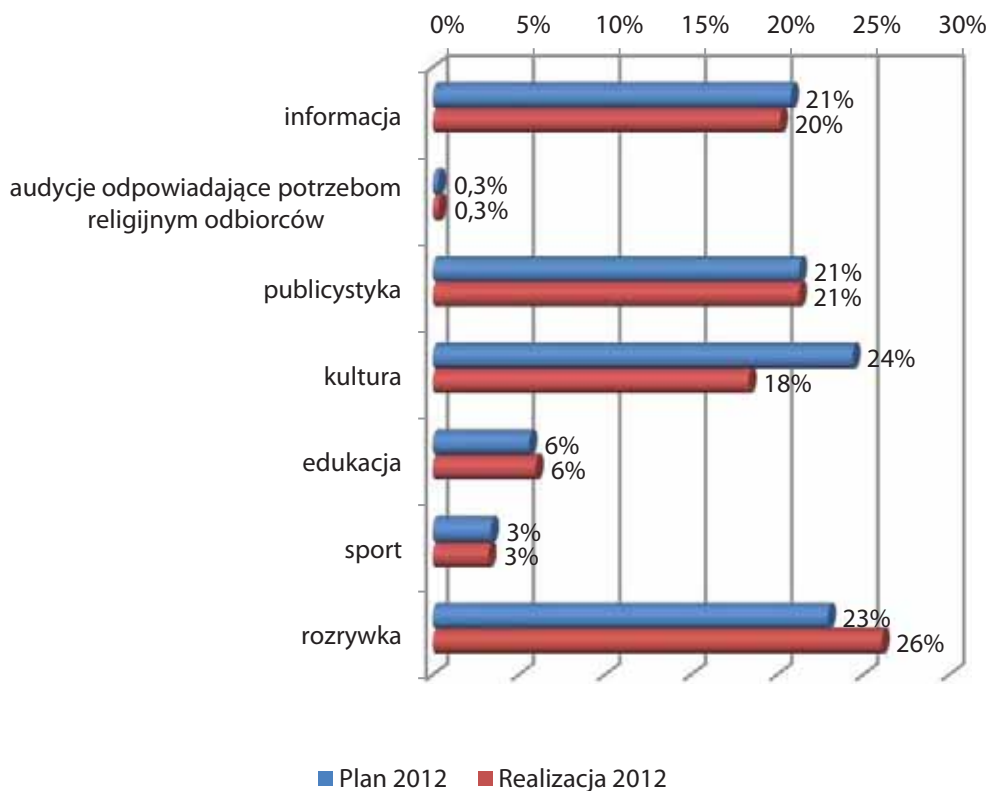
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Opole SA.

## RADIO MERKURY SA (POZNAŃ)

### Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie był zgodny z planami i wyniósł 95% programu nadanego w 2012 roku. Niewielkie modyfikacje – w stosunku do planu – wprowadzono w niektórych kategoriach audycji. Zwiększono udział rozrywki (więcej o 275 godzin) oraz edukacji (o 32 godziny). Zmiany tej dokonano zmniejszając jednocześnie udział audycji poświęconych kulturze (mniej o 530 godzin) i informacji (o 55 godzin). Wysoki udział w ciągu roku miała tematyka regionalna – 72% ubiegłorocznego programu. O sprawach regionu mówiono w informacjach, serwisach sportowych i kulturalnych, przeglądach prasy oraz w publicystyce, w cyklach edukacyjno-poradniczych. W programie omawiane były

bieżące wydarzenia i imprezy kulturalne, audycje odwoływały się także do tradycji ludowej i historii regionu. Prezentowane były książki regionalnych twórców a na twórczości regionalnej były oparte słuchowiska. Stałe miejsce i kontekst regionalny miały także reportaże. Audycje i transmisje sportowe dotyczyły wyłącznie wydarzeń regionalnych oraz zawodów z udziałem lokalnych drużyn. Nadawano także specjalne audycje związane z regionem, np. poświęcone Targom Poznańskim, Euro 2012 itp. Radio Merkury nadawało transmisje koncertów muzyki poważnej, jazzowej i rozrywkowej. Udział słowa wyniósł ok. 39%, a muzyki – ok. 56% programu nadanego w 2012 roku. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową, nadawano także stałe cykle z muzyką klasyczną, jazzową i bluesem.

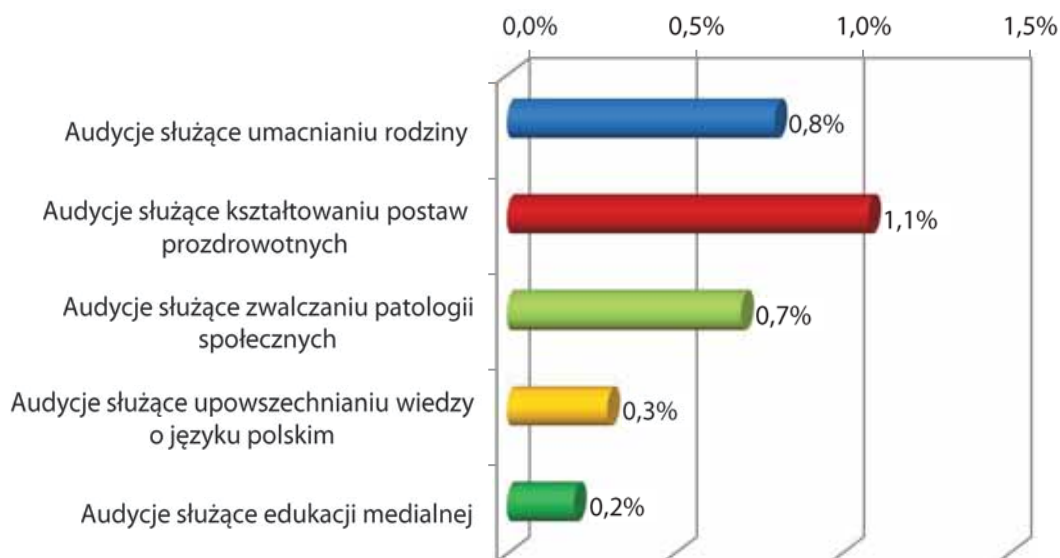


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Merkury SA.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

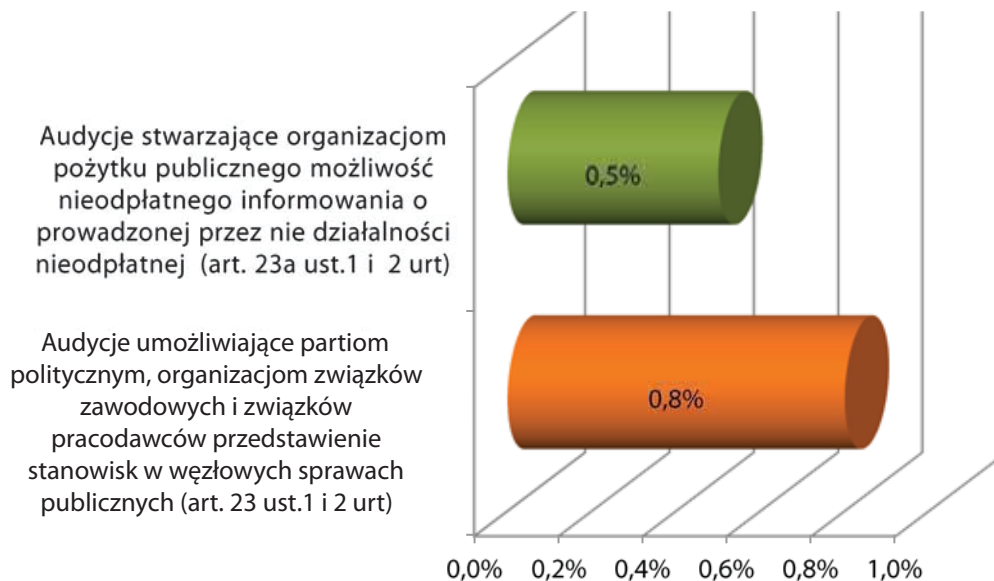
W programie – w porównaniu z 2011 rokiem – zwiększono (trzykrotnie) udział audycji służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, natomiast minimalnie zmniejszono udział audycji służących umacnianiu rodziny. Na niezmiennym poziomie pozostał udział audycji realizujących powinności w zakresie kształtowania postaw proz-

drowotnych i zwalczania patologii społecznych. Radio Merkury nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. Podobnie jak pozostałe rozgłośnie, Spółka przeznaczyła wymaganą rozporządzeniem KRRiT ilość czasu na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (32 godz., tj. 0,4%). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 37 godz. w ciągu roku.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Merkury SA.





Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Merkury SA.

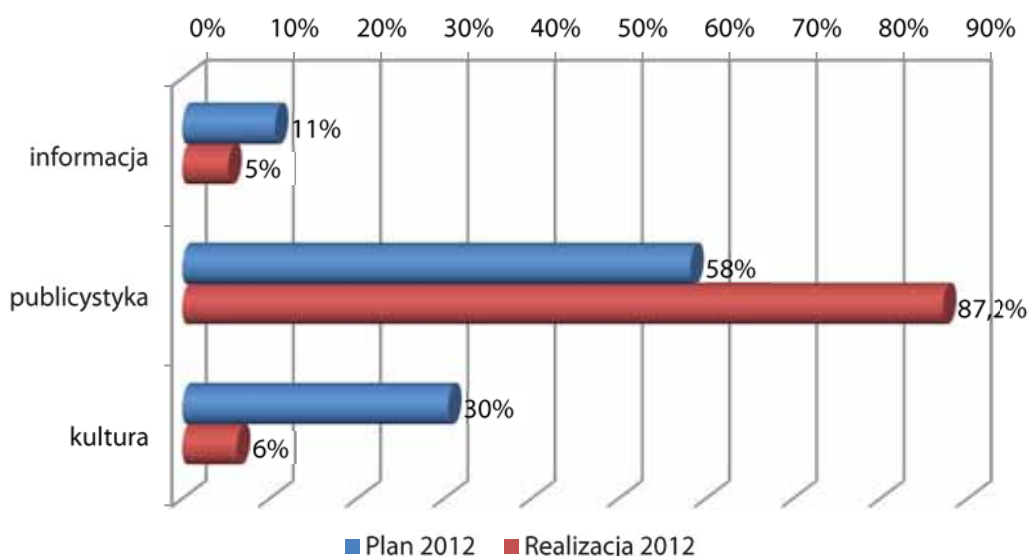
### Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Merkury (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Merkury – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Walorem tego programu była różnorodność tematyki regionalnej obecnej w serwisach informacyjnych, audycjach publicystycznych oraz edukacyjnych dotyczących życia kulturalnego i sportowego. Program zawierał znaczną liczbę audycji wartościowych pod względem formy i treści takich jak reportaże, słuchowiska, audycje dokumentalne, literackie (m.in. proza czytana na antenie), audycje poświęcone muzyce poważnej. Słabą

stroną oferty był m.in. niski udział w programie audycji poświęconych nowym technologiom jak również audycji edukacyjnych popularyzujących historię i tradycję regionu. W monitorowanym programie nie nadawano audycji adresowanych do najmłodszych słuchaczy.

### Program miejski MC RADIO

W programie miejskim MC Radio realizowane były uzgodnione plany – udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 99% rocznej emisji. Program, poza kategoriami audycji wymienionymi w rozporządzeniu KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku (tj. informacją, publicystyką i kulturą), zawierał także rozrywkę, sport i elementy edukacji. Audycje słowne zajęły zaledwie 13%, a muzyka aż 87% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową. W słownej części programu najwięcej czasu poświęcono na omawianie bieżących problemów i wydarzeń w mieście (społecznych, gospodarczych, kulturalnych). Nadawano także serwisy i transmisje wydarzeń sportowych (głównie związanych z poznańskim klubem Kolejorz).



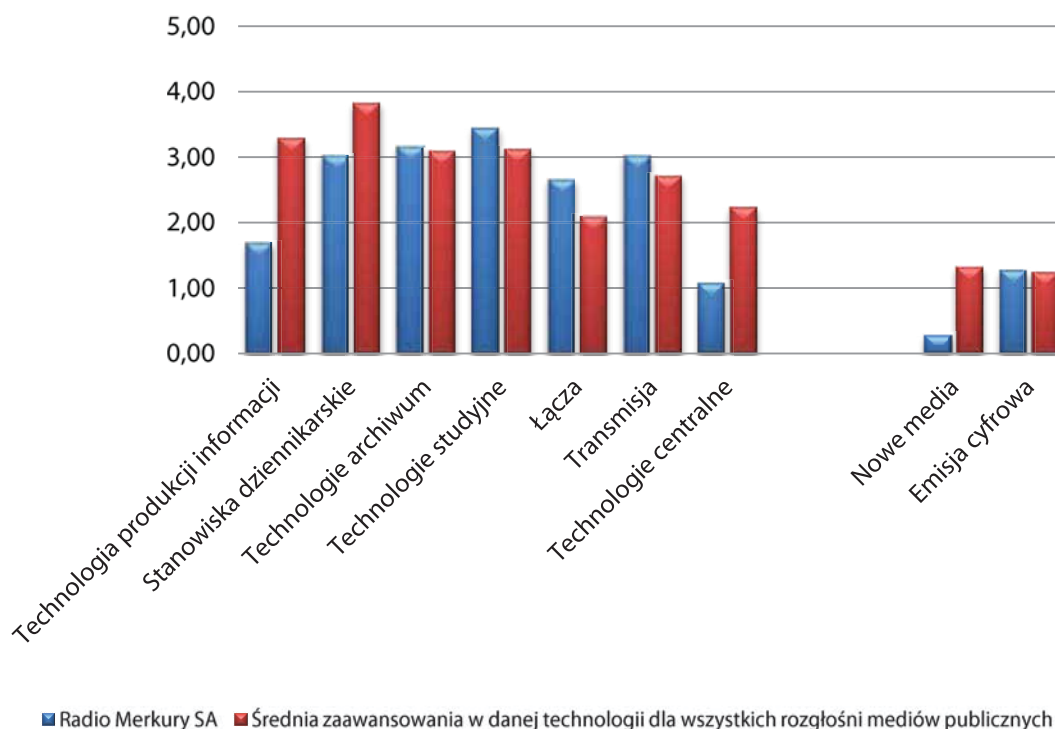
Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim MC Radio.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Przy ogólnym, zrównoważonym poziomie technologii w Spółce, zdecydowanie zbyt niski jest poziom wyposażenia newsroom-u oraz stopień zaawansowania

technologii centralnych. Może to powodować ograniczenia w tworzeniu aktualnego programu. Ponadto Spółka w niewystarczającym stopniu jest przygotowana do produkcji treści do tzw. nowych mediów.

### Radio Merkury SA - technologie



Wykres: Stan technologiczny Radia Merkury SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Merkury otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.240 tys. zł. Spółka na zadania misyjne wykorzystała wszystkie otrzymane środki abonamentowe.

**Spółka koszty misji pokryła w 91% z abonamentu oraz w 9% z dochodów własnych.**

Koszty działalności misyjnej		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 036	81,1%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 936	15,6%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego w Poznaniu	405	3,3%
<b>RAZEM</b>	<b>12 377</b>	<b>100,0%</b>

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 923</b>	<b>9 240</b>	<b>9 240</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 997	x	7 325
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 926	x	1 915

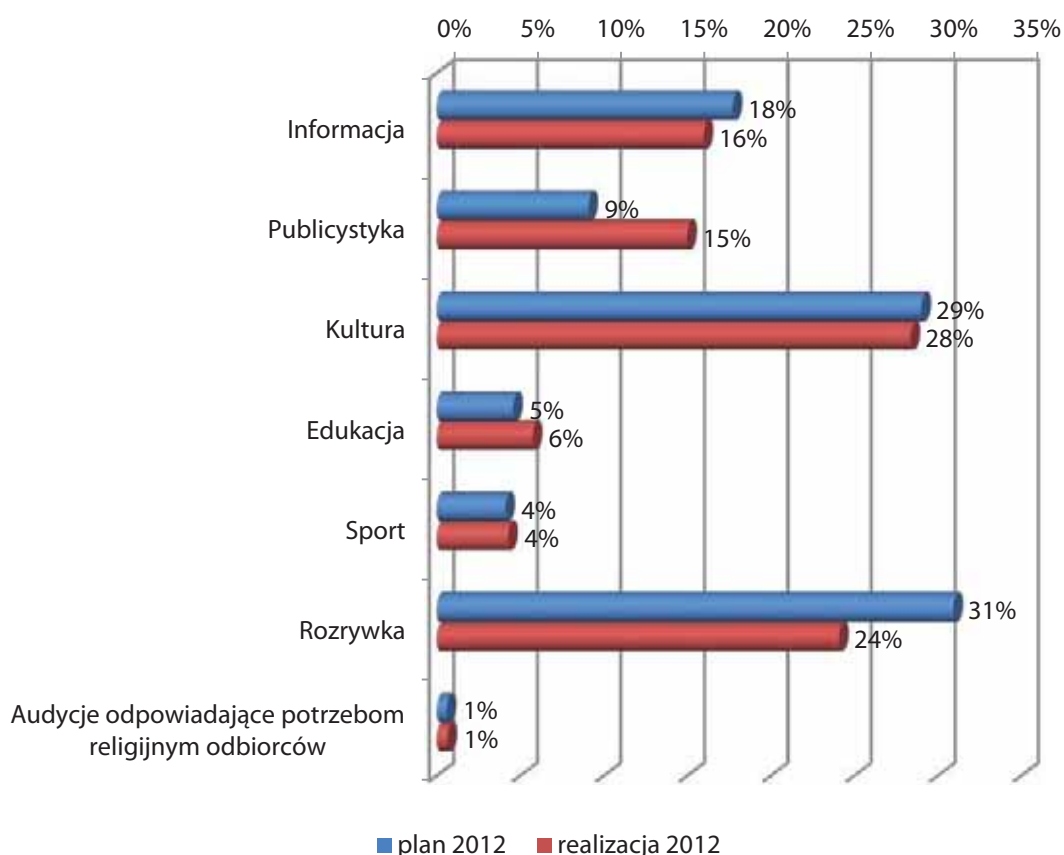
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Merkury SA.

## RADIO RZESZÓW SA

### Realizacja planów programowych

W programie realizowano uzgodnione plany w zakresie kategorii nadawanych audycji, a także ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami (stanowił 94% rocznego programu). Ponad 42% programu dotyczyło spraw związanych z regionem, obecnych w różnorodnych rodzajach audycji. Obok informacji i omówień problemów dotyczących regionu, program oferował treści edukacyjne (m.in. reportaże

dotyczące historii regionu, audycje skierowane do dzieci), związane z kulturą (nadawane cyklicznie słuchowiska, reportaże artystyczne, utwory prozy literackiej i poezji, w tym również adresowane do dzieci). Spółka wypełnia szczególne zadania misyjne wobec mniejszości narodowych i etnicznych. Dla nich nadaje audycje w języku ukraińskim. Audycje słowne zajęły 42%, a muzyka 53% programu – były to głównie utwory współczesnej muzyki rozrywkowej.

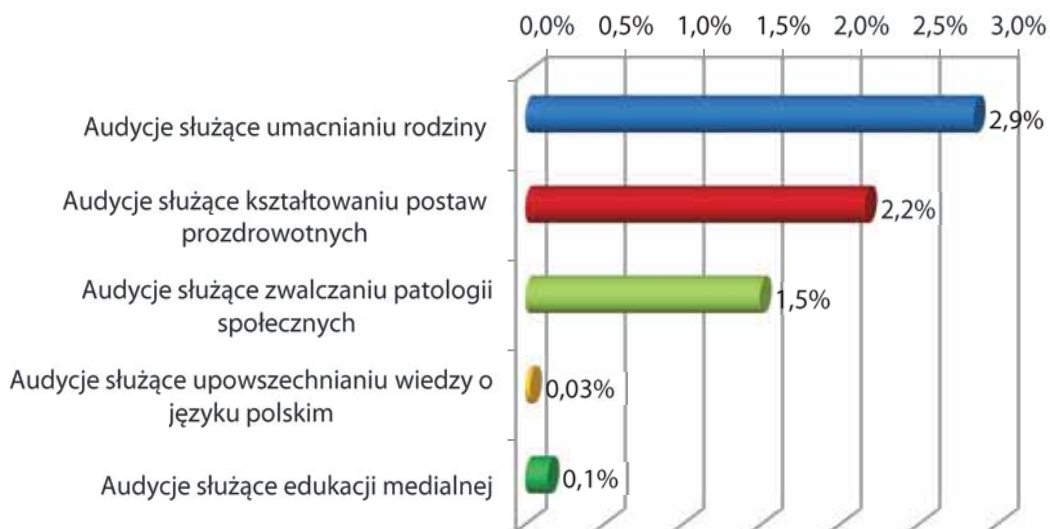


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Rzeszów SA.

**Udział audycji realizujących wybrane  
powinności określone w ustawie  
o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

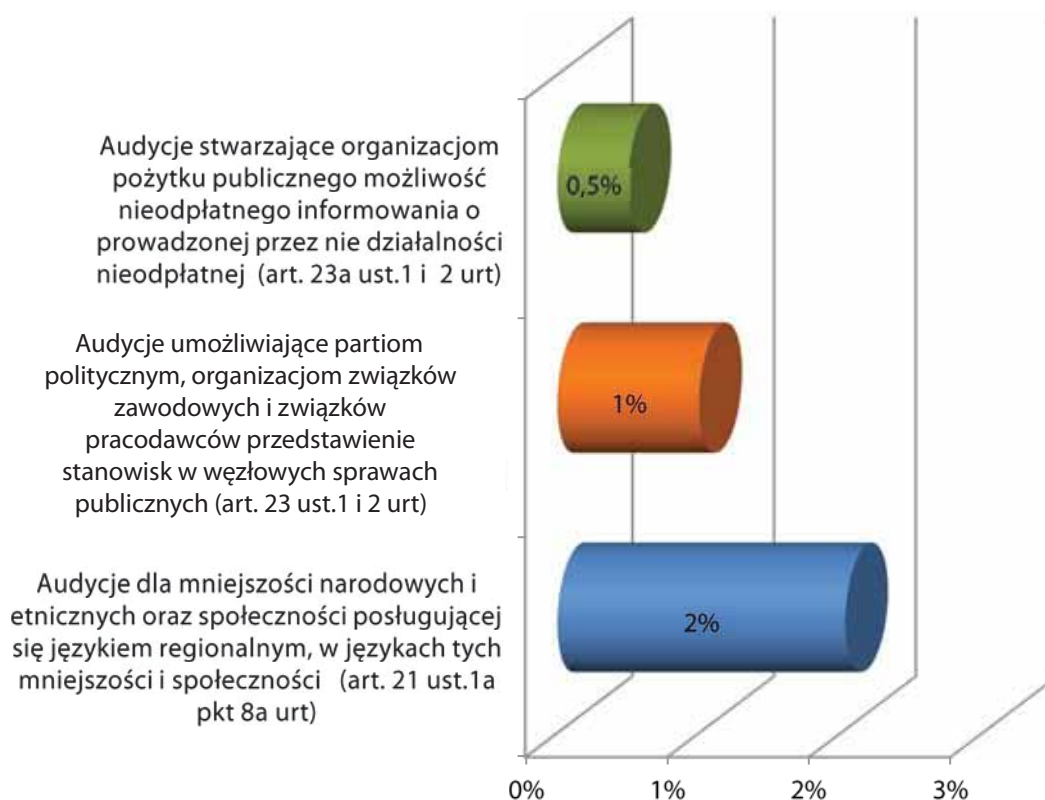
W programie – w stosunku do 2011 roku – nie było wyraźnych zmian udziału audycji realizujących powinności ustawowe, tj. służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Radio Rzeszów ma jeden z najwyższych czasów przeznaczonych na audycje dla mniejszości naro-

dowych i etnicznych wśród rozgłośni regionalnych. W porównaniu do roku 2011 (148 godz.), czas tych audycji na antenie w roku 2012 wzrósł do 178 godzin. Spółka nadała więcej audycji tej kategorii niż planowała (151 godzin). Realizowano także Rozporządzenie KRRiT w zakresie czasu przeznaczanego na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (88 godz., tj. 1%). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 47 godz. audycji.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Rzeszów SA.

## Radio Rzeszów



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Rzeszów SA.

### Monitoring programu

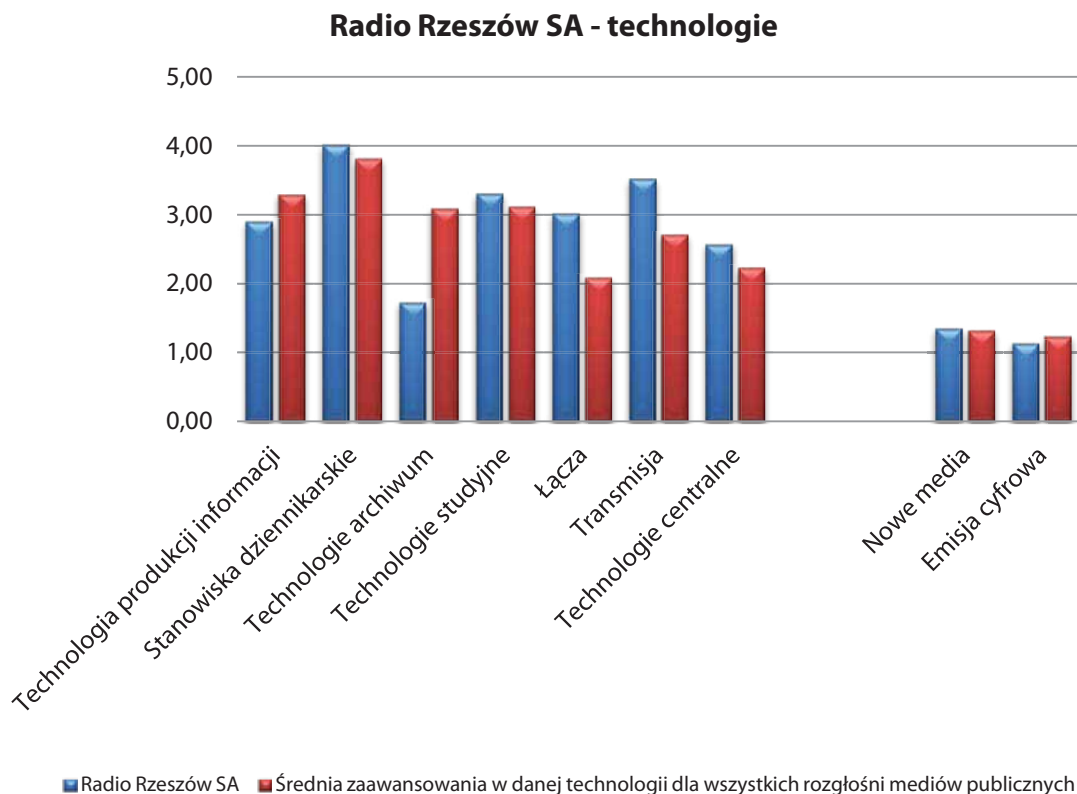
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Rzeszów (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Rzeszów – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Walorem programu był fakt, że prezentowane treści regionalne nie ograniczają

się jedynie do Rzeszowa, ale dotyczą także innych miejscowości w regionie. Oferta była bardzo różnorodna zarówno od strony tematycznej, jak i formalnej. Treści związane z historią regionu, kulturą, problematyką społeczną obecne są w różnych rodzajach audycji: informacyjnych, publicystycznych, edukacyjnych, sportowych, rozrywkowych. Muzyka prezentowana w programie to utwory popularnej muzyki rozrywkowej jak również audycje prezentujące muzykę ludową, klasyczną, blues i jazz. Niedostatkami programu była niewielka ilość audycji poświęconych nowym technologiom. Chociaż w monitorowanym okresie pojawiło się kilka tematów związanych z nowymi technologiami, niestety żadna audycja nie była im poświęcona w całości.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Z wyjątkiem technologii dotyczących archiwów, Spółka posiada dobre zaplecze technologiczne. W kolejnych

latach nadawca powinien inwestować w rozwój czterech istotnych sfer – digitalizacja archiwów, Internet, produkcja i emisja cyfrowa programu.



Wykres: Stan technologiczny Radia Rzeszów SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Rzeszów otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki

abonamentowe w kwocie 8.664 tys. zł.

Spółka wykorzystwała wszystkie otrzymane środki abonamentowe.

**Koszty misji w Radio Rzeszów zostały sfinansowane ze środków abonamentowych (w 99%) oraz z pozostałych środków publicznych (1%).**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 092	83,6%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 518	15,7%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	66	0,7%
<b>RAZEM</b>	<b>9 676</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 346</b>	<b>8 664</b>	<b>8 664</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 958	x	6 741
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 317	x	1 857
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	71	x	66

Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Rzeszów SA.

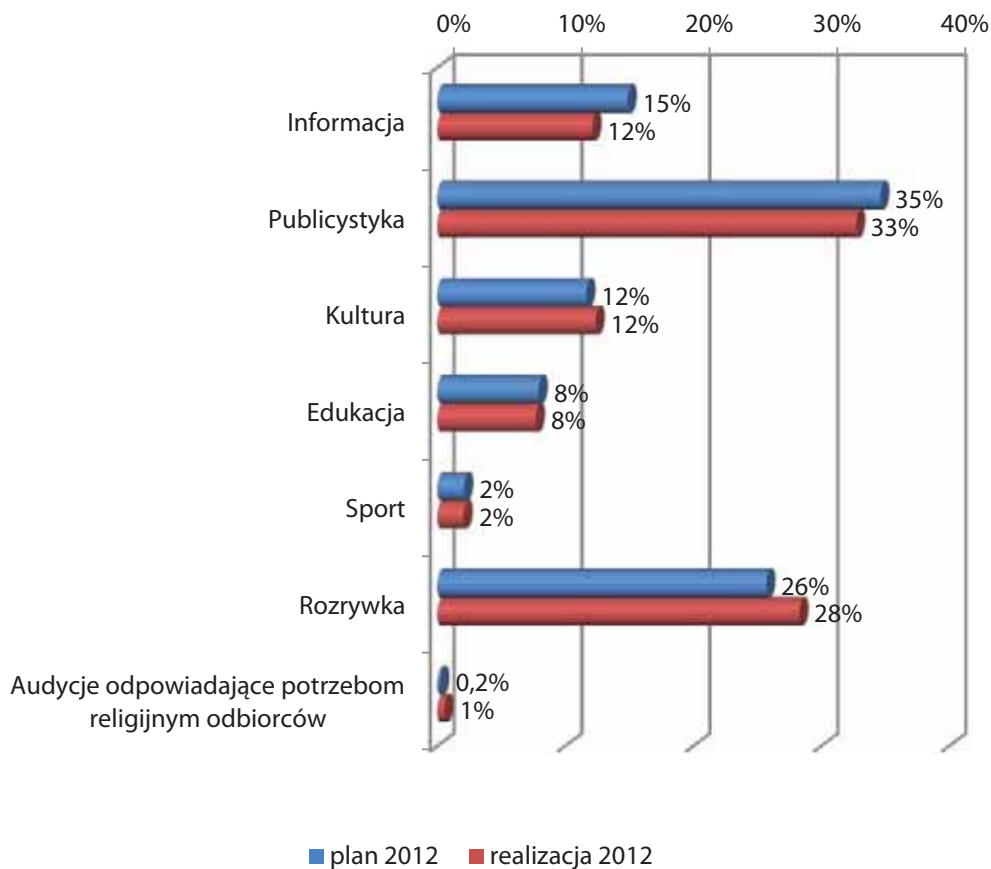


## RADIO SZCZECIN SA

### Realizacja planów programowych

Radio Szczecin realizowało uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 96% rocznej emisji. Program był różnorodny gatunkowo. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom i debacie o problemach regionu, nadawano także audycje dotyczące kultury, w tym informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury i sztuki oraz magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kul-

turze, słuchowiska radiowe oraz prozę i poezję czytaną na antenie. W ramach oferty edukacyjnej nadawano m.in. audycje popularnonaukowe dotyczące różnych dziedzin nauki i techniki, w tym omawiające nowe technologie oraz audycje poświęcone edukacji obywatelskiej. Spółka wypełnia zadania misyjne wobec mniejszości narodowych skupionych na terenie regionu, nadając audycje prezentujące bieżące tematy istotne dla mniejszości ukraińskiej w Polsce, w tym serwis informacyjny w jęz. ukraińskim. Audycje słowne zajęły ok. 49%, a muzyka ok. 47% programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

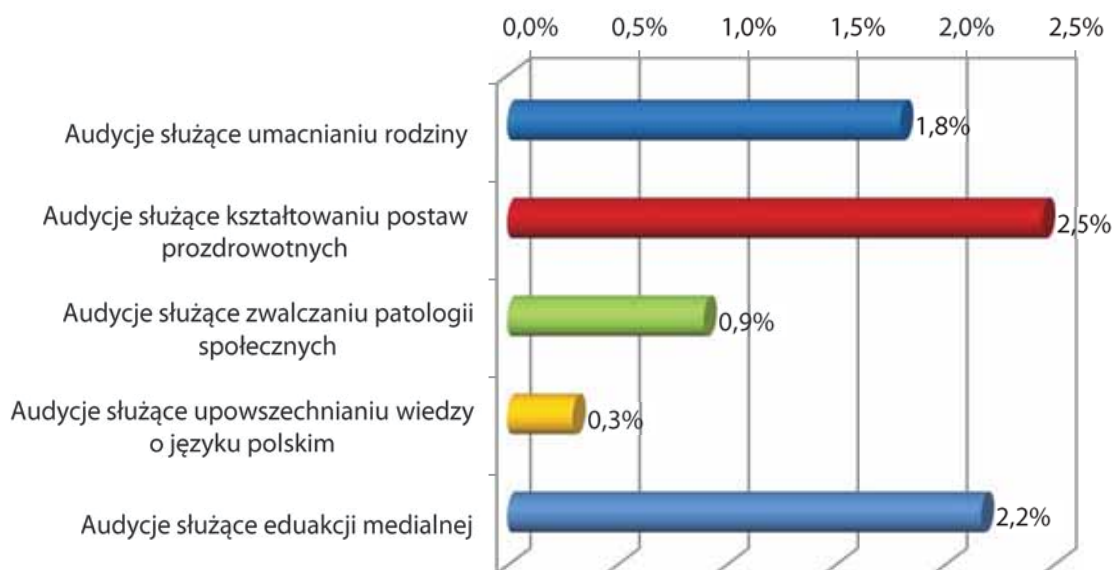


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Szczecin SA.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

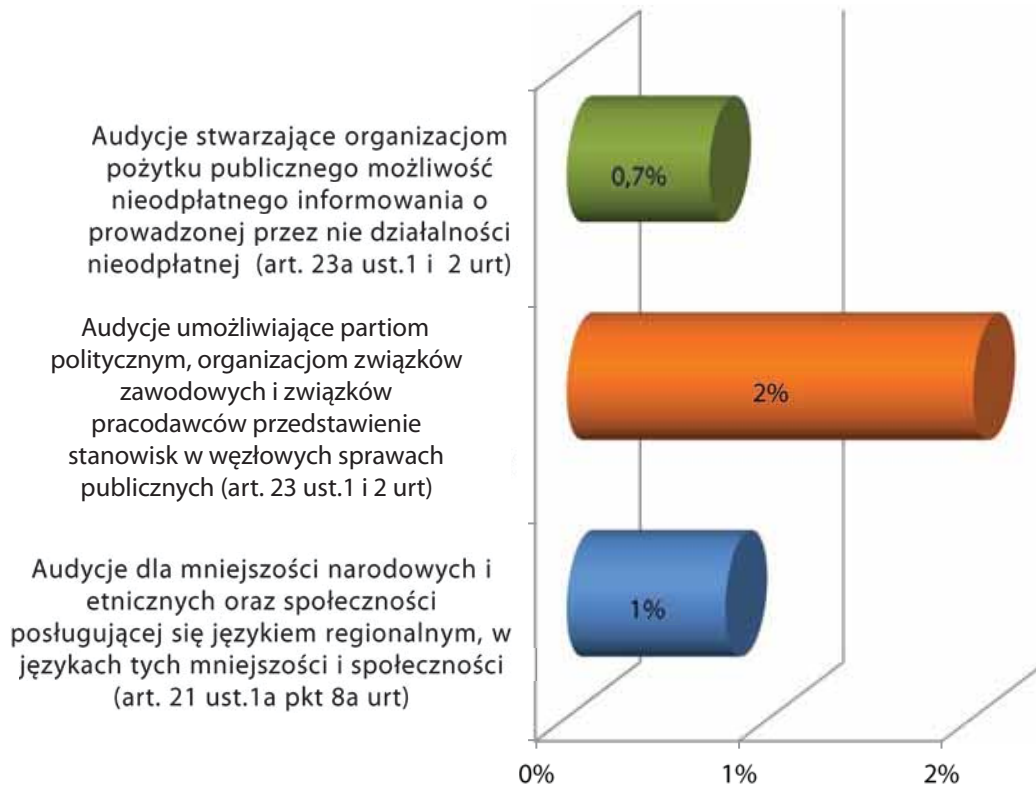
W stosunku do 2011 roku, minimalnie wyższy (w granicach 1 pkt. proc.) był udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Radio Szczecin w 2012 roku wyraźnie zwiększyło ilość rocznego czasu audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych w porównaniu do roku 2011. W ubiegłym roku Rozgłośnia nadała 68,5 godz.

tych audycji, a w roku 2011 nadano tylko 14 godzin. W tym zakresie Radio Szczecin znacząco przekroczyło planową na 2012 r. liczbę godzin (49 godzin). Szczególnie wysoki wzrost rocznego czasu audycji odnotowano również w kategorii audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – 181 godzin, tj. 2% – jeden z najwyższych udziałów wśród rozgłośni regionalnych. Audycje dla organizacji pożytku publicznego zajęły 61,5 godzin, tj. 0,7% rocznego programu.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Szczecin SA.

### Radio Szczecin



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Szczecin SA.

### Monitoring programu

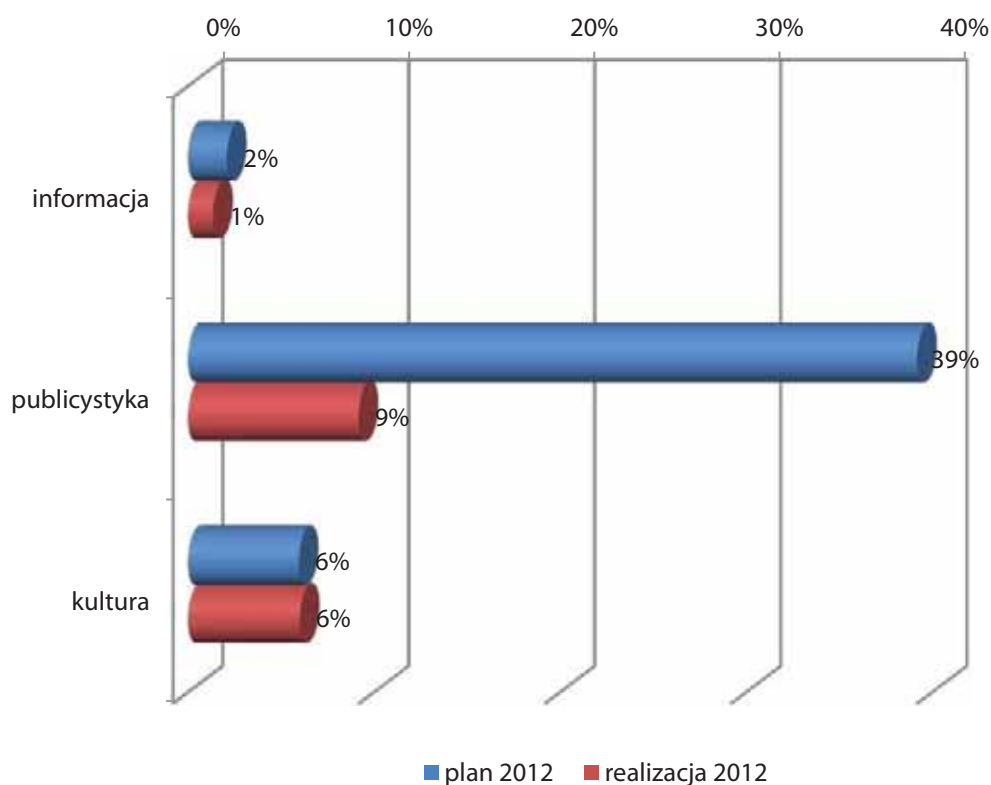
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Szczecin (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Szczecin – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało dosyć wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również treści poświęconych regionowi. Tematyka regionalna obecna była w informacji, publicystyce i audycjach poświęconych kulturze. Dotyczyła wielu ważnych dla odbiorców problemów od wydarzeń

sportowych, kulturalnych, gospodarczych, po sprawy socjalne i związane z bezpieczeństwem mieszkańców regionu. Ponadto walorem programu była obecność w nim wartościowych form radiowych, jak np.: reportaże, słuchowiska, dokumenty, literatura czytana na antenie. W nadawanej muzyce znajdowały się rzadkie gatunki muzyczne. W programie prezentowano regionalnych artystów teatralnych i muzycznych, recenzowano nowości wydawnicze, omawiano spektakle i warsztaty edukacyjne dla dzieci. Nadano także audycje adresowane do dzieci i młodzieży, głównie z zakresu nowych technologii cyfrowych, jak i audycję dla mniejszości ukraińskiej. Niedostatkami programu było to, że treści regionalne odnosiły się głównie do stolicy regionu, nie było zaś na antenie obecności tematów ważnych dla mieszkańców innych miast będących w zasięgu nadawania Radia Szczecin.

### Radio Szczecin FM – program miejski

Zawartość programu Radio Szczecin FM różniła się od zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Radikalnie zmniejszono udział w tym programie audycji z kategorii publicystyka (o 3156 godzin mniej w ciągu roku niż zaplanowano). Program ten, zgodnie z Rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku, powinien

zawierać audycje o tematyce miejskiej w następujących kategoriach: informacja, publicystyka i kultura. Poza nimi nadawano także audycje o rozrywkowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 99% rocznej emisji. Audycje słowne zajęły ok. 7%, a muzyka ok. 91% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

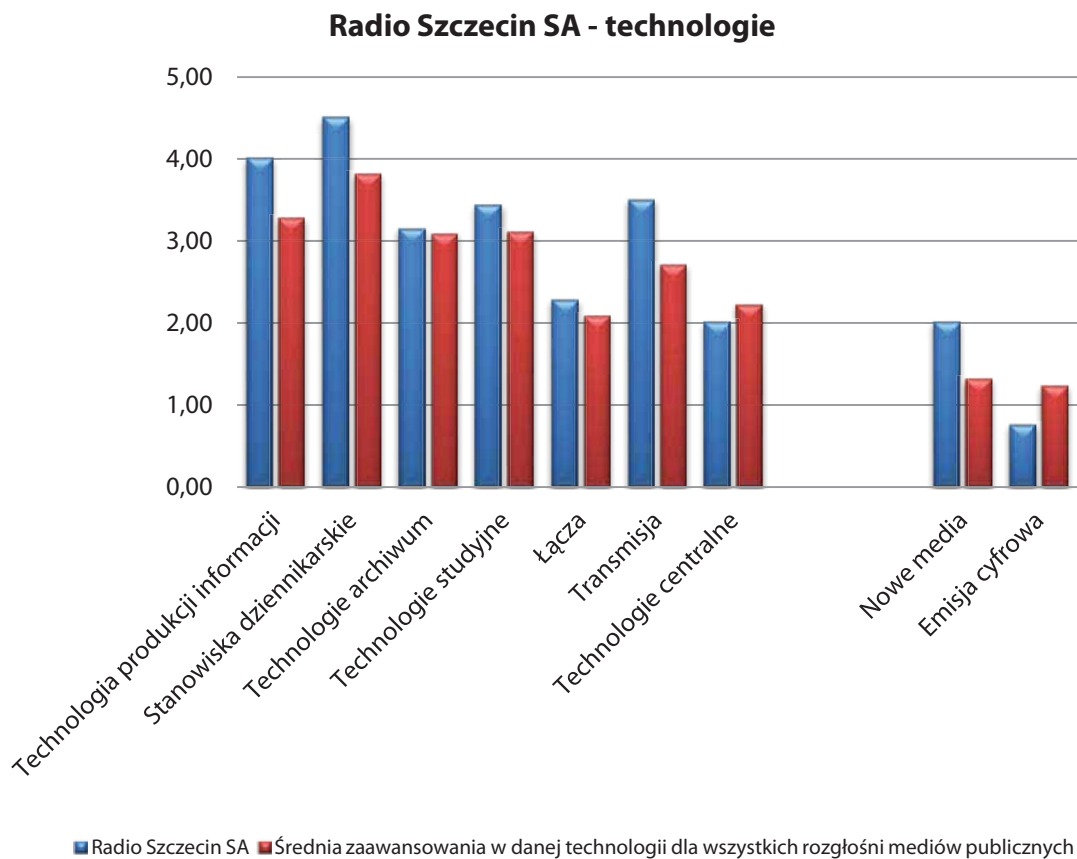


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio Szczecin FM.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Obecny poziom technologii w podstawowych obszarach umożliwiających nadawanie bieżącego programu jest wyższy niż średnia zaawansowania technologicznego spółek radiofonii publicznej.

Gwarantuje to bezawaryjne nadawanie programu. Spółka w dużym stopniu jest już przygotowana do przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe – wzbogacone o ofertę multimedialną.



Wykres: Stan technologiczny Radia Szczecin SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

Radio Szczecin sfinansowało w 2012 roku ze środków abonamentowych wydatki w wysokości 8.420 tys.

zł. Na koniec 2012 roku pozostały do wykorzystania w 2013 r. środki abonamentowe na zadania programowe w programie regionalnym w kwocie 601 tys. zł.

**Koszty misji Spółka pokryła w 96% z abonamentu, w 1% z pozostałych przychodów publicznych oraz w 3% z dochodów własnych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 015	84,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 032	10,9%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	32	0,3%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego w Szczecinie	216	2,3%
5. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	169	1,8%
<b>RAZEM</b>	<b>9 464</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 483</b>	<b>8 808</b>	<b>8 420</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 984	x	6 643
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 152	x	1 257
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	24	x	24
4. Inne usługi związane z realizacją misji – strona internetowa	140	x	140
5. Inwestycje zakup konsolet emisyjnych	183	x	183
6. Modernizacja studiów emisyjnych oraz inne zadania inwestycyjne	x	x	173

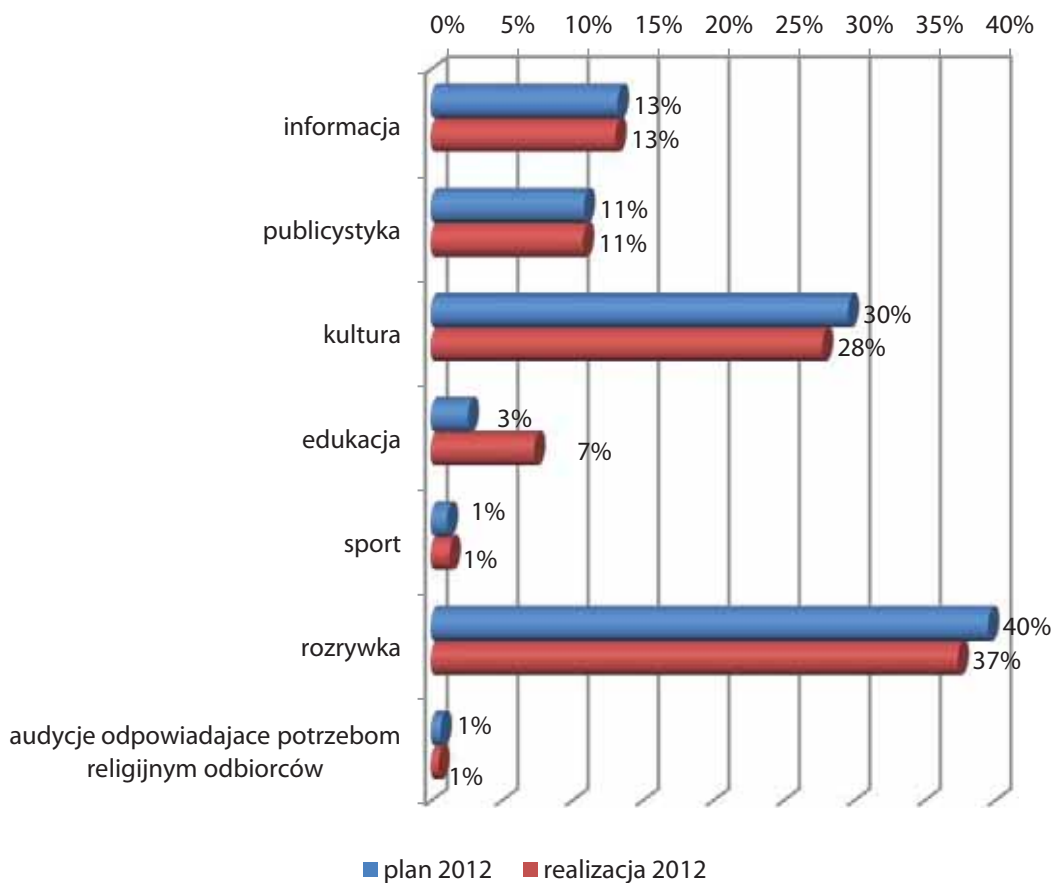
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Szczecin SA.

## RADIO DLA CIEBIE SA (WARSZAWA)

### Realizacja planów programowych

Realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 98% programu rocznego. Program był zróżnicowany pod względem gatunkowym. Obok audycji poświęconych informacjom i debacie o problemach regionu, nadawano także

audycje o tematyce kulturalnej, w tym prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o kulturze i sztuce regionu, a także reportaże artystyczne, prezentacje utworów literackich (prozy i poezji współczesnych autorów), wykonań muzyki klasycznej i współczesnej oraz bajki dla dzieci. Oferta zawierała również treści edukacyjne (w tym dla dzieci). Audycje słowne zajęły ok. 35%, a muzyka ok. 63% programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

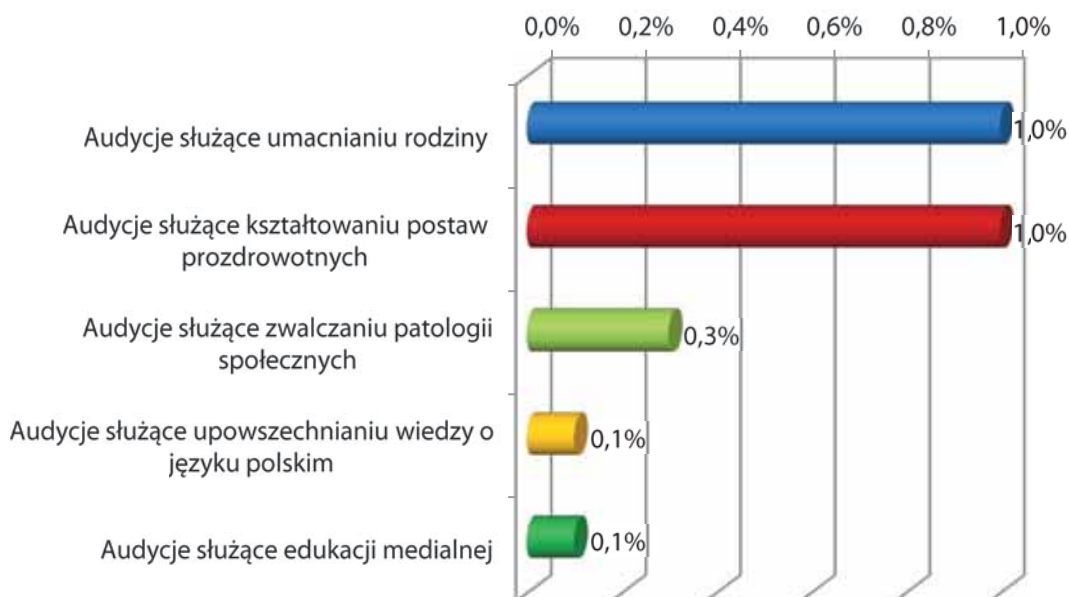


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu dla Ciebie SA.

### Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku

W 2012 r. na niezmiennym poziomie – w stosunku do 2011 r. – utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtujących postawy prozdrowotne, służących zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. RDC nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych.

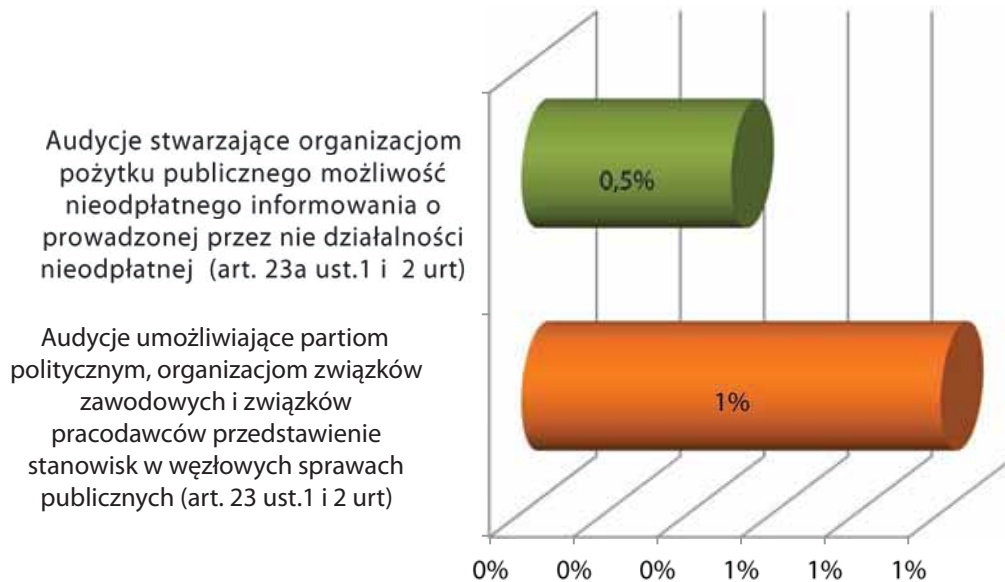
W ubiegłym roku, podobnie jak w roku 2011, RDC utrzymało czas przeznaczony na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (82 godziny, tj. 1% rocznego programu.). Na audycje, stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności RDC przeznaczyło (51,5 godziny tj. 0,5% rocznego programu).



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu dla Ciebie SA.



## Radio dla Ciebie



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu dla Ciebie SA.

### Monitoring programu

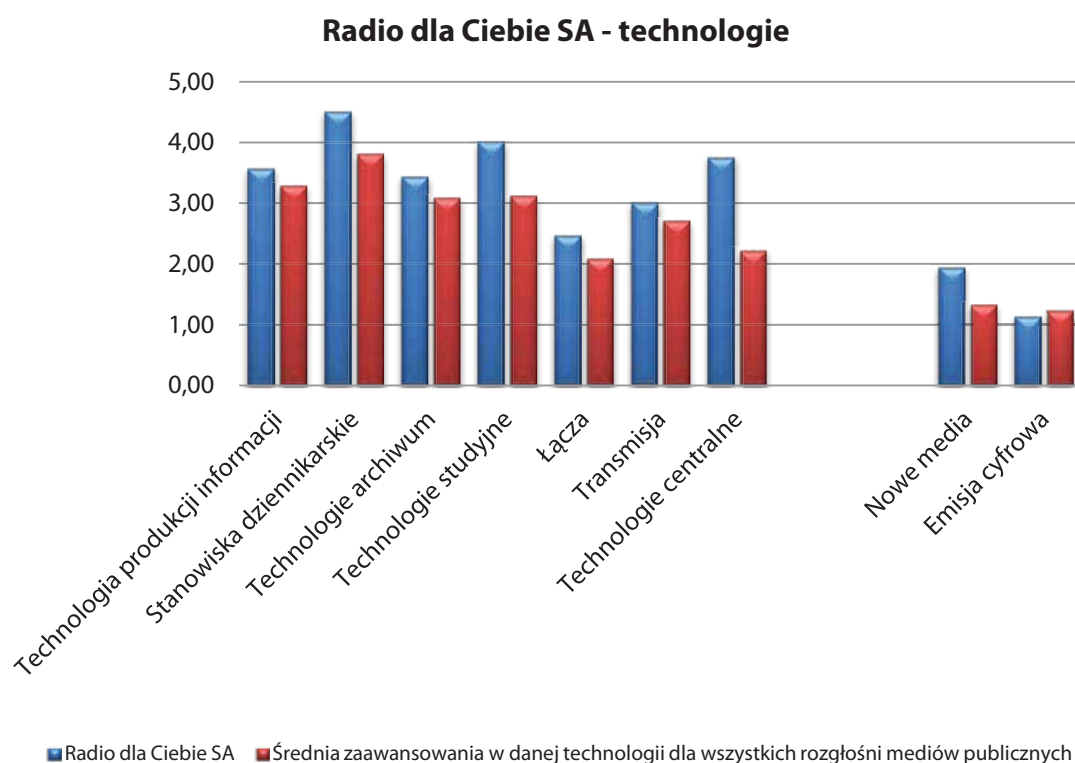
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radia dla Ciebie (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio dla Ciebie – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmuje dosyć odległą pozycję pod względem udziału w programie audycji słownych. Jeszcze niższą pozycję zajmuje w przypadku obecności treści regionalnych. Najwięcej czasu antenowego poświęcono Warszawie, kosztem innych miast będących w zasięgu nadawania programu. Najwięcej

treści regionalnych znajdowało się w audycjach publicystycznych. W audycjach informacyjnych natomiast dominowały treści ponadregionalne, ogólnokrajowe, podobnie jak w audycjach edukacyjnych, rozrywkowych czy sportowych. Najbardziej pełna, w kontekście zawartości treści regionalnych, była oferta poświęcona wydarzeniom kulturalnym, ale ograniczała się jedynie do informacji o bieżących wydarzeniach w kulturze i sztuce regionu (oferty regionalnych muzeów i teatrów oraz nowości książkowych). Zabrakło natomiast audycji prezentujących i omawiających dzieła kultury i sztuki. W programie nie nadawano audycji edukacyjnych skierowanych do dzieci i młodzieży oraz audycji poświęconych nowym technologiom, w tym zapobiegającym wykluczeniu cyfrowemu.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

We wszystkich kategoriach badanych technologii nadawca osiągnął poziom ponad średnią zaawansowania technologicznego wszystkich

spółek radiofonii publicznej. W zakresie nowych mediów oraz emisji cyfrowej Spółka dysponuje już technologią pozwalającą na tworzenie nowych multimedialnych form programowych.



Wykres: Stan technologiczny Radia dla Ciebie SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio dla Ciebie otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.681 tys. zł. Wydatki misyjne

pokryte z abonamentu wyniosły 8.809 tys. zł. Środki przeznaczone na zakup zintegrowanego komputerowego systemu produkcyjno-emisyjnego (872 tys. zł) Spółka przesunęła na 2013 rok.

**Koszty działalności misji w 80% pokryte zostały z abonamentu, w 8% z innych przychodów publicznych oraz w 12% z dochodów własnych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 570	87,5%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 363	12,5%
<b>RAZEM</b>	<b>10 933</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>8 357</b>	<b>9 681</b>	<b>8 809</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 095	x	7 419
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 390	x	1 390
3. Zintegrowany komputerowy system produkcyjno – emisyjny	872	x	0

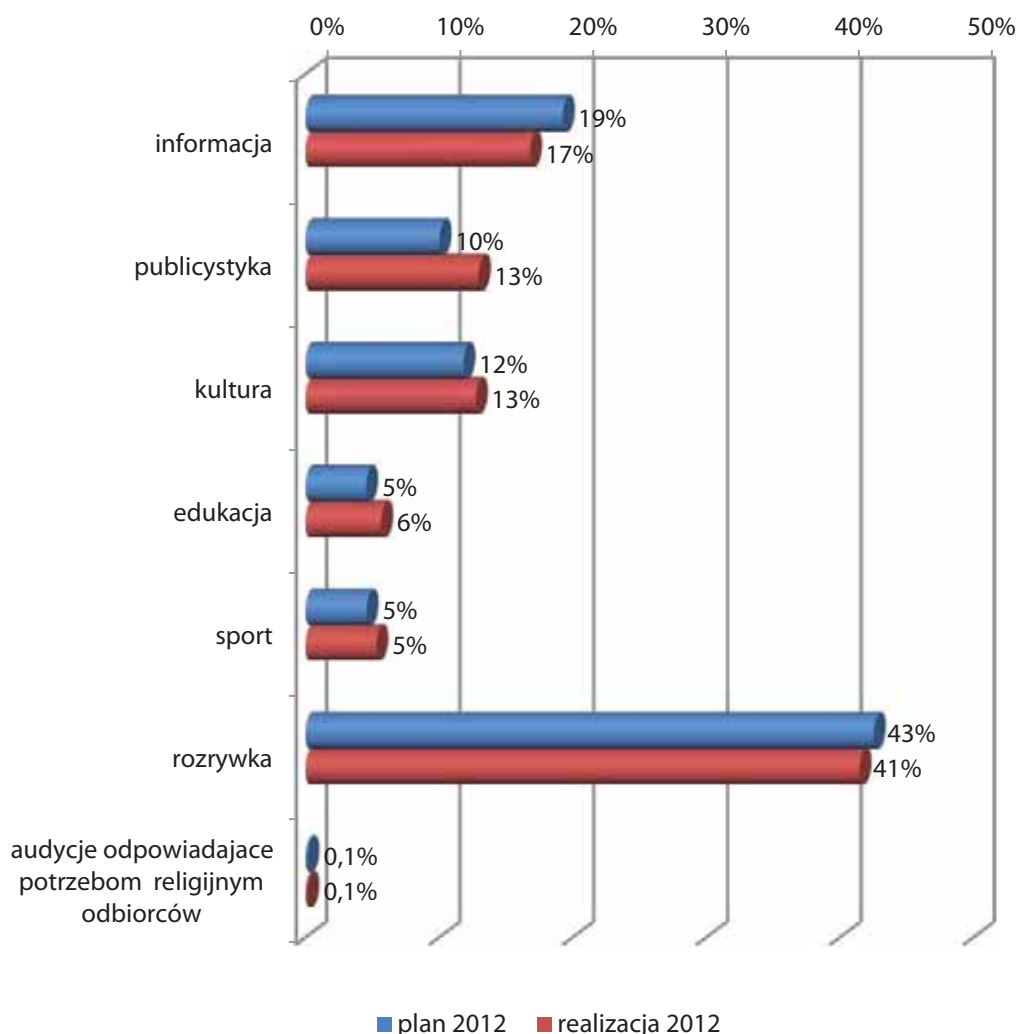
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu dla Ciebie SA.

## RADIO WROCŁAW SA

### Realizacja planów programowych

Radio Wrocław realizowało uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 95% rocznej emisji. Program był zróżnicowany pod względem gatunkowym. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom i debacie o problemach regionu, nadawano także audycje dotyczące kultury, w tym prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o kulturze i sztuce

regionu, słuchowiska radiowe (w tym dla dzieci), reportaże artystyczne, prezentacje utworów literackich (powieść radiowa) oraz wykonań muzyki klasycznej. W ramach oferty edukacyjnej nadawano m.in. audycje upowszechniające wiedzę o języku polskim i poświęcone edukacji obywatelskiej (w tym dla dzieci). Spółka wypełnia zadania misyjne wobec mniejszości narodowych skupionych na terenie Dolnego Śląska. Nadaje dla nich audycję informacyjno-publicystyczną w języku ukraińskim i niemieckim. Audycje słowne zajęły ok. 34%, a muzyka ok. 61% programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

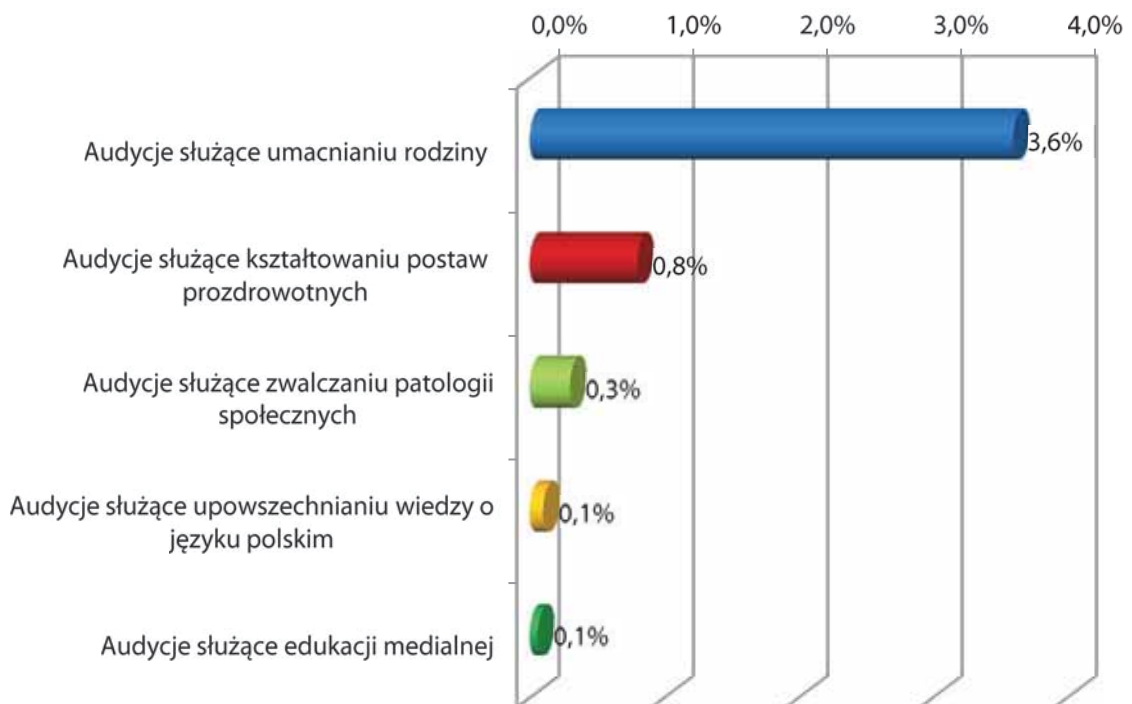


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Wrocław SA.

**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

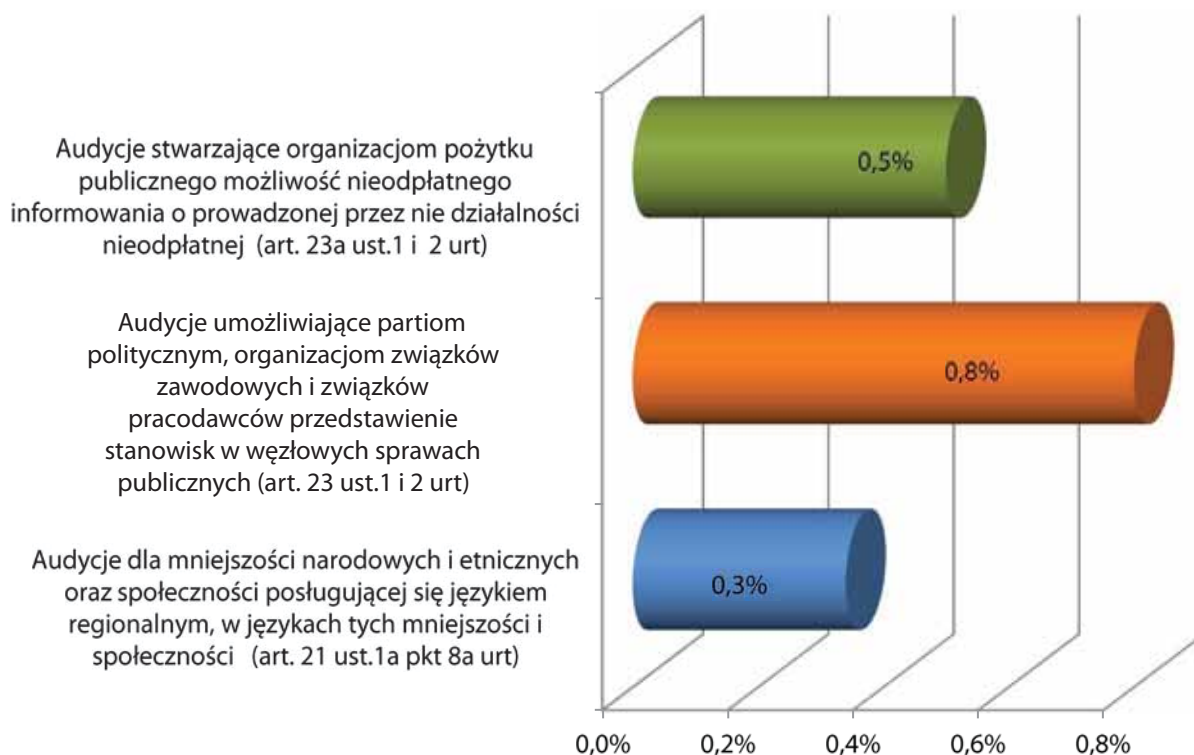
W programie Radia Wrocław – w porównaniu z 2011 rokiem – niemal nie zmieniono udziału audycji realizujących powinności związane z: kształtowaniem postaw prozdrowotnych, ze zwalczaniem patologii społecznych oraz z upowszechnianiem wiedzy o języku polskim. Zwiększono natomiast (o ponad 1 pkt. proc.) udział audycji służących umacnianiu rodziny. Radio Wrocław w 2012 roku istotnie zwiększyło – w porównaniu do roku 2011 – roczny czas audycji dla

mniejszości narodowych i etnicznych. W ubiegłym roku Rozgłośnia nadała 30 godz. tych audycji, a w roku 2011 nadano tylko 5 godzin. Spółka nie tylko zrealizowała plan (zaplanowała 10 godz. rocznie) w tym zakresie, ale w znacznie większym stopniu uwzględniła w programie potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych. W kategorii audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych Radio Wrocław nadało 66,5 godz. Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono prawie 43 godz. programu.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Wrocław SA.

## Radio Wrocław



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Wrocław SA.

### Monitoring programu

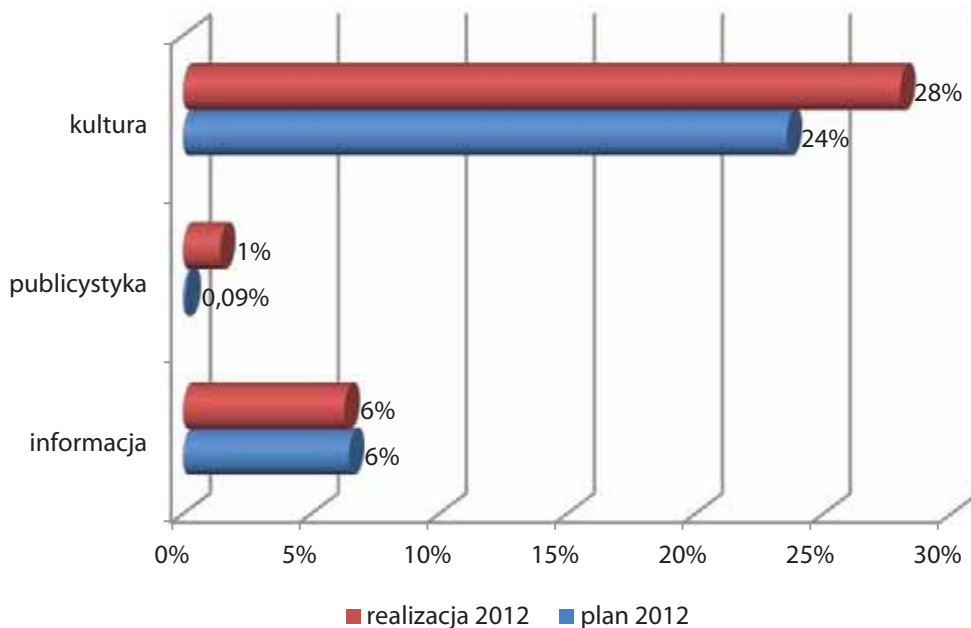
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Wrocław (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Wrocław – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało dosyć wysoką pozycję pod względem udziału w programie audycji słownych oraz średnią – w stosunku do innych rozgłośni – pod względem treści poświęconych regionowi. Zdecydowana ich większość prezentowana była w informacji i publicystyce. Silnie

eksponowano treści regionalne w audycjach sportowych i poświęconych kulturze. Pozytywne było to, że Wrocław, jako stolica regionu, nie był przesadnie eksponowany kosztem pozostałych dużych miast będących w zasięgu nadawania. Niedostatkim programu był niski udział audycji służących popularyzowaniu kultury i tradycji regionu, wartościowych form radiowych (nadawano je sporadycznie, np. słuchowiska). Z kolei „kultura wysoka” obecna była w programie głównie w formie informacji o wydarzeniach i imprezach kulturalnych w regionie natomiast niewiele miejsca poświęcono prezentacji jej dzieł. Nie nadano także audycji adresowanych do dzieci i młodzieży ani audycji zapobiegających wykluczeniu cyfrowemu.

### Radio RAM – program miejski

W programie miejskim Radio RAM realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Program ten obok, wymaganych rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku, kategorii audycji (informacja, publicystyka, kultura) miał ofertę bogatszą o audycje edukacyjne, rozrywkowe i sportowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił

94% rocznej emisji. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom i problemom miasta, nadawano także audycje dotyczące wydarzeń kulturalnych, w tym popularyzujące artystów i zespoły artystyczne działające w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania. W ramach oferty edukacyjnej nadawano audycję poświęconą zdrowiu i ekologii. Audycje słowne zajęły ok. 35%, a muzyka ok. 59% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

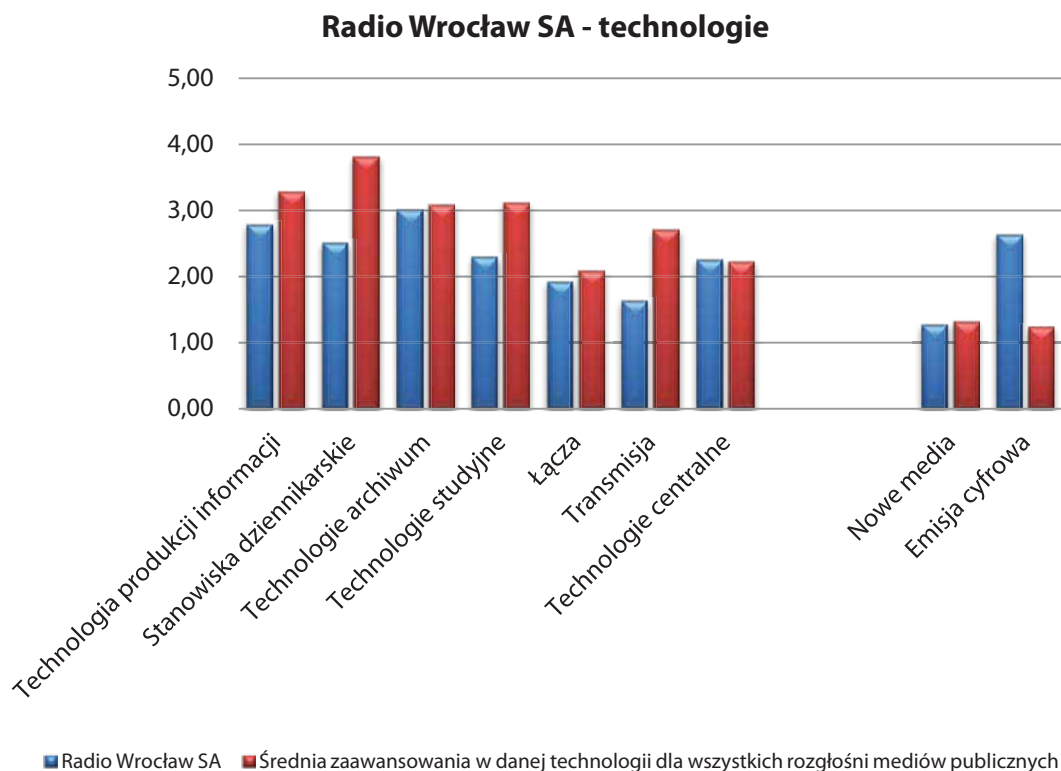


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio RAM.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Rozgłośnia wyróżnia się na tle innych, bowiem reprezentuje poziom technologiczny, który pozwala na emisję cyfrową. W pozostałych technologiach niezbędnych dla bieżącej produkcji programów, jest gorzej.

Nadawca by zminimalizować ryzyko awaryjności nadawanego programu powinien dokonać niezbędnych modernizacji. Powinien również dokonać takich inwestycji technologicznych, które umożliwią produkcję treści multimedialnych oraz wymianę programową.



Wykres: Stan technologiczny Radia Wrocław SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Wrocław otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.243 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abonamentu wyniosły 8.660 tys. zł.

Na koniec 2012 r. pozostały środki na zintegrowany system produkcyjno-emisyjny (583 tys. zł). Zgodnie z art. 8 ust. 4 ustawy o opłatach abonamentowych, środki te przechodzą do wykorzystania zgodnie z przeznaczeniem w 2013 r.

**Koszty misji Spółka pokryła w 66% z abonamentu, w 2% z innych przychodów publicznych oraz w 32% z dochodów własnych.**



<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 499	72,1%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 348	10,2%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	8	0,1%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Wrocław	1 505	11,4%
5. Inne zadania realizujące misję publiczną	817	6,2%
<b>RAZEM</b>	<b>13 177</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 927</b>	<b>9 243</b>	<b>8 660</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	5 994	x	7 310
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	1 348	x	1 348
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	2	x	2
4. Zintegrowany system produkcji i emisji radiowej	583	x	0

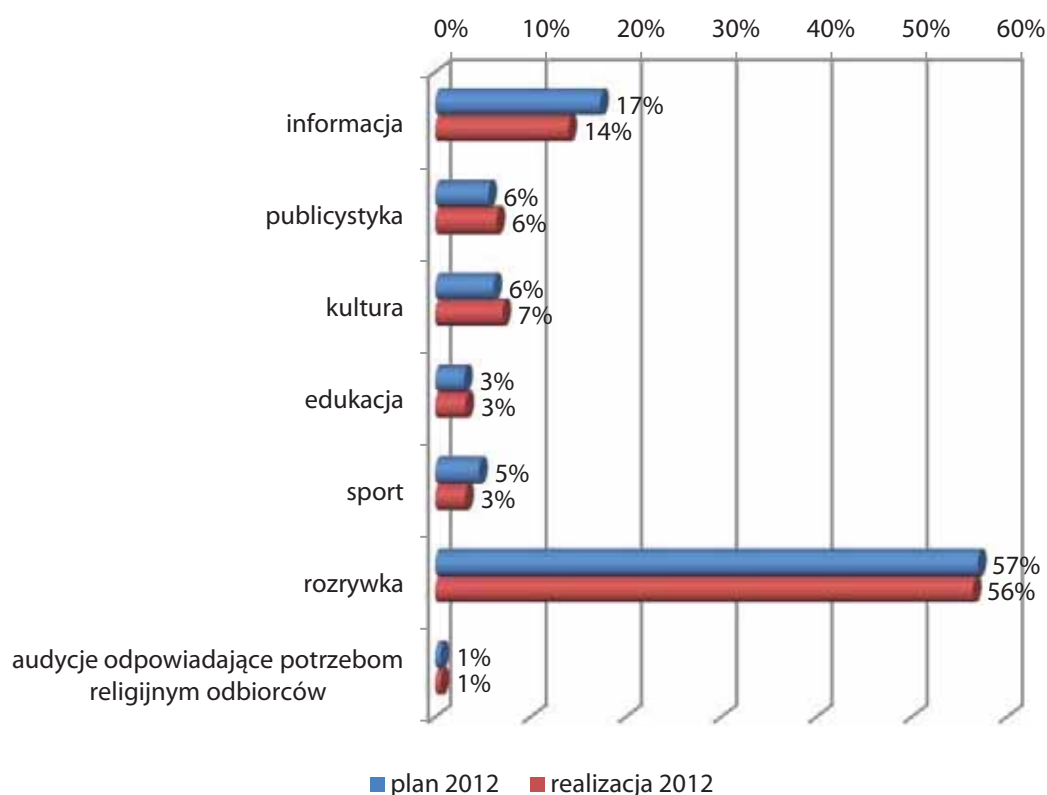
Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Wrocław SA.

## RADIO ZACHÓD SA (ZIELONA GÓRA)

### Realizacja planów programowych

Spółka zmodyfikowała plan programowy zmieniając wymiar czasowy niektórych rodzajów audycji. Największe odstępstwa dotyczą sportu (o jedną trzecią mniej niż planowano) i informacji (o jedną piątą). Jednocześnie zwiększono udział w programie audycji edukacyjnych (historia regionu) oraz poświęconych kulturze. Wyższy był wymiar czasowy reportaży (społecznych, poświęconych kulturze

i sztuce regionu). Czas ich emisji wzrósł z planowanych 130 godzin do prawie 220. Stosunkowo dużo czasu nadawca przeznaczał także na prezentację muzyki ludowej regionu (131 godzin). Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 94% programu rocznego. Audycje o tematyce regionalnej stanowiły ok. 26% rocznego czasu nadawania. Audycje słowne zajęły w programie ok. 33%, a muzyka ok. 57% (głównie współczesna muzyka rozrywkowa).

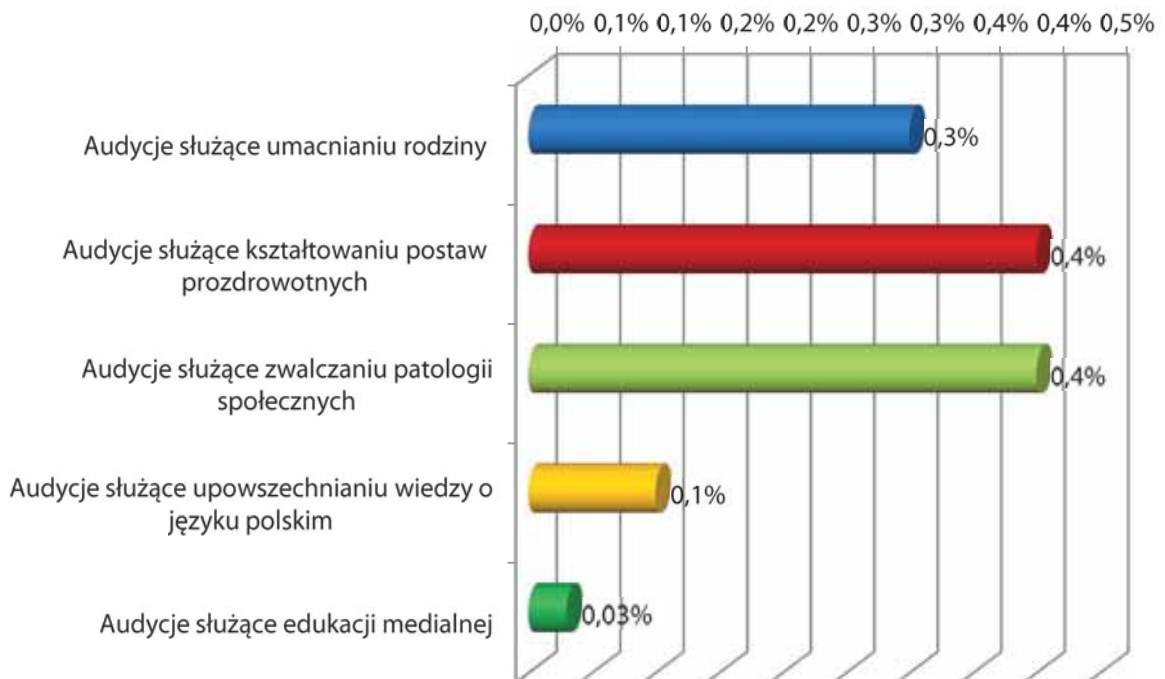


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w Radiu Zachód SA.

**Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2012 roku**

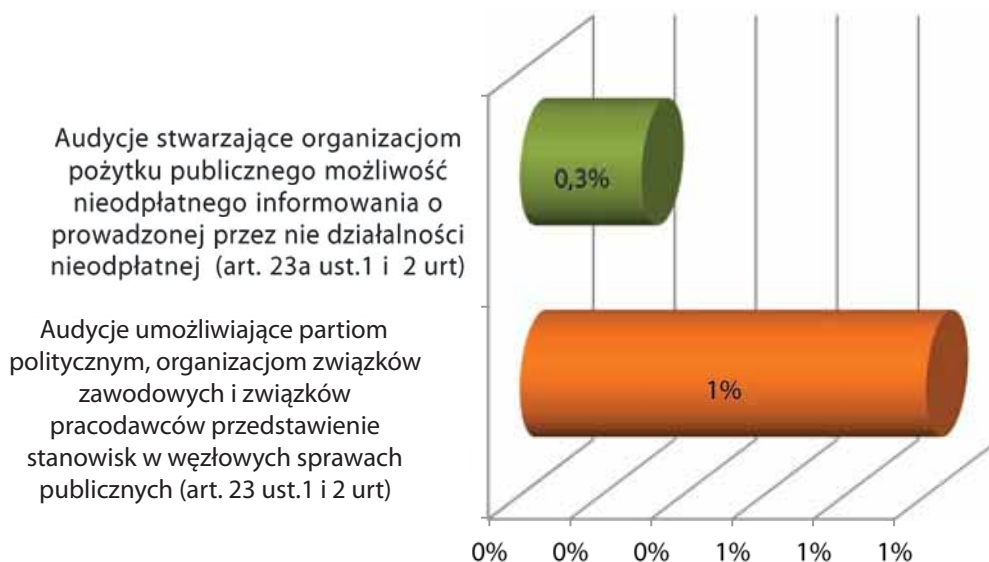
W programie – w porównaniu z 2011 rokiem – udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim nie różnił się. Radio Zachód nie nadawało audycji dla mniejszości

narodowych i etnicznych. W ubiegłym roku utrzymano czas przeznaczony na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – 86 godz. Na audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności przeznaczono w ciągu roku 26 godzin.



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Zachód SA.

### Radio Zachód



Wykres: Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Zachód SA.

### Monitoring programu

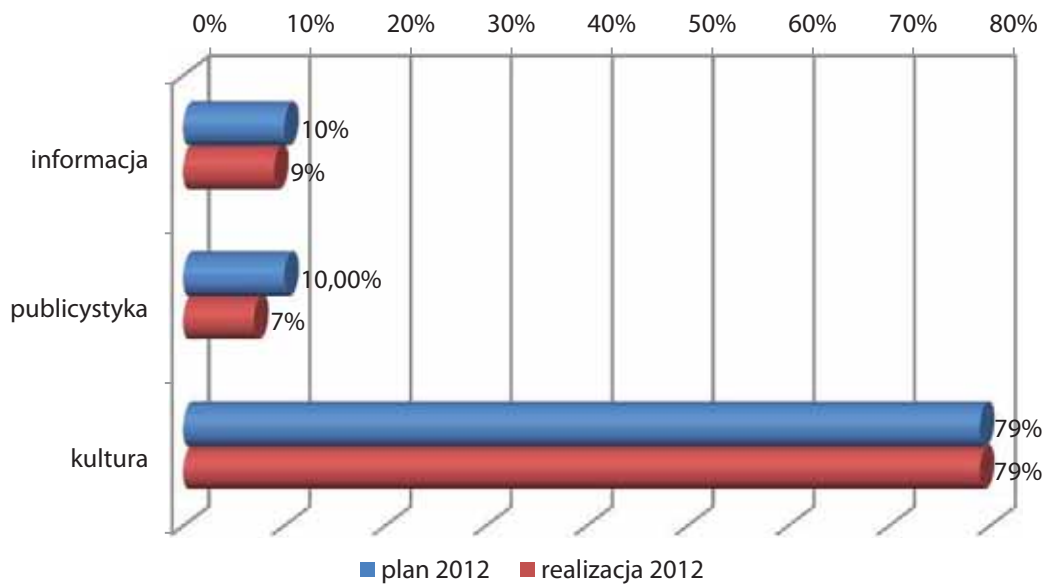
Krajowa Rada przeprowadziła w 2012 roku monitoring programu Radio Zachód (na próbie z okresu 12–18 marca 2012 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane są w tym programie zadania i powinności oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu. Monitoring wykazał, że Radio Zachód – na tle pozostałych programów publicznych rozgłośni regionalnych – zajmowało wysoką pozycję zarówno pod względem udziału w programie audycji słownych, jak również tematyki regionalnej. Była ona obecna w różnych

rodzajach audycji (informacja, publicystyka, kultura, edukacja, sport, rozrywka). Szczególnie bogata w treści regionalne jest warstwa informacyjna programu, zwłaszcza dotycząca kultury i polityki. Pozytywne było to, że tematyka regionalna nie koncentrowała się wyłącznie na największych miastach regionu (Zielonej Górze i Gorzowie Wielkopolskim), a dotyczyła również mniejszych ośrodków. Walorem programu jest duży udział audycji promujących tradycję i kulturę regionu, obecność reportaży artystycznych i dokumentów dotyczących regionu. Niedostatkiem programu był niewielki udział audycji poświęconych nowym technologiom, w tym zapobiegającym wykluczeniu cyfrowemu.

### Radio Zielona Góra – program miejski

W programie realizowano plan zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Program ten, obok obowiązkowych kategorii audycji (informacja, publicystyka i kultura) zawierał także audycje edukacyjne, rozrywkowe i sportowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 96%

rocznej emisji. Nadawano audycje informacyjne i publicystyczne poświęcone bieżącym wydarzeniom i problemom miasta, a także audycję dotyczącą wydarzeń kulturalnych. W ramach edukacji emitowano audycję poświęconą zdrowiu i ekologii. Na ofertę dotyczącą kultury złożyły się głównie audycje muzyczne. Audycje słowne zajęły 19%, a muzyka ok. 77% programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

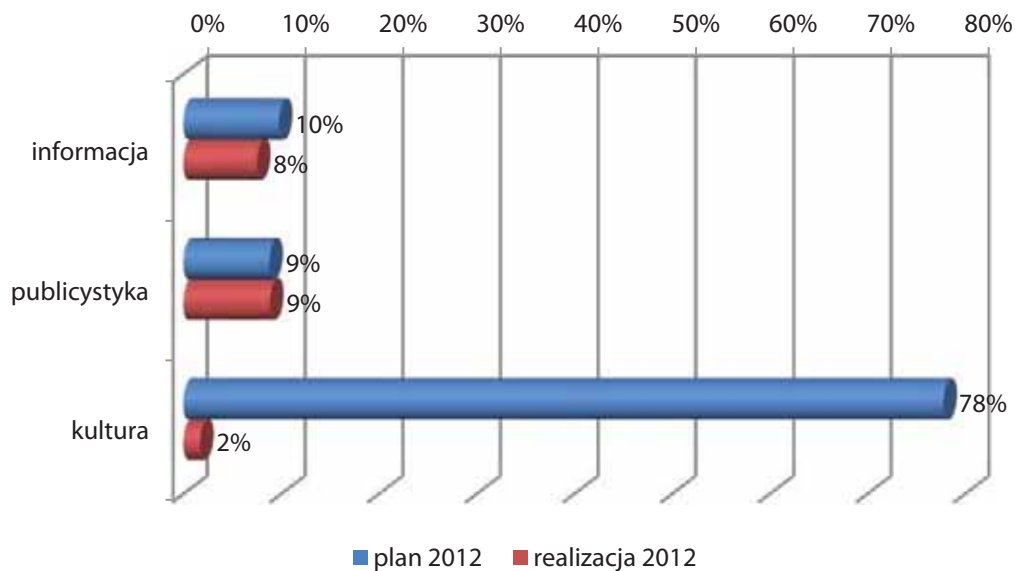


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio Zielona Góra.

### Radio Gorzów – program miejski

Zawartość programu różniła się od zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Radykalnie zmniejszono udział w programie audycji w kategorii kultura (o 6692 godziny mniej w ciągu roku, niż zaplanowano). Program ten, zgodnie z rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 roku, powinien zawierać audycje realizujące zadania regionalne w następujących kategoriach: informacja, publicystyka i kultura.

W programie Radia Gorzów obok obowiązkowych, wyżej wymienionych kategorii audycji, nadawano także muzyczne audycje rozrywkowe, sportowe (informacje o wydarzeniach i transmisje z zawodów) oraz audycję edukacyjną poświęconą kulturze języka. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 98% rocznej emisji. Audycje słowne zajęły ok. 18%, a muzyka ok. 80% programu – była to głównie współczesna muzyka rozrywkowa.

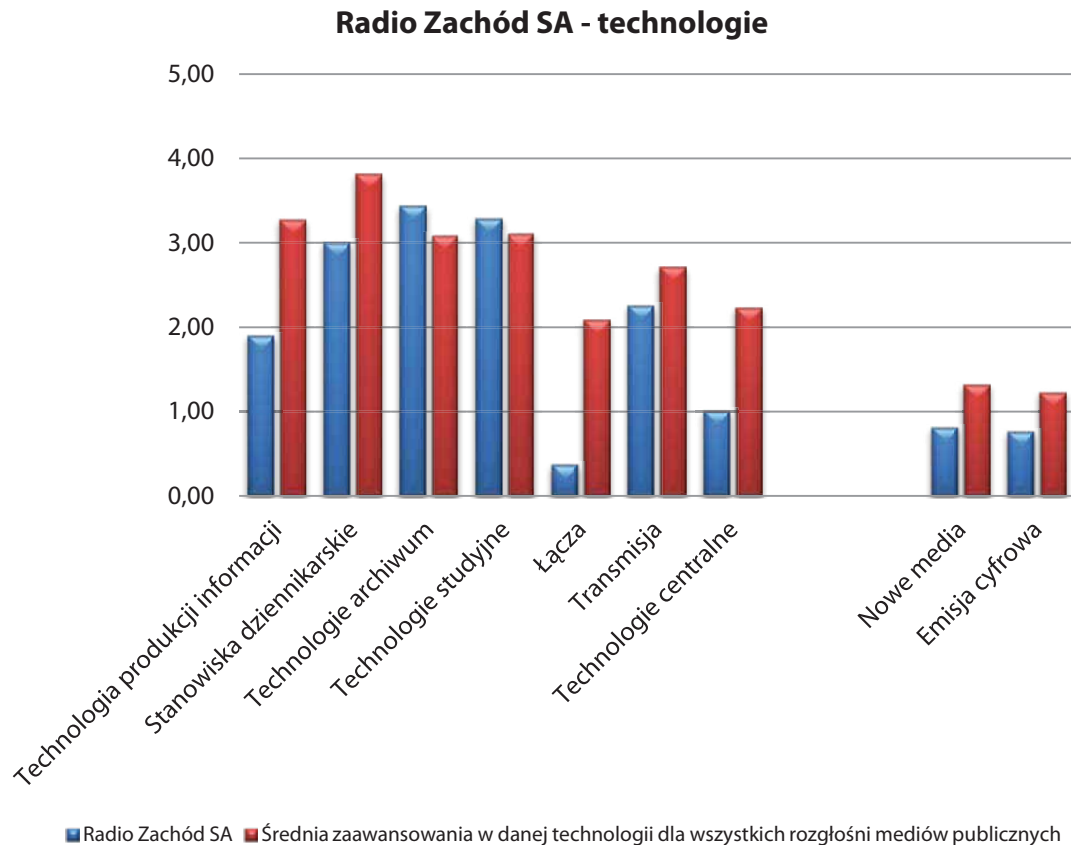


Wykres: Plan programowy i jego realizacja w 2012 roku w programie miejskim Radio Gorzów.

### Stan technologiczny Spółki – wybrane obszary

Nierównomierny poziom wszystkich analizowanych technologii może stanowić poważne ograniczenia dla obecnej produkcji programu.

Konieczne są pilne inwestycje (m.in. związane z łączami) służące rozwojowi tzw. nowych mediów (Internet, usługi mobilne) oraz emisji cyfrowej.



Wykres: Stan technologiczny Radia Zachód SA – wybrane obszary.

### Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

(na podstawie kwartalnych sprawozdań, dotyczących kosztów poniesionych na realizację zadań ustawowych)

W 2012 roku Radio Zachód otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9.113 tys. zł. Wydatki misyjne pokryte z abo-

namentu wyniosły 8.578 tys. zł. Na koniec 2012 roku pozostały w Spółce do wykorzystania w 2013 r. środki abonamentowe w wysokości 535 tys. zł, z tego na zadania w programie regionalnym 208 tys. zł oraz 327 tys. zł na zadanie inwestycyjne (zakup konsoli emisyjnej).

**Koszty misji Spółka pokryła w 72% z abonamentu, w 3% z innych przychodów publicznych oraz w 25% z dochodów własnych.**

<b>Koszty działalności misyjnej</b>		
Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	% udział
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 688	75,8%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	718	8,1%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Zielona Góra	684	7,7%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Gorzów	741	8,4%
<b>RAZEM</b>	<b>8 831</b>	<b>100,0%</b>

<b>Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy</b>			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
<b>RAZEM</b> przedsięwzięcia misyjne	<b>7 797</b>	<b>9 113</b>	<b>8 578</b>
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 020	x	7 268
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego – koszty bezpośrednie	710	x	753
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Radio Miejskie Zielona Góra	350	x	293
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Radio Miejskie Gorzów Wielkopolski	390	x	262
5. Konsola emisyjna	327	x	0

Tabela: Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Zachód SA.



# INFORMACJA

O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH  
RADIOFONII I TELEWIZJI  
W 2012 ROKU

**Krajowa Rada  
Radiofonii i Telewizji**

**UCHWAŁA NR 145/2013  
Z DNIA 19 MARCA 2013 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 2012 roku* stanowiącą załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2012 roku*:
  - Sejmowi RP,
  - Senatowi RP,
  - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2012 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

**Przewodniczący  
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

**/ - / Jan Dworak**

**SPIS TREŚCI**

Wstęp	5
<b>ROZDZIAŁ 1 KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH</b>	<b>7</b>
1.1 Czas i sposób korzystania z mediów, potrzeby i upodobania użytkowników	7
1.1.1 Telewizja	7
1.1.2 Radiofonia	10
1.2 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego	12
1.3 Perspektywy rozwoju usług płatnych	14
<b>ROZDZIAŁ 2 AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE</b>	<b>17</b>
2.1 Radiofonia	17
2.1.1 Wyniki finansowe	17
2.1.2 Audytorium programów radiowych	24
2.2 Telewizja	29
2.2.1 Wyniki finansowe	29
2.2.2 Widownia programów telewizyjnych	38
2.3 Audiowizualne usługi medialne na żądanie (VoD)	44
2.3.1 Wyniki finansowe VoD	44
2.3.2 Oferta programowa i popyt na usługi VoD	46
<b>ROZDZIAŁ 3 INNE MEDIA</b>	<b>49</b>
3.1 Prasa	49
3.2 Internet i telekomunikacja	54
3.3 Kinematografia	58
<b>ROZDZIAŁ 4 NAZIEMNE NADAWANIE CYFROWE</b>	<b>64</b>
4.1 Nziemna radiofonia cyfrowa	64
4.2 Nziemna telewizja cyfrowa	68
<b>ROZDZIAŁ 5 MEDIA PUBLICZNE</b>	<b>76</b>
5.1 Realizacja misji	76
5.2 Sytuacja ekonomiczno-finansowa	76
5.3 Finansowanie	77
5.4 Proces cyfryzacji	78
5.5 Nowe media	78

<b>ROZDZIAŁ 6</b>	<b>KIERUNKI ZMIAN PRAWNYCH</b>	<b>80</b>
6.1	Zmiany w systemie mediów publicznych	80
6.1.1	Dostosowanie do prawa w zakresie pomocy publicznej	80
6.1.2	Nowy model finansowania	82
6.2	Zmiany w związku z implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	84
6.2.1	Usunięcie luk prawnych po transpozycji dyrektywy	84
6.2.2	Nowe usługi linearne	88
6.2.3	Kierunki regulacji telewizji hybrydowej	89
6.2.4	Współ- i samoregulacja	92
6.2.5	„Niezdrowa” żywność	93
6.2.6	Udogodnienia dla niepełnosprawnych	95
6.3	Zmiany w systemie koncesjonowania	96
6.3.1	Programy „zdelokalizowane”	96
6.3.2	Uproszczenie procedur przyznawania i wykonywania koncesji satelitarnych i kablowych	97
6.3.3	Programy okolicznościowe, próbne emisje	99
6.3.4	Media lokalne i społeczne	101
6.3.5	Zmiany własnościowe i koncentracja kapitału	102

## Wstęp

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wraz ze Sprawozdaniem z działalności w 2012 r. przedstawia Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, w której na tle rynków sąsiadujących: prasy, kinematografii, Internetu i sektora telekomunikacyjnego prezentuje obraz rynku usług medialnych, po raz pierwszy również obejmując analizą audiowizualne usługi medialne na żądanie, poddane regulacji od 28 lutego 2013 r. w wyniku pełnej implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych<sup>1</sup>.

W dokumencie tym zostały przedstawione potrzeby odbiorców w dostępie do mediów, kondycja rynku reklamowego oraz rynku nadawców i operatorów dostarczających programy radiowe i telewizyjne, w szczególności z punktu widzenia realizacji zadań ustawowych, zachowania pluralistycznego i otwartego charakteru radiofonii i telewizji oraz podjęcia nowych wyzwań związanych z postępowaniem technologicznym.

W ubiegłorocznej Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji KRRiT przedstawiła potrzeby związane ze zmianą przepisów ustawy o radiofonii i telewizji w następujących obszarach: realizacji wyroków Trybunału Konstytucyjnego, deregulacji i uproszczenia procedur, pełnej implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych m.in. w zakresie VoD, stworzenia warunków dla rozwoju mediów trzeciego sektora, wprowadzenia systemu współ- i samoregulacji jako alternatywy dla działań władczych KRRiT. Część z tych postulatów została zrealizowana w wyniku trzech ważnych zmian w ustawie o radiofonii i telewizji: z dnia 25 marca 2011 r.<sup>2</sup>, z dnia 10 października 2012 r.<sup>3</sup> oraz z dnia 12 października 2012 r.<sup>4</sup>

Prawo mediów audiowizualnych nadal jednak wymaga pilnych i głębokich zmian w zakresie:

- właściwego zdefiniowania misji publicznej i sposobu jej realizacji w związku z europejskimi przepisami dotyczącymi pomocy publicznej,
- w ślad za tym, stworzenia nowego modelu finansowania mediów publicznych,
- uporządkowania przepisów dotyczących niektórych „nowych usług”, m.in. *pay per view*,
- modernizacji zasady *must carry/must offer*,
- deregulacji w systemie koncesjonowania programów satelitarnych i kablowych,
- uzupełnienia przepisów w zakresie ochrony odbiorcy m.in. w związku z udogodnieniami dla niepełnosprawnych oraz reklamą tzw. niezdrowej żywności.

Wiele miejsca w Informacji poświęcono zagadnieniom związanym z funkcjonowaniem mediów

<sup>1</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), Dz.U. L95 z 15.04.2010.

<sup>2</sup> Dz.U. 2011, nr 85, poz. 459.

<sup>3</sup> Dz.U. 2012, poz. 1209.

<sup>4</sup> Dz.U. 2012, poz. 1315.

publicznych. Nieskuteczny system finansowania szczególnie telewizji, uniemożliwia realizację ustawowych zadań programowych oraz wykorzystanie nowych technologii poprzez np. rozwój naziemnej telewizji cyfrowej, cyfryzację radiofonii publicznej czy digitalizację zasobów archiwalnych. Brak środków utrudnia rozwój kanałów tematycznych i nowych form przekazu na nowych platformach dostępowych.

Trwa proces cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce. W lipcu 2013 r. zostanie wyłączony sygnał analogowy na terenie całego kraju. Nie oznacza to jednak zakończenia tego procesu. KRRiT wspólnie z Urzędem Komunikacji Elektronicznej prowadzi działania zmierzające do rozwoju oferty programowej w naziemnej telewizji cyfrowej. Oprócz obecnie ogłoszonego konkursu na 4 programy w multipleksie 1, do zagospodarowania pozostają jeszcze dwa pokrycia ogólnokrajowe (MUX 5 i MUX 6), w których będzie można umieścić kolejne 16 programów pod warunkiem, że uda się utrzymać kanały zagrożone tzw. drugą dywidendą cyfrową. Rozstrzygnięcia wymaga sposób konwersji telewizyjnych nadawców lokalnych i ewentualny rozwój tego sektora poprzez zasoby cyfrowe. Model rozwoju naziemnej telewizji cyfrowej, co oczywiste, powinien uwzględniać oprócz preferencji odbiorców, uwarunkowania techniczne, np. zastosowanie standardu DVB-T2, rozwój programów wysokiej rozdzielczości HD oraz aspekty rynkowe, a więc dalsze możliwości rozwoju oferty bezpłatnej, której tworzenie jest finansowane wyłącznie z przychodów reklamowych nadawców.

Podobne pytania powstają w kontekście naziemnej radiofonii cyfrowej. Wydaje się konieczne aby, tak jak to miało miejsce w przypadku telewizji, zasadnicze kwestie dotyczące sposobu wdrożenia radiofonii cyfrowej zostały rozstrzygnięte w drodze ustawy, po szerokich konsultacjach społecznych i środowiskowych. Niezbędne będzie wprowadzenie systemu ulg, wspierającego nadawców na etapie konwersji, przy jednoczesnym nałożeniu na nich obowiązków, np. związanych z prowadzeniem kampanii informacyjnej oraz zastosowaniem technicznych standardów nadawania. Z analizy rozwoju radiofonii cyfrowej w krajach europejskich wynika, że jest on procesem jeszcze bardziej skomplikowanym i trudniejszym do wdrożenia od telewizji cyfrowej, ze względu na liczbę przedsiębiorców działających w tym sektorze, ich znacznie mniejszy potencjał finansowy oraz coraz bardziej konkurencyjny wobec naziemnego sposób odbioru treści audialnych w Internecie lub w ramach usług teleinformatycznych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przedstawia propozycje modernizacji prawa mediów, zachęca także wszystkie instytucje zainteresowane tą problematyką, w tym w szczególności te, które reprezentują interes odbiorców oraz uczestników rynku, do debaty publicznej w kwestiach ujętych w Informacji oraz we wszystkich sprawach ważnych z punktu widzenia rozwoju mediów w Polsce.

# 1 KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH

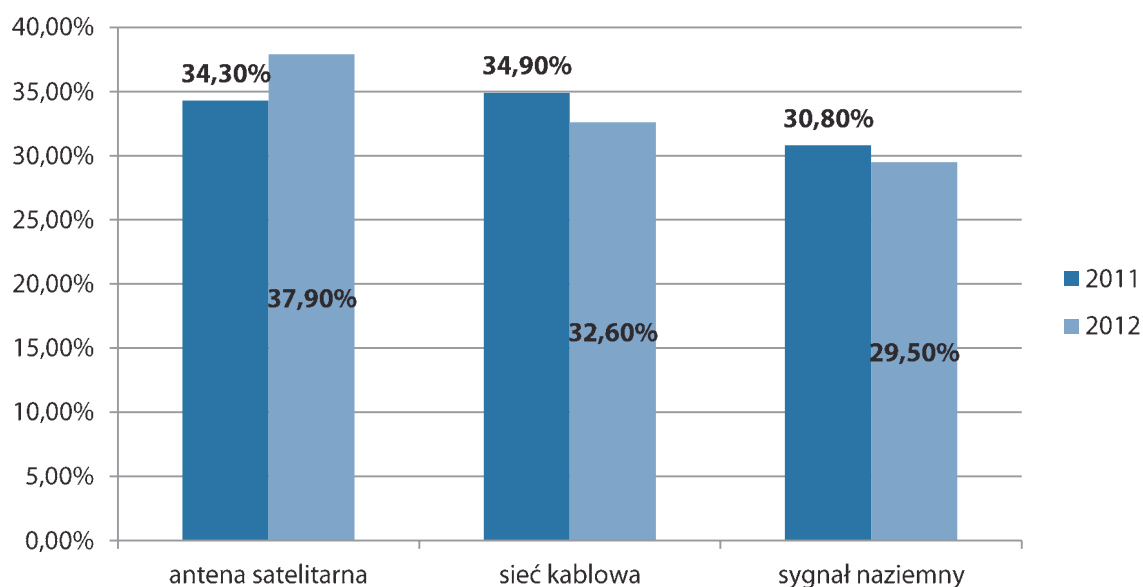
## 1.1 Czas i sposób korzystania z mediów, potrzeby i upodobania użytkowników

### 1.1.1 Telewizja

Telewizja jest w Polsce nadal najbardziej popularnym sposobem korzystania z audiowizualnych usług medialnych. Przed odbiornikiem telewizyjnym, który znajduje się w 96% gospodarstw domowych<sup>5</sup>, w 2012 r. spędzano średnio 4 godziny i czas ten wzrósł w porównaniu z 2011 r. o 1 min. 18 sekund. Zmienia się natomiast sposób odbierania sygnału. Wzrasta liczba odbiorników podłączonych do anteny satelitarnej, spada zaś liczba abonentów sieci kablowych i gospodarstw korzystających wyłącznie z sygnału naziemnego.

W listopadzie 2012 r. rozpoczęło się etapowe wyłączenie sygnału analogowego (szerzej na ten temat w Sprawozdaniu KRRiT rozdział II). Pod koniec 2012 r. z telewizji analogowej, jako jedyne sposobu odbioru, korzystało jeszcze 3 mln Polaków. Dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) miało 9,5 mln obywateli, z czego 6,4 mln nie korzystało z innej możliwości odbioru, a ponad 3 mln korzystało równocześnie z telewizji kablowej bądź satelitarnej.

**Wykres nr 1. Polskie gospodarstwa domowe z odbiornikiem telewizyjnym wg typu anteny**



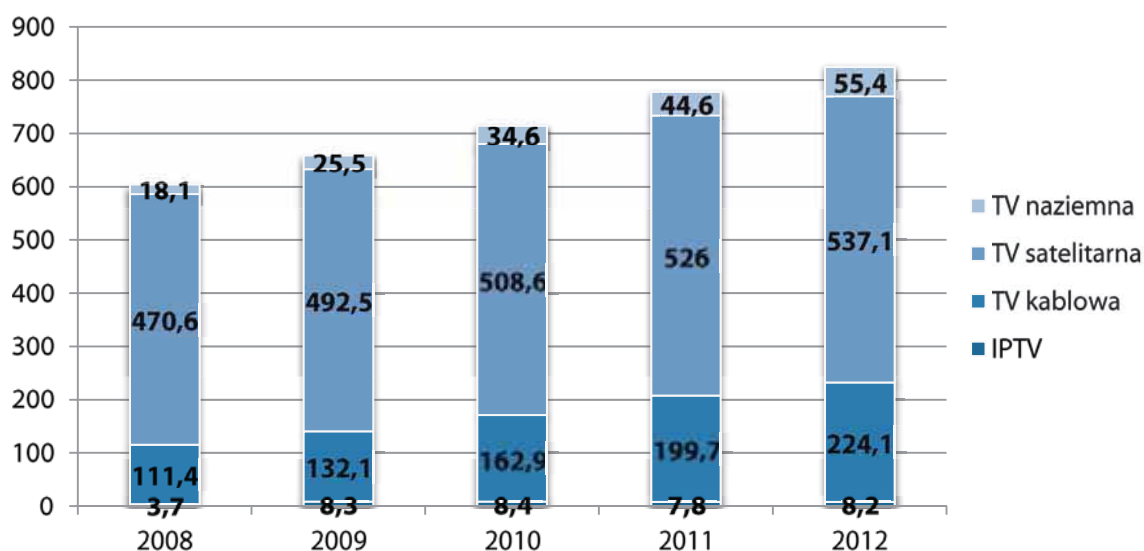
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen, Prezentacja wyników badania ES 2012

<sup>5</sup> Nielsen, „Prezentacja wyników badania ES 2012”.

W ciągu ostatnich trzech lat 57% polskich gospodarstw domowych zakupiło nowy telewizor plazmowy lub LCD w jakości HD. Według stanu na koniec października 2012 r., 47,6% gospodarstw odbierających naziemną telewizję cyfrową posiadało telewizory dostosowane do odbioru NTC (wbudowany tuner MPEG-4), zaś 52,4% - zewnętrzny dekodery.

Procesowi cyfryzacji, który przebiega na wszystkich platformach nadawania, towarzyszy rosnąca tendencja do korzystania z płatnej telewizji umożliwiającej dostęp do personalizowanych usług wysokiej jakości, wolnych od reklam.

**Wykres nr 2. Wzrost liczby gospodarstw domowych na świecie korzystających z płatnych usług telewizyjnych (w milionach)**



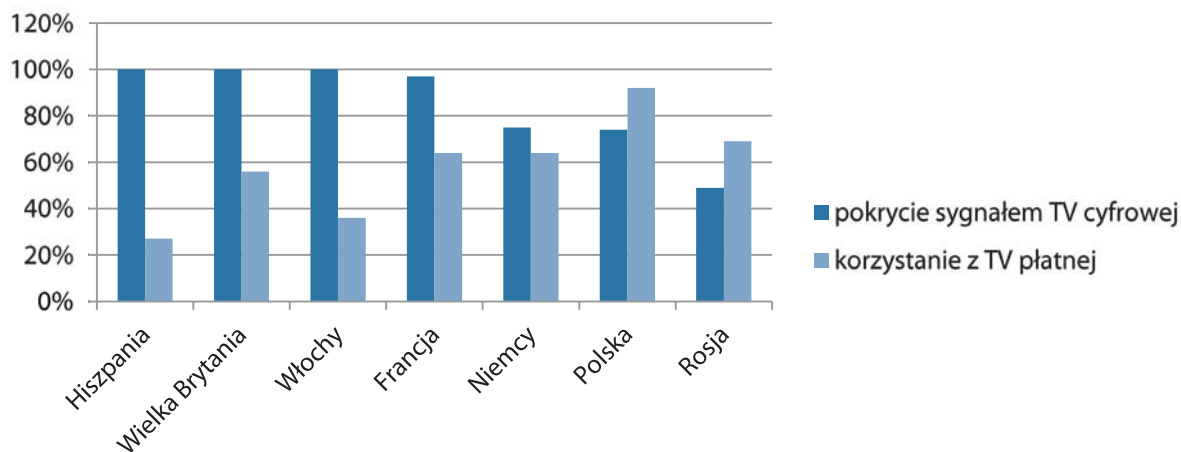
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie IDATE Research, *World television market*, 2012

W USA, gdzie w ok. 90% gospodarstw domowych korzysta się z płatnych usług, średnie roczne wydatki w 2011 r. za dostęp do tych usług wyniosły w przeliczeniu 975 euro, a w Europie, gdzie dostęp do telewizji płatnej ma 62% gospodarstw - 311 euro od jednego gospodarstwa, co stanowi odpowiednio 2,9 i 2,2% średnich rocznych dochodów. W Polsce z telewizji płatnej korzysta 69% gospodarstw

domowych (wzrost o 2% w porównaniu z 2011 r.). Przeciętne gospodarstwo domowe wydaje rocznie na ten cel 468 zł, czyli 3,18% średniego rocznego dochodu.

Wyraźnie większe zainteresowanie płatnymi usługami można zauważyć w tych krajach, gdzie występuje mniejsze pokrycie naziemnym sygnałem cyfrowym.

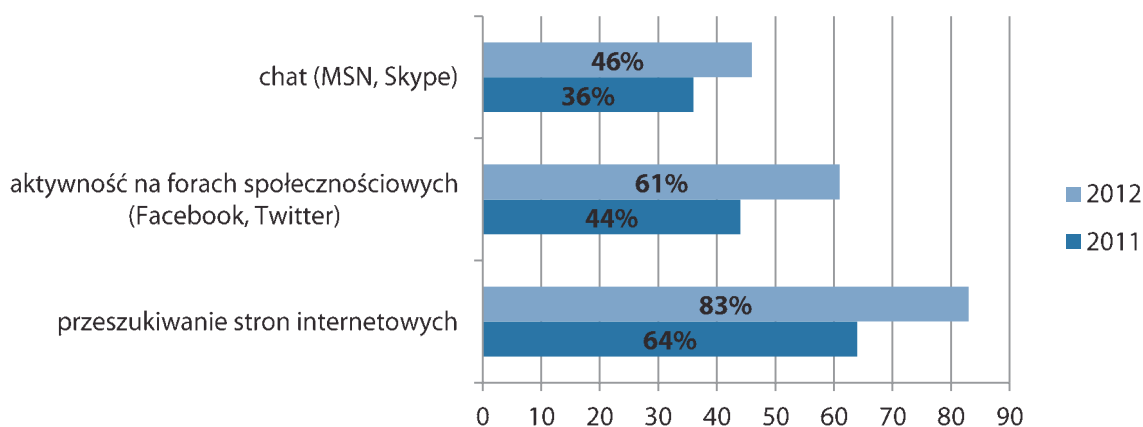


**Wykres nr 3. Zależność korzystania z płatnej telewizji od pokrycia sygnałem NTC**

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie IDATE Research, *World television market, 2012*

Równoległe z procesem cyfryzacji nadawania programów telewizyjnych coraz bardziej popularne jest zjawisko „drugiego ekranu” (*second screen*), tj. równoczesnego korzystania z dwóch urządzeń: odbiornika telewizyjnego

oraz urządzenia zapewniającego łączność z siecią (tablet, smartfon), które pełni także często funkcję pilota. Jak widać na kolejnym wykresie, popularność takiego sposobu korzystania z mediów rośnie bardzo szybko.

**Wykres nr 4. Dodatkowa aktywność (co najmniej raz w tygodniu) podczas oglądania telewizji**

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie An Ericsson Consumer Insight Summary Report, August 2012 (USA, Wielka Brytania, Hiszpania, Szwecja, Chiny i Tajwan).

Ponad połowa ankietyowanych osób w krajach przedstawionych w raporcie<sup>6</sup> korzystała z sieci społecznościowych podczas oglądania telewizji. Zjawisko to nie ogranicza się jedynie do młodych ludzi. Około 30% osób w wieku 45-59 lat angażuje się w zachowania zaliczane do tzw. „telewizji społecznościowej” (*social TV*) przynajmniej raz w tygodniu. W Polsce dane te kształtują się podobnie. Według badania Mediascope, przeprowadzonego w 2012 r. przez organizację IAB Europe<sup>7</sup>, 48% Polaków deklaruje równoczesne korzystanie z telewizji i Internetu.

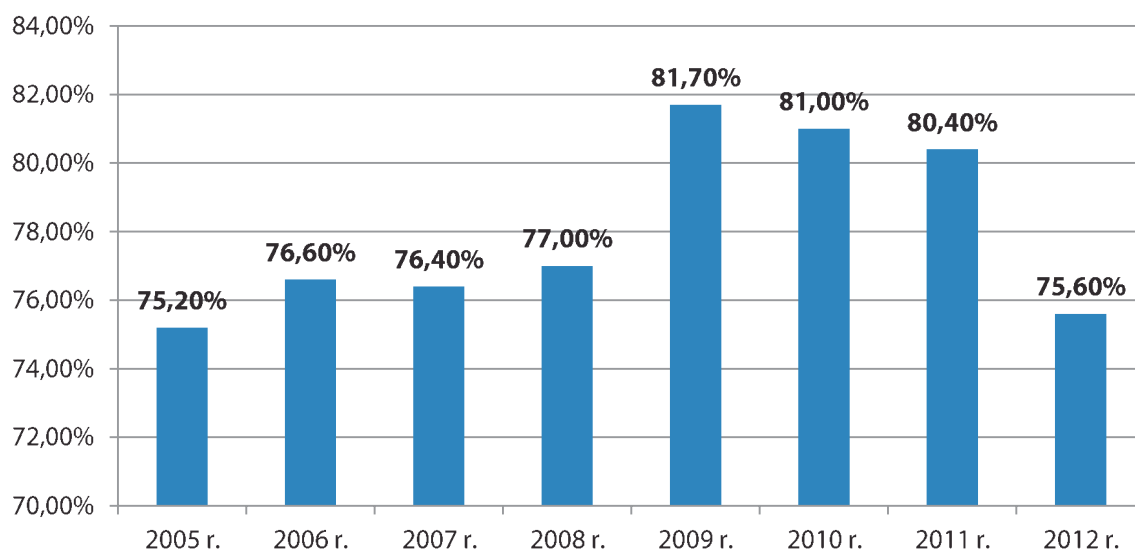
Innym zjawiskiem związanym z rozwojem nowych technologii jest odchodzenie widzów od wspólnego oglądania telewizji.

Rośnie popularność urządzeń przenośnych, takich jak tablet oraz usług video na żądanie (VoD) i ogólnie, oglądanie przesunięte w czasie. W czasie realnym (usługi linearne) widzowie oglądają przeważnie audycje informacyjne, transmisje z ważnych wydarzeń, szczególnie sportowych.

### 1.1.2 Radiofonia

Rok 2012 był kolejnym, w którym zmniejszyło się audytorium programów radiowych. Odsetek osób słuchających radia spadł aż o 4,8%. Dziennie tego medium słuchało 75,6% Polaków.

**Wykres nr 5. Odsetek mieszkańców Polski słuchających radia**

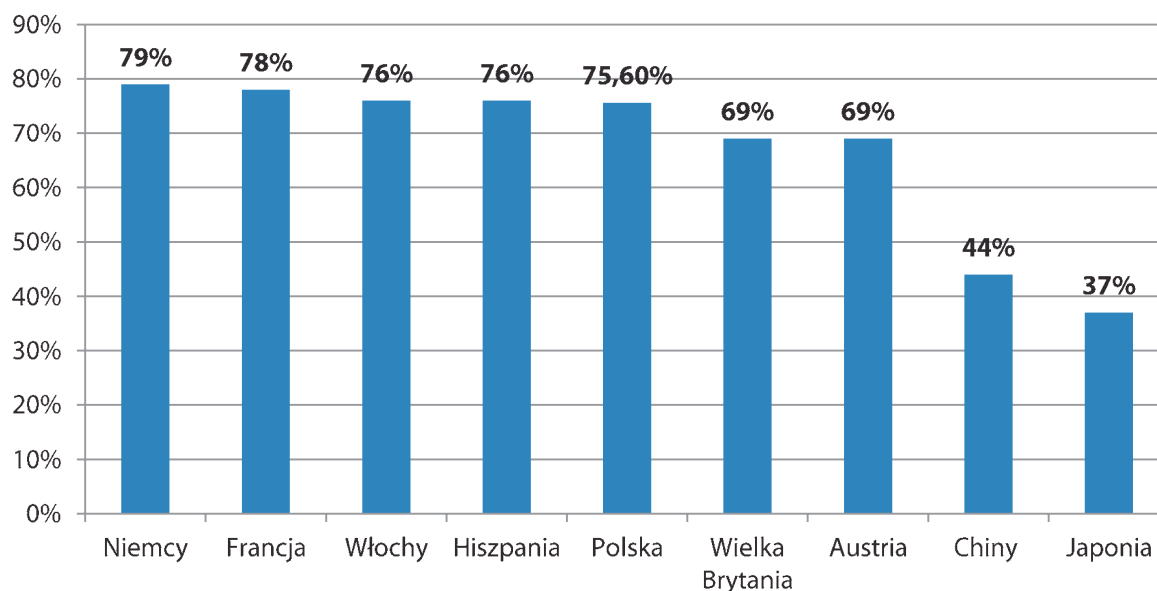


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track

Mimo znacznego spadku słuchalności radia Polska znajduje się wśród krajów, w których jest ono bardzo popularnym medium.

<sup>6</sup> *An Ericsson Consumer Insight Summary Report, August 2012 (USA, Wielka Brytania, Hiszpania, Szwecja, Chiny i Tajwan).*

<sup>7</sup> Organizacja zrzeszająca firmy działające w Internecie.

**Wykres nr 6. Procent mieszkańców wybranych krajów, którzy deklarują regularne słuchanie radia**

Źródło: Opracowanie Biura KRRIT na podstawie Ofcom, *International Communications Market Report 2012*

Spadek słuchalności radia w Polsce jest związany z coraz powszechniejszym słuchaniem muzyki on-line. Słuchacze, zwłaszcza ci młodszy, korzystają z serwisów, które umożliwiają stworzenie własnej stacji nadającej samodzielnie wybraną muzykę (np. [www.panelradiowy.pl](http://www.panelradiowy.pl), [www.radyjko.net](http://www.radyjko.net), [www.tuba.fm](http://www.tuba.fm), [www.eskakomp.xp.pl](http://www.eskakomp.xp.pl)) lub z serwisów streamingowych (np. Spotify, Deezer, WiMP czy Muzo), które zapewniają dostęp do bazy muzycznej, bez konieczności kupowania pojedynczych albumów czy utworów. Korzystać z nich można bezpłatnie, z reklamą lub bez, płacąc miesięcznie, w zależności od wybranego odbiornika 9,99 zł - za słuchanie za pomocą komputera czy laptopa lub 19,99 zł - za możliwość słuchania za

pomocą urządzenia mobilnego. Serwisy streamingowe powiązane są najczęściej z usługami telefonii komórkowej (np. francuski Deezer powiązany jest z firmą Orange, a skandynawski WiMP z firmą Play).

W sieci dostępne są wszystkie stacje radiowe nadawane w FM oraz wąsko sprofilowane programy, tworzone zarówno przez nadawców naziemnych jak i nowych, obecnych wyłącznie w Internecie. Stwarzają one możliwość układania własnej playlisty z ulubioną muzyką i pozwalają jednocześnie na prowadzenie interakcji z nadawcą i ze znajomymi. O popularności takiego sposobu słuchania świadczy poniższe zestawienie.

**Tabela nr 1. Popularność witryn stacji radiowych (listopad 2012 r.)**

Grupa	Witryny	Liczba użytkowników	Średni czas spędzony w miesiącu na witrynie
Polskie Radio	Jedynka, Dwójka, Trójka, Czwórka, PR dla Zagranicy, Radio Parlament	1,08 mln	4 godz. 11 min.
RMF FM	Rmfon.pl, Rmf.fm, Rmf24.pl, Rmfmaxxx.pl, Rmfclassic.pl, Elormf.pl	1,5 mln	9 godz. 40 min.
Murator/Eska	Eska.pl, Fabrykamuzzy.pl, Eskarock.pl, Eska.tv, Radiowawa.pl, Voxfm.pl	1,6 mln	4 godz. 41 min.
Agora	Tokfm.pl, Tuba.pl	819 tys.	3 godz.
Eurozet	Radiozet.pl, Planeta.fm, Chillizet.pl, Antyradio.pl, Radioplus.pl	581 tys.	7 godz.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie „Stacje radiowe on-line – obszary badań PBI”, Polskie Badania Internetu, Warszawa, styczeń 2013 r.

Nową jakość wobec tradycyjnej radiofonii stwarza również radio DNS – radio hybrydowe, które pozwala do tradycyjnego sygnału radiowego dołączać informacje dostępne w Internecie oraz zapewnia interakcję ze słuchaczem. To rozwiązanie jest obecnie testowane przez radio publiczne (szerzej na ten temat w rozdziale 5. Media publiczne). W sytuacji wyczerpania zasobów częstotliwości analogowych dla rozpowszechniania programów radiowych, radio cyfrowe jest jedynym możliwym scenariuszem rozwoju radiofonii naziemnej (szerzej na ten temat w rozdziale 4. Naziemne nadawanie cyfrowe).

## 1.2 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego

W 2012 r. rynek reklamowy stracił 5,2%<sup>8</sup> w porównaniu do 2011 r. Jego wartość wynosiła 7,1 mld zł. Czwarty kwartał 2012 r. był słabszy od analogicznego kwartału 2011 r. o 4,9%. Powodem spadku wartości rynku reklamy jest istotny kryzys w branży FMCG<sup>9</sup>, czyli nienajlepsza kondycja sektora farmaceutycznego i finansowego. Wśród największych reklamodawców pozostają sektory handlu i telekomunikacji. Spadkowej tendencji oparły się jedynie Internet i kino. Pozostałe media – prasa, reklama zewnętrzna oraz radio i telewizja – odnotowały spadek

przychodów reklamowych. Największy udział w rynku reklamy przypada na telewizję - było to 3 mld 664 mln zł, co stanowi 51% ogółu wydatków na reklamę w Polsce.

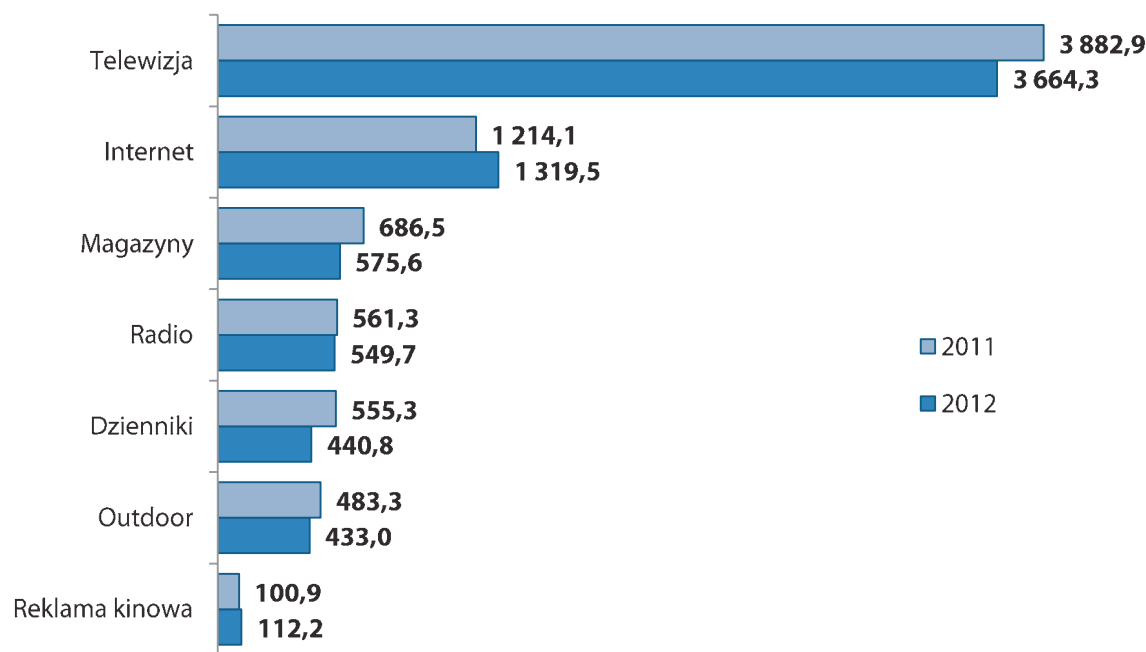
Spadek wydatków na reklamę telewizyjną w 2012 r. wyniósł 5,6%. Znacząco spadły przychody reklamowe w wiodących programach ogólnopolskich o charakterze uniwersalnym. Programy ogólnopolskie – TVP, TVN i Polsat - straciły ponad 11,3% przychodów reklamowych. Jednocześnie nastąpił wzrost przychodów reklamowych w stacjach tematycznych, ich udział w rynku wzrósł z 18,7%, do 22,3%. Od początku 2013 r., do swoich rodzimych brokerów powróciły programy tematyczne, obsługiwane dotychczas przez Atmedia (1/3 programów znajdujących się dotychczas w portfolio tej firmy). Sytuacja ta może doprowadzić do zmiany sposobu sprzedaży czasu reklamowego przez największych nadawców poprzez skierowanie reklamy do własnych, coraz popularniejszych kanałów tematycznych. Pozwoli to na częściowe odrobienie strat ze sprzedaży czasu reklamowego w głównych antenach.

Jak podaje Starlink, wzrost przychodów o 12,3% odnotowały także TV PULS, TV4 i TVN7, dzięki szerszej dostępności w naziemnej telewizji cyfrowej.

<sup>8</sup> Raport domu mediowego Starlink „Rynek reklamy w Polsce w 2012 r.”, luty 2013.

<sup>9</sup> Ang. FMCG, *fast-moving consumer goods* – produkty sprzedawane często po względnie niskich cenach. Przykładami dóbr z tej branży są artykuły spożywcze lub środki czystości.

Wykres nr 7. Zmiana wartości reklamy w rodzajach mediów (w mln zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRIT na podstawie Raportu Starlink, luty 2013, Rynek reklamy w Polsce w 2012 r.

Nadawcy telewizyjni w 2012 r. ograniczyli wydatki na produkcję telewizyjną, by zrównoważyć przewidywany spadek przychodów. Zaobserwować można powrót do sprawdzonych formatów oraz metod ich sprzedaży. W niektórych programach jest więcej niż poprzednio *docuscriptów*, które są niskiej jakości artystycznej, i bardzo tanie, co nie oznacza, że łącznie budżety produkcyjne znacząco wzrosły.

Wydatki na reklamę radiową spadły o 11,7 mln zł (-2,1%). Pomimo znacznego zmniejszenia przychodów w trzecim kwartale, 2012 r. zakończył się niewielkim spadkiem. Sytuację na rynku reklamy radiowej można określić jako stabilną. Reklama radiowa jest środkiem uzupełniającym

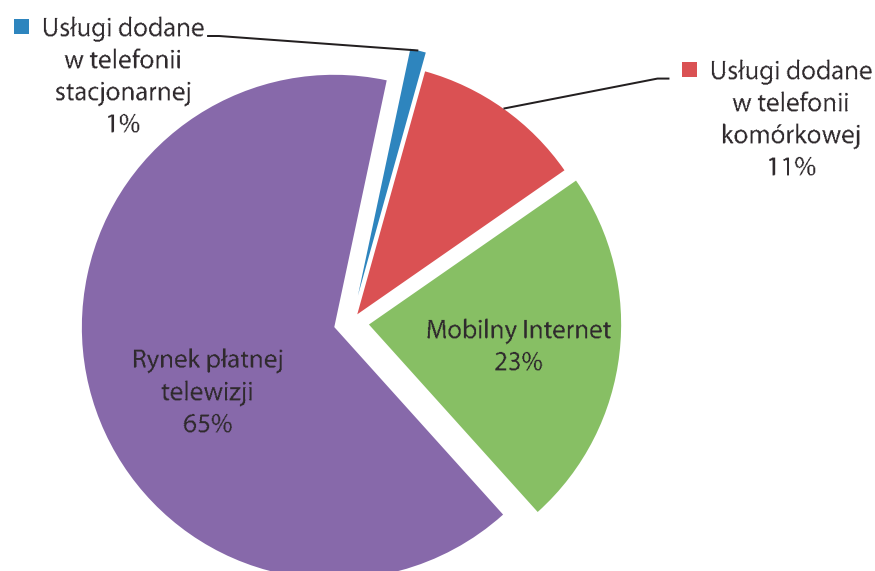
w kampaniach reklamowych i służy głównie do przypomnienia tego, co zostało zasygnalizowane w reklamie telewizyjnej. Czas od momentu kontaktu z reklamą radiową do momentu zakupu jest krótszy niż w przypadku innych mediów. Ze względu na dużą spontaniczność reakcji zakupowej, radio chętnie wykorzystywane jest przez sieci handlowe i firmy z sektora farmaceutycznego. W związku z dynamicznym rozwojem sieci dyskontowych, przewidywane jest zwiększenie wydatków na reklamę. Słabnie natomiast kondycja sektora leków i produktów farmaceutycznych, który jest kluczowy dla całego rynku reklamowego, co może negatywnie wpłynąć na przychody wszystkich nadawców, w tym również radiowych.

### 1.3 Perspektywy rozwoju usług płatnych

Usługi telewizji płatnej świadczone przez operatorów satelitarnych, kablowych oraz IPTV stanowią ważny segment rynku usług dodanych i multimedialnych w Polsce.

Od 2008 r. wzrost liczby abonentów został wyhamowany<sup>12</sup>, a rynek telewizji płatnej jest nasycony w 80%<sup>13</sup>. Obecnie ważnym czynnikiem rozwoju telewizji płatnej będą nowe

**Wykres nr 8. Struktura rynku usług dodanych i multimedialnych<sup>10</sup>**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

Według danych PMR<sup>11</sup> z usług tych korzystało ponad 11,8 mln użytkowników. Więcej gospodarstw domowych korzystało z platform satelitarnych (6,2 mln) niż z kablowych (5,6 mln).

treści zawarte w ofercie i popularne usługi pakietowe (telewizja - Internet - telefon).

Przychody z umów abonenckich i ze sprzedaży programów dostępnych wyłącznie na platformach satelitarnych

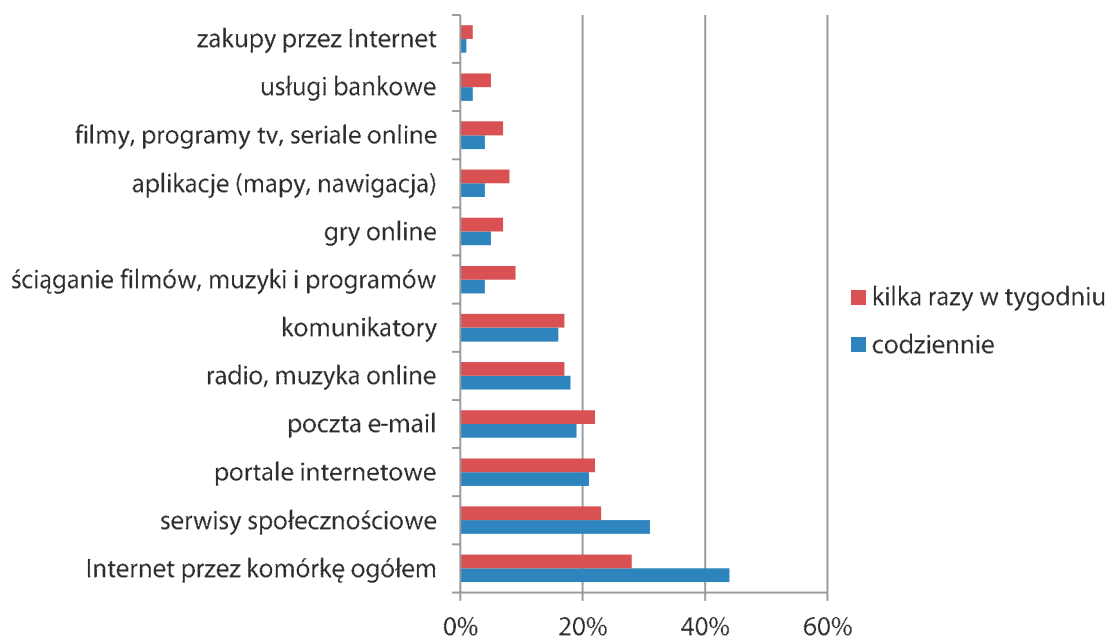
<sup>10</sup> Z raportu „Rynek usług dodanych i multimedialnych 2012. Prognozy rozwoju na lata 2012-2016”, opublikowanego przez firmę badawczą PMR wynika, że wartość całego rynku usług dodanych i multimedialnych w Polsce w 2012 r. przekroczyła 10 mld zł i była wyższa o 11,5% w stosunku do roku poprzedniego.

<sup>11</sup> j.w.

<sup>12</sup> Na podstawie raportu PMR „Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce w 2012 - w 2008 r. przybyło w Polsce 15,9% abonentów płatnej telewizji, a w 2011 r. tylko 4,6% w stosunku do roku poprzedniego.

<sup>13</sup> <http://www.ekonomia24.pl/arttykul/804440.html>.

**Wykres nr 9. Częstotliwość korzystania przez młodzież z różnych usług przez telefon komórkowy z dostępem do Internetu**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Millward Brown na zlecenie UKE „Młodzież na rynku usług telekomunikacyjnych – 2012”

i kablowych stanowią obecnie połowę przychodów firm takich jak Polsat Cyfrowy i Canal+ Cyfrowy, które łączą działalność operatorską z tworzeniem i rozpowszechnianiem programów. (szerzej w rozdziale 2. Telewizja. Wyniki finansowe.)

Rynek VoD w 2011 r. był wart 200 mln zł i, jak szacują analitycy rynku, jego wartość wzrośnie sześciokrotnie w ciągu najbliższych pięciu lat<sup>14</sup>. Klienci internetowego VoD zapłacili za treści w 2011 r. 49 mln zł, a w 2012 r. już ok. 68 mln zł (na ten temat również w rozdziale 2. Audio-wizualne usługi medialne na żądanie).

Użytkownicy VoD w większości chcą korzystać z dostępu do treści bezpłatnych. Z treści płatnych korzysta zaledwie

co dziesiąty użytkownik, 37% wyraźnie neguje potrzebę płacenia za treści w serwisach VoD a tylko 23% uważa, że warto zapłacić za ciekawy program<sup>15</sup>. Niektóre serwisy, takie jak iplex.pl, zrezygnowały z opłat, inne nie zmieniają modelu działania, czekając na zmianę postawy odbiorców. Ponad połowa korzystających z treści płatnych w serwisach VoD wydaje na ten cel więcej niż 20 zł miesięcznie, a średnie wydatki kształtują się na poziomie 24 zł. Spoty reklamowe w serwisach VoD są oglądane nieco częściej niż banery na stronach internetowych oraz reklama w telewizji. Nieznacznie wyższą oglądalność mają spoty nadawane przed rozpoczęciem programu niż w jego trakcie. Ponad połowa użytkowników akceptuje reklamy w serwisach VoD w zamian za możliwość bezpłatnego oglądania treści, 77% użytkowników zgodziłoby się na większą ilość reklam w zamian za zmniejszenie opłat.

<sup>14</sup> Audyteł, „Rynek usług płatnej telewizji w Polsce”, cyt za: Gazeta Prawna, 10.08.2012 r.

<sup>15</sup> Według badania spółki Gemius SA cyt za: wyborcza.biz.

Rynek telekomunikacyjny przejmuje niektóre funkcje związane z dostarczaniem treści, co w ciągu najbliższych kilku lat może spowodować spadek znaczenia telewizji płatnej (przede wszystkim na rzecz rynku mobilnego Internetu i innych, obecnie bardziej niszowych produktów i usług, np. gier i aplikacji mobilnych, mikropłatności oraz mobilnego marketingu)<sup>16</sup>. Już w 2014 r. liczba użytkowników mobilnego Internetu na świecie przerosła grono internautów korzystających z łącz stacjonarnych<sup>17</sup>. Jeśli chodzi o rynek Polski, popularność Internetu mobilnego w maju 2012 r. sięgała 40%.

Z raportu Millward Brown sporządzonego na zlecenie UKE<sup>18</sup> wynika, że osoby w wieku 15-24 lat, codziennie lub kilka razy w tygodniu korzystają z treści audio- lub audiowizualnych z Internetu mobilnego za pośrednictwem telefonu komórkowego: ok. 18% słucha radia lub muzyki on-line, ok. 6% ściąga filmy i muzykę a ok. 5% ogląda filmy i seriale telewizyjne.

<sup>16</sup> j.w.

<sup>17</sup> Morgan Stanley, raport „Internet trends”, 2012 r.

<sup>18</sup> Millward Brown na zlecenie UKE „Młodzież na rynku usług telekomunikacyjnych – 2012”, grudzień 2012.



## 2 AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE

### 2.1 Radiofonia

#### 2.1.1 Wyniki finansowe

Na rynku radiowym główną rolę odgrywa radio publiczne oraz cztery duże komercyjne grupy medialne. Niektóre z nich są aktywne we wszystkich segmentach: ogólnokrajowym, ponadregionalnym oraz na rynkach lokalnych.

W 2011 r.<sup>19</sup> największy udział w rynku sprzedaży czasu reklamowego osiągnęło Polskie Radio SA (38%). Drugie miejsce zajmowała Grupa RMF (27%) natomiast trzecie miejsce, podobnie jak rok wcześniej, należało do Grupy Eurozet (17%).

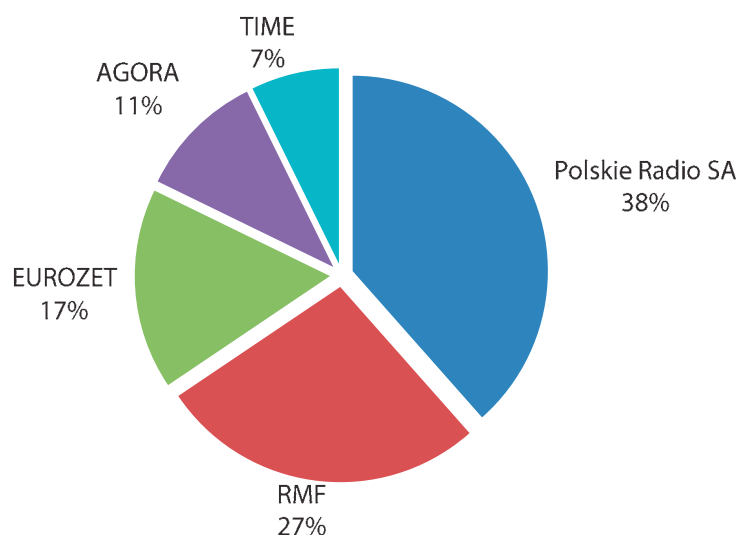
Tabela nr 2. Zasięgi radiowych grup medialnych w 2011 r.

Nazwa grupy medialnej		RMF	EUROZET	TIME	AGORA
Sieci ogólnokrajowe	program	RMF FM	Radio ZET		
	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

Opracowanie Biura KRRiT, stan na 31 grudnia 2011 r.

<sup>19</sup> Analizę sytuacji finansowej poszczególnych nadawców przygotowano w oparciu o sprawozdania finansowe składane do KRRiT za rok poprzedni (w 2012 r. za 2011 r.).

**Wykres nr 10. Udział poszczególnych grup radiowych w przychodach z działalności operacyjnej w 2011 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

Uzyskane przychody z rynku nie przekładały się na wyniki finansowe. Najniższy wynik na działalności operacyjnej w 2011 r. uzyskało Polskie Radio SA ze stratą w kwocie 32 860,6 tys. zł (szerzej na ten temat w rozdziale 5. Sytuacja ekonomiczno-finansowa oraz w Sprawozdaniu KRRiT, rozdz. VI, a także w załączniku do Sprawozdania KRRiT Media publiczne). Liderem na rynku, podobnie jak w roku poprzednim, pozostała Grupa RMF, która wypracowała

dochód w kwocie 52 654,5 tys. zł. Następną była AGORA z dodatnim wynikiem 7 841,0 tys. zł, a trzecie miejsce zajmowała grupa TIME z dochodem operacyjnym w kwocie 6 459,9 tys. zł. Mimo dużego zasięgu technicznego (program ogólnokrajowy), najniższy wynik wśród nadawców komercyjnych osiągnęła Grupa Eurozet z dodatnim wynikiem 4 886,2 tys. zł.

**Tabela nr 3. Wyniki finansowe grup radiowych w 2011 r. (w tys. zł)**

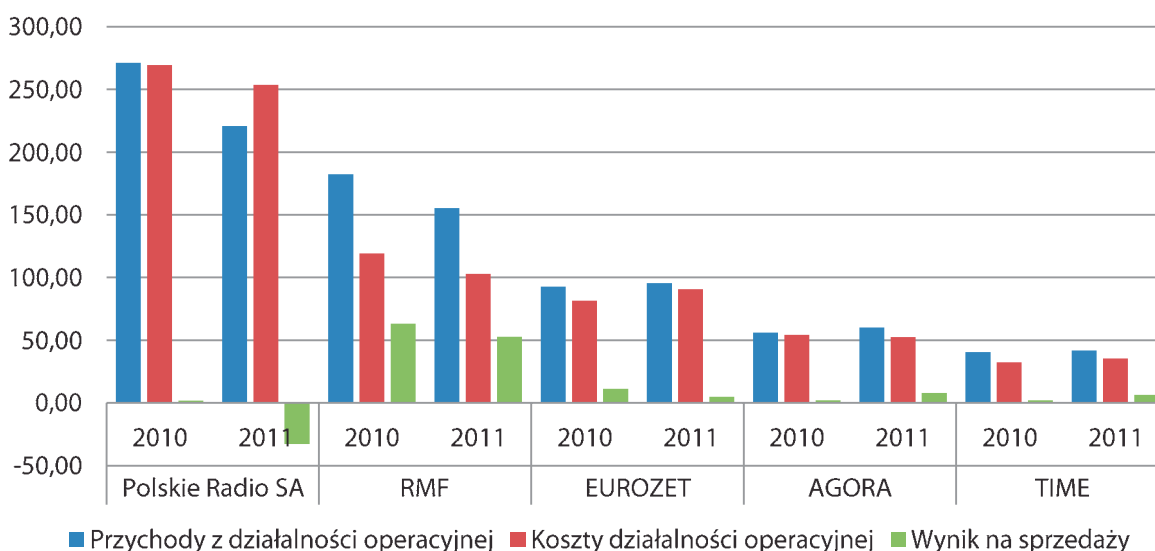
	Polskie Radio	RMF	EUROZET	AGORA	TIME
<b>Przychody z działalności i operacyjnej</b>	220 733,5	155 463,7	95 512,3	60 226,0	41 830,4
<b>Koszty działalności operacyjnej</b>	253 594,1	102 809,2	90 626,1	52 385,0	35 370,5
<b>Wynik na sprzedaży</b>	<b>-32 860,6</b>	<b>52 654,5</b>	<b>4 886,2</b>	<b>7 841,0</b>	<b>6 459,9</b>

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

W roku 2011 najwięksi nadawcy osiągnęli przychody o łącznej wartości 573 765,9 tys. zł. Były one niższe o 10,78% (69 379,20 tys. zł) w porównaniu z rokiem poprzednim, głównie ze względu na spadek przychodów reklamowych liderów rynku, Polskiego Radia SA i RMF

FM. Sytuacji tej nie zapobiegło wprowadzone przez tych nadawców istotne ograniczenie kosztów działalności. Pozostali nadawcy w 2011 r. uzyskali nieznacznie wyższe przychody w stosunku do roku poprzedniego, co pozwoliło im wypracować wyższy wynik finansowy.

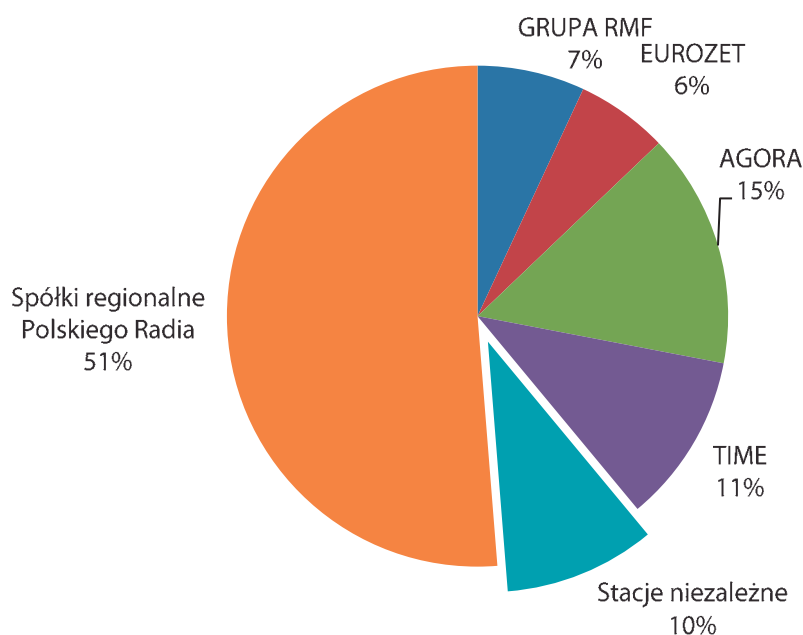
**Wykres nr 11. Porównanie działalności operacyjnej oraz wyników finansowych grup radiowych w 2010 i 2011 r. (mln zł)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

### Nadawcy lokalni

**Wykres nr 12. Przychody lokalnych nadawców radiowych w 2011 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

Wśród nadawców lokalnych największe udziały w rynku sprzedaży czasu reklamowego uzyskały spółki regionalne Polskiego Radia z 51% udziałem w rynku tj. 174 468,0 tys. zł (więcej o sytuacji finansowej spółek regionalnych Polskiego Radia w Sprawozdaniu KRRiT, rozdział II Media publiczne, w rozdziale VI oraz w Załączniku do tego

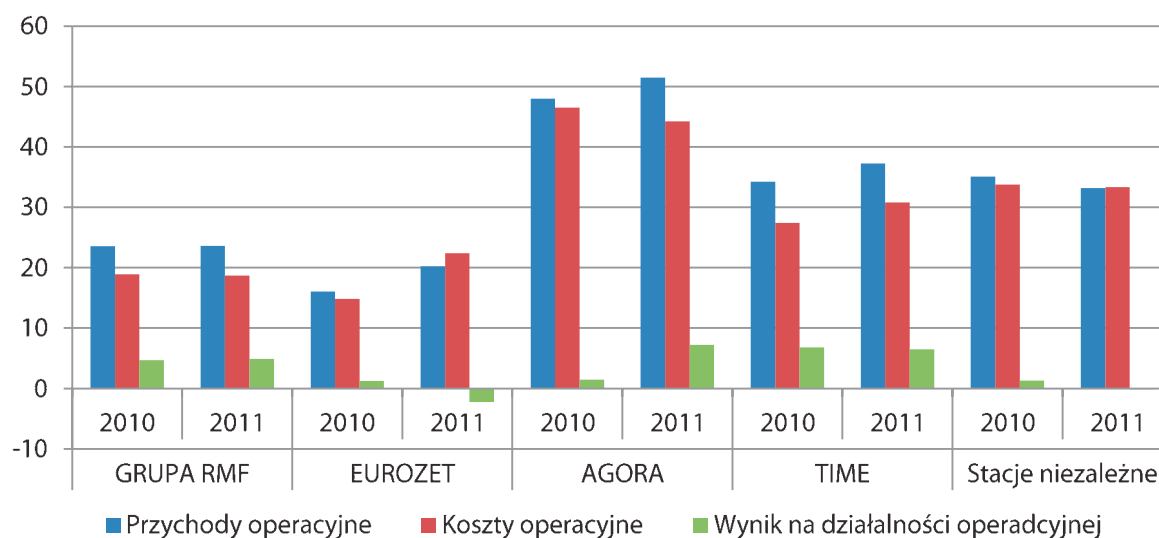
sprawozdania). Wśród koncesjonowanych nadawców lokalnych największe udziały w rynku sprzedaży uzyskała AGORA (7 245,0 tys. zł) i TIME (6 468,9 tys. zł). Stacje niezależne posiadały 10% udział w rynku sprzedaży i zanotowały stratę w kwocie 132,4 tys. zł.

**Tabela nr 4. Wyniki finansowe lokalnych nadawców radiowych w 2011 r. (w tys. zł)**

Stacje lokalne	RMF	EUROZET	AGORA	TIME	Spółki regionalne Polskiego Radia	Stacje niezależne
<b>Przychody Operacyjne</b>	23 614,9	20 199,7	51 492,0	37 258,2	174 468,0	33 182,3
<b>Koszty operacyjne</b>	18 699,5	22 419,6	44 247,0	30 789,3	197 439,0	33 314,7
<b>Wynik na działalności operacyjnej</b>	<b>4 915,4</b>	<b>-22 199</b>	<b>7 245,0</b>	<b>6 468,9</b>	<b>-22 971,00</b>	<b>-132,4</b>

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

**Wykres nr 13. Porównanie działalności operacyjnej oraz wyników finansowych lokalnych nadawców radiowych w (mln zł)**



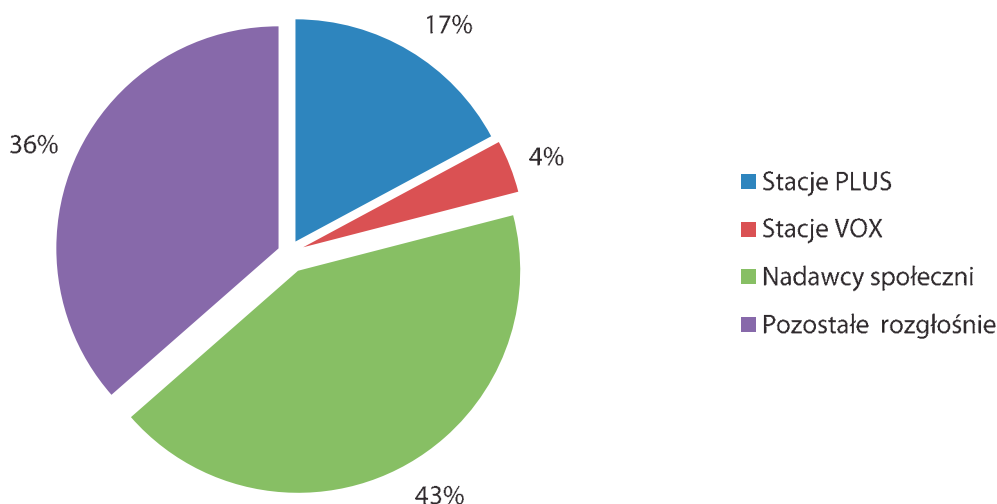
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

W 2011 r. koncesjonowani nadawcy lokalni uzyskali z rynku sprzedaży przychody o łącznej wartości 165 700 tys. zł, co w porównaniu do osiągniętych w 2010 r. stanowiło wzrost przychodów o ok. 5,31%, tj. o 8 800 tys. zł. Lokalne stacje niezależne oraz stacje z grupy Eurozet w 2011 r. odnotowały ujemny wynik na działalności operacyjnej. W przypadku pozostałych stacji wyniki są porównywalne do 2010 r. z wyjątkiem AGORY, która znacznie poprawiła rentowność na działalności operacyjnej w porównaniu do roku poprzedniego. Odrębną grupą wśród nadawców lokalnych są stacje akademickie (10) oraz te, które należą do centrów, ośrodków i miejskich domów kultury. Finansowanie stacji academic-

kich, które działają w ramach struktur organizacyjnych uczelni, zagwarantowane jest głównie w formie dotacji. Stacje radiowe należące do centrów, ośrodków i miejskich domów kultury utrzymywane są zarówno poprzez dotacje instytucji samorządowych jak i dzięki wpływom z reklam. Nadawcy ci nie prowadzą wyodrębnionej sprawozdawczości finansowej i z tych względów brak jest możliwości przedstawienia ich wyników finansowych. Funkcjonowanie tej grupy nadawców radiowych było w 2011 r., podobnie jak w latach ubiegłych, należycie zabezpieczone od strony finansowej.

### Nadawcy społeczno-religijni

**Wykres nr 14. Udziały nadawców społeczno-religijnych w 2011 r. w przychodach ogółem (z rynku reklamy oraz dotacji, darowizn, datków)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

W 2011 r., podobnie jak w poprzednich latach, nadawcy społeczni<sup>20</sup> w większości finansowali swoje rozgłoszenie dotacjami, darowiznami i datkami słuchaczy oraz częściowo z przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego<sup>21</sup>. Gwarantami tego typu finansowania byli właściciele koncesji: archidiecezje, diecezje, parafie i zakony.

Nadawcy ci w 2011 r. uzyskali przychody o łącznej wartości 45 607 tys. zł, co stanowiło wzrost przychodów o 0,61% tj. o 278,2 tys. zł. Wyjątkiem były stacje z sieci Plus, w których podobnie jak w latach poprzednich nastąpił spadek przychodów. W 2011 r. wyniósł on 18%. Przychody Radia Maryja także w tym roku, jak w latach poprzednich, są równe kosztom związanym z działalnością.

**Tabela nr 5. Wyniki finansowe nadawców społeczno-religijnych w 2011 r. (w tys. zł)**

Nadawcy kościelni 2011	Stacje PLUS	Stacje VOX	Nadawcy społeczni bez Radia Maryja	Radio Maryja	Pozostałe rozgłoszenie <sup>22</sup>
Przychody operacyjne	7 135,7	1 676,5	0,0	0,0	10 032,6
Pozostałe przychody operacyjne	684,7	70,3	2 478,7	16 936,9	6 591,6
<b>RAZEM PRZYCHODY</b>	<b>7 820,4</b>	<b>1 746,8</b>	<b>2 478,7</b>	<b>16 936,9</b>	<b>16 624,2</b>
Koszty działalności	8 309,2	1 901,8	2 606,8	16 936,9	16 584,3
Pozostałe koszty operacyjne	32,7	0,0	0,0	0,0	39,4
<b>RAZEM KOSZTY</b>	<b>8 341,9</b>	<b>1 901,8</b>	<b>2 606,8</b>	<b>16 936,9</b>	<b>16 623,7</b>
<b>Wynik na działalności gospodarczej</b>	<b>-521,5</b>	<b>-155,0</b>	<b>-128,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

### Inne wskaźniki finansowe sektora radiowego

Na koniec 2011 r. w porównaniu do roku poprzedniego stan należności koncesjonowanych nadawców radiowych wzrósł o 9,7%, a zobowiązania o 3,14%. Prawie we wszystkich grupach medialnych wystąpił wzrost wartości majątku, średnio o 9%. Na wzrost ten miał wpływ

majątek obrotowy, w tym wzrastający stan należności. Majątek trwały w 2011 r. wykazuje spadek wartości o ok. 7,5% w stosunku do roku poprzedniego, co wynika ze zmniejszenia wartości inwestycji długoterminowych.

W 2011 r. aktywa nadawców były finansowane w ok. 30% kapitałem obcym. Wskaźnik ten był niższy o 5% w stosunku do roku poprzedniego, co oznacza wzrost poziomu finansowania aktywów środkami własnymi nadawców.

Analiza sprawozdań finansowych wskazuje, że nadawcy należący do dużych grup medialnych, mających możliwość alokacji środków finansowych w obrębie podmiotów należących do grupy, mogą sfinansować realizację nowych projektów inwestycyjnych. W dalszym ciągu

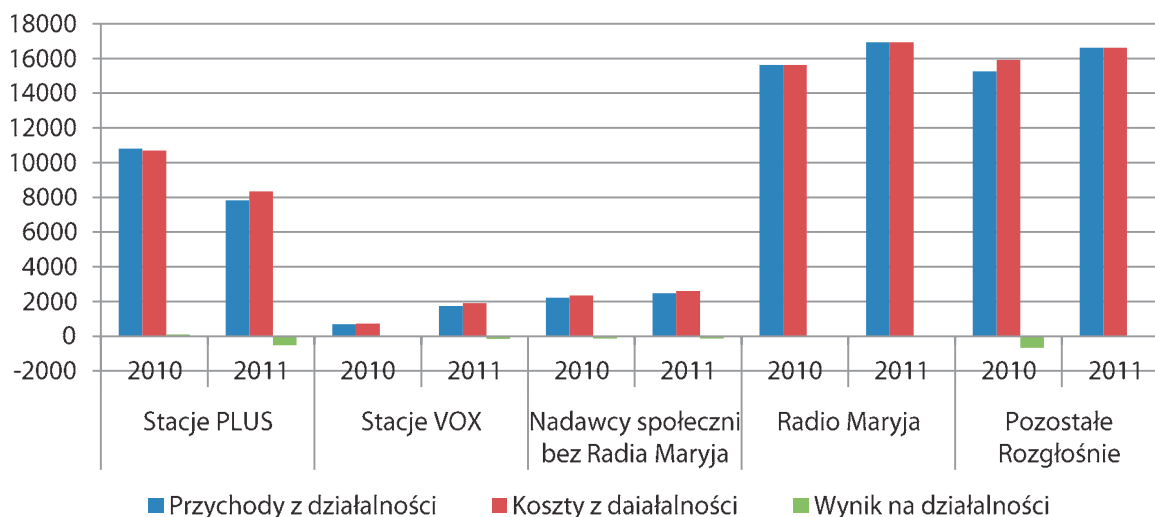
<sup>20</sup> Nadawcą społecznym, zgodnie z art.4 pkt.10 ustawy o radiofonii i telewizji, jest nadawca:

- 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,
- w którego programie nie są rozpowszechniane audycje ani inne przekazy, o których mowa w art. 18 ust. 5,
- który nie nadaje przekazów handlowych,
- który nie pobiera opłat z tytułu rozpowszechniania, rozprowadzania lub odbierania jego programu.

<sup>21</sup> Sprawozdania finansowe tych nadawców nie zawierają informacji o wysokości przychodów z tych dwóch źródeł.

<sup>22</sup> 14 stacji katolickich nie posiadających statusu nadawcy społecznego.

Wykres nr 15. Porównanie wyników finansowych rozgłośni społeczno-religijnych w 2010 i 2011 r. (w tys. zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

w trudnej sytuacji było wielu samodzielnych nadawców, emitujących program adresowany do ograniczonego kręgu odbiorców. Przy prowadzeniu kapitałochłonnej działalności mają oni stałe problemy z pozyskaniem przychodów z rynku w takiej wysokości, która umożliwiłaby im pokrycie kosztów oraz realizację projektów rozwojowych.

Porównując dane na temat sytuacji finansowej nadawców radiowych, które uzyskano w oparciu o sprawozdania finansowe, z danymi o szacunkowej wartości rynku, zawartymi w publicznie dostępnych raportach, możemy zauważyć pewne rozbieżności w ocenie. Większość publikowanych raportów podawała tendencję wzrostową na rynku radiowym, co nie znajduje potwierdzenia w analizie sprawozdań finansowych. Oznacza to, że branża radiowa, podobnie jak cała gospodarka, odczuła skutki globalnego kryzysu. Nadawcy broniąc się przed spadającym popytem na ich usługi w sposób klasyczny stosowali politykę rabatową. W wyniku spirali rabatowej u wszystkich nadawców znacznie spadła dynamika przychodów w stosunku do lat poprzednich. W rezultacie, pomimo ograniczenia kosztów,

nadawcy uzyskali mniej korzystne wyniki finansowe niż w latach poprzednich.

### Koncentracja kapitałowa

Analizując procesy zachodzące na rynku radiowym należy zauważyć, że jest to rynek już w dużej mierze nasycony. Trwający od końca lat 90. proces koncentracji nadawców radiowych w Polsce, będący wynikiem walki o rynek reklamy, odbiorcę i większy zasięg techniczny, jest na etapie końcowym. Rynek zweryfikował nadawców lokalnych, którzy nie mogli odnaleźć się w nowej rzeczywistości gospodarczej.

W efekcie nabywania udziałów większościowych w stacjach lokalnych powstały duże grupy medialne TIME i AGORA, a później sieci należące do nadawców ogólnokrajowych RMF MAXXX oraz Planeta i AntyRadio (EUROZET). Sieci stacji lokalnych to ujednocnione produkty, przeznaczone dla ściśle określonych grup odbiorców. Od kilku lat odbudowuje się rynek nadawców lokalnych

działających samodzielnie. Co roku przybywa kilka nowych programów lokalnych, przeważnie w mniejszych miastach (50-100 tys. mieszkańców). Dalszy rozwój samodzielnych nadawców lokalnych zależy od kondycji lokalnej przedsiębiorczości oraz możliwości zmniejszenia kosztów działalności (szerzej w rozdziale 6. w części dotyczącej mediów lokalnych i społecznych).

Obserwując rynek radiowy można dostrzec także inny, pionowy rodzaj koncentracji, która łączy działalność radiową z wydawniczą, telewizyjną, internetową i reklamy zewnętrznej, co wzmacnia pozycję grup medialnych (szerzej w rozdziale 3).

### **2.1.2 Audytorium programów radiowych**

W 2012 r. nadal najchętniej słuchane były programy o zasięgu ogólnopolskim (4 programy nadawcy publicznego oraz koncesjonowane RMF FM, Radio Zet i Radio Maryja). Ich łączny udział w czasie słuchania<sup>23</sup> wyniósł ponad 60% (z czego ponad 20% przypadło programom radia publicznego). RMF FM cieszył się największym udziałem w czasie słuchania wśród wszystkich badanych programów radiowych – samodzielnie zajęł niemal ¼ rynku radiowego w Polsce.

Wszystkich koncesjonowanych programów lokalnych słuchało 26,4% odbiorców. Wśród nich (mniejsze kółko na wykresie nr 16) dominowały niezależne programy lokalne oraz programy z grupy ESKA. Programy regionalne radia publicznego razem uzyskały ponad 5% całości wpływów tego nadawcy. Wyspecjalizowane programy o zasięgu ponadregionalnym, (CHILLI ZET, ESKA ROCK, TOK FM, Radio PIN i RMF CLASSIC) miały łącznie ponad 4% udziału w czasie słuchania.

<sup>23</sup> Udział w czasie słuchania – całkowity czas, jaki słuchacze poświęcili na słuchanie określonego programu radiowego/grupy programów w stosunku do całkowitego czasu słuchania wszystkich programów radiowych objętych badaniem.

Oprócz jakości oferty programowej oraz skuteczności kampanii marketingowych, istotnym czynnikiem wpływającym na wielkość audytorium programów radiowych w przypadku stacji ponadregionalnych i lokalnych jest ich zasięg, związany z liczbą stacji nadawczych (przedstawiony w poprzednim rozdziale w tabeli nr 2). Można również przypuszczać, że wyniki słuchalności stacji lokalnych nadających swój program poza dużymi miastami, są niedoszacowane ze względu na sposób prowadzenia badań radiowych.

Dotychczasowe badania standardu słuchalności radia – „Radio Track”<sup>24</sup> zlecane przez spółkę z udziałem największych komercyjnych grup radiowych (RMF, ZET, ESKA AGORA), oparte są na badaniu metodą telefoniczną, ankieterzy pytają o słuchanie radia w różnych porach dnia, jest to badanie deklaratywne, oparte na pamięci respondenta. Na wyniki badania wpływa więc w dużej mierze znajomość marki nadawcy.

Wielkość udziału w czasie słuchania, a także zasięg dzienny<sup>25</sup> i średni dzienny czas słuchania programu oraz kierunek zmiany tych wskaźników w porównaniu z poprzednim rokiem zostały przedstawione w tabeli nr 6.

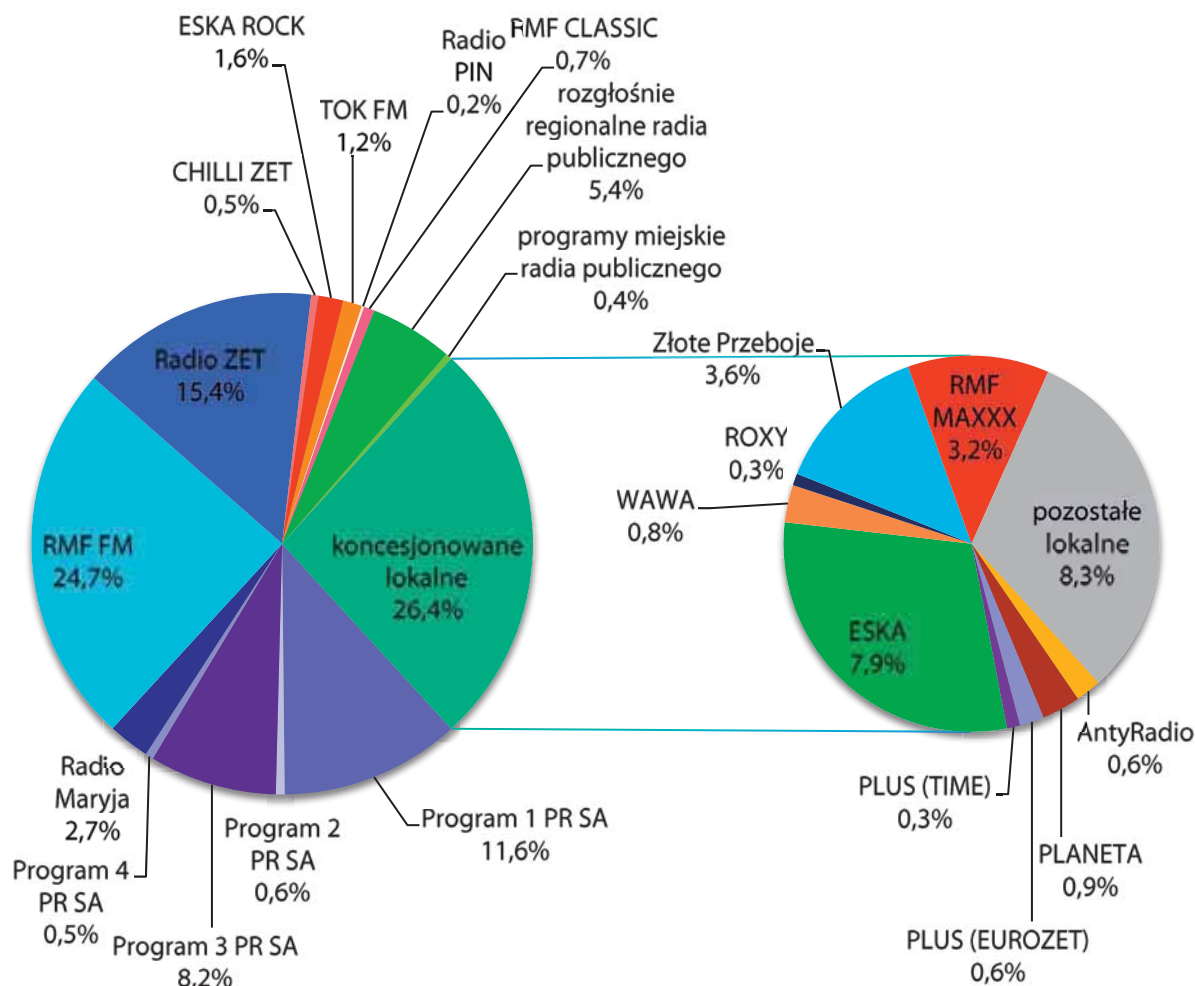
<sup>24</sup> Badanie Radio Track wykorzystuje zalety dwóch najpopularniejszych metod używanych w badaniach audytorium radiowych:

- *day after recall* (odtworzenie dnia poprzedzającego wywiad) – wywiady są realizowane techniką CATI (wywiady telefoniczne wspomaganie komputerowo). Zaletą jest możliwość uzyskania bardzo szczegółowych danych o ratingach i okolicznościach słuchania dla jednego dnia, a także duże próby badawcze; wadą jest brak ciągłości danych z dłuższych okresów czasu pochodzących od jednego respondenta;
- dzienniczek - uzupełniający zbiór pochodzący z 4-tygodniowego panelu, którego celem jest dostarczenie danych do modułu medioplanerskiego. Zaletą takiego badania jest ciągłość danych, co pozwala w prosty sposób przejść na liczenie duplikacji oraz *reach&frequency*. Wadą jest brak kontroli nad wypełnianiem dzienniczka i trudności w nakłonieniu do jego wypełniania pewnych kategorii respondentów.

<sup>25</sup> Zasięg dzienny programu/grupy programów to odsetek osób z danej populacji słuchających tego programu/grupy programów. Inaczej – procentowa wielkość audytorium.



Wykres nr 16. Struktura rynku audytorium radiowego w 2012 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

W porównaniu z ubiegłym rokiem największy spadek udziału w czasie słuchania odnotowała grupa programów o zasięgu ogólnokrajowym (druga kolumna w tabeli nr 6). Wartość tego wskaźnika w 2012 r. była dla nich łącznie o 1,8% niższa niż w roku poprzednim. Największe straty odnotował program RMF FM (1,3%) oraz Radio ZET (0,8%). Zyskało natomiast Radio Maryja (o 0,6%). Duży wzrost łącznego udziału w czasie słuchania (o 1,8%) nastąpił w przypadku koncesjonowanych programów o zasięgu lokalnym. Wśród nich najwięcej zyskały programy nada-

wane pod marką Złote Przeboje (wzrost udziału w czasie słuchania o 0,7%).

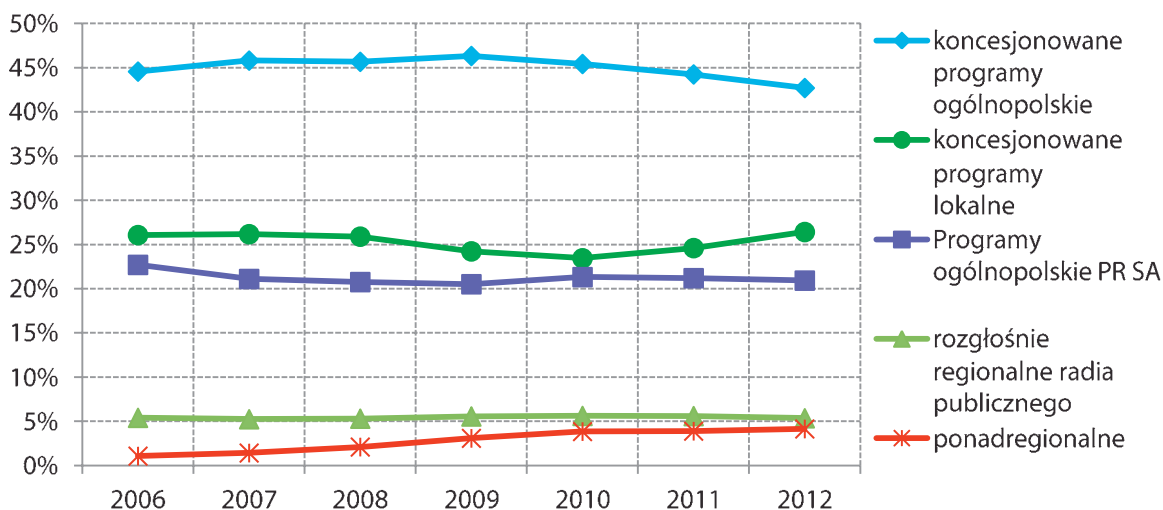
Zasięg dzienny programów radiowych (pierwsza kolumna w tabeli nr 6) miał dla większości stacji w minionym roku tendencję spadkową. Największy spadek audytorium odnotowały programy ogólnopolskie (3,2%), a wśród nich RMF FM (2,1%), Radio ZET (1,9%) i Program 1 PR (1,0%). O 1% zmniejszyło się też audytorium programów regionalnych radia publicznego.

**Tabela nr 6. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w 2012 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmiany w porównaniu z rokiem poprzednim**

	Zasięg dzienny	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
<b>WSZYSTKIE</b>	74,6% ↓	100,0% →	4 godz. 25 min. ↓
<b>PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE</b>	57,1% ↓	63,6% ↓	3 godz. 41 min. ↓
Program 1 PR SA	12,7% ↓	11,6% ↓	3 godz. 1 min. ↑
Program 2 PR SA	1,0% ↓	0,6% ↓	1 godz. 53 min. ↓
Program 3 PR SA	8,8% ↓	8,2% →	3 godz. 6 min. ↓
Program 4 PR SA	0,7% ↑	0,5% ↑	2 godz. 16 min. ↑
Radio RMF FM	29,3% ↓	24,7% ↓	2 godz. 47 min. ↓
Radio ZET	20,3% ↓	15,4% ↓	2 godz. 30 min. ↓
Radio Maryja	3,4% ↑	2,7% ↑	2 godz. 35 min. ↑
<b>PROGRAMY PONADREGIONALNE</b>	5,6% ↑	4,2% ↑	2 godz. 26 min. ↓
TOK FM	1,7% ↓	1,2% ↓	2 godz. 20 min. ↓
ESKA ROCK	2,3% ↑	1,6% ↑	2 godz. 18 min. ↑
RMF CLASSIC	1,2% ↑	0,7% ↑	1 godz. 58 min. ↓
CHILLI ZET	0,7% →	0,5% →	2 godz. 8 min. ↓
Radio PIN	0,3% →	0,2% →	2 godz. 14 min. ↑
<b>ROZGŁOŚNIENIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO</b>	7,5% ↓	5,4% ↓	2 godz. 21 min. ↑
<b>PROGRAMY MIEJSKIE RADIA PUBLICZNEGO</b>	0,6% ↓	0,4% →	2 godz. 27 min. ↑
<b>KONCESJONOWANE PROGRAMY LOKALNE</b>	30,7% ↑	26,4% ↑	2 godz. 50 min. ↑
AntyRadio	0,9% ↓	0,6% →	2 godz. 3 min. ↑
PLANETA	1,7% ↓	0,9% ↓	1 godz. 41 min. ↓
PLUS (EUROZET)	0,8% ↓	0,6% →	2 godz. 13 min. ↑
PLUS (TIME)	0,4% →	0,3% →	2 godz. 32 min. ↑
ESKA	11,8% ↓	7,9% ↑	2 godz. 13 min. ↓
WAWA	1,4% ↑	0,8% →	2 godz. 4 min. ↓
ROXY	0,4% →	0,3% ↑	2 godz. 2 min. ↑
Złote Przeboje	4,8% ↑	3,6% ↑	2 godz. 28 min. ↑
RMF MAXXX	5,3% ↓	3,2% →	1 godz. 60 min. ↓
pozostałe lokalne	10,6% ↑	8,3% ↑	2 godz. 35 min. ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

**Wykres nr 17. Udział w czasie słuchania programów ogólnopolskich, ponadregionalnych, regionalnych oraz lokalnych w latach 2006-2012**

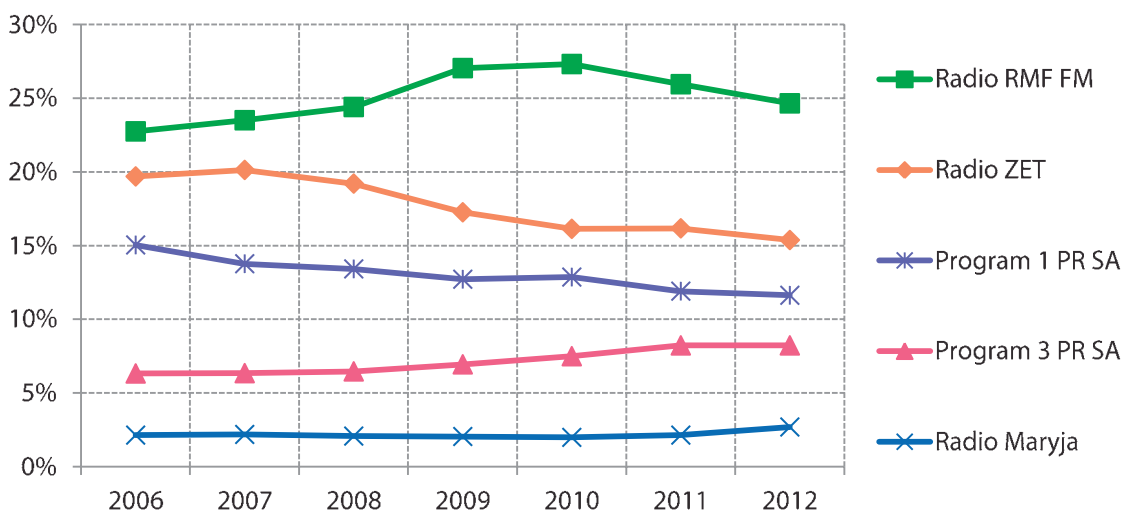


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

Czas poświęcony na słuchanie programów radiowych (trzecia kolumna w tabeli nr 6) nie zmienił się znacząco w porównaniu z ubiegłym rokiem. Największa zmiana dotyczyła programów z grupy ROXY (wzrost o 19 minut), Radia Maryja (wzrost o 18 minut) oraz programów z grupy Złote Przeboje (wzrost o 15 minut). Rok 2012 był trzecim już z kolei, w którym zmniejszał się czas słuchania

programów ogólnopolskich, zarówno publicznych jak i koncesjonowanych. Tracił Program 1 PR, który ma stałą tendencję spadkową, Radio ZET (spadek udziału w czasie słuchania trwający od 2008 r.) oraz RMF FM (spadek udziału notowany od 2011 r.). Przez ostatnie 4 lata zyskiwał Program 3 PR, a w 2012 r. wzrost udziału w czasie słuchania odnotowało Radio Maryja.

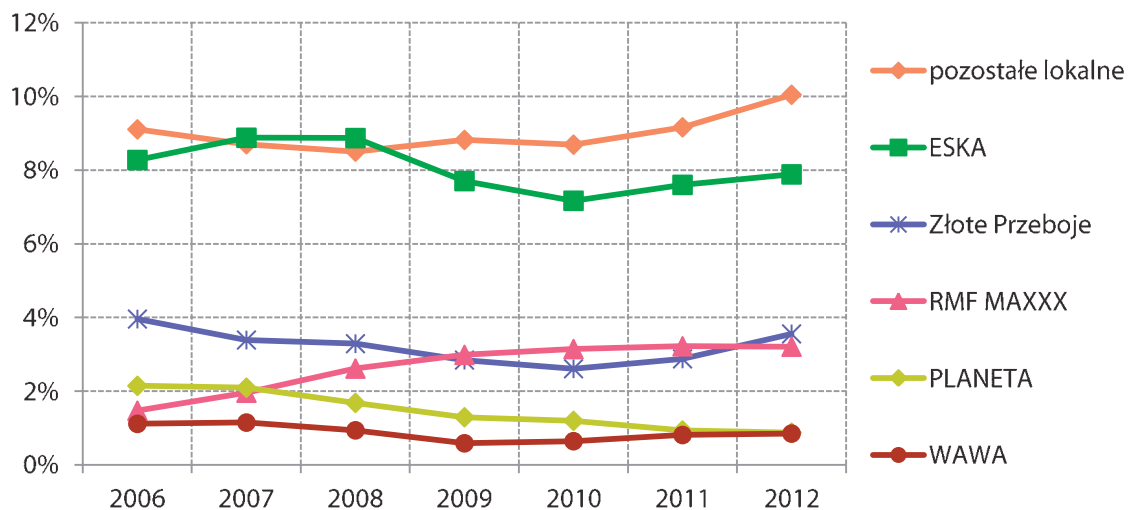
**Wykres nr 18. Udział w czasie słuchania ogólnopolskich<sup>26</sup> programów radiowych publicznych i koncesjonowanych w latach 2006-2012**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

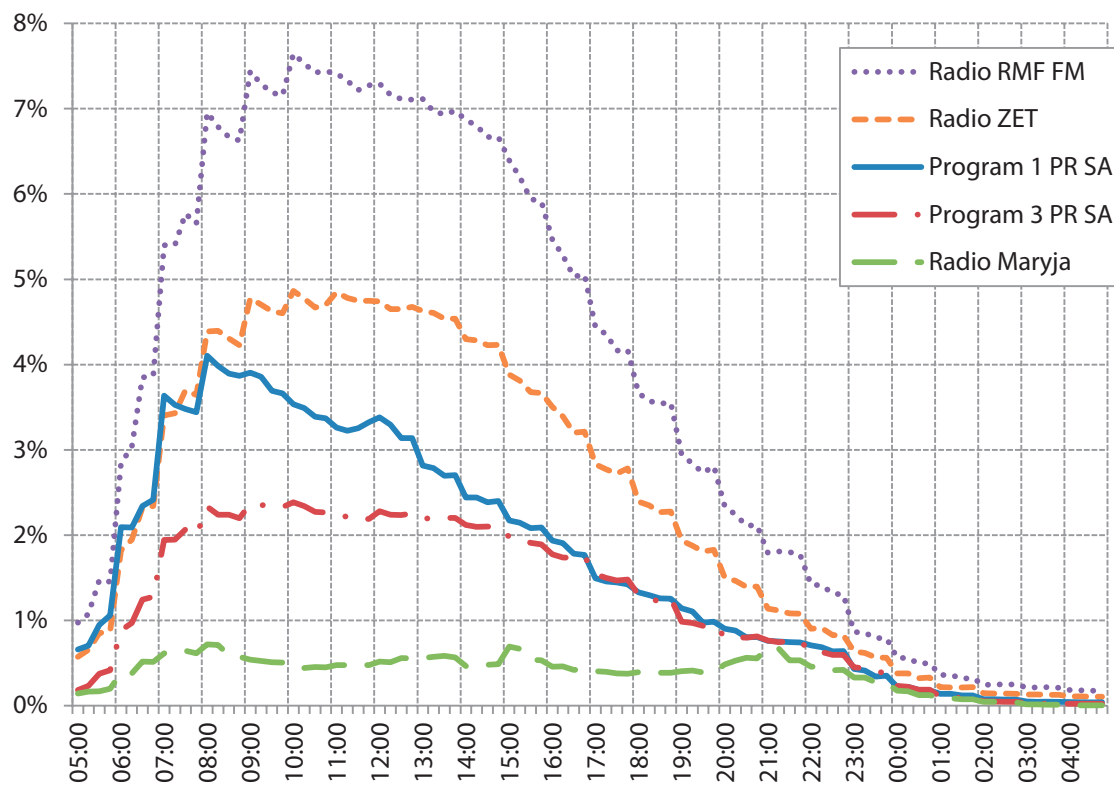
<sup>26</sup> Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresie nr 18 i 20 nie zostały uwzględnione programy 2 i 4 PR SA.

**Wykres nr 19. Udział w czasie słuchania koncesjonowanych programów o zasięgu lokalnym w latach 2006-2012**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

**Wykres nr 20. Dzienny rozkład słuchalności programów ogólnopolskich w 2012 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown SMG/KRC

Udział w czasie słuchania programów ponadregionalnych oraz programów regionalnych radia publicznego pozostawał na podobnym poziomie. W ciągu ostatnich dwóch lat wzrastał natomiast udział w czasie słuchania programów lokalnych.

Na wykresie nr 20 przedstawiono krzywą dzienną słuchalności programów radiowych, czyli odsetek słuchaczy danego programu w określonej porze dnia. Dzień został podzielony na kwadransy.

Charakterystyczne pory największej słuchalności programów przedstawionych na wykresie nr 20 pozostają takie, jak w minionych latach. Program 1 PR SA cieszył się największą słuchalnością rano, między godz. 7:00 a 13:00, przy czym maksymalną liczbę słuchaczy osiągał o godz. 8:00. Po godz. 12:00 jego audytorium malało. Program 3 PR SA cieszył się stałym poziomem słuchalności między godziną 7:00 a 16:00. RMF FM oraz Radio ZET swój szczyt słuchalności osiągały o godz. 10:00. Stały, wysoki odsetek

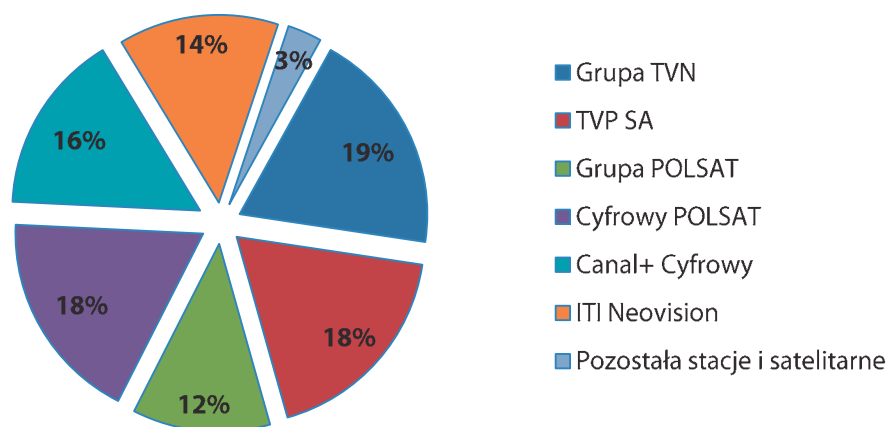
słuchaczy obu tych programów utrzymywał się między 9:00 a 14:00, później ich audytorium zmniejszało się. Radio Maryja miało stałą liczbę słuchaczy w długim paśmie czasowym między godziną 6:30 a 23:00, z czterema porami zwiększonej słuchalności: rano między godz. 8:00 a 8:30, po południu pomiędzy 13:30 a 14:00 i między 15:00 a 15:30, kiedy nadawane są audycje modlitewne oraz wieczorem między 20:30 a 22:00, podczas nadawania cyklicznej audycji publicystycznej „Rozmowy niedokończone”.

## 2.2 Telewizja

### 2.2.1 Wyniki finansowe

Przychody głównych firm (stacje: TVP, TVN i Polsat) działających na rynku telewizyjnym pochodzą w połowie z działalności reklamowej i sponsorskiej, a w połowie ze sprzedaży usług płatnej telewizji.

**Wykres nr 21. Przychody z działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych w 2011 r.**



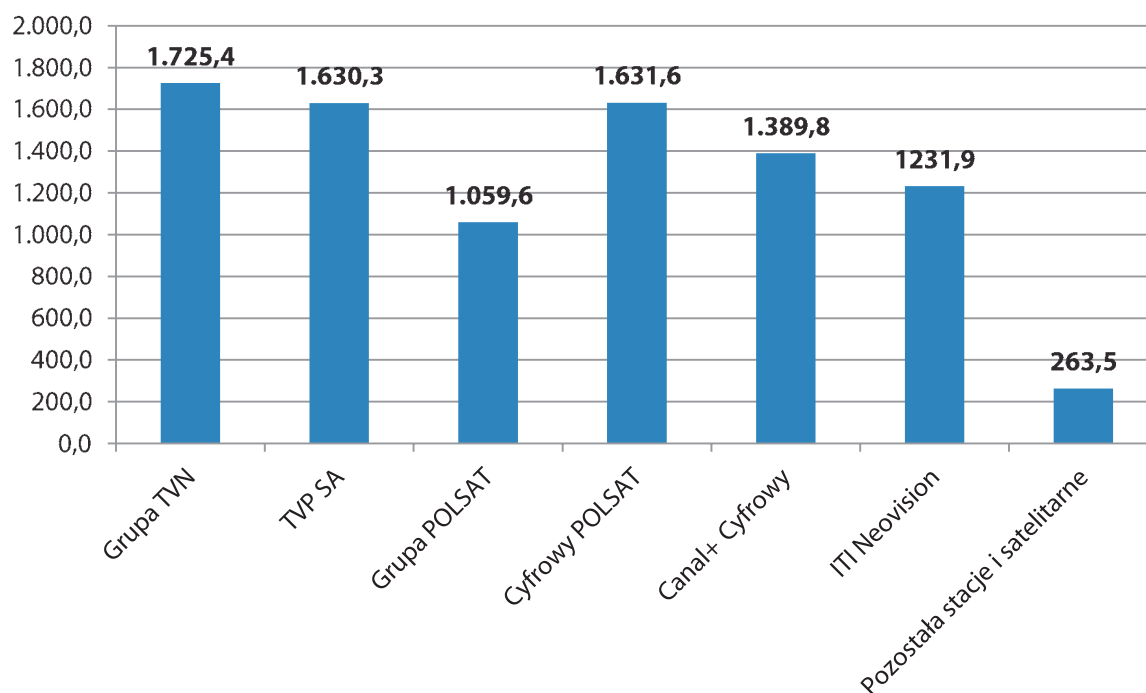
Do końca 2010 r. można było mówić o tworzonym przez tych nadawców oligopolu. Obecnie ich udział w rynku wynosi 49,4%. Nadal podstawową przewagą głównych stacji telewizyjnych jest ogólnokrajowa dystrybucja programów w systemie rozsiewczym naziemnym połączona z tzw. zasadą *must carry* tj. obowiązkiem rozprowadzania tych programów przez operatorów wszystkich platform telewizyjnych niezależnie od stosowanej technologii<sup>27</sup>. Szerzej na ten temat w Sprawozdaniu KRRiT rozdział IV.

Największy udział w przychodach z działalności w segmencie płatnej telewizji należał do spółki Polsat Cyfrowy Sp. z o.o. Sytuacja ta może ulec zmianie po połączeniu Cyfry+ z Platformą „n” (więcej na ten temat poniżej, w części poświęconej koncentracji kapitałowej).

W Telewizji Polskiej SA w 2011 r. spadek przychodów operacyjnych przełożył się na wyniki finansowe. Rok finansowy zamykał się stratą w kwocie 126 842,2 tys. zł i była ona większa o 4,7% w stosunku do roku poprzedniego. TVN SA, pomimo nieznacznego wzrostu przychodów o 0,3% w stosunku do roku poprzedniego, uzyskała dochód w kwocie 495 350,0 mln zł, tj. o 9,5% niższy w porównaniu do roku poprzedniego. Główną przyczyną spadku przychodów w tych stacjach były gorsze od oczekiwanych wyniki oglądalności, co przełożyło się na spadek inwestycji reklamowych o 4,5%. Budżety reklamodawców przeznaczone na sponsoring zmalały o 8,7%.

Telewizja Polsat Sp. z o. o. zanotowała spadek przychodów o 1,8%, jednak przy znacznym ograniczeniu kosztów osią-

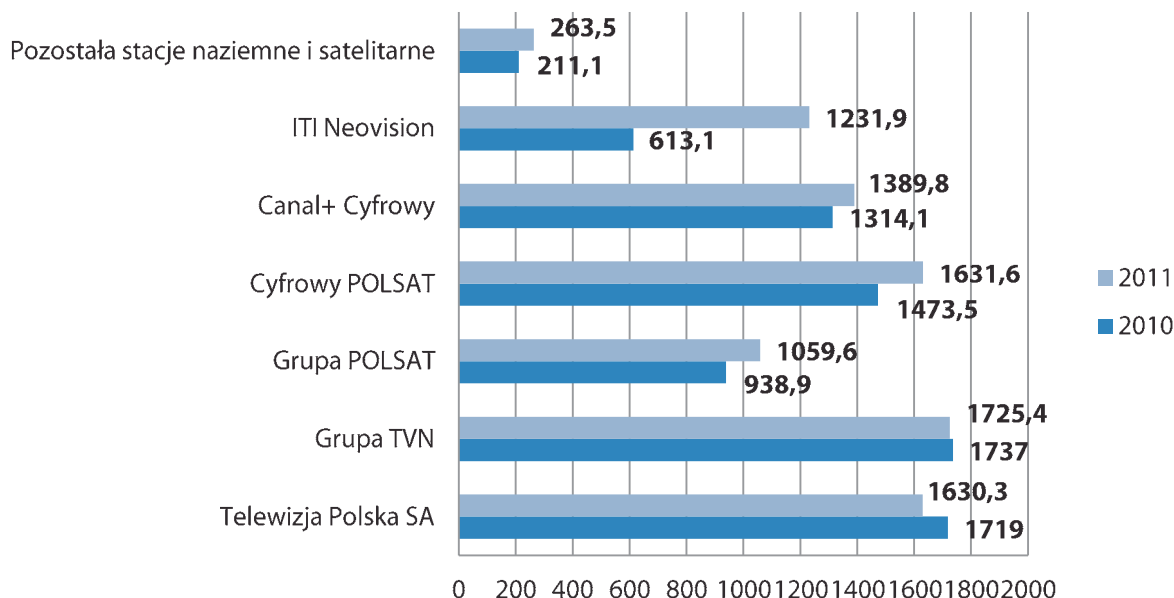
**Wykres nr 22. Przychody z działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych w 2011 r. (w mln zł)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

<sup>27</sup> Przepis dotyczący neutralności technologicznej odnośnie *must carry* został wprowadzony ustawą o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, art. 43 Dz.U. Nr 153 z dn. 30 czerwca 2011 r.

Wykres nr 23. Przychody operacyjne nadawców telewizyjnych w latach 2010-2011 (w mln zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

gnęła dodatni wynik finansowy na poziomie 207 105 tys. zł, tj. o 13,1% wyższy w stosunku do roku poprzedniego.

TVP SA i Grupa TVN zanotowały w 2011 r. niższe przychody operacyjne, zachowując jednak pozycję głównych graczy. Spadek przychodów operacyjnych miał przełożenie na wyniki finansowe nadawców. Telewizja Polska SA zamknęła rok stratą w kwocie 126 842,2 tys. zł (wyższą od straty w roku poprzednim o 4,76 %). TVN SA uzyskała dochód w kwocie 495 350,0 tys. zł (niższy o 9,45% w porównaniu do roku poprzedniego). Główną przyczyną spadku przychodów tych stacji były gorsze od oczekiwanych wyniki oglądalności, co wpłynęło na zmniejszenie budżetów reklamowych kierowanych do tych stacji. Telewizja Polsat Sp. z o. o. dzięki znacznemu ograniczeniu kosztów osiągnęła dodatni wynik finansowy na poziomie 207 105 tys. zł (o 13,1% wyższy w stosunku do roku poprzedniego).

Stan należności koncesjonowanych nadawców telewizyjnych na koniec 2011 r. wzrósł o 4,2% w stosunku do 2010 r. Zobowiązania w tym okresie wzrosły o 214%. Były to głów-

nie zobowiązania długoterminowe, którymi finansowano inwestycje oraz zakup majątku trwałego w Grupie Cyfrowy Polsat i Cyfra+.

W 2011 r. prawie we wszystkich grupach medialnych wystąpił wzrost wartości majątku, średnio o 41,8% dzięki inwestycjom i większej wartości majątku trwałego. Majątek nadawców był finansowany w 47% kapitałem obcym, głównie zobowiązaniami długoterminowymi. Analiza sprawozdań finansowych wskazuje, że nadawcy telewizyjni rozwijają działalność nadawczą, wprowadzając nowe usługi i technologie w oparciu o kapitał zewnętrzny, a także poprzez różne formy integracji: fuzje, nabywanie większościowego pakietu akcji, aliansy strategiczne. Działania te umożliwiają osiągnięcie korzyści skali oraz efektu synergii.

Tak, jak w przypadku radia, porównując dane na temat sytuacji finansowej nadawców telewizyjnych uzyskane w oparciu o sprawozdania finansowe do danych na temat szacunkowej wartości rynku zawartych w publicz-

**Tabela nr 7. Porównanie działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych za rok 2010 i 2011 w (w tys. zł)**

Rok	Telewizja Polska SA		Telewizja POLSAT Sp. z o. o		TVN SA	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<b>Przychody</b>	1 719 049,10	1 630 341,50	992 154,90	974 498,00	1 665 723,00	1 670 938,00
<b>Koszty</b>	1 839 842,80	1 757 183,70	812 335,20	767 393,00	1 118 601,00	1 175 588,00
<b>Wynik</b>	-120 793,70	-126 842,20	179 819,70	207 105,00	547 122,00	495 350,00

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

nie dostępnych raportach, możemy zauważyć pewne rozbieżności w ocenie.

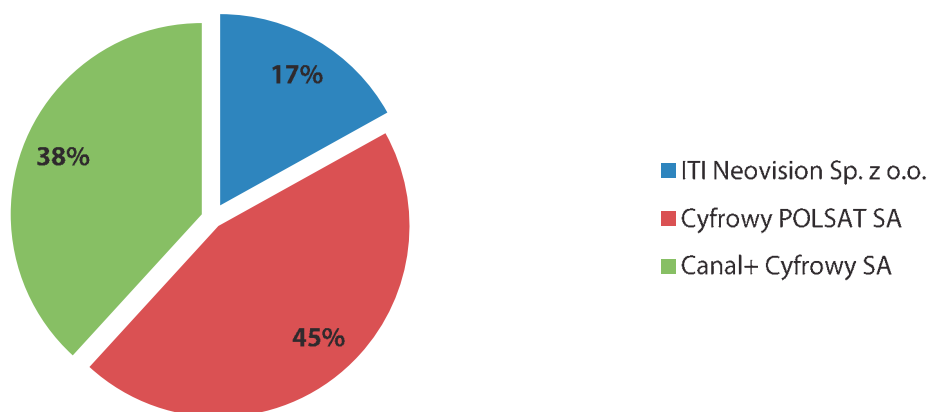
Zestawiając te wielkości, można stwierdzić, że nadawcy stosowali upusty cenowe w wysokości ponad 75%. Zauważamy natomiast zgodność w ogólnej ocenie rynku. Sumaryczne przychody w największym medium - telewizji, w 2011 r. zwiększyły się tylko o 0,6%, w stosunku do roku poprzedniego. Mimo dość obiecującej sytuacji w pierwszym półroczu, drugie półrocze przyniosło wyraźne spowolnienie. Reakcją koncernów międzynarodowych na informacje związane z drugą falą recesji było cięcie wydatków reklamowych, co spowodowało spadek

przychodów w największych stacjach (TVP, TVN). Stacje tematyczne nadal wykazywały tendencję wzrostową i co za tym idzie, ciągle powiększały swój udział w rynku reklamy telewizyjnej (zanotowały wzrost od 5,6% do 18,8%).

#### Operatorzy platform satelitarnych

Segment operatorów platform satelitarnych jest wysoce konkurencyjny w porównaniu do innych rynków europejskich. Wiodącą rolę odgrywa Cyfrowy Polsat SA z 45% udziałem. W efekcie fuzji Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. i ITI Neovision Sp. z o. o. może nastąpić wyrównanie pozycji operatorów na rynku.

**Wykres nr 24. Udziały w przychodach operacyjnych platform satelitarnych w 2011 r.**



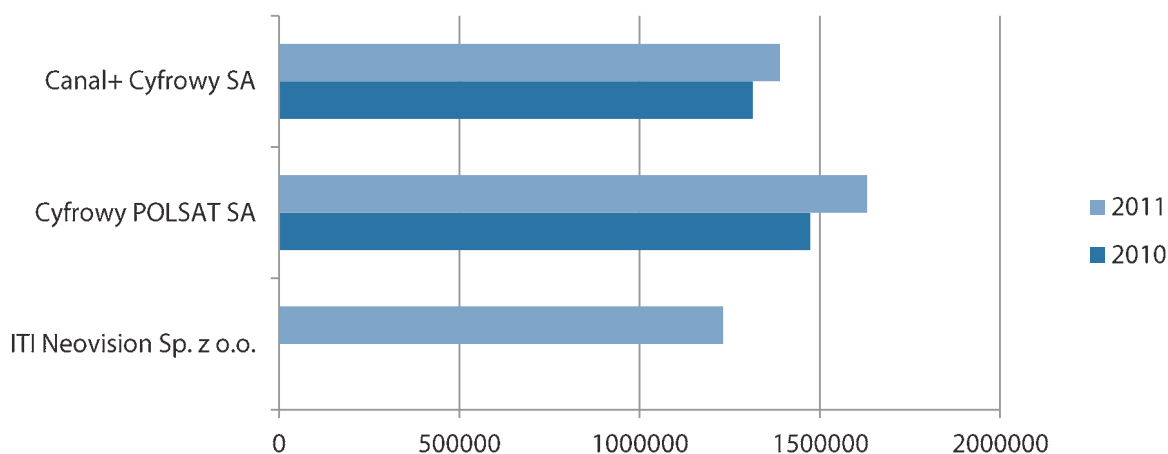
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.



Rynek telewizyjnych platform cyfrowych w Polsce w 2011 r. był wart ok. 3,1 mld zł, (wzrósł o 8% w stosunku do 2010 r.). Kolejny rok z rzędu, przychody operatorów były wyższe niż wynikało to z dynamiki rozwoju rynku. Oznaczało to poprawę wskaźnika średnich przychodów z jednej umowy. Zwiększając przychody i koszty operatorzy utrzymali wyniki finansowe na poziomie podobnym do roku

poprzedniego. Wyjątek stanowi ITI Neovision: w sprawozdaniu złożonym w 2012 r., obejmującym 23 miesiące: od 1 stycznia 2010 r. do 30 listopada 2011 r., spółka wykazała stratę w kwocie 306 123 tys. zł. Ponieważ sprawozdanie finansowe ITI Neovision Sp. z o. o. obejmuje okres 23 miesięcy, nie można dokonać porównania tych wyników z wynikami osiągniętymi przez innych operatorów.

**Wykres nr 25. Porównanie przychodów operacyjnych platform satelitarnych w latach 2010-2011 (w tys. zł)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

**Tabela nr 8. Porównanie działalności operacyjnej platform satelitarnych w latach 2010 i 2011 (w tys. zł)**

Rok	ITI Neovision Sp. z o.o.		Cyfrowy POLSAT SA		Canal+ Cyfrowy SA	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<b>Przychody</b>	0,00	1 231 945,00	1 473 540,00	1 631 628,00	1 314 089,00	1 389 806,00
<b>Koszty</b>	0,00	1 538 068,00	1 096 418,00	1 254 692,00	1 219 252,00	1 334 430,00
<b>Wynik</b>	0,00	-306 123,00	377 122,00	376 936,00	94 837,00	55 376,00

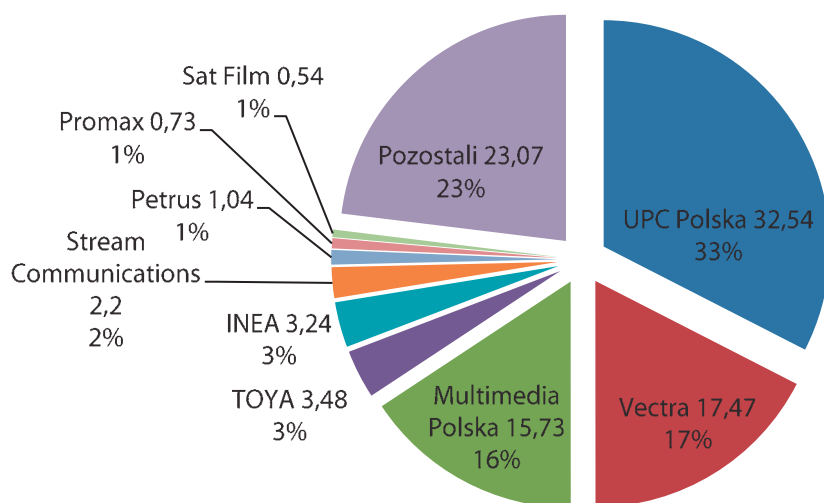
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r.

Wzrost przychodów platform satelitarnych w 2011 r. był też częściowo związany ze wzrostem przychodów reklamowych w programach tematycznych nadawanych przez operatorów (o 3,2%). Z tego tytułu najwięcej zyskał Cyfrowy Polsat SA – 10,7%. Swoje wyniki poprawił również Canal+ Cyfrowy SA ze wzrostem o 5,76% w stosunku do roku poprzedniego. Brak jest danych dla ITI Neovision Sp. z o.o. za 2010 r.

### Operatorzy platform kablowych i IPTV<sup>28</sup>

W 2011 r. z usług 10 największych operatorów kablowych korzystało ponad 3 mln abonentów, co stanowiło 67% ogółu korzystających z telewizji kablowej. Zgodnie z danymi PIKE<sup>29</sup> na polskim rynku telewizji kablowej dominowało trzech największych operatorów: UPC Telewizja Kablowa łącznie z Aster, Telewizja Kablowa Vectra oraz Multimedia Polska, których łączny udział w rynku wynosił około 66%. Pozostali operatorzy stanowią około 23% rynku i są bardzo rozdrobnieni (500 małych sieci).

**Wykres nr 26. Udziały w rynku abonentów telewizji kablowych w 2011 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych PIKE

<sup>28</sup> Operatorzy platform kablowych i IPTV nie mają obowiązku składania sprawozdań finansowych do KRRiT, wobec czego brak jest możliwości dokonania szczegółowej analizy ich wyników finansowych.

<sup>29</sup> PIKE – Polska Izba Komunikacji Elektronicznej.

Tabela nr 9. Najwięksi operatorzy telewizji kablowej w 2011 r.<sup>29</sup>

Operator	Udział w rynku (w %)	Liczba miejscowości	Liczba abonentów
UPC Polska	32.54	119	1 497 000
Vectra	17.47	164	803 797
Multimedia Polska	15.73	200	723 500
TOYA	3.48	4	160 000
INEA	3.24	7	149 100
Stream Communications	2.2	16	101 000
Petrus	1.04	11	48 000
Promax	0.73	18	33 600
Sat Film	0.54	1	25 000

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych PIKE

Możliwość odbioru programów telewizyjnych i radiowych drogą kablową mają mieszkańcy w ponad 300 miastach Polski, w tym we wszystkich miastach powyżej 40 tys. mieszkańców (ponad 4,2 mln gniazd abonenckich i ponad 1/3 wszystkich gospodarstw domowych w Polsce miała dostęp do telewizji kablowej).

Najmniej rozpowszechnionym sposobem odbioru płatnej telewizji jest IPTV. Polski rynek IPTV można szacować na ok. 2,3 mld zł. Liderem usługi IPTV pozostaje nadal Telekomunikacja Polska (ok. 110 tys. klientów) przed Telefonią Dialog (przeszło 40 tys. klientów). Usługi IPTV sprzedają także Multimedia Polska oraz wiele małych podmiotów. Sprzedaż tych usług rozpoczęła również Netia.

### Koncentracja kapitałowa

Wzmoczony ruch na rynku własnościowym to w większości aktywność holdingu Zygmunta Solorza-Żaka. W 2011 r. holding ten zakupił firmę Polkomtel – operatora telekomunikacyjnego (sieć PLUS), a w kwietniu 2012 r. Grupa Cyfrowy Polsat nawiązała współpracę z tą firmą w zakresie usług łączonych oraz wzajemnej sprzedaży swoich standardowych produktów. Połączony potencjał zakupowy to około 14 milionów klientów Polkomtela, którzy teraz otrzymają dostęp do usług telewizyjnych

i ponad 11 milionów osób z ponad 3,5 mln polskich gospodarstw domowych, korzystających obecnie z usług Cyfrowego Polsatu. W sierpniu 2012 r. został podpisany list intencyjny ze spółką Polkomtel, na mocy którego Grupa Cyfrowy Polsat rozpoczęła świadczenie usługi dostępu do Internetu w sieciach radiowych 3G i 2G operatora na częstotliwościach 2100 MHz i 900 MHz w technologiach HSPA i EDGE/GPRS. W wyniku współpracy z Polkomtelem nastąpi wzrost populacji w zasięgu Internetu HSPA/HSPA+ Cyfrowego Polsatu do blisko 85%. Obecnie do Internetu LTE ma dostęp 28% Polaków.

W styczniu 2012 r. Grupa Cyfrowy Polsat złożyła do Mobyland Sp. z o.o. zamówienie dotyczące zakupu usług transmisji danych, obejmujące transfer 13 milionów GB w paśmie 1800 MHz oraz paśmie 900 MHz, odpowiednio w technologii LTE i HSPA+, z gwarantowanym okresem ważności pakietu do dnia 31 grudnia 2015 r., przy czym strony dopuściły w umowie możliwość wydłużenia tego okresu.

W maju 2012 r. zostało podpisane porozumienie Telewizji Polsat z operatorem telewizji kablowej Vectra SA, na mocy którego, od 1 października 2012 r., 9 kanałów Telewizji Polsat: Polsat HD, Polsat 2, Polsat News, Polsat Sport News, Polsat Sport, Polsat Sport HD, Polsat Sport Extra, Polsat Sport Extra HD oraz Polsat Café jest rozprowadzanych w sieci Vectra. Podpisane porozumienie stanowi element

<sup>30</sup> Wg danych Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej.

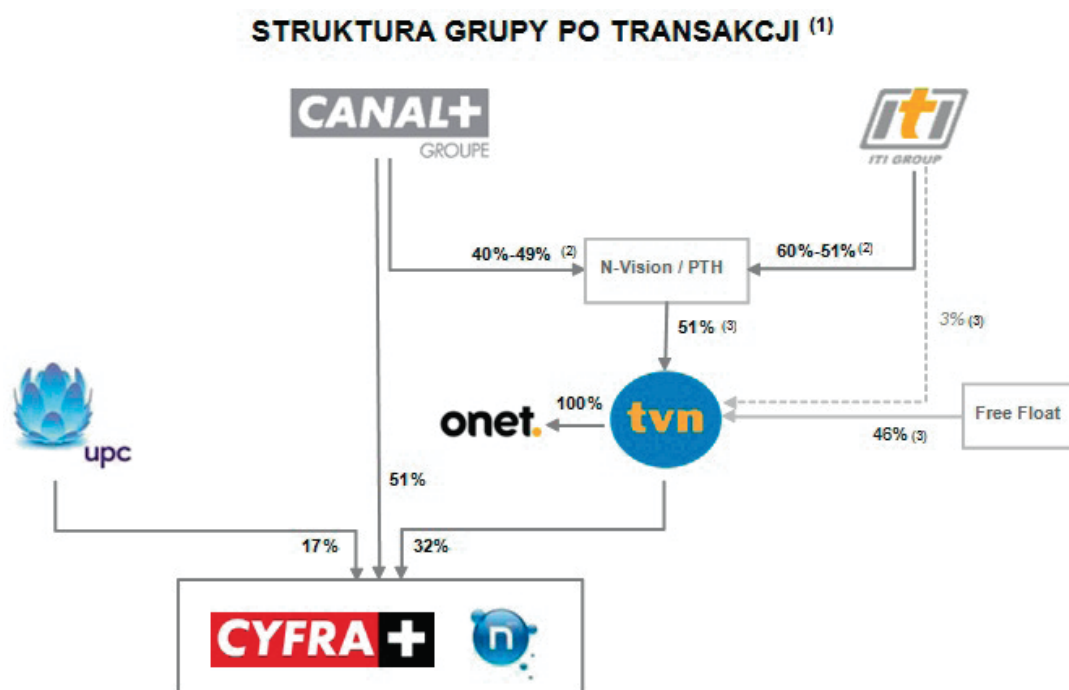
realizacji strategii Grupy Polsat, zakładającej zapewnienie kanałom Telewizji Polsat jak najszerzej dystrybucji wśród operatorów kablowo-satelitarnych, zwiększając tym samym ich zasięg techniczny, co może mieć wpływ na przyszłe wyniki oglądalności.

Odpowiedzią na działania konsolidacyjne Zygmunta Solorza-Żaka była w 2011 r. inicjatywa zakupu i przejęcia przez Platformę Cyfra+ należącej do TVN Platformy „n”. W związku z tym, we wrześniu 2012 r. UOKiK<sup>31</sup> wydał zgodę na przejęcie przez Grupę Canal+ kontroli nad spółką N-Vision, która ma być sprawowana wspólnie z ITI Holdings oraz na przejęcie przez Grupę Canal+ i TVN kontroli nad nowym podmiotem N/C+ powstałym w wyniku połączenia Canal+ Cyfrowy oraz ITI Neovision.

W dniu 4 czerwca 2012 r. TVN podpisał porozumienie z Ringier Axel Springer Media AG z siedzibą w Zurychu w sprawie utworzenia strategicznego partnerstwa w odniesieniu do Grupy Onet.pl SA. Pierwszym krokiem we wdrożeniu partnerstwa będzie wniesienie przez TVN 100% udziałów w Onet do nowo utworzonej spółki, a w rozliczeniu otrzyma on 956 mln zł w gotówce (ok. 217 mln euro) oraz 25% udziałów w spółce, w której udziały Ringier Axel Springer Media AG wyniosą 75%.

Kolejnym krokiem konsolidującym było porozumienie zawarte w czerwcu 2012 r. o współdziałaniu między Cyfra+ i operatorem komórkowym Play. Chodzi o wspólne oferowanie abonentom Cyfry+ usług mobilnego Internetu za pośrednictwem sieci Play, a także wejście z zasobami

**Wykres nr 27. Struktura Grupy TVN po połączeniu z Grupą Canal+**



- (1) W trakcie uzyskiwania zgód organów regulacyjnych.  
 (2) Grupa ITI dysponuje opcją sprzedaży „put” 9% udziałów w N-Vision. W przypadku wykonania tej opcji właścicielem 49% udziałów w N-Vision będzie Grupa CANAL+, a 51% udziałów – ITI.  
 (3) Po pełnym rozwodnieniu

Źródło: [http://www.kuchniaplus.pl/o-kuchni/aktualnosci/grupa-canalplus-grupa-iti-i-grupa-tvn-finalizujco-strategiczne-partnerstwo-w-polsce\\_13244617542500.html](http://www.kuchniaplus.pl/o-kuchni/aktualnosci/grupa-canalplus-grupa-iti-i-grupa-tvn-finalizujco-strategiczne-partnerstwo-w-polsce_13244617542500.html)

<sup>31</sup> Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta.

programowymi Cyfry+ do sieci Play, podobnie jak w przypadku Polsatu, Ipli (operator telewizji internetowej IPTV) i Polkomtela. Podjęte przez Cyfry+ oraz Grupę ITI działania wskazują wyraźnie, że powstaje plan skupienia zasobów technicznych i usług wokół Cyfry+ dla zrównoważenia działań Zygmunta Solorza-Żaka.

Z powyższych procesów koncentracji rynku nadawców programów telewizyjnych, operatorów platform cyfrowych oraz portali internetowych i audiowizualnych usług na żądanie wynika że:

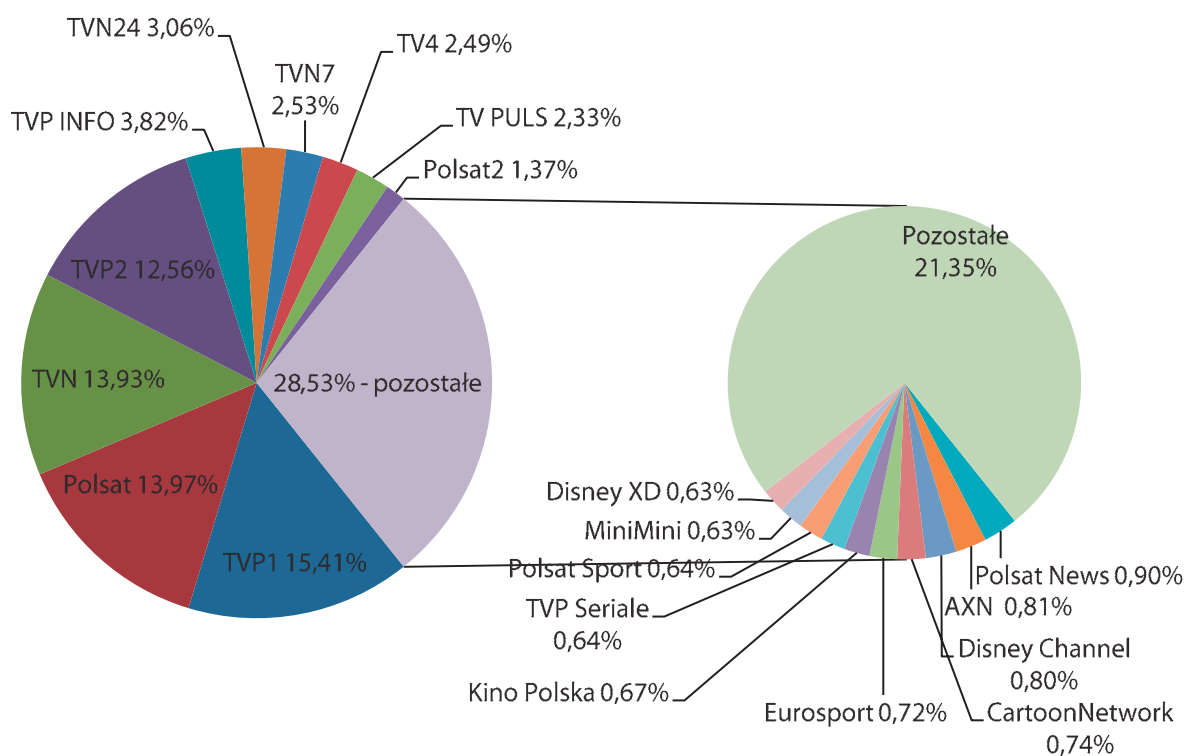
- w naziemnej telewizji cyfrowej zauważa się przewagę kapitału polskiego ze względu na znaczącą pozycję Telewizji Polskiej SA i Telewizji Polsat Sp. z o.o. Pozostali polscy nadawcy: Telewizja PULS Sp. z o.o., spółki Grupy ESKA (ESKA TV i Lemon Records) oraz ATM SA posiadają zdecydowanie mniejsze znaczenie na rynku z powodu nowej marki w porównaniu z liderami tego rynku oraz niszowej oferty programowej, będącej jedynie uzupełnieniem podstawowych, uniwersalnych kanałów telewizyjnych. Po zakończeniu konsolidacji Grupy TVN z Canal+ udział kapitału zagranicznego (francuski koncern medialny Vivendi) wzrośnie. Canal+ będzie dysponował 3 z 24 slotów w multipleksach, na których będzie mógł realizować programy: uniwersalny, informacyjno-publicystyczno-poradnikowy oraz filmowy. Właściciele spółki Cyfrowy Polsat SA (Pola Investments Ltd. i Sensor Overseas Ltd.) to podmioty zarejestrowane na Cyprze, a skupienie większościowych udziałów przez jednego właściciela, Zygmunta Solorza-Żaka, w całej grupie oznacza, że wyłącznie do niego może należeć decyzja o zbyciu wszystkich aktywów na rzecz wybranego podmiotu. Z analizy kondycji finansowej polskich firm medialnych wynika, że żaden z działających obecnie na tym rynku podmiotów nie posiada zdolności do nabycia całej grupy Cyfrowy Polsat bądź jej części, np. segmentu telewizyjnego.
- w płatnej telewizji cyfrowej (kanały dostępne poprzez platformy satelitarne-kablowe), oprócz pakietów kanałów tematycznych głównych polskich nadawców: TVP, TVN i Polsat, popularne są programy amerykańskich koncernów medialnych: NBC Universal, Time Warner, News Corporation, MTV Network oraz japońskiego Sony Pictures, które wchodzi na rynek nieobarczone obowiązkami dotyczącymi polskiej i europejskiej produkcji oraz ograniczeniami związanymi z emisją przekazów handlowych. Dysponując dostępem do bogatych zasobów atrakcyjnej produkcji telewizyjnej i filmowej, programy zagraniczne skutecznie konkurują z polską ofertą filmową i serialową. Wprowadzaniu nowych produkcji zagranicznych towarzyszy zazwyczaj profesjonalna i kosztowna kampania reklamowa, w dużej mierze wpływająca na wyniki oglądalności. Obecnie prawie cała oferta programowa w tych kanałach charakteryzuje się wysoką technologiczną jakością produkcji (HD, 3D) (o „zdelokalizowanych” programach zagranicznych szerzej rozdział 6. Kierunki zmian prawnych. Programy „zdelokalizowane”).
- udział kapitału polskiego i zagranicznego w segmencie operatorów satelitarnych i kablowych, dzięki silnej pozycji Polsatu Cyfrowego, jest zrównoważony. Nie sposób jednak pominąć rosnącej pozycji inwestycji kapitałowych firm francuskich i holenderskich (Canal+, Telekomunikacja Polska oraz po zakończeniu fuzji z grupą TVN, także Platforma „n”) oraz udziału międzynarodowych funduszy inwestycyjnych w platformach kablowych UPC (także Aster), wśród których jedynie Vectra pozostaje jak dotąd własnością podmiotu polskiego. Rynek platform staje dziś przed koniecznością wysokonakładowych inwestycji w technologie poprawiające jakość transmisji danych, które są niezbędne, aby mógł on obronić się przed wyzwaniem, jakie powstaje w wyniku rozwoju szerokopasmowego Internetu, który może przejąć podstawową ich funkcję, jaką jest dostarczanie programów telewizyjnych.

## 2.2.2 Widownia programów telewizyjnych

W 2012 r. pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku widowni zajmował, jak w poprzednich latach, Program 1 TVP. Polsat znalazł się na drugim miejscu z minimalną przewagą nad TVN. Najniższe udziały w grupie programów uniwersalnych o zasięgu ogólnokrajowym, podobnie jak przed rokiem, osiągnął Program 2 TVP. Wyspecjalizowane programy informacyjne TVP INFO i TVN

24 uplasowały się zaraz po programach uniwersalnych. Programy, których oglądalność nie przekraczała 1% stanowiły 28% widowni. Pozostałe programy niszowe (oglądalność poniżej 0,1%) miały razem widownię na poziomie 6%. Wskazuje to na postępującą segmentację rynku ze stopniowym ograniczeniem popularności programów uniwersalnych.

**Wykres nr 28. Struktura rynku telewizyjnego w 2012 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

W tabeli nr 10 przedstawiono ranking wszystkich programów telewizyjnych posiadających ponad 0,3% udziału

w rynku z zaznaczeniem kierunków zmian w porównaniu z poprzednim rokiem.

Tabela nr 10. Ranking programów (widownia, udziały) w 2012 r.

Program	Widownia	Zmiana	Udział
TVP1	929.992	↓ -115.876	15,41%
Polsat	843.088	↓ -29.766	13,97%
TVN	840.859	↓ -57.234	13,93%
TVP2	757.854	↓ -39.257	12,56%
TVN24	184.408	↓ -4.315	3,06%
TVN7	152.987	↑ 45.205	2,53%
TV4	150.230	↑ 6.912	2,49%
TV PULS	140.768	↑ 27.439	2,33%
Polsat2	82.638	↑ 3.552	1,37%
Polsat News	54.132	↑ 5.700	0,90%
AXN	48.602	↑ 5.787	0,81%
Disney Channel	48.446	↓ -11.671	0,80%
Cartoon Network	44.854	↓ -4.549	0,74%
Eurosport	43.515	↑ 10.774	0,72%
Kino Polska	40.415	↑ 19.443	0,67%
TVP Seriale	38.905	↑ 18.277	0,64%
Polsat Sport	38.653	↓ -603	0,64%
MiniMini	37.880	↑ 2.310	0,63%
Disney XD	37.788	↓ -11.819	0,63%
Disney Junior	36.599	↑ 12.186	0,61%
Discovery	35.674	↓ -4.529	0,59%
TVN Style	34.944	↑ 12.467	0,58%
Nickelodeon	33.655	↓ -2.222	0,56%
TVP Polonia	33.521	↓ -6.937	0,56%
National Geographic	31.127	↑ 5.106	0,52%
TVN Turbo	29.590	↑ 4.169	0,49%
TLC	27.956	↑ 2.304	0,46%
Polo TV	25.597	↑ 19.552	0,42%
Comedy Central	24.770	↑ 1.445	0,41%
VIVA Polska	24.514	↓ -9.896	0,41%
TVS	23.184	↓ -1.454	0,38%
TVP HD	20.832	↑ 11.463	0,35%
Eska TV	20.667	↑ 12.740	0,34%
Polsat Play	19.867	↑ 3.883	0,33%
Polsat JimJam	19.808	↑ 1.201	0,33%
13th Street Universal	19.047	↓ -1.539	0,32%
Polsat Film	18.746	↑ 2.055	0,31%
TTV - Twoja Telewizja	18.728	↑ 18.728	0,31%
4fun.tv	18.421	↑ 1.587	0,31%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

W 2012 r. do sektora publicznego łącznie: TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia należało 34,1% rynku. Było to o 2,6% mniej niż rok wcześniej. Z analizy udziałów telewizji publicznej w poprzednich latach wynika, że jest to kontynuacja tendencji spadkowej. Dla porównania, 6 lat wcześniej programy publiczne zajmowały połowę rynku. Z danych za 2012 r. wynika, że telewizja publiczna nadal traciła udziały, mimo wzrostu popularności programów

tematycznych, który nie rekompensował jednak strat widzowi programów uniwersalnych. Spośród publicznych programów tematycznych największe przyrosty udziałów w 2012 r. odnotowały programy: TVP Seriale (0,64%) i TVP HD (0,35%).

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do 2011 r. zestawiono w tabeli nr 11.

**Tabela nr 11. Zestawienie średniej oglądalności programów telewizji publicznej w 2012 r.**

Program	AMR	ZMIANA	SHR	ZMIANA	NTC
<b>TVP1</b>	929 992	-115 876	15,41%	-2,00	MUX 3
<b>TVP2</b>	757 854	-39 257	12,56%	-0,71	MUX 1
<b>TVP INFO</b>	230 693	-23 894	3,82%	-0,42	MUX 3
<b>TVP Sport</b>	15 582	3 347	0,26%	0,06	
<b>TVP Seriale</b>	38 905	18 277	0,64%	0,30	
<b>TVP Polonia</b>	33 521	-6 937	0,56%	-0,11	MUX 3
<b>TVP Kultura</b>	15 933	2 208	0,26%	0,03	MUX 3
<b>TVP Historia</b>	11 578	6 444	0,19%	0,10	MUX 3
<b>TVP HD</b>	20 832	11 463	0,35%	0,19	
<b>Ogółem publiczne</b>	<b>2 054 890</b>	<b>-144 225</b>	<b>34,05%</b>	<b>-2,56</b>	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów w 2012 r. odnotowały tradycyjne programy uniwersalne: TVN – 1%, Polsat – 0,56%. Niewielki wzrost w skali roku uzyskały programy naziemne TV4, TV PULS<sup>32</sup>

oraz satelitarne TVN 7 i Polsat 2 wchodzące w skład multipleksu 2 naziemnej telewizji cyfrowej.

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów koncesjonowanych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do 2011 r. zestawiono w tabeli nr 12.

<sup>32</sup> Wyniki PULS uległy zdecydowanej poprawie pod koniec 2012 r. Szerzej zostało to przedstawione w rozdziale 4, Naziemna telewizja cyfrowa.



Tabela nr 12. Zestawienie średniej oglądalności programów koncesjonowanych w 2012 r.

Program	AMR	ZMIANA	SHR	ZMIANA	NTC
Polsat	843 088	-29 766	13,97%	-0,56	MUX 2
TVN	840 859	-57 234	13,93%	-1,02	MUX 2
TVN24	184 408	-4 315	3,06%	-0,08	
TVN7	152 987	45 205	2,53%	0,74	MUX 2
TV4	150 230	6 912	2,49%	0,1	MUX 2
TV PULS [PULS]	140 768	27 439	2,33%	0,44	MUX 2
Polsat 2	82 638	3 552	1,37%	0,05	
Polsat News	54 132	5 700	0,90%	0,09	
Kino Polska	40 415	19 443	0,67%	0,32	
Polsat Sport	38 653	-603	0,64%	-0,01	
MiniMini	37 880	2 310	0,63%	0,04	
TVN Style	34 944	12 467	0,58%	0,21	
Nickelodeon	33 655	-2 222	0,56%	-0,04	
TVN Turbo	29 590	4 169	0,49%	0,07	
Polo TV	25 597	19 552	0,42%	0,32	MUX 1
TVS	23 184	-1 454	0,38%	-0,03	
Eska TV	20 667	12 740	0,34%	0,21	MUX 1
Polsat Play	19 867	3 883	0,33%	0,06	
Polsat Film	18 746	2 055	0,31%	0,03	
TTV - Twoja Telewizja	18 728	18 728	0,31%	0,31	MUX 1
4fun.tv	18 421	1 587	0,31%	0,03	
Polsat Cafe	17 467	2 116	0,29%	0,03	
Ale Kino	17 246	-1 653	0,29%	-0,02	
Tele5	17 057	-2 635	0,28%	-0,05	
Superstacja	13 663	-1 457	0,23%	-0,02	
TV6	12 061	9 858	0,20%	0,16	MUX 2
ATM Rozrywka	11 737	11 737	0,19%	0,19	MUX 1

Planete	10 652	938	0,18%	↑	0,02	
Canal+ Sport	10 608	884	0,18%	↑	0,02	
Polsat Sport Extra	9 293	-705	0,15%	↓	-0,02	
teleTOON+	8 591	1 937	0,14%	↑	0,03	
<b>Puls 2</b>	<b>8 536</b>	<b>8 536</b>	<b>0,14%</b>	<b>↑</b>	<b>0,14</b>	<b>MUX 2</b>
Orange Sport	7 707	4 083	0,13%	↑	0,07	
TVN Meteo	7 580	1 422	0,13%	↑	0,03	
Canal+	7 434	-500	0,12%	↓	-0,01	
kuchnia	6 962	1 374	0,12%	↑	0,03	
Domo	6 265	3 644	0,10%	↑	0,06	
Canal+ Film	5 874	-84	0,10%	→	0	
ITV	5 356	-382	0,09%	↓	-0,01	
TV Trwam	4 024	-1 998	0,08%	↓	-0,02	
TV.DISCO	3 991	3 991	0,07%	↓	-0,03	
Religia.tv	3 551	1 177	0,07%	↑	0,07	
<b>Polsat Sport News</b>	<b>3 471</b>	<b>3 471</b>	<b>0,06%</b>	<b>↑</b>	<b>0,02</b>	<b>MUX 2</b>
TVN CNBC	3 346	252	0,06%	↑	0,06	
Polonia1	3 270	-575	0,06%	↓	-0,01	
nSport	1 897	1 897	0,05%	↑	0,01	
TVR	1 582	1 582	0,03%	↑	0,03	
TV Biznes	1 312	-28	0,03%	→	0	
Kino Polska Muzyka	1 301	1 301	0,02%	→	0	
Rebel.tv	1 219	363	0,02%	↑	0,02	
Mango24	460	-355	0,02%	↑	0,01	
Canal+ Gol	405	-298	0,01%	→	0	
Czwórka Polskie Radio	306	28	0,01%	→	0	
Edusat	156	156	0,01%	↑	0,01	
<b>Ogółem koncesjonowane</b>	<b>3 023 837</b>	<b>140 225</b>	<b>50,21%</b>	<b>↑</b>	<b>2,13</b>	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Dzienny czas oglądania programów telewizyjnych (druga kolumna w tabeli nr 13) nie zmienił się znacząco w porów-

naniu z ubiegłym rokiem. Największa zmiana dotyczyła programów telewizji publicznej (zmniejszenie o 9 min.).

**Tabela nr 13. Wskaźniki oglądalności programów telewizyjnych w 2012 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmiany w porównaniu z rokiem poprzednim**

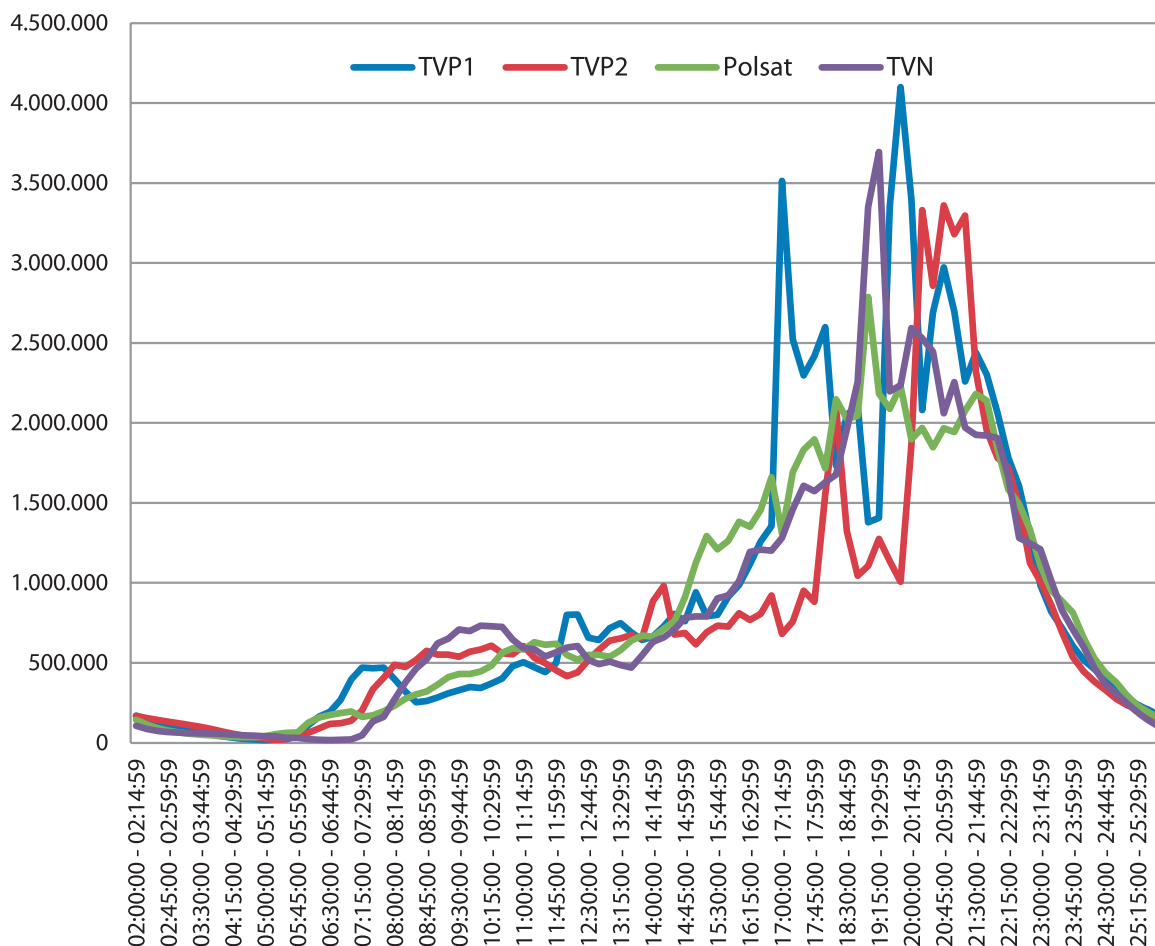
	Udział w czasie oglądania TV	Dzienny czas oglądania	Udział w czasie oglądania TV	Dzienny czas oglądania
	2012		2011	
wszystkie programy	100,00% →	4 godz. 3 min. ↑	100,00% →	4 godz. 2 min. ↓
programy TV publicznej	32,34% ↓	2 godz. 12 min. ↓	35,60% ↓	2 godz. 21 min. ↓
TVP 1	15,41% ↓	1 godz. 15 min. ↓	17,40% ↓	1 godz. 21 min. ↓
TVP 2	12,56% ↓	1 godz. 7 min. →	13,30% ↓	1 godz. 7 min. ↓
TVP INFO	3,82% ↓	40 min. ↓	4,20% ↓	41 min. ↓
TVP Polonia	0,56% ↓	17 min. ↓	0,70% ↑	19 min. ↑
programy koncesjonowane	39,68% ↓	2 godz. 38 min. ↑	40,00% ↑	2 godz. 37 min. ↑
TV Polsat	13,97% ↓	1 godz. 18 min. ↓	14,50% ↑	1 godz. 20 min. ↑
TVN	13,93% ↓	1 godz. 20 min. ↓	15,00% ↓	1 godz. 25 min. ↓
TV4	2,49% ↑	29 min. →	2,40% ↑	29 min. ↑
TV Puls	2,33% ↑	36 min. ↑	1,90% ↑	34 min. ↑
TVN 24	3,06% ↓	59 min. ↓	3,10% ↓	1 godz. 1 min. ↓
TVN 7	2,53% ↑	34 min. ↑	1,80% ↑	29 min. ↑
Polsat 2	1,37% ↑	32 min. ↑	1,30% ↑	31 min. ↑
pozostałe programy wyspecjalizowane	27,97% ↑	2 godz. 16 min. →	24,40% ↑	2 godz. 16 min. ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Pory największej oglądalności naziemnych programów telewizyjnych mieszczą się w podobnym przedziale czasowym, tj. między 18.00 a 23.00 (wykres nr 29), mimo że dla poszczególnych programów ulegają one indywidualnym przesunięciom. Na wykresie nr 29 przedstawiono szczegółowe rozkłady dobowej oglądalności dla programów: TVP 1, TVP 2, Polsat i TVN. Program TVP 1 największy wzrost oglądalności odnotowuje o godz. 17.00 i o godz.

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.

**Wykres nr 29. Dobowa oglądalność programów naziemnych w 2012 r.**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

## 2.3 Audiowizualne usługi medialne na żądanie (VoD)

### 2.3.1 Wyniki finansowe VoD

W Europie VoD jest rynkiem, który wciąż się rozwija. Według firmy badawczej NPA w 2011 r. w Europie funkcjonowało 325 głównych serwisów VoD. Największymi z nich są HBO, YouTube (Google), Qriocity (Sony), Lovefilm (Amazon),

iTunes MovieStore (Apple), a największym rynkiem jest rynek francuski, którego wartość w 2010 r. wzrosła o 20% i osiągnęła wielkość ok. 200 mln euro. Firma doradcza Audyteł szacuje<sup>33</sup>, że rynek VoD w Polsce oferowany przez

<sup>33</sup> Zob. przypis nr 14.

operatorów w 2011 r. był wart 200 mln zł. Operatorzy uzyskiwali przychody z dwóch źródeł: sprzedaży treści i sprzedaży czasu reklamowego. Klienci internetowego VoD zapłacili za treści w 2011 r. 49 mln zł, a w 2012 r. już

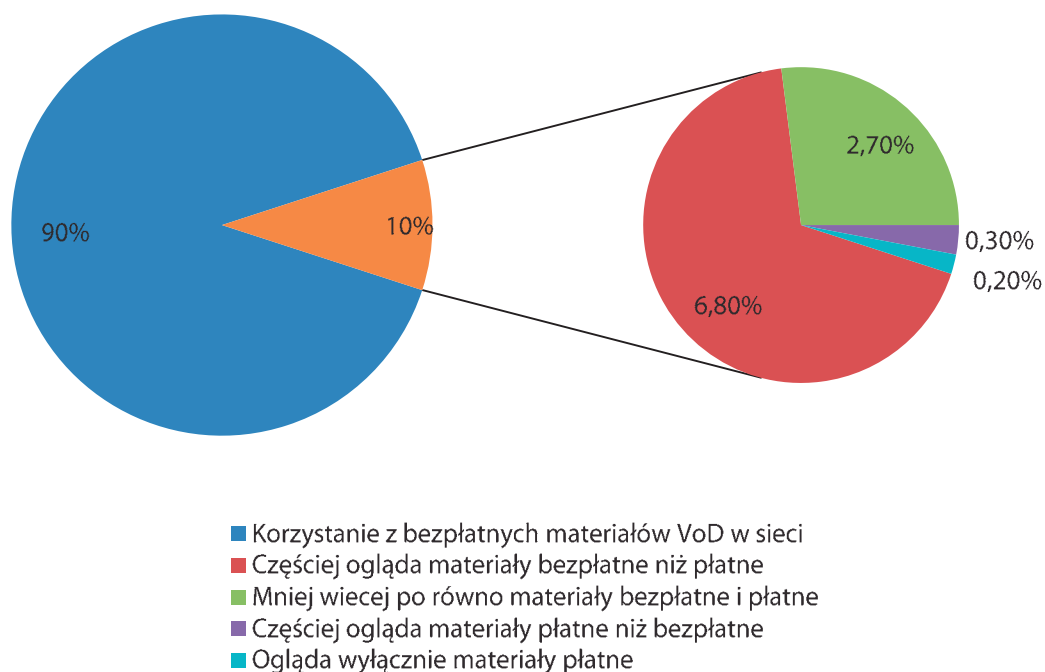
ok. 68 mln zł. Poniżej została przedstawiona dynamika wzrostu wartości rynku reklamy VoD w ramach rynku reklamy on-line.

**Tabela nr 14. Porównanie wartości rynku VoD w latach 2009-2012**

Lata	Wartość rynku w tys. zł	Dynamika wzrostu	Procentowy udział w rynku reklamy on-line
2009	11 000	0%	1,00%
2010	35 000	154%	2,20%
2011	49 000	40%	2,50%
2012	68 000	40%	3,10%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Raportu PMR „Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012”

**Wykres nr 30. Płatność za treści VoD (90% ogląda bezpłatne, 10% płatne)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Raport Gemius SA

Prognozy wskazują, że ceny usług VoD, podobnie jak to ma miejsce w przypadku telewizji internetowej, będą spadać, podczas gdy model z wpływami z reklam jako głównym źródłem przychodów będzie zyskiwał coraz większą popularność. Wraz z rosnącą popularnością VoD obserwuje się przesuwanie budżetów marketingowych z tradycyjnej telewizji do Internetu, co wpłynie na dalszy wzrost rynku reklamy internetowej oraz wzrost udziału VoD w wydatkach na reklamę interaktywną. Do 2015 r. prognozowany jest sześciokrotny wzrost przychodów z tego tytułu do 300 mln zł (z 50 mln zł w 2011 r.). Zda-

niem ekspertów z PricewaterhouseCoopers, VoD będzie drugim najszybciej rosnącym źródłem przychodów na rynku telewizyjnym (zaraz po mobilnej telewizji).

### 2.3.2 Oferta programowa i popyt na usługi VoD

Polski rynek VoD jest jednym z najmłodszych rynków dystrybucji treści audiowizualnych. Usługi takie oferowane są przez operatorów platform cyfrowych, sieci kablowe, sieci telekomunikacyjne oraz serwisy internetowe.

**Tabela nr 15. Porównanie ofert VoD dostępnych w Polsce w 2012 r.**

Serwis	Wprowadzenie oferty	Liczba oferowanych filmów	Czas dostępności odbioru w godzinach
<b>PLATFORMY CYFROWE</b>			
n <sup>34</sup>	grudzień 2006 r.	56	48
Cyfra+	grudzień 2008 r.	32	48
Cyfrowy Polsat	listopad 2010 r.	44	48
<b>OPERATORZY KABLOWI</b>			
Multimedia Polska	wrzesień 2007 r.	520	48
UPC	grudzień 2008 r.	340 <sup>35</sup> (4000)	24
Inea	grudzień 2010 r.	1539	24
Toya	kwiecień 2012 r.	350	24
<b>OPERATORZY TELEKOMUNIKACYJNI</b>			
Orange	wrzesień 2006 r.	1 000 (170)	48
Dialog (Netia)	wrzesień 2007 r.	800	24
BAIT (Jumbox)	marzec 2008 r.	336	24
Inotel	kwiecień 2008 r.	44	24
<b>WYPOŻYCZALNIE INTERNETOWE</b>			
iplex	luty 2008 r.	3 387 (+160)	24
ipla	grudzień 2009 r.	1 691	24
vod.pl (Onet)	luty 2010 r.	1 452	24
tvpl/vod	czerwiec 2010 r.	737	24
kinoplex.gazeta.pl	styczeń 2011 r.	318	24
tvnplayer.pl	styczeń 2011 r.	293	24

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie PMR Publications, 2012 r.

Zdecydowanie więcej widzów płacących za VoD korzysta z tej usługi za pośrednictwem dostawców telewizyjnych (87%) niż z Internetu (tylko 13%).

Okolo 46% wszystkich użytkowników korzystających z sieci w ciągu ostatniego roku oglądało filmy lub inne dłuższe formy audiowizualne<sup>36</sup>. W 2012 r. popularność tej formy rozrywki wzrosła o 6%, szczególnie wśród osób do 29 roku życia, z wykształceniem średnim lub wyższym.

<sup>34</sup> Aktualizacja oferty co miesiąc. Po podłączeniu dekodera do Internetu istnieje możliwość uruchomienia usługi nVoDnet z ofertą kilku tysięcy filmów i programów na życzenie.

<sup>35</sup> W ofercie usługi Wypożyczalnia VoD 340 pozycji, a w usłudze UPC na żądanie 4000 pozycji.

<sup>36</sup> GfK Polonia (struktura internautów GfK Net Index) dla Atmedia, „Siła uVoDzenia”, maj 2012 r.

Użytkownicy dostępnych w sieci serwisów VoD ściągaają głównie filmy fabularne (80%). Jednocześnie te same osoby deklarują, że oglądają telewizję tradycyjną (na co poświęcają zdecydowanie najwięcej czasu), chodzą do kina, oglądają filmy z płyt DVD, a ponad połowa korzysta równoległe z oferty VoD zapewnianej przez dostawców telewizji kablowej lub satelitarnej.

Użytkownicy VoD co najmniej raz w tygodniu korzystają z różnych źródeł pozyskania treści:

- VoD w Internecie - 61%,
- filmy ściągnięte z sieci - 37%,
- telewizja hybrydowa - 19%,
- telewizja kablowa/satelitarna - 16%<sup>37</sup>.

Spośród głównych powodów korzystania z oferty VoD respondenci wskazali:

- oglądanie programów przegapionych w telewizji (53%),
- oglądanie w dowolnym czasie (49%),
- oglądanie w dowolnym miejscu (44%).

Przeciętnie, co trzeci użytkownik oceniając walory VoD podkreśla łatwość korzystania, bogatą ofertę darmowych programów oraz fakt, że zawsze może tu znaleźć odpowiednie dla siebie treści. Jeśli korzystający z VoD decydują się na zakup tej usługi, robią to po to, aby oglądać w pierwszej kolejności komedie i filmy sensacyjne, a następnie: thrillery, kryminały, filmy psychologiczne, dramaty, horrory oraz programy i transmisje sportowe.

Niemal 90% użytkowników jest zdania, że tradycyjne programy telewizyjne powinny udostępniać za darmo pełną zawartość ramówki na stronach internetowych. Dwie trzecie z nich byłyby skłonne tolerować duże nasycenie reklamami w serwisie VoD w zamian za taki dostęp. Tylko 27% korzystających z serwisów VoD negatywnie ocenia darmowe ściąganie filmów z Internetu<sup>38</sup>.

W tabeli nr 16 i na wykresie nr 31 przedstawiono ranking najpopularniejszych serwisów VoD w Polsce pod względem liczby użytkowników.

Najbardziej popularne serwisy z roku na rok zwiększają liczbę użytkowników. Wyjątkiem pod tym względem był spadek odsłon serwisu vod.pl (Onet), który najprawdopodobniej związany był ze sprzedażą Onetu przez Grupę TVN i uruchomieniem przez TVN własnej platformy VoD, tvnplayer.pl (szerzej na ten temat w rozdziale 2. Telewizja. Wyniki finansowe).

**Tabela nr 16. Porównanie sześciu najpopularniejszych serwisów VoD w Polsce**

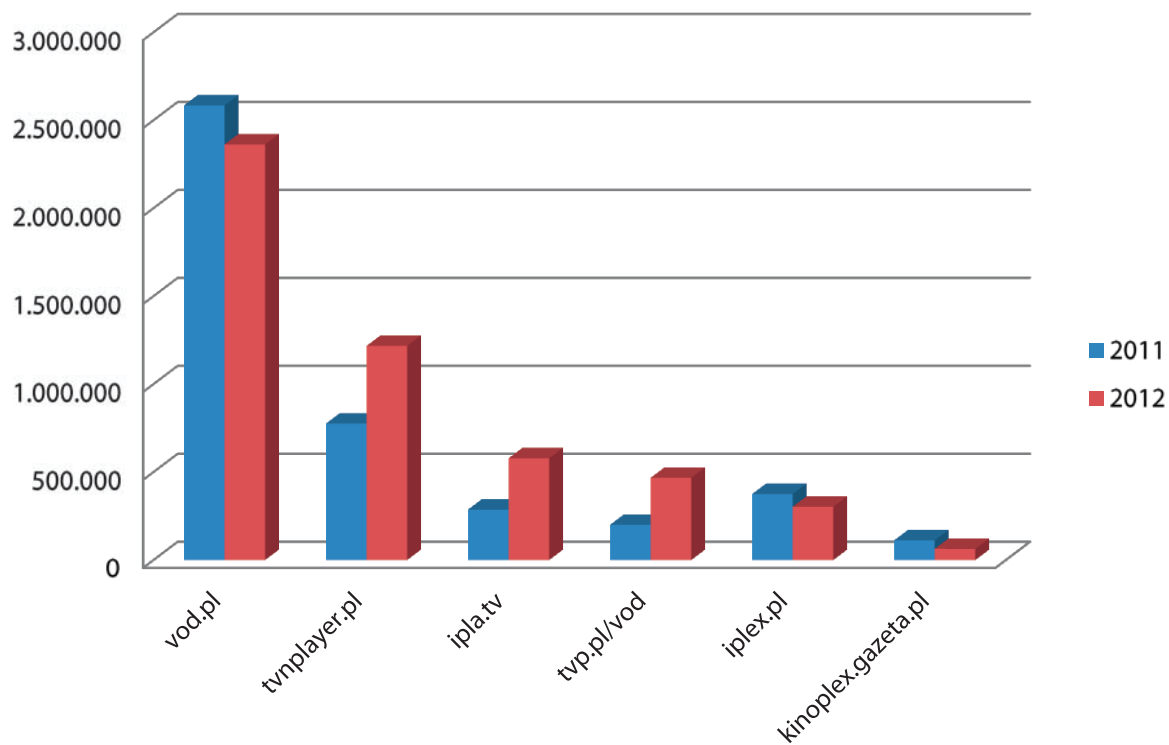
Serwisy VoD rok po roku (Megapanel PBI/Gemius)						
serwis	wrzesień 2012			wrzesień 2011		
	real users	odsłony	czas na RU [godz:min:s]	real users	odsłony	czas na RU [godz:min:s]
<b>vod.pl</b>	2 362 014	20 308 464	01:34:08	2 584 060	25 051 956	00:15:03
<b>tvnplayer.pl</b>	1 217 044	60 252 542	10:19:02	775 459	27 620 583	07:50:48
<b>ipla.tv</b>	578 171	8 197 694	00:12:03	286 539	2 193 159	00:06:01
<b>tvp.pl/vod</b>	467 210	6 311 529	03:08:17	200 009	1 731 144	00:17:00
<b>iplex.pl</b>	302 539	4 892 281	00:12:23	374 813	7 930 479	00:20:14
<b>kinoplex.gazeta.pl</b>	63 308	465 045	00:27:07	111 828	1 031 092	00:09:03

Źródło: Wirtualnedia.pl (na podstawie Megapanel PBI/Gemius)

<sup>37</sup> j.w.

<sup>38</sup> j.w.

**Wykres nr 31. Najpopularniejsze serwisy VoD w Polsce pod względem liczby użytkowników (wrzesień 2012 r.)**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT wg. Wirtualnedia.pl (na podstawie Megapanel PBI/Gemius)



## 3 INNE MEDIA

### 3.1 Prasa

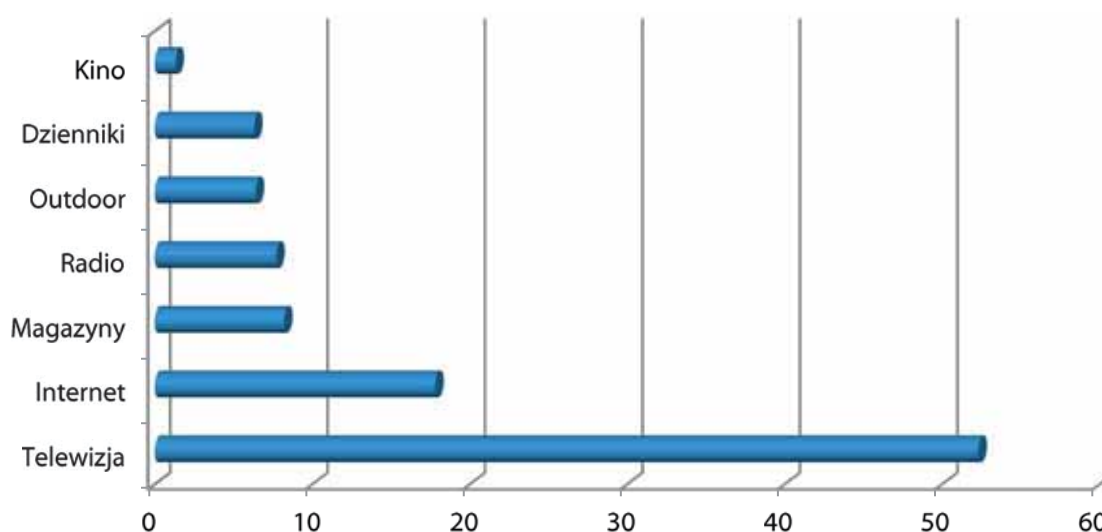
#### Kondycja sektora prasowego

Prasa to sektor rynku medialnego borykający się z największymi trudnościami. Jego zła kondycja spowodowana jest z jednej strony kryzysem ekonomicznym, który w przypadku mediów przekłada się na mniejsze wpływy z reklam, z drugiej zaś spadkiem sprzedaży tradycyjnych wydań drukowanych, co wynika w dużej mierze z coraz powszechniejszego i tańszego dostępu do zróżnicowanych źródeł informacji dzięki nowym technologiom i platformom dostępowym. Wydatki reklamowe w gazetach spadły o prawie 20%, a w magazynach o ponad 15%. Zmniejszenie wydatków na reklamę w mediach druko-

wanych obniżyło zyski firm medialnych, co zmusiło je do cięcia kosztów. To z kolei skutkowało zwolnieniami dziennikarzy i innych osób zatrudnionych w redakcjach oraz obniżaniem wynagrodzeń tych, którzy nie stracili pracy. Wydawcy szukali także przychodów w udostępnianiu swoich treści w sieci.

Według Raportu Starlink „Rynek reklamy w Polsce w 2012 roku”, w pierwszym półroczu 2012 r. wydatki reklamowe na magazyny wynosiły 8,2% (w 2010 r. - 10%), a na dzienniki 6,3% (w 2010 r. - 8%) - patrz wykres nr 32.

Wykres nr 32. Wydatki reklamowe w pierwszej połowie 2012 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Raport 2012 Starlink

W 2011 r. sprzedano ponad 1,1 mld egzemplarzy tytułów prasowych, z czego połowa przypadła na dzienniki, prawie 30% na tygodniki i po 10% na dwutygodniki i miesięczniki.

Rynek prasowy od początku XXI w. podlega procesowi koncentracji. Stopień koncentracji dla całości rynku prasowego w Polsce jest na średnim poziomie, ale ciągle rośnie<sup>39</sup>. Od lat 90. XX w. największym wydawcą pozostaje Grupa Bauer, kolejne są: Agora SA, Ringier Axel Springer, Polskapresse, Murator SA oraz Media Regionalne. Procesowi koncentracji w większym stopniu podlega segment dzienników<sup>40</sup>. Segment czasopism jest bardziej konkurencyjny, pomimo dość wyraźnej dominacji jednego wydawcy - Grupy Bauer.<sup>41</sup>

### Najwięksi wydawcy

- Grupa Bauer – 33 tytuły, ponad 400 mln. egzemplarzy, m.in.: „Tele Tydzień”, „Życie na Gorąco”, Chwila dla Ciebie”, „Show”, „To&Owo”, „Tina”;
- Agora SA – „Gazeta Wyborcza”, bezpłatny dziennik „Metro”, 3 bezpłatne dzienniki regionalne, 14 ogólnopolskich magazynów kolorowych;
- Ringier Axel Springer<sup>42</sup> – tabloid „Fakt”, dziennik „Przeгляд Sportowy”, tygodnik „Newsweek”, miesięcznik „Forbes”, oraz współwłasność „Dziennika Gazety Prawnej” (49%);
- Polskapresse<sup>43</sup> - 10 tytułów gazet regionalnych i 90 tytułów gazet lokalnych, bezpłatna gazeta ogólnokrajowa „Echo Miasta”, 4 dodatki telewizyjne oraz tygodniki ogłoszeniowe;
- Media Regionalne<sup>44</sup> - 9 tytułów gazet regionalnych oraz 1 tygodnik lokalny i 12 bezpłatnych tygodników;
- Murator SA<sup>45</sup>- tabloid „Super Express”, „Dobre Wnętrze”, „M jak mieszkanie”;
- Westa Druk<sup>46</sup> – tygodnik „Angora” – przedruki prasy zagranicznej i krajowej;
- Presspublika<sup>47</sup> - dziennik „Rzeczpospolita”, gazeta „Parkiet Gazeta Giełdy” oraz tygodniki: „Uważam Rze” i „Przekrój”;
- Platforma Mediowa Point Group<sup>48</sup>- tygodniki „Wprost” i „Do Rzeczy”;
- Bonnier Business (Polska) sp. z o.o.<sup>49</sup> – dziennik „Puls Biznesu”;
- Niezależne Wydawnictwo Polskie sp. z o.o. – tabloid „Gazeta Polska Codziennie”, tygodnik „Gazeta Polska”, miesięcznik „Nowe Państwo”.

Niektórzy wydawcy prasy działają również w innych sektorach rynku medialnego:

<sup>39</sup> Udział w nakładzie ogólnym 8 największych wydawców pracy (CR8) w 2010 r. wynosił prawie 60% i był to wzrost o prawie 15,5% w stosunku do 2003 r.

<sup>40</sup> Udział 4 największych wydawców (współczynnik CR4 dla rynku gazet codziennych) już w 2005 r. przekroczył 50%, w 2010 r. przekroczył 70% i na takim samym poziomie utrzymywał się w 2012 r.

<sup>41</sup> Wskaźnik CR4 dla rynku czasopism pozostaje poniżej 50%.

<sup>42</sup> Część międzynarodowej spółki medialnej Ringier Axel Springer AG.

<sup>43</sup> Należąca do niemieckiej spółki Verlagsgruppe Passau GmbH.

<sup>44</sup> Należące do brytyjskiego funduszu powierniczego Mecom – w marcu 2013 r. udziały zostały sprzedane spółce Polskapresse Sp. z o. o. – <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/polskapresse-kupuje-media-regionalne>.

<sup>45</sup> Należący do Zjednoczonych Przedsiębiorstw Rozrywkowych SA, w których pakiet kontrolny akcji posiada Zbigniew Benbenek.

<sup>46</sup> Własność Wiesława Kulisia.

<sup>47</sup> Własność Grzegorza Hajdarowicza, który wykupił w 2011 r. udziały w spółce od Skarbu Państwa i większościowego brytyjskiego udziałowca Mecom.

<sup>48</sup> Własność Michała Lisieckiego.

<sup>49</sup> Należy do szwedzkiej spółki Bonnier AB.

**Tabela nr 17. Działalność wydawców prasowych w radiofonii**

Stacje radiowe	Grupy medialne	
	Grupa Bauer Media	Agora SA
ogólnopolskie	RMF FM	
ponadregionalne	RMF Classic, muzyka klasyczna i filmowa w 17 miastach w Polsce	TOK FM, stacja informacyjno – publicystyczna w 17 największych miastach
lokalne	35 stacji radiowych RMF MAXXX, 4 stacje radiowe działające w województwie kujawsko-pomorskim w sieci radio GRA <sup>50</sup>	35 stacji radiowych (Złote Przeboje, ROXY)

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

**Tabela nr 18. Działalność wydawców prasowych w Internecie**

Grupa Bauer Media	Ringier Axel Springer Polska	Agora SA	Niezależne Wydawnictwo Polskie sp. z o.o.
portal Interia.pl, muzyczny rmfon.pl	portal Onet.pl	portale: gazeta.pl, polygamia.pl, muzyczny portal pod tą samą nazwą - tuba.fm oraz spółka A2 Multimedia produkująca internetowe serie telewizyjne	portal internetowy gazetapolska.pl i anglojęzyczny portal freepl.info oraz platforma vod.gazetapolska.pl

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Agora SA jest także właścicielem agencji reklamy zewnętrznej AMS i 26 kin w sieci Helios SA.

### Dzienniki ogólnokrajowe

W segmencie dzienników ogólnokrajowych wydawanych jest 11 tytułów płatnych i 2 bezpłatne. W 2012 r. segment ten nie podlegał żadnym zmianom – nie powstał żaden nowy tytuł, żaden też nie został zamknięty.

Dzienniki ogólnokrajowe w 2012 r.:

- 2 gazety z tzw. „wysokiej półki” - „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita”;

- 3 tabloidy - „Fakt”, „Super Express” oraz „Gazeta Polska Codziennie”;
- 4 dzienniki specjalistyczne – „Dziennik Gazeta Prawna”, „Gazeta Podatkowa”, „Puls Biznesu” oraz „Parkiet Gazeta Giełdy”;
- 2 gazety sportowe: „Przegląd Sportowy” i „Sport”;
- 2 tytuły bezpłatne: „Metro” i „Echo Miasta”.

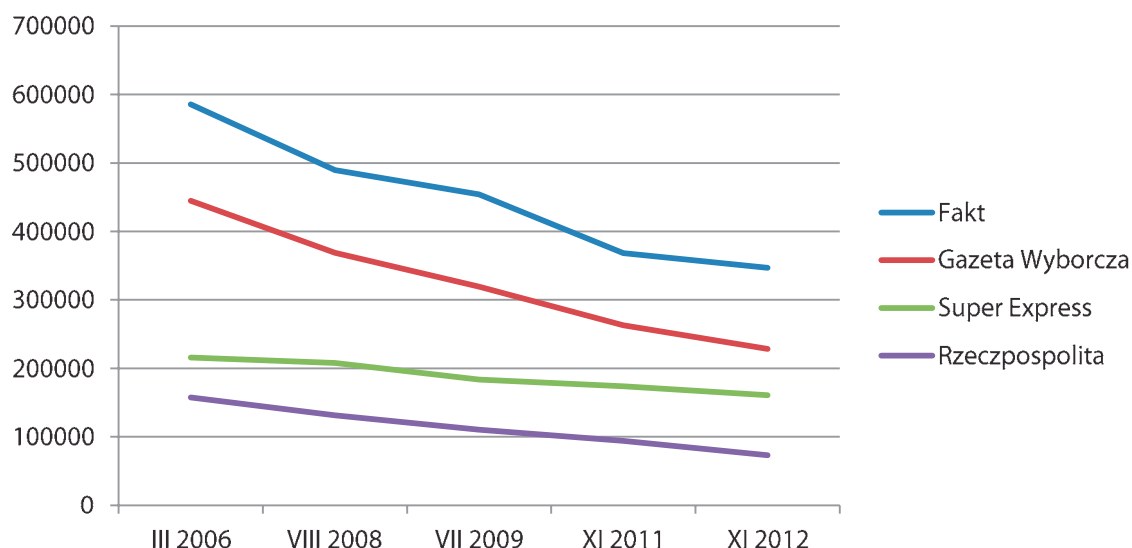
Kryzys czytelnictwa w największym stopniu uderzył w rynek dzienników. Rok 2012 był kolejnym rokiem poważnego spadku sprzedaży. Problem ten dotknął

<sup>50</sup> Zakupione przez spółkę Multimedia Sp. z o. o. od Mediów Regionalnych w marcu 2013 r., <http://www.press.pl/newsy/radio/pokaz/41256,Wlasciciel-RMF-Maxxx-przejal-stacje-Radio-Gra>.

wszystkie tytuły, a różnice dotyczyły jedynie tempa tych zmian. W latach 2006-2012 najczęściej straciły dzienniki o największej poczytności: sprzedaż „Rzeczpospolitej” spadła o 53,5% (ponad 84 tys. egzemplarzy) zaś „Gazety Wyborczej” o 48,7% (prawie 217 tys. egzemplarzy). Sprze-

daż „Faktu” spadła o 40,7% (ponad 238 tys. egzemplarzy). Najmniejszy spadek na poziomie 25,8% (ponad 54 tys. egzemplarzy) odnotowano w przypadku „Super Expressu” (patrz wykres nr 33).

**Wykres nr 33. Spadek sprzedaży największych dzienników w latach 2006-2012**



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy

Spadkowi wydań drukowanych towarzyszy wzrost sprzedaży e-wydań<sup>51</sup>, co jednak nie jest w stanie zapobiec dalszemu kurczeniu się rynku<sup>52</sup>. Z jedenastu dzienników ogólnokrajowych tylko jeden nie wprowadził e-wydania („Super Express”), a w jednym przypadku nastąpił spadek liczby e-wydań i e-rozpowszechniania („Parkiet Gazeta Giełdy”). Pozostałe tytuły zanotowały wzrost. Liderem w zakresie dystrybucji wydań elektronicznych jest „Gazeta

Wyborcza” (17 748), a na drugiej pozycji - „Dziennik Gazeta Prawna” (12 441). Powyżej tysiąca e-wydań rozprowadzają także „Rzeczpospolita” (4 228) i dwa dzienniki biznesowo-ekonomiczne – „Puls Biznesu” i „Gazeta Podatkowa”. Wydania elektroniczne stanowią niewielką część całości rozpowszechniania (17,1% w przypadku „Dziennika Gazety Prawnej”, 11,6% - „Puls Biznesu” i 6,8% - „Gazeta Wyborcza”). W przypadku pozostałych tytułów jest to śladowy odsetek<sup>53</sup>.

<sup>51</sup> Wzrost sprzedaży e-wydań między styczniem a listopadem 2012 r. w przypadku wszystkich dzienników ogólnokrajowych i regionalnych, wynosił 100 236 egzemplarzy, zaś rozpowszechnianie e-wydań wzrosło o 440 314.

<sup>52</sup> W tym samym okresie rozpowszechnianie wydań drukowanych spadło o 4 856 474 egzemplarzy.

<sup>53</sup> Źródło: ZKDP <http://www.teleskop.org.pl/zkdp/index.jsp?p=publicData>.

## Dzienniki regionalne

W 2012 r. w segmencie dzienników regionalnych wydawano 24 tytuły<sup>54</sup>. Podobnie jak w przypadku dzienników ogólnokrajowych, w segmencie tym nie nastąpiły żadne zmiany w stosunku do lat ubiegłych. W sześciu województwach ukazuje się więcej niż jeden tytuł regionalny<sup>55</sup>: W pozostałych województwach publikowany jest jeden dziennik o tym charakterze.

Na rynku gazet regionalnych od lat 90. dominują dwaj wydawcy – spółka Polskapresse i Media Regionalne.

W 2012 r. prawie wszystkie spośród najpopularniejszych gazet regionalnych zanotowały spadki sprzedaży w stosunku do roku poprzedniego. Trzy najpopularniejsze dzienniki: „Polska Dziennik Zachodni”, „Gazeta Pomorska” oraz łódzki „Express Ilustrowany” sprzedały o około 4% mniej egzemplarzy niż w roku poprzednim. Najwięcej, bo o około 12% stracił, zajmujący ósme miejsce w rankingu „Dziennik Polski”<sup>56</sup>. W porównaniu z gazetami ogólnokrajowymi spadki sprzedaży dzienników regionalnych nie są aż tak znaczące, także poziom czytelnictwa gazet regionalnych jest zdecydowanie bardziej stabilny niż dzienników ogólnokrajowych. Według badań Polskich Badań Czytelnictwa w okresie od czerwca do listopada 2012 r. w niektórych regionach nastąpił wzrost czytelnictwa w stosunku do wyników poprzedniego badania. W pozostałych województwach spadek czytelnictwa nie przekroczył 1%.

<sup>54</sup> Dziennik Polski, Dziennik Wschodni, Echo Dnia, Express Bydgoski, Express Ilustrowany, Gazeta Codzienna Nowiny, Gazeta Lubuska, Gazeta Olsztyńska, Gazeta Pomorska, Gazeta Współczesna, Głos-Dziennik Pomorza, Kurier Poranny, Kurier Szczeciński, Nowa Trybuna Opolska, Nowości-Dziennik Toruński, Polska Dziennik Bałtycki, Polska Dziennik Łódzki, Polska Dziennik Zachodni, Polska Gazeta Krakowska, Polska Gazeta Wrocławska, Polska Głos Wielkopolski, Polska Kurier Lubelski, Polska Metropolia Warszawska, Super Nowości.

<sup>55</sup> ZKDP prasy: kujawsko-pomorskie „Gazeta Pomorska”, „Express Bydgoski” i „Nowości-Dziennik Toruński”, lubelskie „Dziennik Wschodni” i „Polska Kurier Lubelski”, łódzkie „Polska Dziennik Łódzki” i „Express Ilustrowany”, małopolskie „Dziennik Polski” i „Polska Gazeta Krakowska”, podkarpackie „Nowiny” i „Super Nowości” oraz podlaskie „Gazeta Współczesna” i „Kurier Poranny”.

<sup>56</sup> <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/czolowe-dzienniki-regionalne-nadal-traca-liderem-dziennik-zachodni>.

Dwaj główni gracze na rynku prasy regionalnej, Polska-press i Media Regionalne, od dawna inwestują w rozwój serwisów internetowych. Obaj wydawcy w październiku 2012 r. znaleźli się na liście „Top 20 serwisów”<sup>57</sup>.

## Czasopisma

Rynek czasopism w Polsce jest bardzo zróżnicowany. Najwyższy udział w sprzedaży i czytelnictwie mają tradycyjnie pisma repertuarowe (telewizyjne), kobiece, informacyjno-społeczne (opiniotwórcze), a w dalszej kolejności motoryzacyjne, komputerowe, sportowe, młodzieżowe, lokalne, wnętrzarskie, budowlane/architektoniczne, kulinarne, dla mężczyzn, dla dzieci, hobbystyczne, itp.

Najbardziej dochodowym segmentem rynku czasopism są czasopisma telewizyjne i kobiece. Należą one głównie do wydawców zagranicznych: Grupa Bauer, Ringier Axel Springer, Polskapresse, Gruner + Jahr, Edipresse, Media Regionalne i Burda. Do liderów w tej grupie od lat należy „Tele Tydzień” (Bauer) ze sprzedażą w 2012 r. na poziomie powyżej 905 tys. egzemplarzy<sup>58</sup>. Segment czasopism kobiecych jest bardzo rozbudowany. Są tam zarówno tygodniki i miesięczniki poradnikowe (sprzedaż powyżej 75 mln egzemplarzy w 2012 r.), jak i miesięczniki luksusowe (sprzedaż powyżej 12 mln). Najlepiej sprzedającymi się tygodnikami były w 2012 r. należące do Bauera „Życie na Gorąco”, „Chwila dla Ciebie” oraz „Twoje Imperium”, a wśród dwutygodników „Przyjaciółka” (Edipresse), „Tina” (Bauer), „Naj” (Bauer) i „Pani Domu”, zaś wśród miesięczników - „Prześlij Przepis” (Burda) i „Przepisy Czytelników” (Phoenix Press).

Mniej dochodowy segment polskich czasopism informacyjno-społecznych cechuje pluralizm zewnętrzny w zakresie wartości ideologicznych i politycznych. Czasopisma te, po jednym tytule, wydawane są przez większe (np. Agora SA, Spółdzielnia Pracy Polityka) lub mniejsze polskie firmy i adresowane do bardzo wąskiej grupy czytelników.

<sup>57</sup> Press, 1/2013, s. 83.

<sup>58</sup> W tej grupie są inne tytuły tego wydawcy: „To & Owo” (powyżej 380 tys.) oraz „Magazyn Telewizyjny. Kurier TV” (powyżej 170 tys.).

W 2011 r. wzrosła ich sprzedaż (o ponad 130 tys. egzemplarzy), co mogło mieć związek z parlamentarną kampanią wyborczą i z polaryzacją sceny politycznej. Z danych z listopada 2012 r. wynika jednak, że wzrost dotyczy tylko sprzedaży „Newsweek Polska” (o 29 tys.) i „Gazety Polskiej” (o prawie 5 tys.). We wszystkich pozostałych przypadkach odnotowano stratę<sup>59</sup>.

Z danych ZKDP<sup>60</sup> wynika, że na pierwszym miejscu wśród tygodników opinii pozostaje „Gość Niedzielny” (Wydawnictwo Kurii Metropolitarnej), którego sprzedaż w 2012 roku wyniosła 141 596 egz. Druga pozycja należała do tygodnika „Polityka” – 127 335 egz. Wśród 10 najbardziej popularnych tygodników oprócz „Gościa Niedzielnego” znajduje się jeszcze „Przewodnik Katolicki” należący do spółki Drukarnia i Księgarnia Św. Wojciecha, sp. z o. o. (24 997 egz.)<sup>61</sup>.

W przeciwieństwie do dzienników, wskaźnik czytelnictwa czasopism wzrósł o ponad 10% w ostatnim dziesięcioleciu i pozostaje na wysokim poziomie - 90%. Zastanawiające jest zatem, dlaczego spadek sprzedaży nie przełożył się na wskaźniki czytelnictwa. Specjaliści wyjaśniają to między innymi tym, że zmniejszyła się liczba kupowanych tytułów, a jeden egzemplarz czytany jest przez większą liczbę osób. Badania potwierdzają, że poziom czytelnictwa jest związany z miejscem zamieszkania (im większe miasto, tym wyższe czytelnictwo) i z wykształceniem. W 2012 r. spadło czytelnictwo tygodników<sup>62</sup>, natomiast wzrosło czytelnictwo miesięczników<sup>63</sup> i dwutygodników<sup>64</sup>.

Spośród 67 czasopism płatnych jedynie 22 tytuły oferowały czytelnikom e-wydania. W listopadzie 2012 r. liderem sprzedaży e-wydań był tygodnik „Wprost”<sup>65</sup>. Analiza danych za lata 2011-2012 wskazuje na bardzo powolną adaptację tej drogi dotarcia do czytelnika. Jako pierwsze, e-wydanie wprowadziły tygodniki opinii i czasopisma społeczno-polityczne, zarówno ogólnokrajowe, jak i lokalne. Wydawnictwo Bauer, największy wydawca magazynów w Polsce - głównie repertuarowych, kobiecych i poradnikowych, nie podjęło praktycznie tego wyzwania. Jako jedną z przyczyn można wskazać różnicę między czytelnikami czasopism społeczno-politycznych a tytułami publikowanymi przez wydawców taniej prasy kobiecej. Pierwsi z nich są zamożniejsi, lepiej wykształceni, mieszkają w większych miastach i mają łatwiejszy dostęp do nowych technologii (Internet, tablet, smartfon, itp.) i są bardziej otwarci na nowe trendy.

### 3.2 Internet i telekomunikacja

#### Rynek internetowy

#### Liczba i odsetek internautów

Wyniki badań penetracji Internetu<sup>66</sup> wskazywały, że w 2012 r.:

- z sieci korzystało w tym okresie 17,2 mln osób, co stanowiło 57% populacji,
- 67% gospodarstw domowych miało dostęp do sieci<sup>67</sup>,
- 2/3 Polaków powyżej 15 roku życia korzystało przynajmniej od czasu do czasu z Internetu,

<sup>59</sup> Źródło: ZKDP, <http://www.wirtualnedia.pl/arttykul/newsweek-wyzej-od-uwazam-rze-gp-przed-wprost,21.01.2013>.

<sup>60</sup> <http://www.wirtualnedia.pl/print/gość-niedzielny-i-polityka>

<sup>61</sup> Tygodnik „Niedziela” nie udostępnia danych na temat sprzedaży Związkowi Kontroli i Dystrybucji Prasy.

<sup>62</sup> z 77,63 % w 2002 do 69,31 w 2012 r.

<sup>63</sup> z 50,82 % w 2002 r. do 62,98 %.

<sup>64</sup> z 32,13 % w 2012 do 48,42 % w 2011 r.

<sup>65</sup> Zaskakujący jest szczególnie poziom rozpowszechniania e-wydań sięgający w przypadku „Wprost” - 47 539 egzemplarzy (stanowiący 45,5 % całości dystrybucji - egzemplarzy drukowanych i e-wydań).

<sup>66</sup> przeprowadzonych przez NetTrack między kwietniem a czerwcem 2012 r.

<sup>67</sup> Megapanel PBI/Gemius, grudzień 2012 r.

- 2/3 Polaków deklaruowało, że ma dostęp do sieci w domu,
  - nie ma różnic w częstotliwości korzystania z Internetu między kobietami a mężczyznami<sup>68</sup>,
  - ważnym stymulatorem dostępu do Internetu są dzieci – 88% rodzin z dziećmi korzystało w domu z Internetu, podczas gdy wśród rodzin bez dzieci korzystało z Internetu tylko 55% rodzin.
- jednak wzrost użytkowników sieci także wśród Polaków z wykształceniem podstawowym,
- wiekiem - znacznie częściej korzystają z sieci ludzie młodzi (61% użytkowników ma poniżej 34 lat),
  - dochodami,
  - miejscem zamieszkania - najwięcej internautów zamieszkuje na wsi (31%) i w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców (29%).

Korzystanie z Internetu pozostaje w silnym związku z:

- wykształceniem - znacznie częściej korzystają z sieci ludzie lepiej wykształceni. W 2012 r. zanotowano

**Tabela nr 19. Najpopularniejszych 20 serwisów internetowych w październiku 2012 r.**

L.p.	Nazwa	Użytkownicy (real users)	Zasięg (w %)
1.	Grupa Google	16 935 639	87,07
2.	Facebook.com	13 455 894	69,18
3.	Grupa Onet.pl	13 187 533	67,80
4.	YouTube.com	13 119 539	67,45
5.	Grupa Wirtualna Polska - Orange	12 003 951	61,71
6.	Grupa Gazeta.pl	11 734 666	60,33
7.	Grupa Interia.pl	11 290 680	58,05
8.	Grupa Allegro.pl	11 120 425	57,17
9.	Grupa Wikipedia	9 342 746	48,03
10.	Grupa O2.pl	9 148 634	47,03
11.	Grupa Nk.pl	8 933 662	45,93
12.	Grupa GG Network	7 617 438	39,16
13.	Grupa Polskapsesse	6 055 930	31,13
14.	Grupa Murator	5 973 600	30,71
15.	Grupa Riniger Axel Springer	5 913 288	30,40
16.	Grupa Next Infor	4 564 796	23,47
17.	Grupa Money.pl	4 549 305	23,39
18.	Grupa TVN	4 355 840	22,39
19.	Grupa Microsoft	4 313 356	22,18
20.	Grupa Media Regionalne	4 036 261	20,75

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Megapanel PBI/Gemius, październik 2012, próba 11 425 osób

<sup>68</sup> ale jeśli porównamy aktywność w sieci w poszczególnych przedziałach wiekowych, to kobiety przeważają w grupach 15-24 (14% kobiet i 11% mężczyzn) i 25-34 lata (14% kobiet i 11% mężczyzn). W przedziale wiekowym 35-44 lata odsetek kobiet i mężczyzn korzystających z sieci jest ten sam (po 8%).

## Najpopularniejsze serwisy

Na liście 20 najpopularniejszych serwisów<sup>69</sup> w 2012 r. najwyżej notowane były:

- wyszukiwarki internetowe (Grupa Google),
- media społecznościowe (Facebook.com, YouTube.com, Grupa Nk.pl),
- portale informacyjne (Grupa Onet.pl, Grupa Wirtualna Polska-Orange, Grupa Gazeta.pl, Grupa Interia.pl, Grupa o2.pl).

Najpopularniejsze portale są własnością firm prowadzących jednocześnie działalność na rynkach prasowym, telekomunikacyjnym i mediów audiowizualnych<sup>70</sup>. Pozostałe to głównie duże serwisy międzynarodowe<sup>71</sup>.

Wszyscy więksi gracze na rynku medialnym są jednocześnie obecni w Internecie, który stanowi ważny, o ile nie kluczowy, element w strategii rozwojowej tych firm.<sup>72</sup>

## Internet mobilny

W ostatnich dwóch latach liczba Polaków korzystających z mobilnego Internetu wzrosła sześciokrotnie. W 2012 r. liczbę osób regularnie korzystających z mobilnego Internetu szacowano na 5,5 mln<sup>73</sup>. Przeważali ludzie młodzi,

zarówno ci o wysokich dochodach, jak i bez dochodów, przeważnie mężczyźni do 39 roku życia<sup>74</sup>.

Sposób korzystania z Internetu mobilnego:

- Ponad 2/3 użytkowników Internetu mobilnego korzysta z niego wówczas, kiedy nie ma dostępu do komputera stacjonarnego;
- Ponad 1/4 sięga po ten sposób zdobywania informacji, kiedy ma po temu ważny powód, zaś 10% czyni to w każdej sytuacji, nawet jeśli ma dostęp do standardowej sieci internetowej;
- Użytkownik mobilnego Internetu korzysta z niego średnio przez 3 godziny i 23 minuty tygodniowo;
- Najczęściej przegląda serwisy z mapami i lokalizatorami (65%), obsługuje skrzynkę mailową (45%), korzysta z mediów społecznościowych (33%);
- W znacznie mniejszym stopniu Internet mobilny służy do korzystania z serwisów mediów tradycyjnych.

<sup>69</sup> W badaniach Internetu, prowadzonych w Polsce systematycznie od 2004 r. przez Polskie Badania Internetu PBI/Gemius Standard, w październiku 2012 r.

<sup>70</sup> Trzy z tych portali połączone są z firmami medialnymi, jeden z firmą telekomunikacyjną, a sześć serwisów jest ściśle powiązanych z mediami tradycyjnymi (Grupa Polska Presse, Grupa Murator, Grupa Ringier Axel Springer, Grupa Next Infor, Grupa TVN, Grupa Media Regionalne).

<sup>71</sup> Takie jak: serwis e-commerce Grupy Allegro.pl, Grupa Wikipedia, największe biznesowe medium internetowe, Grupa Money.pl, komunikator internetowy Gadu-Gadu (Grupa GG Network) oraz Grupa Microsoft oferująca zakup sprzętu i oprogramowania.

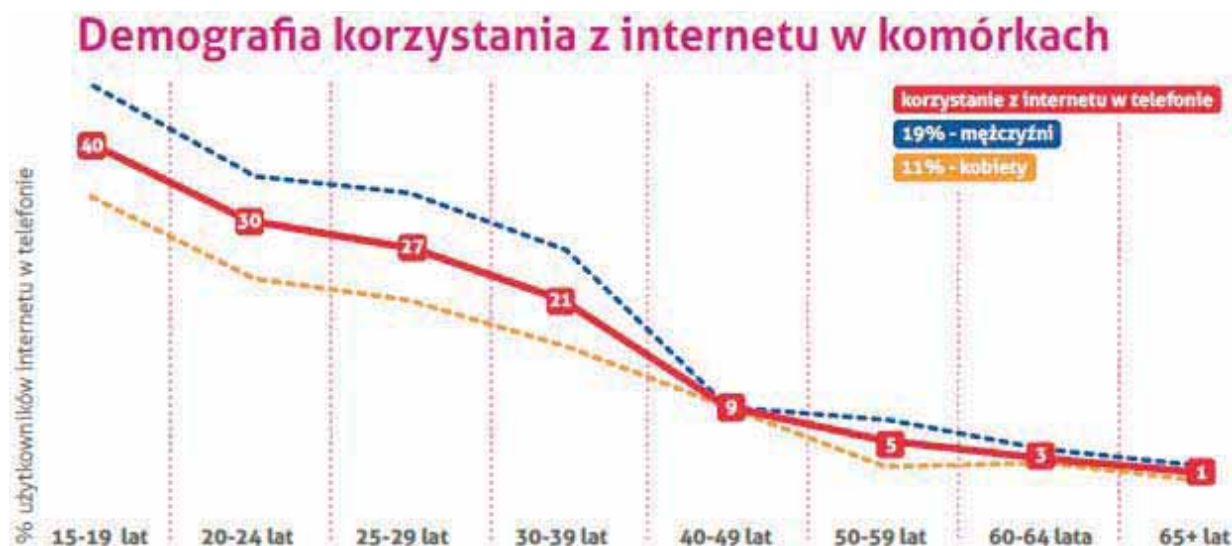
<sup>72</sup> Wśród 100 najpopularniejszych serwisów znajdują się witryny innych firm medialnych obecnych w Polsce, jak Grupa Edipresse.pl, Grupa G+J, Grupa TVP, Grupa Presspublica, Grupa Canal+ Cyfrowy i Cyfrowypolsat.pl.

<sup>73</sup> <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/5-5-mln-regularnych-uzytownikow-mobilnego-internetu-w-polsce-infografika> (badania Ipsos i Kantar Media)

<sup>74</sup> j.w.



Wykres nr 34. Demografia korzystania z Internetu w komórkach



Źródło: <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/jak-polacy-korzystaja-z-internetu-w-telefonach-infografika>

### Rynek telekomunikacyjny

#### Liczba abonentów

Według danych GUS z grudnia 2012 r., w Polsce jest 54,3 mln abonentów i użytkowników (usługa z przedpłatą) telefonii komórkowej; liczba ich wzrosła o 7% w porównaniu do grudnia 2011 r., czyli o ponad 3 mln<sup>75</sup>. Nastąpił dalszy spadek liczby łączy stacjonarnych.

W 2012 r. na 100 mieszkańców przypadało 15,4 łączy, czyli o 14% mniej niż w 2011 r., co oznacza, że powróciliśmy do poziomu z lat 1995-1996.

#### Najwięksi udziałowcy na rynku telekomunikacyjnym

Rynek telefonii komórkowej w Polsce ma cechy oligopolu. Tworzą go trzej operatorzy o zrównoważonym potencjale – Orange, T-Mobile, Plus oraz czwarty mniejszy – Play.

Tabela nr 20. Rynek telefonii komórkowej w Polsce po III kw. 2012 r.

Operator	Komunikowana liczba aktywnych kart SIM (w mln)	Udział w rynku (w %)
Polska Telefonia Cyfrowa (T-Mobile)	15,575	29,3
Polska Telefonia Komórkowa Centertel (Orange)	14,758	27,8
Polkomtel (Plus)	13,771	25,9
Spółka P4 (Play)	8,200	15,4
Pozostali operatorzy	0,794	1,5

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie gsmonline.pl

<sup>75</sup> W 2011 r. w Polsce zarejestrowano 133 numery sieci komórkowych na 100 mieszkańców, co oznacza, że numerów komórkowych jest więcej niż osób w populacji.

TP SA, do której należy Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o. w marcu 2012 r. ogłosiła decyzję o zmianie nazwy Telekomunikacja Polska (TP) na Orange. Spółka Orange posiada też portal internetowy Wirtualna Polska, oferuje dostęp do Internetu, usługi VoIP, telewizję TV Orange, VoD, transmisję danych i inne.

W czerwcu 2011 r. wszystkie akcje Polkomtela zostały kupione przez Zygmunta Solorza-Żaka. To przykład łączenia mediów telewizyjnych, wytwarzających zawartość, którą można oferować abonentom sieci telefonicznej, z jednoczesnym dysponowaniem tą siecią (szerzej na ten temat w rozdziale 2. Telewizja. Wyniki finansowe).

Polska Telefonia Cyfrowa SA (T-Mobile), która od czerwca 2011 r. w 93% należy do T-Mobile Deutschland GmbH, oraz P4, właściciel sieci Play, ograniczają swoją aktywność do rynku telefonii komórkowej.

### **3.3 Kinematografia**

#### **System finansowania produkcji filmowej**

Powołanie ustawą o kinematografii z 2005 r. Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, który w imieniu państwa sprawuje mecenat nad produkcją filmową, spowodowało głębokie przemiany rynku filmowego w Polsce. Poprzez przyznawanie dotacji na produkcję<sup>76</sup>, organizację festiwalu i imprez, działalność archiwizacyjną, edukację filmową, kształcenie i doskonalenie zawodowe, a także promocję polskiego filmu za granicą, stworzono całościowy system funkcjonowania przemysłu kinematograficznego.

Stabilność finansowania PISF zapewniona jest poprzez pozyskiwanie daniny publicznej z rynku, a nie z budżetu państwa. Zgodnie z przepisami art. 19 ustawy o kinematografii, właściciele kin, dystrybutorzy filmów, nadawcy telewizyjni, operatorzy platform cyfrowych i kablowych wpłacają 1,5% przychodu na rzecz Instytutu<sup>77</sup>.

<sup>76</sup> Ustawa mówi o formie dofinansowania przedsięwzięcia (dotacja, pożyczka lub poręczenie) oraz maksymalnym procencie dofinansowania w kontekście całości budżetu tego projektu (generalna zasada: do 50% budżetu, choć są wyjątki, np. debiuty).

<sup>77</sup> Na przychody PISF składają się także znacznie mniejsze sumy,

Przedsięwzięcie objęte dofinansowaniem musi posiadać walory artystyczne i poznawcze, mieć znaczenie dla kultury i tradycji polskiej, wzbogacać europejską różnorodność kulturową. Wnioskujący o dotację musi określić przewidywane skutki planowanego przedsięwzięcia oraz warunki ekonomiczno-finansowe projektu. Z wnioskiem o dofinansowanie może wystąpić każdy podmiot prowadzący działalność w zakresie kinematografii, zarówno polski, jak i z innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej lub z państwa członkowskiego Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA). Wniosek ocenia grupa ekspertów, powołana przez PISF. Decyzję o udzieleniu dotacji podejmuje Dyrektor Instytutu po zasięgnięciu opinii ekspertów. Patrz wykres nr 35.

Instytut działa poprzez roczne ustanawianie Programów Operacyjnych. Podział środków na poszczególne programy pokazuje priorytety Instytutu, wśród których naczelnym miejscem zajmuje produkcja filmowa. Patrz tabela nr 21.

Film fabularny jako podstawowa siła napędowa kinematografii jest najbardziej dotowanym gatunkiem, ze względu na większą siłę promocyjną i zdolności dystrybucyjne oraz możliwość odzyskania zainwestowanych nakładów poprzez różne pola eksploatacji, takie jak: kino, rozpowszechnianie na płytach DVD lub w programach telewizyjnych<sup>78</sup>. System dotacji zakłada, że jeśli film zwróci producentom poniesione nakłady, mają oni obowiązek zwrócić dotację do Instytutu. Dotacja ma być zwracana stopniowo i proporcjonalnie w stosunku do udziału PISF w całości produkcji<sup>79</sup>. Patrz tabela nr 22.

przeznaczone na funkcjonowanie Instytutu pochodzące m.in. z budżetu państwa, a także część dochodów z tytułu praw autorskich do starych polskich filmów czy zwroty z niewykorzystanych dotacji; jednakże przychody z artykułu 19. w całości przeznaczone są na dotacje zewnętrzne.

<sup>78</sup> Większość stacji telewizyjnych ma pasmo emisyjne dla pełnometrażowych fabułek, ale zdecydowana mniejszość dla filmów dokumentalnych i animacji.

<sup>79</sup> System działa dopiero od 2007 r., jest to więc zbyt krótki okres, aby można było ocenić stopień zwrotu dotacji biorąc pod uwagę, że dystrybucja filmu na różnych polach trwa od kilku do kilkudziesięciu lat.

Wykres nr 35. Źródła dotacji PISF i ich cele



Źródło: PISF

Tabela nr 21. Podział środków Programu Operacyjnego Produkcja Filmowa – Programy Operacyjne na 2012 r.

Podział środków Programów Operacyjnych	w mln zł
<b>Produkcja filmowa:</b>	<b>88,50</b>
Stypendia scenariuszowe	1,00
<b>Rozwój projektu:</b>	<b>5,50</b>
Film fabularny	3,50
Film dokumentalny	0,75
Film animowany	1,25
<b>Produkcja filmów fabularnych</b>	<b>61,00</b>
<b>Produkcja filmów dokumentalnych</b>	<b>9,00</b>
<b>Produkcja filmów animowanych</b>	<b>12,00</b>

Opracowanie: Anna Wróblewska na podstawie danych PISF

**Tabela nr 22. Struktura wpłat do PISF z tytułu art. 19 ustawy o kinematografii w 2011 r.**

Struktura wpłat	w %
Kina	7,6
Dystrybutorzy	0,7
Nadawcy telewizyjni	43,5
Operatorzy telewizji kablowych	13,8
Operatorzy telewizji cyfrowych	36,4

Opracowanie: Anna Wróblewska na podstawie danych PISF

Łączna kwota przychodów, którymi dysponował PISF w 2011 r., wynosiła 166,3 mln zł, w tym przychody ze sprzedaży wyniosły 120 tys. zł, a przychody finansowe 3 mln zł. Natomiast pozostałe przychody operacyjne wyniosły 163,1 mln zł i z tej kluczowej sumy należy wyróżnić dwie najważniejsze grupy: dotację z budżetu państwa w wysokości 13,2 mln zł oraz przychody uzyskane z tytułu omawianego wyżej art. 19 ustawy o kinematografii, w wysokości 128,8 mln zł. Należy podkreślić, że koszty utrzymania Instytutu wynoszą 5,06% kosztów ogółem.

**Tabela nr 23. Dofinansowanie ze środków PISF w 2011 r.**

Podział środków	w mln zł
Produkcja filmowa	111,8
Edukacja filmowa i upowszechnianie kultury filmowej	32,4
Rozwój kin	12,0
Promocja polskiego filmu za granicą	10,2

Opracowanie: Anna Wróblewska na podstawie danych PISF

Polski Instytut Sztuki Filmowej w 2011 r. podjął decyzję o dofinansowaniu 27 filmów fabularnych, 9 filmów animowanych i 35 filmów dokumentalnych. W programie Rozwój Projektu wsparto 12 projektów filmów fabularnych, 10 dokumentalnych i 4 animowanych. Przyznano stypendia scenariuszowe: 8 projektom filmów fabularnych, 10 projektom filmów dokumentalnych oraz 1 projektowi filmu animowanego.

W 2011 r. Instytut na swoje wszystkie Programy Operacyjne przeznaczył 169,3 mln zł. Kwota ta została rozdysponowana w 99%.

Ogólnokrajowy system dofinansowania produkcji kinematograficznej uzupełniają regionalne fundusze filmowe zarządzane przez jednostki samorządu terytorialnego. Od 2007 r. działało od 8 do 10 funduszy. Ich budżety kształtowały się na poziomie od 0,3 mln do 2 mln zł. Głównymi celami samorządów, inwestujących w produkcję filmową, są: promocja regionu za pomocą filmu i jego dystrybucji, wypełnianie „białych plam” w historii i kulturze regionu poprzez zachęcanie do tworzenia poświęconych im filmów oraz aktywizacja i podnoszenie konkurencyjności firm działających w regionie, zarówno związanych z kinematografią, jak i innych, które mogą świadczyć usługi ekipom realizującym film w środowisku lokalnym. Największą zaś korzyścią dla kinematografii, poza stworzeniem regularnego (choć niewysokiego) źródła finansowania, jest zróżnicowanie artystyczne polskiego filmu.

W latach 2007-2011 ponad 30 filmów fabularnych skorzystało ze wsparcia instytucji samorządowych, zazwyczaj funkcjonujących jako Regionalny Fundusz Filmowy (choć brak regularnego mechanizmu nie wyklucza zaangażowania samorządu w produkcję). Procent udziału RFFów i innych jednostek samorządu terytorialnego w produkcję polskich filmów fabularnych (bez wliczania w ogólny wynik koprodukcji mniejszościowych) wynosi w tym okresie 2,47% ogólnego budżetu. Pozostałe środki publiczne na kinematografię stanowią zaledwie 0,76% ogólnych środków na produkcję polskich filmów fabularnych. Ich dysponentami są np.: Narodowe Centrum Kultury, wyjątkowo także MKiDN<sup>80</sup> oraz Centrum Myśli Jana Pawła II.

### Nadawcy telewizyjni

W latach 90. i na początku poprzedniej dekady Telewizja Polska SA była najważniejszym producentem i koproducentem polskich filmów fabularnych, animowanych i do-

<sup>80</sup> Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

kumentalnych. Zmniejszające się wpływy z rynku reklamy i z opłaty abonamentowej spowodowały, że w latach 2009-2010 telewizja wycofała się z produkcji filmowej. W ostatnich latach zarząd TVP SA deklaruje powrót do inwestowania w polski film.

**Tabela nr 24. Zaangażowanie TVP SA w produkcję filmów fabularnych**

Liczba zawartych umów na produkcję fabuł	
2006	10
2007	10
2008	11
2009	2
2010	0
2011	6
2012	3

Opracowanie Anna Wróblewska na podstawie danych Agencji Filmowej TVP SA

Telewizja Polska jest ważnym inwestorem w polski film fabularny także dlatego, że w przeszłości dofinansowywała go w dość dużym procencie - średni udział TVP w budżecie filmu wynosił w ubiegłych latach nawet około 1/3, co jest wartością bardzo wysoką.

**Tabela nr 25. Agencja Filmowa TVP SA – liczba produkowanych filmów**

Liczba wyprodukowanych filmów	
2006	83
2007	67
2008	59
2009	64
2010	41
2011	39

Opracowanie Anna Wróblewska na podstawie danych Agencji Filmowej TVP SA

TVP pozostaje nadal, mimo zmieniającej się koniunktury, najważniejszym (obok PISF) koproducentem i źródłem finansowania polskiego filmu dokumentalnego. Przez kilka lat telewizyjna produkcja dokumentalna malała, by w ostatnim roku, zgodnie z deklaracjami Zarządu i szefów anten, wzrosnąć. Na ile jest to tendencja trwała, można będzie ocenić za 2-3 lata. Inwestowanie TVP w produkcję dokumentów ilustruje poniższe zestawienie.

**Tabela nr 26. Liczba filmów dokumentalnych produkowanych przez TVP w 2012 r.**

Liczba filmów dokumentalnych	
Agencja Filmowa	11
Program 1	21
Program 2	27
TVP Kultura	3

Opracowanie Anna Wróblewska na podstawie danych Agencji Filmowej TVP SA

Nadawca publiczny jest faktycznie jedynym producentem filmów pozafabularnych o ograniczonej liczbie pól dystrybucji. Wycofanie się TVP SA z tej produkcji może spowodować jej zanik. Obecnie TVP praktycznie nie inwestuje w produkcję filmów animowanych. Jednak ostatnio ze strony zarządu TVP SA pojawiły się deklaracje powrotu do finansowania seriali animowanych, m.in. cyklu „Baśnie i bajki polskie”.

Do połowy pierwszej minionej dekady ważnym inwestorem w produkcję filmową był Canal+ Polska, koprodukujący nawet do 10 filmów rocznie, głównie fabularnych<sup>81</sup>. Był to znaczący udział w rynku, tym bardziej, że polityka programowa tej telewizji ze względu na profil widza skupia się na produkcjach o wysokich walorach artystycznych. Pozostałe kanały telewizyjne, jak Polsat, TVN czy Kino Polska, inwestują w produkcję filmową wyłącznie okazjonalnie.

<sup>81</sup> Od 2007 roku Canal+ zainwestował w produkcję ponad 20 filmów fabularnych. W 2011 roku C+ podpisał 10 umów na produkcję filmów fabularnych, w 2012 – sześć. Część z tych filmów nadal jest w trakcie realizacji lub czeka na premierę.

## Środki europejskie

Coraz większe znaczenie w produkcji polskich filmów mają środki pochodzące z mechanizmów europejskich:

- Eurimages - fundusz Rady Europy, z siedzibą w Strasburgu, wspiera przede wszystkim europejskie koprodukcje (wysokość dofinansowania nie więcej niż 17% budżetu filmu i nie więcej niż 500.000 euro). Polscy producenci jednak stosunkowo rzadko korzystają z tej formy wsparcia.
- Program Unii Europejskiej Media<sup>82</sup> - poprzez biuro Mediadesk Polska z siedzibą w Warszawie skierowany jest do niezależnych producentów, dystrybutorów, organizatorów festiwalu filmowych i targów branżowych, centrów szkoleniowych, szkół filmowych, kin promujących filmy europejskie oraz projektów mających na celu zachowanie europejskiego dziedzictwa audiowizualnego. Program ten wspiera przygotowanie projektu filmowego (*Media development* - do 50% budżetu) oraz produkcję filmów i programów przeznaczonych do rozpowszechniania w europejskich stacjach nadawczych (*TV Broadcasting* - do 50% budżetu). Z programu Media korzysta w sumie 31 krajów europejskich. Jego całkowity budżet na lata 2007-2012 wynosił 755 mln euro.

## Inwestorzy prywatni

W Polsce nie ma systemu preferencji finansowych czy ulg podatkowych i innych tego typu rozwiązań, które istnieją w kinematografiach europejskich<sup>83</sup>. Producent musi szukać sponsorów i inwestorów, którzy przystąpią do współpracy kierując się chęcią poprawienia wizerunku czy oryginalnej promocji, lub firm, które traktują film jako inwestycję finansową, choć o podwyższonym ryzyku.

<sup>82</sup> Realizacja programu podlega Komisji Europejskiej, ostatnia edycja 2007-2013.

<sup>83</sup> W części krajów europejskich istnieją zintegrowane systemy ułatwiające produkcję filmową krajową, a zwłaszcza koprodukcję międzynarodową oraz tzw. usługi filmowe, poprzez system odliczeń VAT czy ulg inwestycyjnych. W koprodukowanym obecnie przez Polskę i pięć innych krajów filmie „Kongres” Ariego Folmana według Stanisława Lema, z tego źródła pochodzi ponad 20% budżetu.

Dlatego najłatwiej zebrać pieniądze prywatne na film komercyjny, komedię obyczajową lub tzw. romantyczną, do niedawna szczególnie lubianą przez polskiego widza gatunek filmowy. Kredytowanie filmów jest również możliwe, choć instytucje finansowe traktują film jako przedsięwzięcie biznesowe wysokiego ryzyka<sup>84</sup>. Ważnymi inwestorami w polskie kino są firmy powiązane z sektorem audiowizualnym, choć tylko w jednym wypadku można mówić o regularnej polityce inwestycyjnej. Ten wyjątek stanowiła Telekomunikacja Polska, która od 2007 r. zainwestowała w około 25 filmów fabularnych<sup>85</sup>. Nie-regularnymi inwestorami w polską produkcję filmową są także dystrybutorzy (Kino Świat, SPI), oraz inne firmy, m.in. Agora SA. Inne źródła finansowania, popularne za granicą, jak sponsoring, lokowanie produktu czy zbiórka publiczna (*crowdfunding*) należy uznać za komplementarne i niestrategiczne.

## Skala produkcji filmowej w Polsce; struktura finansowania

Po wprowadzeniu ustawy o kinematografii liczba polskich filmów profesjonalnych, szczególnie fabularnych, zaczęła stopniowo rosnąć.

W polskiej animacji można zauważyć pewną stabilizację poziomu produkcji, co jest pozytywnym zjawiskiem w sytuacji, w której ten rodzaj filmu nie ma stabilnego drugiego źródła finansowania. Natomiast w przypadku filmów dokumentalnych widać zachwianie tendencji wzrostowej, którą można wiązać z czasowym ograniczeniem finansowania produkcji filmowej w TVP SA.

<sup>84</sup> W tym wypadku ważnym atutem staje się uzyskana dotacja z PISF, choć z drugiej strony Instytut najczęściej dofinansowuje filmy autorskie, gdyż takie jego zadanie szczególnie podkreśla ustawa o kinematografii.

<sup>85</sup> Orange kieruje się wyrazistą polityką programową, według której wybiera projekty o znaczeniu narodowym, filmy historyczne, z drugiej strony filmy komercyjne, przeznaczone do szybkiego i szerokiego rozpowszechniania a także wybrane filmy autorskie. Ostatnie doniesienia w mediach o wynikach finansowych Telekomunikacji Polskiej każą jednak stawiać pod znakiem zapytania przyszłość tej polityki inwestycyjnej.

**Tabela nr 27. Liczba polskich filmów wyprodukowanych w latach 2006-2011**

Rok	Liczba filmów fabularnych	w tym finansowanych przez PISF	Liczba filmów dokumentalnych	Liczba filmów animowanych
2006	33	20 (głównie dawne decyzje APF)	brak danych	22
2007	28	21	125	20
2008	33	27 (+ 1 z pożyczki)	154	31
2009	47	37 (+ 1 z pożyczki)	160	30
2010	54	42 (+ 2 z pożyczki)	147	37
2011	43	32 (+ 4 z pożyczki)	137	35

Opracowanie Anna Wróblewska

Od kilku lat produkcja filmów fabularnych stabilizuje się na poziomie 40-50 filmów rocznie, uwzględniając w tym kilka filmów telewizyjnych i niezależnych oraz koprodukcje międzynarodowe, zarówno większościowe, jak i mniejszościowe<sup>86</sup>. Powstanie PISF najbardziej przyczyniło się właśnie do zwiększenia liczby koprodukcji międzynarodowych od 4 w 2006 r. do 13 w 2010 i 11 w 2011). Większość z nich została wyprodukowana z udziałem PISF. Zaangażowanie PISF w produkcję filmów wynosi od 39 do 49% w skali 5 lat.

Nowe prawo filmowe stworzyło stabilny, ściśle powiązany z rynkiem system, który ma szansę na odtworzenie zain-

westowanych środków publicznych w kolejnych latach. Powinien on jednak zostać uzupełniony o systemem ulg inwestycyjnych i gwarancji czy kredytów dostosowanych do realiów branży filmowej. Pełniejsze wykorzystanie środków europejskich pozwoliłoby na ustabilizowanie rytmu inwestycji w produkcję ze strony nadawców telewizyjnych i inwestorów prywatnych. Należy podkreślić, że PISF jest jedynym stabilnym i przewidywalnym źródłem finansowania polskiej produkcji filmowej. Zmieniająca się koniunktura rynku, przemiany własnościowe, fuzje (np. C+ z Platformą „n”) powodują, że prywatne źródła finansowania są mało przewidywalne w dłuższej perspektywie.

<sup>86</sup> Należy wziąć pod uwagę, że koprodukcji mniejszościowych (jak „Rzeź” Romana Polańskiego, „Antychryst” Larsa von Triera) nie można traktować jako filmy polskie, ale jedynie z polskim udziałem.

## 4 NAZIEMNE NADAWANIE CYFROWE

### 4.1 Naziemna radiofonia cyfrowa

Na mocy aktów końcowych Konferencji Regionalnej RRC-06 Polska dysponuje zasobami częstotliwości umożliwiającymi uruchomienie trzech naziemnych cyfrowych multipleksów radiowych o zasięgu ogólnokrajowym, z których każdy może zawierać 12–15 kanałów programowych oraz bogaty wachlarz informacji dodatkowych (obrazy statyczne i ruchome, EPG, dodatkowe informacje tekstowe dotyczące utworów, wykonawców, informacje drogowe, mapy itp.).

Obecnie w paśmie UKF FM eksploatowanych jest ponad tysiąc stacji nadawczych o różnej mocy. Do KRRiT wciąż wpływają aplikacje o przyznanie koncesji na rozpowszechnianie programu za pomocą nowych częstotliwości oraz wnioski o rozszerzenie koncesji o dodatkowe stacje nadawcze. Urząd Komunikacji Elektronicznej jako gospodarz widma ma coraz większe trudności z doбором częstotliwości i ich międzynarodowym uzgodnieniem.

Jak wynika z przeprowadzonych przez KRRiT konsultacji publicznych, zdania środowiska radiowego na temat cyfryzacji radia są podzielone. Prawie wszyscy nadawcy komercyjni uważają, że nie ma istotnych korzyści wynikających z tego procesu, który ich zadaniem jest zbyt kosztowny ze względu na konieczność wnoszenia wyższych opłat za emisję sygnału w okresie tzw. simulcastu (równoległego nadawania programów radiowych w paśmie UKF oraz na multipleksach cyfrowych) i może, na skutek radykalnego zwiększenia konkurencji w sektorze, doprowadzić do załamania rynku. Pojawienie się bowiem nowych programów o zasięgu ogólnopolskim może spowodować spadek przychodów reklamowych działających stacji przy jednoczesnym braku możliwości finansowania nowych projektów ze względu na ograniczony udział radia w całym rynku reklamy. Zdaniem

nadawców komercyjnych spowoduje to ograniczenie produkcji niektórych kosztochłonnych rodzajów programów, takich jak informacje i publicystyka. Przeciwnicy cyfryzacji podkreślają także konsekwencje wynikające z odchodzenia od odbioru programów radiowych w sposób naziemny na rzecz słuchania radia lub wybranych plików muzycznych w Internecie lub za pomocą sieci telefonii komórkowej (szerzej na ten temat m. in. w rozdziale 3. Internet i telekomunikacja).

Zwolennikiem cyfryzacji jest przede wszystkim nadawca publiczny - Polskie Radio SA, które w nowej technologii dystrybucji upatruje szanse rozwoju programowego i terytorialnego (szerzej w rozdziale 5. Proces cyfryzacji).

Zwolennicy cyfryzacji radia podkreślają techniczne i programowe korzyści związane ze zmianą technologii, takie jak: odbiór bez zakłóceń, wysoka jakość dźwięku, możliwość odbioru w ruchu nawet przy dużych prędkościach, a także poszerzona w stosunku do możliwości radiofonii analogowej oferta programów i usług dodatkowych.

Radio cyfrowe, tak jak radio analogowe, jest usługą bezpłatną, nie wymagającą, poza posiadaniem urządzenia odbiorczego, żadnych dodatkowych umów operatorskich i innych nakładów, jak ma to miejsce w przypadku Internetu czy innych platform dostępowych.

W ciągu ostatnich 5 lat postęp technologiczny na świecie spowodował znaczące udoskonalenie odbiorników, które stają się coraz tańsze, lżejsze i bardziej nowoczesne. Dzięki stosowaniu nowej technologii nadawcy oferują użytkownikom coraz bardziej rozbudowane usługi, zachęcając ich do interakcji, a reklamodawcy wykorzystują kolorowe wyświetlacze, by przesyłać na przykład fotogra-



nie reklamowanych produktów lub ukazywać położenie reklamowanych sklepów i godziny ich otwarcia, dzięki czemu przekaz radiowy nabiera charakteru nowoczesnej usługi medialnej.

Radiofonia cyfrowa w Europie od początku XX wieku jest przedmiotem analiz, testów i debaty na temat możliwych

modeli jej wdrożenia. Najpopularniejszym standardem technicznym dominującym w krajach europejskich jest *Digital Audio Broadcasting Plus*, w skrócie DAB+. Poniżej przedstawiono podstawowe informacje na temat zaawansowania prac nad cyfryzacją radia w poszczególnych krajach.

**Tabela nr 28. Stan zaawansowania radiofonii cyfrowej w Europie**

Kraj	Populacja (w mln)	Pokrycie sygnałem cyfrowym	Liczba multipleksów ogólnokrajowych/ regionalnych	Uwagi
Austria	8,4			Konkurs ogłoszony w sierpniu 2012 r. nie wyłonił podmiotu, który oferowałby 12 programów (1 mux). Nadawca publiczny nie wyraził zainteresowania.
Belgia	11	95% 99% dróg	2 regionalne	Trwają rozmowy na temat sfinansowania ze środków publicznych inwestycji koniecznych dla rozwinięcia DAB+.
Chorwacja	4,4	20% - próbne emisje		
Czechy	10,5	38%	1 lokalny, 2 regionalne	Rządowa strategia przewiduje stopniowe wspomaganie procesu cyfryzacji nadawców, który powinien zakończyć się do czasu wygaśnięcia koncesji analogowych.
Dania	5,6	95%	2 ogólnokrajowe, 1 lokalny	<i>Switch-off</i> nastąpi w 2019 r., jeśli do tego czasu co najmniej 50% słuchaczy będzie korzystał z platform cyfrowych.
Estonia	1,3	emisje testowe		
Francja	63	85%	2 testowe regionalne multipleksy w rejonie Lyonu = 85% populacji regionu i Nantes, community radios w rejonie Marsylii	Ulgi dla nadawców, którzy przejdą na nadawanie cyfrowe: - bezpłatne koncesje cyfrowe i analogowe, - przedłużenie koncesji analogowej o 5 lat, - po osiągnięciu 20% pokrycia przemysł motoryzacyjny będzie miał 18 miesięcy na dostosowanie odbiorników.
Hiszpania	47,2	20%	3 ogólnokrajowe – chwilowo jedynie region Madrytu i Barcelony	
Holandia	16,7	70%	1 ogólnokrajowy, 1 testowy regionalny	<i>Switch-off</i> w 2017 r.
Irlandia	4,5	56%	1 ogólnokrajowy, 2 regionalne	Przejęcie na nadawanie cyfrowe skutkuje automatycznym przedłużeniem koncesji o 6 lat.
Litwa	3,4	20%	1 testowy - Wilno	
Malta	0,4	100%	2 ogólnokrajowe	Koncesja na 8 lat dla 12 krajowych nadawców i 1 środowiskowego, retransmisja 36 stacji zagranicznych.

<b>Niemcy</b>	82	87,8%	30 regionalnych i lokalnych, 1 ogólnokrajowy	Bieżąca współpraca operatorów, producentów sprzętu oraz nadawców publicznych i komercyjnych z rządem w celu stworzenia optymalnych warunków dla cyfrowego radia.
<b>Norwegia</b>	5	84%	1 ogólnokrajowy, 7 regionalnych, 1 lokalny (Oslo)	Switch-off w 2017 r. (najpóźniej w 2019) jeśli do 2015 r.: - nadawca publiczny będzie miał 99,5% pokrycia a komercyjni 90%, - 50% słuchaczy będzie codziennie korzystać z platformy cyfrowej, - dostępne będą sprawne, niedrogie przystawki do odbiorników samochodowych umożliwiające odbiór sygnału cyfrowego.
<b>Polska</b>	38,5	5%		2 lokalne próbne przekaźniki (Warszawa i Kielce).
<b>Portugalia</b>	10,6		emisje testowe	42 stacje nadawcze podczas emisji testowych zapewniły dotarcie do 75% populacji, w tym na Azorach i Maderze. Obecnie brak emisji radia cyfrowego.
<b>Rosja</b>	143			Plany zawieszono w związku z brakiem dostępnych dla nadawców częstotliwości.
<b>Słowacja</b>	5,4	-		
<b>Słowenia</b>	2,1	22,5%	1 testowy – stolica i centrum kraju	
<b>Szwajcaria</b>	7,5	94%	1 ogólnokrajowy, 6 regionalnych, 2 lokalne	Switch-off w 2015 r.
<b>Szwecja</b>	9,1	35%	2 - obejmujące największe miasta (1 DAB, 1 DAB+)	Emisję cyfrową prowadzi nadawca publiczny, który do 2020 r. ma osiągnąć pokrycie 95% kraju sygnałem cyfrowym. Koncesje na nadawanie komercyjne mają zostać wydane w 2013 r. Parlament zdecydował o przejściu na DAB+
<b>Węgry</b>	10	30%	1 ogólnokrajowy	switch-off nastąpi przy 94% pokrycia i 75% wyposażenia w odbiorniki
<b>Wielka Brytania</b>	60,5	94%	2 ogólnokrajowe (publiczny i komercyjny), 10 regionalnych i 38 lokalnych	Porozumienie rządu, BBC i operatorów komercyjnych przewiduje sfinansowanie w ciągu 5 lat lokalnej sieci DAB w miejsce FM. Switch-off nastąpi, gdy z platformy cyfrowej będzie korzystało 50% słuchaczy, pokrycie sygnałem cyfrowym będzie porównywalne z FM, a lokalny DAB osiągnie 90% populacji i pokrycie wzdłuż głównych dróg w kraju.
<b>Włochy</b>	59	75%	3 ogólnokrajowe tymczasowe, 3 regionalne docelowe, 6 regionalnych tymczasowych	Koncesje dla nadawców na 12 lat a dla operatorów sieci na 20 lat. Planowana jedna sieć ogólnokrajowa dla nadawcy publicznego i dwie dla komercyjnych.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie WorldDMB Global Update, February 2013

Ze względu na stopień zaawansowania procesu cyfryzacji, wymienione w tabeli kraje można podzielić na trzy grupy:

- kraje, w których poza emisjami testowymi nie są podejmowane inne działania w kierunku wprowadzania
- kraje, w których sygnał radia cyfrowego wprowadzony jest na wydzielonych, niewielkich obszarach. Można

wymienić tu: Czechy, Francję, Hiszpanię, Irlandię, Litwę, Słowenię, Szwecję, Węgry i Włochy,

- kraje zaawansowane we wprowadzaniu radia cyfrowego. Pokrycie sygnałem przekracza 70% kraju i wyznaczony jest już termin wyłączenia sygnału analogowego, czyli termin *switch-off*, uwarunkowany jednak dodatkowo określonym stopniem pokrycia sygnałem cyfrowym i realnym korzystaniem co najmniej połowy odbiorców z nowej technologii. Te kraje to: Belgia, Dania, Holandia, Malta, Niemcy, Norwegia, Szwajcaria i Wielka Brytania.

Proces wdrożenia radia cyfrowego jest trudniejszy i bardziej skomplikowany od procesu konwersji telewizji cyfrowej. W telewizji okres simulcastu jest krótki, a data wyłączenia emisji analogowej została ustalona w ustawie o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej i obowiązuje wszystkich nadawców. Użytkownicy, tracąc możliwość odbioru programów telewizyjnych, są zmuszeni do zakupu odpowiedniego sprzętu.

Tej motywacji nie ma w przypadku radia. Koszt wymiany odborników radiowych w Polsce, przy założeniu, że każde gospodarstwo domowe kupiłoby tylko jeden z nich (teraz średnio przypada na gospodarstwo domowe po 3,3 odbornika) oszacowano na około 5 mld zł (przy cenie ok. 350 zł). Według badania TNS OBOP, ponad 61% Polaków nie jest zainteresowanych zakupem nowego sprzętu potrzebnego do odbioru radia cyfrowego. Branża motoryzacyjna wprowadza odborniki cyfrowe w produkowanych samochodach<sup>87</sup>. Osoby, które posiadają w samochodzie odbornik analogowy, będą mogły zainstalować w swoim pojeździe specjalną przystawkę, również już dostępną na rynku.

Wyłączenie radia analogowego nie nastąpiło jeszcze w żadnym kraju w Europie. Nadawcy radiowi, ze względu na znacznie mniejszy potencjał ekonomiczny, mają więcej

obaw niż nadawcy telewizyjni co do skutków cyfryzacji. Aby proces konwersji przebiegał w sposób harmonijny, przysparzający korzyści słuchaczom, z jednoczesnym poszanowaniem praw ekonomicznych rynku, konieczne jest opracowanie i uzgodnienie szczegółowego planu działania ze wszystkimi uczestnikami procesu konwersji analogowo-cyfrowej.

- Konieczna jest analiza ekonomiczna rynku z uwzględnieniem:
  - możliwości wdrożenia inwestycji przez uczestników rynku,
  - przewidywanych zmian warunków konkurencji w wyniku zwiększenia oferty programowej,
  - przewidywanego okresu jednoczesnej emisji analogowej i cyfrowej,
  - stanu wyposażenia w odborniki radiowe.
- Uregulowań prawnych wymaga:
  - system ulg dla nadawców,
  - sposób finansowania konwersji radia publicznego,
  - model konwersji nadawców lokalnych,
  - sposób wdrożenia procesu cyfryzacji, w tym określenie terminu wyłączenia sygnału analogowego (*switch-off*),
  - określenie zasad wyłonienia operatora oraz określenie jego obowiązków, m.in. w zakresie transmisji obowiązkowej,
  - określenie sposobu prowadzenia kampanii reklamowej, informującej społeczeństwo o korzyściach, jakie niesie cyfryzacja radia.

Przy wyczerpaniu zasobów analogowych cyfryzacja radia jest jedyną drogą jakościowego i ilościowego rozwoju radiofonii, gwarantując dostęp do istniejących i nowych

<sup>87</sup> Audi, BMW, Chrysler, Daimler, Fiat, Ford, Hino, Honda, Hyundai, Jaguar, Land Rover, Lexus, Lotus, Mercedes Benz, Mini, Nissan, Opel, Peugeot, Range Rover, Renault, Seat, Skoda, TVR, Toyota, Vauxhall, Volkswagen i Volvo.

programów w najwyższej jakości, wzbogaconych o usługi dodane. Podobnie jak w przypadku telewizji, po okresie simulcastu nowa technologia pozwoli na znaczne obniżenie kosztów rozpowszechniania programu. Bez narodowego planu wdrożenia radiofonii cyfrowej proces ten nie ma jednak szansy powodzenia.

## 4.2 Naziemna telewizja cyfrowa

### Przeznaczenie widma częstotliwości dla celów radiodifuzji

Wprowadzenie naziemnej telewizji cyfrowej oraz szanse jej dalszego rozwoju ściśle powiązane są z ustalaniem międzynarodowo planami zagospodarowania częstotliwości radiowych.

Zgodnie z Regulaminem Radiokomunikacyjnym<sup>88</sup>, radiodifuzja wszystkich standardów i zakresów zajmuje niespełna 3% całego użytecznego pasma częstotliwości w zakresie 9Hz-30GHz przeznaczonego na potrzeby naukowe, obronne, alarmowe i konsumenckie.

Telewizja naziemna, najpierw analogowa, a następnie cyfrowa, została ulokowana jako służba pierwszej ważności<sup>89</sup> w tzw. pasmach III, IV i V, to jest w zakresach częstotliwości 174–230 MHz (kanały telewizyjne 5–12) oraz w zakresach 470–862 MHz (kanały telewizyjne 21–69<sup>90</sup>) – patrz wykres nr 36.

W 2006 r. na podstawie Regionalnego Porozumienia (GE06)<sup>91</sup>, zgodnie z zasadą „równego dostępu do widma”,

<sup>88</sup> Regulamin Radiokomunikacyjny stanowi podstawę funkcjonowania światowej, europejskiej i krajowej tablicy przeznaczeń częstotliwości.

<sup>89</sup> Służbom pierwszej ważności przysługuje pierwszeństwo w ochronie przed zakłóceniami ze strony innych służb współużytkujących dane pasmo.

<sup>90</sup> Kanały 61 – 69 nie były użytkowane przez naziemną telewizję analogową.

<sup>91</sup> Porozumienie Regionalne (GE06) zostało przyjęte w 2006 r. przez Regionalną Konferencję Radiokomunikacyjną w Genewie (RRC-06). Zawiera ono plan zagospodarowania widma częstotliwości na cele naziemnej radiodifuzji cyfrowej w krajach Europy, Afryki i części Azji w zakresach 174-230 MHz i 470-862 MHz oraz mówi, że

Polska otrzymała rezerwację kanałów i bloków częstotliwościowych pozwalających na budowę:

- ośmiu multipleksów (sieci) ogólnokrajowych dla potrzeb naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T (siedem w paśmie IV i V i jeden w paśmie III),
- 3 multipleksów ogólnokrajowych dla potrzeb radiofonii cyfrowej DAB (w paśmie III).

Przy planowaniu MUX 1-6 wykorzystano wszystkie kanały z zakresu 470-790 MHz (kanały 21-60)<sup>92</sup>, a do budowy MUX 7 kanały 61-69 (zakres częstotliwości 790-862 MHz). Z MUX 7 musiano jednak zrezygnować dla potrzeb tzw. pierwszej dywidendy cyfrowej (DD1). Dywidenda ta zostanie zagospodarowana na rzecz służb innych niż radiodifuzja (głównie dla usług telekomunikacyjnych nowej generacji, np. LTE). Może to jednak nie być jedyna zmiana przeznaczenia częstotliwości pierwotnie przeznaczonych na cele radiodifuzji. UE poszukuje nowych zasobów częstotliwości potrzebnych do osiągnięcia podstawowego celu Europejskiej Agendy Cyfrowej<sup>93</sup>, jakim jest zapewnienie obywatelom wszystkich państw członkowskich

do 17 czerwca 2015 r. będzie trwał tzw. okres przejściowy, kiedy skończy się ochrona sieci analogowej oraz stacje analogowe nie będą mogły być źródłem zakłóceń sieci cyfrowej.

<sup>92</sup> Do czasu ostatecznego wyłączenia telewizji analogowej w lipcu 2013 r. w Polsce funkcjonują dwa multipleksy ogólnokrajowe (MUX 1 i MUX 2) docierające do ponad 90% populacji, jeden multipleks o zasięgu ludnościowym ok. 50% - tzw. MUX 3 (docelowo dla TVP SA) oraz MUX 4, obejmujący zasięgiem 31 aglomeracji miejskich i przeznaczony na usługę telewizji mobilnej. Po zakończeniu procesu konwersji analogowo-cyfrowej multipleksy MUX 3 i MUX 4 będą musiały być uzupełnione (do pokrycia ogólnokrajowego) z wykorzystaniem kanałów zwolnionych przez telewizję analogową. MUX 5 i MUX 6, czyli zasoby dostępne po wyłączeniu telewizji analogowej mają być przeznaczone na dalszy rozwój oferty telewizyjnej w standardzie SD i ewentualnie HD, również z ewentualnym uwzględnieniem programów płatnych i aktywnego operatora multipleksu. Warunkiem sine qua non jest jednak dysponowanie wszystkimi kanałami TV wskazanymi w Planie cyfrowym GE06 dla tych multipleksów.

<sup>93</sup> Europejska Agenda Cyfrowa to dokument strategiczny ogłoszony przez Komisję Europejską w maju 2010 r. jako jedna z flagowych inicjatyw UE Europa 2020. Dziesięcioletni okres realizacji tego dokumentu (100 działań, w tym 31 działań o charakterze legislacyjnym) ma przyczynić się do uzyskania trwałych korzyści ekonomicznych i społecznych z jednolitego rynku cyfrowego w oparciu o szybki Internet. Polska, podobnie jak inne państwa członkowskie, jest włączona w realizację tego dokumentu.

dostępu do szerokopasmowego Internetu. Częściowym rozwiązaniem tego problemu miałyby stać się tzw. druga dywidenda cyfrowa (DD2), która mogłaby powstać w wyniku wycofania z pasma telewizyjnego IV i V kolejnych 12 kanałów (od 49 do 60). Wstępne dyskusje na ten temat odbyły się w 2012 r. podczas Światowej Konferencji Radiokomunikacyjnej (WRC 2012), ale ostateczna decyzja w tej sprawie ma zapaść na kolejnej konferencji w 2015 r. „Oddanie” drugiej dywidendy cyfrowej (to jest kanałów od 49 do 60) na potrzeby inne niż telewizyjne, będzie oznaczać w Polsce konieczność:

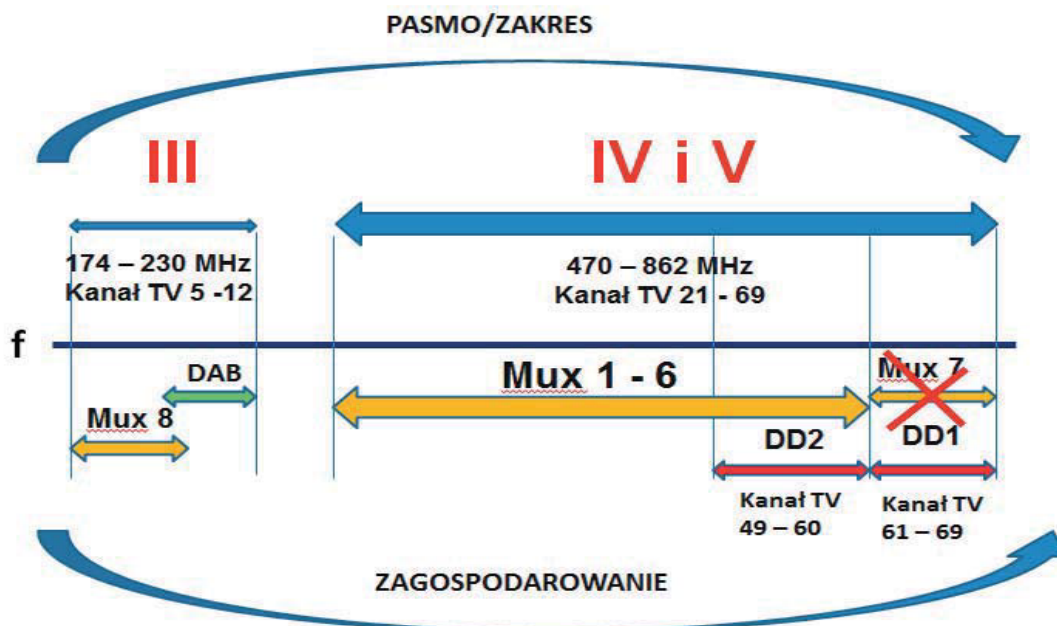
- rezygnacji z dwóch przyszłościowych multipleksów i przeprojektowanie multipleksów istniejących pod kątem eliminacji kanałów przeznaczonych na dywidendę i wykorzystanie w to miejsce kanałów „niższych” z MUX 5 i MUX 6,

lub

- potrzebę całkowitego przeprojektowania dostępnego pasma IV i V pod kątem ewentualnej możliwości wygospodarowania dodatkowych – jednego lub dwóch – multipleksów. To drugie rozwiązanie, jeśli w ogóle okaże się możliwe, będzie niezwykle kosztowne i trudne pod względem logistycznym.

W gronie europejskich instytucji zajmujących się problematyką mediów audiowizualnych trwają intensywne dyskusje na temat skutków ograniczenia zasobów częstotliwości przeznaczonych na potrzeby naziemnej telewizji cyfrowej. Europejska Unia Nadawców (EBU) zraszająca nadawców publicznych, w tym Polskie Radio Telewizję Polską, broni obecnego „stanu posiadania”. Stanowisko polskiego rządu i polskiego regulatora telekomunikacji w tym zakresie nie zostało jeszcze wypracowane.

Wykres nr 36. Zagospodarowanie widma częstotliwości na cele naziemnej telewizji cyfrowej



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

## **Efekty wprowadzania naziemnej telewizji cyfrowej**

Zgodnie z deklaracją nadawców i operatora technicznego multipleksów, Polska zakończy epokę analogowej telewizji naziemnej 23 lipca 2013 r.<sup>94</sup> Uczyni to jako jedno z ostatnich państw członkowskich UE (Grecja – 2013 r., Bułgaria - 2015 r.), w pół roku po terminie zalecanym przez Komisję Europejską i na 2 lata przed terminem uzgodnionym na Radiowej Konferencji Radiokomunikacyjnej ITU (Genewa 2006) w sprawie obowiązywania ochrony stacji analogowych przed zakłóceniami ze strony telewizji cyfrowej. Opóźnienie Polski w stosunku do innych krajów pozwoliło uniknąć zmiany standardu kompresji w trakcie okresu równoczesnego nadawania analogowego i cyfrowego (simulcast). Emisja cyfrowa w Polsce rozpoczęła się z zastosowaniem nowszego standardu MPEG-4 zamiast stosowanego dotychczas w Europie MPEG-2 i tym samym pozwoliła uniknąć sytuacji dwukrotnej wymiany odbiorników lub dekodów.

Wdrożenie naziemnej telewizji cyfrowej z punktu widzenia polityki państwa jest celem strategicznym. Służy ono zapewnieniu dostępu do podstawowej bezpłatnej oferty telewizyjnej, a więc odzwierciedla podstawowe i powszechne prawo obywatela do informacji, kultury i rozrywki. Ogólnodostępna telewizja, w tym szczególnie programy nadawcy publicznego, stanowi podstawowy i najszybszy kanał komunikacji różnych służb państwa z obywatelami, także w sytuacjach nadzwyczajnych i kryzysowych.

Oferta programowa naziemnej telewizji cyfrowej stanowi uzupełnienie rynku telewizyjnego w Polsce (nowe programy umieszczone w multipleksach cyfrowych zostały opisane w Sprawozdaniu KRRiT w rozdziale II).

Główne korzyści z wprowadzenia NTC w Polsce z punktu widzenia odbiorcy to:

- pełne pokrycie kraju programami, które dotychczas były nadawane analogowo – programy TVN, TV Puls i TV4 zyskały w 2012 r. zasięg ogólnopolski (w 2011 r. TVN docierał analogowo do 52%, a TV Puls do 76% odbiorców),
- zwiększenie liczby dostępnych programów.

Przed uruchomieniem telewizji cyfrowej odbiorcy mieli dostęp, w zależności od miejsca zamieszkania, do dwóch, trzech, a w najlepszym razie do siedmiu programów. Na koniec 2012 r. w ofercie telewizji cyfrowej nadawanych było 15 bezpłatnych programów o zasięgu ogólnokrajowym, a 18 programów docierało do połowy mieszkańców.

W odpowiedzi na konsultacje społeczne przeprowadzone przez KRRiT w 2012 r. oraz zgodnie z wnioskami płynącymi z raportu „Ocena zawartości ogólnodostępnych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej”<sup>95</sup>, w którym zwrócono uwagę, że w ofercie NTC „brakuje treści publicystycznych, wiedzowych oraz religijnych” (...), a także autorskich treści dla dzieci i młodzieży”, w grudniu 2012 r. KRRiT rozpisała konkurs na 4 kolejne programy o charakterze wyspecjalizowanym: społeczno-religijnym, filmowym, edukacyjno-poznawczym oraz dla dzieci w wieku od 4 do 12 lat.

Nowe programy w naziemnej telewizji cyfrowej są obecnie w fazie kształtowania i pozycjonowania. Nadawcy poszukują ostatecznej formuły programowej, która pozwoli na pozyskanie widowni i przychodów reklamowych umożliwiających sfinansowanie inwestycji związanej z wejściem na rynek zagospodarowany od początku lat 90. przez TVP, Polsat i TVN. Oferowanie bezpłatnych treści, dotarcie z sygnałem do odbiorców na terenie całego kraju wymaga znacznych nakładów finansowych. Jakość oferty programowej NTC będzie więc zależała od budżetów reklamowych innych sektorów gospodarki (szerzej w rozdziale 1. Perspektywy rozwoju rynku reklamowego).

<sup>94</sup> Ustawowy termin zakończenia nadawania analogowego to 31 lipca 2013 r.

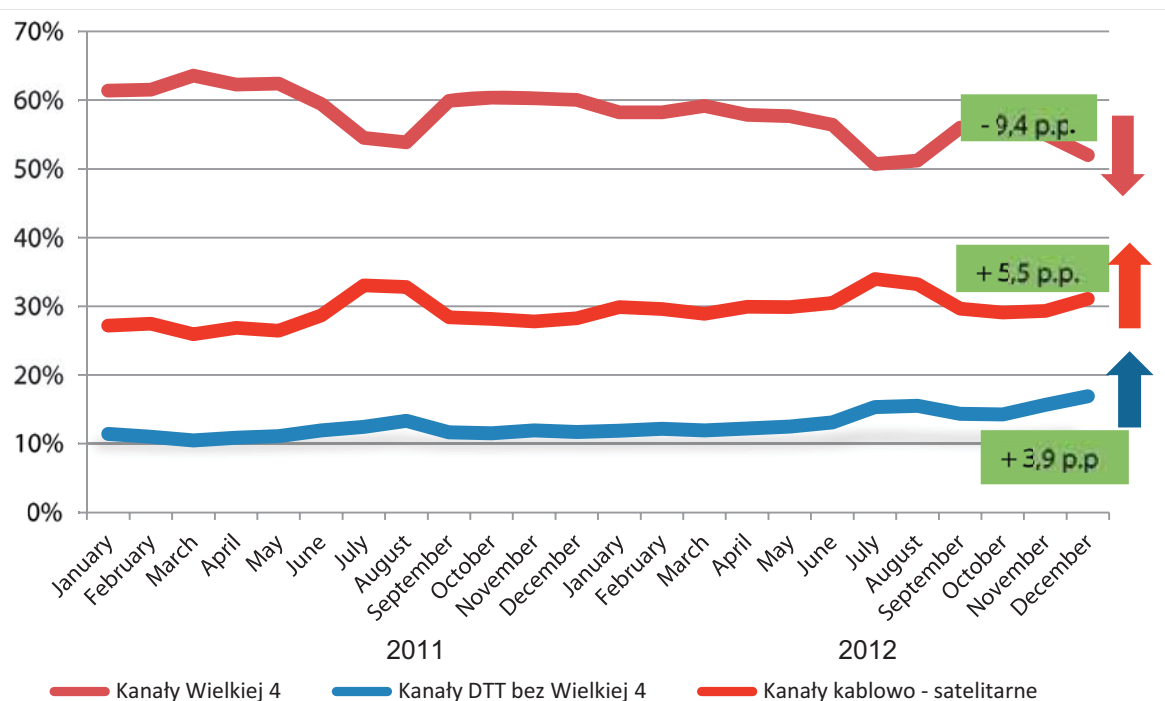
<sup>95</sup> ARC Rynek i Opinia, Raport dla KRRiT, s. 45 oraz 49.

### Wzrost oglądalności programów dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej

Pojawienie się i popularyzacja naziemnej telewizji cyfrowej zmienia obraz rynku telewizyjnego pod względem oglądalności. Programy TVP1, Polsat, TVN i TVP2 (tzw.

kanaly „wielkiej 4”) są nadal najchętniej oglądane, ale w porównaniu z 2011 r. ich udział w rynku widowni maleje (-9,44%), podczas gdy udziały nowych programów w naziemnej telewizji cyfrowej oraz programów płatnych (satelitarno-kablowych) rosną – patrz wykres nr 37.

Wykres nr 37. Zmiany na rynku telewizyjnym w latach 2011-2012



Źródło: prezentacja AC Nielsen, Cyfryzacja a zwyczaje telewizyjne, Warszawa, 18.01.2013 r.

Wzrost oglądalności programów obecnych na multiplexach zauważalny jest również w odbiorze satelitarno-kablowym (najwięcej TV Puls i TVN7)<sup>96</sup>, co przeczy prognozom, że oferta bezpłatna będzie wypierać płatną ofertę platform satelitarnych i telewizji kablowej. Może ona być komplementarna wobec oferty proponowanej przez płatne platformy satelitarne i kablowe, szczególnie gdy gospodarstw domowych nie stać na płatną telewizję

lub gdy odbiorca nie jest zainteresowany zawieraniem umów i montowaniem anteny satelitarnej czy instalacji kablowej.

Szansę na rozwój poprzez emisję cyfrową zyskała TV PULS. Program ten po osiągnięciu zasięgu ogólnopolskiego wzmocnił swoją pozycję na rynku reklamy, znacznie też poprawiła się jego oglądalność (z 2,4% z okresu sprzed konwersji analogowo-cyfrowej do 6,9% w 2012 r.<sup>97</sup>), także

<sup>96</sup> Źródło: Analiza Departamentu Monitoringu Biura KRRiT „Rynek telewizyjny w 2012 r.”, Warszawa, 2012 r.

<sup>97</sup> j.w.

na platformach płatnych. Uruchomienie nowego kanału PULS 2, dzięki efektowi synergii powinno pozwolić temu nadawcy na pozyskanie środków gwarantujących mu dalszy rozwój, w tym również programowy.

### **Nowa jakość techniczna i dostęp do usług dodanych**

Wprowadzanie NTC wiąże się z lepszą jakością obrazu i dźwięku oraz z możliwością odbioru programów w wysokiej rozdzielczości, tzw. HD, które na MUX 1 i MUX 3 nadaje TVP (program TVP1 oraz TVP2). Niestety, dalszy rozwój programów w standardzie HD uzależniony jest od pojemności multipleksów naziemnych. Wymaga ona dwukrotnie więcej miejsca w multipleksie niż telewizja o standardowej rozdzielczości – SD. Odbiorcy NTC nie powinni być pozbawieni dostępu do telewizji wysokiej rozdzielczości, oznacza to jednak konieczność ograniczenia liczby programów na kolejnych multipleksach.

Dzięki wprowadzaniu NTC powstała możliwość dodatkowych funkcjonalności, takich jak równoległe nadawanie kilku ścieżek dźwiękowych (np. kilku wersji językowych, audiodeskrypcji oraz dźwięku przestrzennego), kontroli rodzicielskiej (blokowanie treści dla dzieci) czy lepszej orientacji w ofercie programowej, którą umożliwia Elektroniczny Przewodnik po Programach (EPG).

### **Zapewnienie odbioru przenośnego i mobilnego**

Naziemna telewizja cyfrowa jest zaprojektowana w Polsce również do tzw. odbioru przenośnego bez konieczności dodatkowych instalacji<sup>98</sup>. Na jednym z multipleksów NTC (tzw. MUX 4 obejmujący zasięgiem 31 aglomeracji miejskich, którego pokrycie ma być uzupełnione po wyłączeniu telewizji analogowej do obszaru całego kraju) w 2012 r., po wykupieniu przez Polsat Cyfrowy spółki INFO-TV-Fm, uruchomiono usługę tzw. telewizji mobilnej, dostępną w telefonach komórkowych, na tabletach itp. Usługa ta jest częściowo płatna.

<sup>98</sup> Wystarczy odbiornik przenośny i prosta antena.

### **Skutki ekonomiczne**

Koszty uruchomienia NTC szacuje się w Polsce na około 400 mln zł, przy czym głównym składnikiem od strony infrastrukturalnej jest budowa ok. 50 nadajników<sup>99</sup>. Inwestycja ta wiąże się jednak z obniżeniem kosztów eksploatacji, po zakończeniu simulcastu, co najmniej o połowę. Po stronie odbiorców końcowych skutki ekonomiczne to konieczność zakupu nowych zintegrowanych odbiorników lub cyfrowych dekoderek do dotychczas posiadanych odbiorników analogowych. Ten aspekt wpływa na pobudzenie rynku producentów i dystrybutorów sprzętu. Badania Establishment Survey (AC Nielsen) wskazują, że w ciągu ostatnich 3 lat 57% gospodarstw domowych kupiło nowy telewizor. Obecnie 47,6% gospodarstw odbierających naziemną telewizję cyfrową korzysta z odbiorników z wbudowanym tunerem MPEG-4, natomiast 52,4% zakupiło w tym celu zewnętrzny dekoderek<sup>100</sup>.

Z raportu firmy konsultingowej Deloitte<sup>101</sup>, dotyczącego 8 państw członkowskich UE wynika, że naziemna telewizja cyfrowa stymuluje wzrost przychodów nadawców, którzy biorą w niej udział, o miliard euro rocznie (z 12 mld do 13 mld euro), a wydatki na produkcję treści programowych wynoszą 7,1 mld euro, z czego 4,65 mld przypada na produkcję krajową.

NTC w Polsce ma szansę uzyskać zadowalające wyniki ekonomiczne, a po jej pełnym wdrożeniu ujawnią się pozytywne skutki jej oddziaływania na pozostałe sektory tworzące łańcuch wartości audiowizualnych usług medialnych.

<sup>99</sup> Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012, prognozy rozwoju na lata 2012-2016, PMR Publications, kwiecień 2012 r. s. 201

<sup>100</sup> Dane na 31.10.2012 r. Źródło: Analiza Departamentu Monitoringu Biura KRRiT, *Naziemna telewizja cyfrowa w październiku i listopadzie* (dostęp, oglądalność), Warszawa 2012 r.

<sup>101</sup> *Deloitte, The impact of DTT within Europe*, a report for BNE and DigitAG, 08 July 2011, s. 3, raport opublikowany na stronie internetowej jednego z adresatów [www.digitag.org](http://www.digitag.org).



### Modele i oferta naziemnej telewizji cyfrowej w Europie

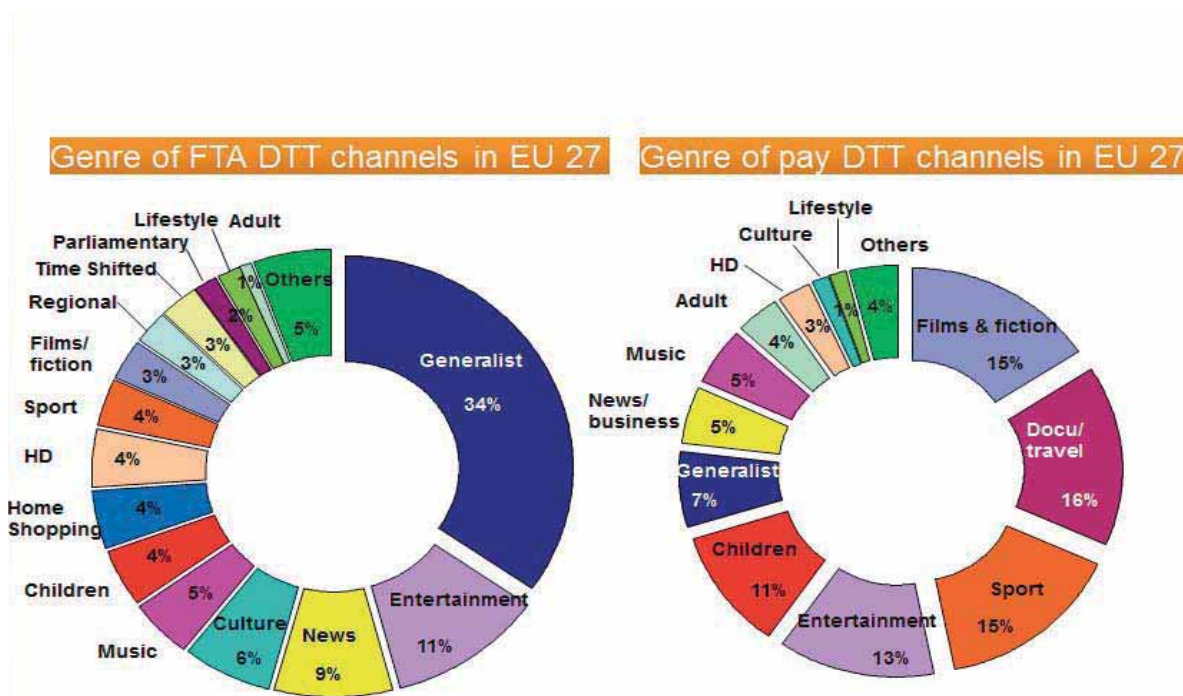
Zgodnie z danymi Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, w 27 państwach członkowskich UE jest łącznie 1778 programów<sup>102</sup> naziemnej telewizji cyfrowej, z czego 804 o zasięgu ogólnokrajowym (387 w ofercie bezpłatnej i 417 w ofercie płatnej), a 974 to programy lokalne i regionalne. W poszczególnych krajach naziemna telewizja cyfrowa obejmuje od 4 (Portugalia) do 90 programów (Włochy). Tzw. model mieszany, czyli oferta płatna obok bezpłatnej, występuje w 18 z 27 państw

członkowskich, przy czym należy zauważyć, że w kilku krajach (Włochy, Hiszpania, Francja, Portugalia, Irlandia) niektóre usługi w tym modelu nie zostały wdrożone lub kończyły się niepowodzeniem. We Francji i krajach skandynawskich liczba abonentów płatnej naziemnej telewizji cyfrowej była niesatysfakcjonująca lub następował jej spadek.

Obraz oferty programowej naziemnej telewizji cyfrowej w rozbiciu na model bezpłatny i płatny przedstawia wykres nr 38.

<sup>102</sup> Dane za 2011 r. Źródłem informacji zawartych w tej części jest prezentacja p. Deirdre Kevin, analityka MAVISE z Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego pt. *Digital Television: Status of Switchover in Europe*, przygotowana na konferencję *Digital Broadcasting in Europe, Legal, Regulatory and Technical Aspects*, Kijów 26-27.10.2011 r.

Wykres nr 38. Oferta programowa naziemnej telewizji cyfrowej w 27 państwach członkowskich UE (dane za 2011 r.)



Źródło: Prezentacja Deirdre Kevin, MAVISE, Europejskie Obserwatorium Audiowizualne

W ofercie płatnej występują głównie treści o tzw. wysokiej wartości, czyli kosztowne w pozyskaniu, tj. filmy fabularne i dokumentalne oraz sport.

Bezpłatnie nadaje 60% nadawców prywatnych, a 40% to nadawcy publiczni. Płatne kanały NTC należą prawie wyłącznie do nadawców prywatnych – 92%.

Oferta w wysokiej rozdzielczości (HD) jest dostępna w 15 państwach członkowskich (łącznie 68 takich programów, co stanowi tylko 4% całej oferty NTC; pozostałe 96% to programy SD).

### **Szanse rozwoju naziemnej telewizji cyfrowej**

Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej oraz dalsze wzbogacenie jej oferty (więcej programów, wyższa jakość treści i rozwój usług dodatkowych) będzie możliwa po uruchomieniu kolejnych multipleksów. Przewiduje się następujące etapy rozwoju NTC w Polsce:

- objęcie pokryciem całego kraju przez MUX 3 przeznaczony docelowo dla telewizji publicznej (charakter ogólnopolski multipleks ten osiągnie z końcem kwietnia 2014 r.),
- zagospodarowanie kolejnych dwóch multipleksów (MUX 5 i MUX 6) przez programy SD i HD wyłonione w drodze konkursu (programy płatne możliwe do rozważenia), dostępne 6-9 miesięcy po całkowitym wyłączeniu telewizji analogowej,
- uzupełnienie pokrycia MUX 4 dla potrzeb telewizji mobilnej.

Realizacja tych etapów będzie jednak w pełni możliwa pod warunkiem zachowania dla celów radiodifuzji tzw. drugiej dywidendy cyfrowej (szerzej o zagrożeniu utraty kanałów 49-60 i skutkach tego zagrożenia – patrz początek tego podrozdziału).

Z pewnością jednak pozostaje do zagospodarowania jeden multipleks telewizyjny w tzw. paśmie III (zakres częstotliwości 174 – 230 MHz), którego nie uwzględnił „Plan wdrażania telewizji cyfrowej w Polsce”<sup>103</sup>. Według wstępnych koncepcji multipleks ten miałby być zagospodarowany przez naziemną telewizję następnej generacji, to jest DVB-T2, która, ze względu na nowe standardy kompresji i kodowania pozwalające na umieszczenie większej liczby programów w jednym multipleksie, może znacznie poszerzyć ofertę programową przy jednoczesnym efektywniejszym wykorzystaniu zasobów częstotliwości. Wiązałoby się to jednak z koniecznością wymiany obecnie kupowanych odbiorników/dekoderów. W okresie kiedy Polska rozpoczęła proces konwersji, wdrożenie DVB-T2 było jeszcze przedwcześnie. Nadal w wielu krajach europejskich standard ten nie wyszedł z fazy testów, a rynek urządzeń przystosowanych do odbioru DVB-T2 jest jeszcze ograniczony.

Najważniejsza jednak będzie decyzja co do zawartości programowej kolejnych multipleksów. KRRiT jako organ regulacyjny jest świadomy potrzeb odbiorców, którzy chcieliby mieć w NTC dostęp do ambitnych programów informacyjnych, filmowych, poznawczych czy sportowych, ale jednocześnie zdaje sobie sprawę, że tego typu oferta, która wymaga kosztownych zakupów praw do emisji, oferowana jest na świecie w modelu płatnym. W Polsce płatna oferta programowa jest silnie reprezentowana w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych, a uzupełnia ją oferta operatorów telekomunikacyjnych. Jeśli więc byłaby możliwość wprowadzenia do NTC częściowo lub całkowicie płatnej oferty, to musiałaby ją cechować wyraźna wartość dodana, odróżniająca ją od dotychczas istniejącej płatnej telewizji. Wartość dodaną mogłyby tworzyć następujące elementy:

<sup>103</sup> Według Planu GE06 (Porozumienie Genewa 2006) pasmo to jest przeznaczone dla radiofonii DAB (3 pokrycia) oraz dla telewizji DVB-T (1 pokrycie), przy czym zgodnie z przeprowadzonymi przez UKE konsultacjami, nie jest celowa zamiana pokrycia DVB-T na 4 pokrycia DAB.

- cena powiązana z ofertą (adekwatna do dobrej jakości programowej, ale relatywnie niska w porównaniu z platformami satelitarnymi i telewizją kablową);
- zachowanie warunków konkurencji,
- elastyczność relacji operatora z abonentem (np. brak umowy w wersji „papierowej”, krótki termin umowy),
- niezależność odbioru od podłączenia do instalacji przesyłającej sygnał z satelity lub z sieci kablowej.

Z oferty tej nie powinny być wykluczone programy polskojęzyczne nadawane na podstawie koncesji wydanych w innych krajach, pod warunkiem jednak przestrzegania w nich polskich standardów w zakresie audiowizualnych przekazów handlowych, ochrony małoletnich oraz usług dostępowych dla osób niepełnosprawnych.

Powyższy model pozwoliłby odbiorcom otrzymać atrakcyjną ofertę programową za niewielką cenę, dostęp do HD, 3D i telewizji hybrydowej przy jednoczesnym zapew-

nieniu poziomu ochrony konsumenta zgodnie z polskimi przepisami w zakresie trzech wyżej wymienionych elementów. Dobór programów powinien być dokonywany przez tzw. aktywnego operatora multipleksu spośród tych, które spełniają powyższe kryteria.

Ważnym zagadnieniem, które powinno zostać poddane debacie jest rozwój programów regionalnych/lokalnych innych niż programy publiczne. Urząd Komunikacji Elektronicznej przygotował zasób częstotliwości niezbędnych do konwersji istniejących nadawców lokalnych<sup>104</sup>, a obecnie pracuje nad kompleksowym rozwiązaniem kwestii cyfrowego nadawania w standardzie DVB-T przez lokalnych nadawców telewizyjnych na obszarze pozostałej części kraju. Otwarte jednak pozostaje pytanie, czy nawet, gdy zostaną spełnione warunki techniczne nadawania programów regionalnych i lokalnych, możliwy jest rozwój takiej oferty w Polsce ze względów ekonomicznych? KRRiT podejmuje również i w tym celu, próbę modernizacji przepisów ustawy o radiofonii i telewizji poprzez wprowadzenie systemu ulg i preferencji dla nadawców lokalnych (szerzej w rozdziale 6. na temat mediów lokalnych).

<sup>104</sup> TV Odra, NTL Radomsko, TVT i TV Łużyce

## 5 MEDIA PUBLICZNE

### 5.1 Realizacja misji

Wprowadzone nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji z 2010 roku<sup>105</sup> porozumienia finansowo-programowe zmieniły logikę finansowania mediów publicznych, wprowadzając finansowanie określonych zadań programowych, a nie jak dotąd, działalności prowadzonej przez spółki. Doświadczenia wynikające z procesu uzgadniania planów finansowo-programowych, po raz pierwszy przeprowadzonego w roku 2011 wykazały, że oferta programowa nadawców publicznych (szczególnie telewizji publicznej) była zdominowana przez gatunki typowe dla mediów komercyjnych. W 2012 roku nadawcy w znacznej mierze uwzględnili sugestie Krajowej Rady i zwiększyli w swoich programach obecność słuchowisk, reportaży, dokumentów i spektakli teatralnych, a także wartościowych audycji edukacyjnych takich jak: audycje zapobiegające wykluczeniu cyfrowemu, audycje dla dzieci i młodzieży, audycje o tematyce kulturalnej lub propagujące sport amatorski.

Nadawcy publiczni w 2012 r. rozpowszechniali 53 programy radiowe i telewizyjne, których łączny koszt produkcji i emisji wynosił 1,842 mln zł, co znacznie przewyższyło wpływy z opłat abonamentowych. Szczegółowe informacje dotyczące zadań programowych poszczególnych jednostek radiofonii i telewizji publicznej oraz sposobu ich finansowania w 2012 r. znajdują się w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2012 r. w rozdziale VI oraz w załączniku Media publiczne.

### 5.2 Sytuacja ekonomiczno-finansowa

#### Radiofonia publiczna

Mimo zwiększenia przychodów z reklamy i wpływów abonamentowych oraz poprawy windykacji należności, Polskie Radio SA nadal musiało korzystać z kredytów kupieckich. W wyniku pogarszającej się płynności finansowej majątek trwały Radia traci na wartości, brak jest środków finansowych na jego odtworzenie. Spółka nie ma również środków na inwestycje.

Podobnie jak w Polskim Radio, w spółkach regionalnych ma miejsce spadek wartości majątku trwałego. Spółki ograniczyły realizację inwestycji odtworzeniowych, rozwojowych czy modernizacyjnych. W celu zminimalizowania skutków ubytku środków abonamentowych zarządy spółek podejmowały działania prowadzące do racjonalizacji kosztów (ograniczenie zatrudnienia, zmniejszenie kosztów promocji) oraz działania zwiększające możliwości finansowania misji przychodami z reklamy i sponsoringu.

Szczegółowe informacje dotyczące sytuacji ekonomiczno-finansowej radiofonii publicznej znajdują się w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2012 r., w rozdziale VI oraz w załączniku Media publiczne.

#### Telewizja publiczna

TVP SA znacznie ograniczyła koszty działalności chcąc zniwelować poważny spadek przychodów z reklamy, który dotknął nadawców programów uniwersalnych. Ograniczenie to mogłoby być większe, gdyby nie duże nakłady finansowe o charakterze jednorazowym, związane mię-

<sup>105</sup> Ustawa z 6 sierpnia 2010 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłatach abonamentowych (Dz. U. Nr 152 poz.1023).

dzy innymi z relacjami z Mistrzostw Euro 2012 i Igrzysk Olimpijskich w Londynie oraz koszty podwójnej emisji sygnału telewizyjnego w związku z przejściem TVP na nadawanie cyfrowe. Oznacza to, że finansowanie bieżącej produkcji programu zostało istotnie zmniejszone (szerzej w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2012 r. Rozdział IV oraz w załączniku Media publiczne).

Kryzys finansowy telewizji publicznej miał także negatywny wpływ na produkcję filmową w Polsce. Od lat 90. Telewizja Polska SA była najważniejszym producentem i koproducentem polskich filmów fabularnych, animowanych i dokumentalnych. W wyniku problemów finansowych w latach 2009-2010 praktycznie wycofała się z produkcji filmowej (szerzej w rozdziale 3. Kinematografia).

### 5.3 Finansowanie

Poziom finansowania mediów publicznych jest bardzo zróżnicowany i niewystarczający dla ich właściwego rozwoju. Przekazywane z abonamentu środki to w przypadku TVP SA niecałe 19% jej budżetu, w Polskim Radio SA już ponad 60%, a w rozgłoszeniach regionalnych – od 70 do nawet 100%. Tymczasem koszty rocznej, niezakłóconej działalności Telewizji Polskiej SA kształtują się na poziomie 1,75 mld zł (1,9 mld zł przy rezygnacji z prawa do nadawania reklam), roczne potrzeby Polskiego Radia SA to 216,5 mln zł (280,5 mln zł, gdyby nie nadawało ono reklam), zaś regionalni nadawcy radia publicznego (17 spółek) zgłaszają roczne koszty powyżej 10 milionów każdy. Tak niski poziom finansowania z abonamentu w telewizji publicznej ma wpływ na jakość oferty programowej i sposób realizacji zadań publicznych. Telewizja publiczna, walcząc o widza, wchodzi w rywalizację z nadawcami komercyjnymi, upodabniając się do nich<sup>106</sup>. Polskie Radio SA i rozgłoszenie regionalne, które w większości są utrzymywane ze środków publicznych, tworzą zdecydowanie więcej ambitnych treści edukacyjnych i kulturalnych, a mniej rozrywkowych, co wyraźnie różni je od nadawców komercyjnych. Obecny poziom finansowania nie pozwala jednak

na ich właściwy rozwój i inwestycje technologiczne.

Rozwój technologiczny rynku mediów elektronicznych, a zwłaszcza proces cyfryzacji i konwergencji powodują, że dyskusja nad skutecznym systemem finansowania mediów publicznych w Polsce jest sprawą pilną.

Obowiązujący w Polsce system poboru abonamentu radiowo-telewizyjnego, powiązany z rejestracją odbiorników radiowych i telewizyjnych, nie przystaje do dynamicznego rozwoju rynku usług audiowizualnych. Zdaniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wyrażonym w Stanowisku z 20 grudnia 2012 r. w sprawie finansowania mediów publicznych<sup>107</sup>, obowiązujące regulacje prawne nie uwzględniają ani sytuacji, w jakiej znajdują się obecnie media publiczne, ani też wyzwań, które przed nimi stoją. Obecny system nie gwarantuje skutecznego poboru abonamentu, tym samym nie dając możliwości precyzyjnego prognozowania wpływów ani dokonywania przez KRRiT zmian w podjętych uchwałach o sposobie podziału wpływów z abonamentu w sytuacjach zagrożenia funkcjonowania spółek mediów publicznych.

Zapowiadane przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego prace nad zmianą systemu finansowania mediów publicznych, polegającą na zastąpieniu abonamentu powszechną opłatą audiowizualną, jeszcze się nie rozpoczęły. Oznacza to, że nie jest możliwe wprowadzenie w 2014 r. w życie nowego systemu, co skutkować będzie brakiem odpowiedniego finansowania mediów publicznych przez kolejne lata, co z kolei będzie miało negatywny wpływ na wprowadzanie nowych technik przekazu, cyfryzację bogatych zasobów archiwalnych, itp.

Warto w tym miejscu podkreślić, że nie tylko media publiczne ponoszą straty w wyniku niewydolności systemu finansowania. Z raportu „Oszacowanie ekonomicznego oddziaływania abonamentu rtv”<sup>108</sup>, przygotowanego na zlecenie KRRiT wynika, że 1 zł przekazanego abonamentu

<sup>106</sup> Jędrzej Skrzypczak, „Polityka medialna w zakresie konwersji cyfrowej radiofonii i telewizji”, WNPiD UAM, Poznań, 2011 r.

<sup>107</sup> Stanowisko dostępne na stronie internetowej KRRiT.

<sup>108</sup> Kamon Consulting. Rafał Kasprzak, Raport „Oszacowanie ekonomicznego oddziaływania abonamentu rtv”, marzec 2013 r.

generuje 2,42 zł w gospodarce - w ramach oddziaływania bezpośredniego<sup>109</sup> oraz w ramach efektów indukowanych, związanych z dalszym przyrostem wydatków wywołanych wzrostem przychodów w gospodarce, które wynikają z aktywności podmiotu. Niedobór finansowania mediów publicznych wpływa więc ujemnie na możliwości rozwoju gospodarczego, w tym w szczególności w sektorach związanych z produkcją, rozpowszechnianiem i innymi usługami towarzyszącymi działalności mediów.

#### **5.4 Proces cyfryzacji**

Proces cyfryzacji jest dla nadawców publicznych szansą na przedstawienie atrakcyjniejszej programowo i lepszej technicznie oferty oraz wykorzystania nowych form dotarcia do odbiorcy, co umożliwi wypełnianie w efektywny sposób ustawowych zadań w zakresie misji publicznej.

W okresie przejściowym TVP SA uzyskała pełne pokrycie kraju programami podstawowymi (TVP 1, TVP 2 i TVP INFO) na multipleksie 1 (MUX 1), którego budowa zakończyła się we wrześniu 2012 r. Uzyskanie z początkiem 2014 r. pełnego pokrycia sygnałem cyfrowym MUX 3, pozwoli na wyłączenie podstawowych programów TVP z MUX 1, a zwolniona przepływność zostanie przeznaczona na dodatkowe programy koncesjonowane.

Do czasu zakończenia emisji analogowej (lipiec 2013 r.) TVP będzie nadawać jednocześnie sygnały analogowe i cyfrowe, poszerzając stopniowo zasięg emisji cyfrowej.

Proces cyfryzacji radia jest na etapie emisji testowych. Pierwsze emisje w formacie cyfrowym Polskie Radio SA rozpoczęło już w 1996 r. w Warszawie w standardzie DAB, zaczynając od emisji 4 programów krajowych oraz programu dla zagranicy. Kolejne próbne emisje miały miejsce w 2010 r. we Wrocławiu oraz w Warszawie w standardzie DAB+. Obecnie trwa emisja testowa w Warszawie (w multipleksie nadawane są: „Jedynka”, „Dwójka”, „Trójka”, „Czwórka” oraz program Radio dla Ciebie). Od września

2012 r. Radio Kielce SA rozpoczęło emisję cyfrową w Kielcach, oferując 6 programów: 4 ogólnopolskie („Jedynka”, „Dwójka”, „Trójka” i „Czwórka”) oraz 2 programy regionalne: Radio dla Ciebie i Radio Kielce.

Polskie Radio SA, za aprobatą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, uzyskało od Prezesa UKE rezerwację częstotliwości na ogólnopolski multipleks 3 i w efekcie zgodę na rozpoczęcie emisji stałej. W pierwszym etapie planowano uruchomienie nadawania w rejonach związanych z rozgrywkami Euro 2012, a więc w Warszawie, Poznaniu, Wrocławiu i Gdańsku. Zawartość multipleksu, poza czterema wymienionymi w ustawie programami PR, stanowić miały nadawane w związku z Euro 2012 ogólnopolskie programy informacyjno-sportowe w kilku wersjach językowych, a także, we współpracy z rozgłośniami regionalnymi radia publicznego, programy informacyjne przeznaczone dla słuchaczy w miastach będących gospodarzami Euro 2012. Po zakończeniu mistrzostw zawartość multipleksu miała ulec zmianie na docelową. Polskie Radio SA planowało uzupełnienie na nim pokrycia programami drugim i czwartym, obszaru całego kraju oraz emisję nowych programów wyspecjalizowanych, bazujących w głównej mierze na zasobach archiwalnych. Proces budowy zasięgu technicznego multipleksu radiowego miał się rozwijać etapowo (podobnie jak telewizja cyfrowa) i zakończyć w 2019 r. Wyniki przetargu na operatora technicznego multipleksu wykazały jednak, że koszty emisji będą znacznie przekraczać bieżące możliwości finansowe Polskiego Radia SA w roku 2012 i z konieczności projekt ten został przesunięty w czasie. Władze spółki zapowiedziały, że do planów wdrożenia radiofonii cyfrowej powrócą w roku 2013.

#### **5.5 Nowe media**

Zarówno Telewizja Polska jak i Polskie Radio, dostrzegając możliwości, jakie daje technologia cyfrowa, oferują usługi dostępne poprzez Internet (portale, VoD) oraz sieci mobilne telefonii komórkowej, wykorzystując nowoczesne

<sup>109</sup> Wydatki nadawców publicznych związanych z ich funkcjonowaniem: zużycie materiałów i energii, usługi obce, wynagrodzenia i pozostałe koszty.

standardy. W przypadku telewizji są to standardy HD i HbbTV<sup>110</sup>, a w przypadku radia - testowe emisje DAB+ i DMB<sup>111</sup> oraz radio hybrydowe - DNS<sup>112</sup>, które łączy możliwości radiofonii rozsiewczej (mobilność i skalowalność) z możliwościami Internetu (przesyłanie dodatkowych danych i kanał zwrotny).

Należy jednak zaznaczyć, że możliwości technologiczne, jakimi dysponują zwłaszcza rozgłośnie regionalne Polskiego Radia, nie są takie same we wszystkich ośrodkach, co powiązane jest także ze wspomnianymi wcześniej trudnościami finansowymi. Szerzej w Raporcie „Baza sprzętowa i technologie mediów publicznych – rozgłośnie radiofonii publicznej”<sup>113</sup>.

W roku 2012 Telewizja Polska kontynuowała wdrażanie przyjętej w 2011 r. „Strategii TVP na lata 2012-2015”, która jako jeden z priorytetów zakładała utrzymanie pozycji lidera wśród portali wideo. Realizowano to zadanie poprzez systematyczne poszerzanie zawartości portalu TVP.pl, co zapewniło internautom maksymalnie szeroki dostęp do produkcji TVP. Ważną zmianą była także rozbudowa i zmiana wyglądu serwisu vod.tvp.pl, co zwiększyło jego funkcjonalność, a także poszerzyło ofertę.

W marcu 2012 r. udostępniona została aplikacja mobilna TVP.pl w wersji na smartfony i tablety. Aplikacja oferuje najciekawsze audycje każdej z anten TVP i składa się z dwóch części: informacyjnej zawierającej m.in. wiadomości z kraju i ze świata, informacje ekonomiczne, kulturalne i rozrywkowe oraz z części VoD, która jest multimedialną biblioteką zawierającą pozycje publicystyczne, reportażowe, sensacyjne, kulturalne i rozrywkowe.

<sup>110</sup> HbbTV (*Hybrid Broadcast Broadband TV*) - zatwierdzony przez Europejski Instytut Norm Telekomunikacyjnych (ETSI) standard telewizji hybrydowej, łączący tradycyjną emisję sygnału telewizyjnego z multimedialnymi treściami dostarczonymi do końcowego użytkownika za pomocą szerokopasmowego Internetu w odbiornikach telewizyjnych. Rozwojem i promowaniem standardu zajmuje się Konsorcjum HbbTV.

<sup>111</sup> Emisje próbne realizowane od 1996 roku przez Polskie Radio SA, następnie Radio Wrocław, Radio Kielce i Radio dla Ciebie (patrz: rozdział 6.2).

<sup>112</sup> Radio Wrocław.

<sup>113</sup> Raport dostępny na stronie internetowej KRRI.T.

Istotną częścią działalności TVP w Internecie były teatry na żywo, podczas których można było śledzić spektakl nie tylko na antenie TVP 1, ale także w Internecie i na urządzeniach mobilnych. Można było w tym czasie wybrać na stronie internetowej widok z jednej z czterech kamer. Trwały także prace nad wykorzystaniem tzw. drugiego ekranu, który daje możliwość poszerzenia przekazu telewizyjnego o Internet, pozwalając na interakcję pomiędzy odbiorcą, a tym, co dzieje się na ekranie telewizora. Dużym zainteresowaniem cieszy się projekt Internetowego Teatru dla szkół, przeznaczony dla gimnazjów i szkół średnich w małych miejscowościach. W ostatnich trzech miesiącach 2012 r. spektakle takie obejrzało ok. 32 tys. uczniów w 300 szkołach.

Telewizja Polska zaproponowała również bogatą ofertę edukacyjną w postaci serwisów o charakterze wyspecjalizowanym. Obejmowały one takie dziedziny jak: wiedza (np. *Elita*, „Nie ma jak Polska”, „SOS dla 4 łap”), historia (np. „Polska z historią w tle”, „Cafe historia”, „Z archiwum Filmoteki Narodowej”), religia („Mam przepis na pielgrzymowanie”, „Kronika Szlachetnej Paczki”) oraz treści adresowane do dzieci (np. „LOL”, „Misja w kosmosie”, „Załoga EKO”, „Urodziny Koziołka Matołka”).

W 2012 r. Polska dołączyła, za Niemcami, Francją, Hiszpanią, Danią, Czechami i Szwajcarią, do krajów wdrażających telewizję hybrydową w standardzie HbbTV. Telewizja Polska SA jest liderem tej technologii na naszym rynku. Nadawca publiczny, oferując na początku pojedyncze serwisy: „Informacje”, „Pogoda”, „Euro 2012”, w grudniu 2012 r. udostępnił Platformę Hybrydową TVP z zestawem kilku aplikacji: „Pogoda”, „Ankieta”, TVP INFO, „Teatr Telewizji”, „Pytanie na śniadanie” i ostatnio SPORT.TVP.PL. Telewizja Polska rozpoczęła także na tej platformie emisję reklam hybrydowych. Platforma Hybrydowa jest bezpłatna i dostępna na wszystkich kanałach Telewizji Polskiej emitowanych w naziemnej telewizji cyfrowej<sup>114</sup>.

<sup>114</sup> TVP 1, TVP 1 HD, TVP 2, TVP 2 HD, TVP INFO, TVP Historia, TVP Kultura, TVP Polonia.

## 6 KIERUNKI ZMIAN PRAWNYCH

### 6.1 Zmiany w systemie mediów publicznych

#### 6.1.1 Dostosowanie do prawa w zakresie pomocy publicznej

Unijne prawo konkurencji odnoszące się do zasad udzielania pomocy publicznej w radiofonii i telewizji zostało w zasadniczej części transponowane do polskiego porządku prawnego. Obejmuje ono: wymóg formalnego powierzenia nadawcom zadań misji publicznej, wymóg prawnego określenia definicji misji publicznej oraz wymogi związane ze sprawozdawczością i rozliczaniem udzielanej pomocy publicznej.

Ten obszar prawa UE ma zasadnicze znaczenie dla właściwego funkcjonowania całego europejskiego sektora nadawczego, ze względu na potrzebę zabezpieczenia celów interesu ogólnego realizowanych przez nadawców publicznych, korzystających z publicznego wsparcia finansowego oraz dla zapewnienia sprawiedliwych reguł konkurencji na rynku przez nadawców komercyjnych i publicznych.

Transpozycja unijnych przepisów pomocy publicznej w pewnych obszarach okazała się niepełna i wymaga zmiany. Problem ten został zauważony podczas analizy polskich ustaw przez Komisję Europejską, w ramach badania zgodności finansowania TVP SA z zasadami wspólnego rynku.

W związku z uwagami Komisji Europejskiej, zawartymi we wstępnej opinii Dyrekcyi Generalnej ds. Konkurencji Komisji Europejskiej w sprawie zgodności finansowania TVP SA z zasadami wspólnego rynku<sup>115</sup>, w Ministerstwie Kultury

i Dziedzictwa Narodowego trwają prace nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o opłatach abonamentowych, w których uczestniczą przedstawiciele KRRiT i UOKiK oraz nadawców publicznych.

Zgodnie z przedstawionymi przez KE uwagami konieczne jest wprowadzenie następujących zmian:

- doprecyzowanie zakresu zadań misyjnych nadawców publicznych,
- wprowadzenie procedury uprzedniej oceny przewidywanych istotnych nowych usług medialnych,
- zapewnienie proporcjonalności publicznego finansowania oraz wprowadzenie do ustawy mechanizmu zwrotu przez publicznych nadawców nadmiernej rekompensaty przekraczającej dozwolony limit 10% rocznych kosztów misji publicznej,
- wprowadzenie mechanizmu skutecznego nadzoru nad realizacją misji publicznej od strony jakościowej, w zakresie oceny sposobu realizacji zadań powierzonych nadawcy.

Zdaniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, określenie zakresu zadań misyjnych nadawców publicznych (ogólnie ujętych w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji) powinno następować w porozumieniach zawieranych na okres kilku lat przez KRRiT z nadawcą publicznym. Takie rozwiązanie pozwalałoby nadawcom zaplanować w per-

<sup>115</sup> Uwagi KE zostały przekazane przy piśmie Prezesa UOKiK z dnia 11 maja 2011 r. znak: DDO-0854-25(18)/08/MG.



spektywie średniookresowej inwestycje programowe i infrastrukturalne.

Porozumienia te w szczególności powinny precyzować, jakie programy i inne znaczące usługi, np. usługi na żądanie mają być realizowane w ramach szeroko rozumianej misji publicznej w kolejnym okresie (wraz z informacją dotyczącą nazwy i charakteru usługi, platformy technicznej rozpowszechniania lub udostępniania, docelowej grupy odbiorców, szacunkowego kosztu realizacji) oraz zawierać podstawowe informacje o ich zawartości. Porozumienia dookreślałyby także sposób wykonywania zadań misyjnych, takich jak: uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych, popieranie twórczości literackiej i artystycznej czy oferowanie udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Treść porozumień powinna być publicznie dostępna np. na stronach internetowych poszczególnych nadawców publicznych i KRRiT.

Wprowadzenie takiego systemu ustalania zadań przez nadawców publicznych w perspektywie kilkuletniej może współgrać z istniejącym systemem przyjmowania planów finansowo-programowych, o których mowa w art. 21 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji. Roczne plany stanowiąłyby konkretyzację strategicznych zamierzeń określonych w porozumieniach pod względem kosztowym i programowym.

W celu pełnej implementacji przepisów dotyczących pomocy publicznej niezbędne jest także wprowadzenie do ustawy o radiofonii i telewizji procedury uprzedniej oceny przewidywanych istotnych nowych usług medialnych realizowanych przez nadawców publicznych (tzw. analiza *ex ante*). Przed decyzją o uruchomieniu nowej, znaczącej usługi, nadawca powinien wystąpić do KRRiT o zgodę na jej uruchomienie. Analiza uprzednia powinna być realizowana przez instytucję niezależną od nadawcy, mogącą udzielić lub odmówić zgody na realizację nowych usług o istotnym znaczeniu, zdolną do podejmowania działań władczych wobec nadawcy.

Wyrażenie zgody na uruchomienie nowej usługi wymaga zbadania, czy i w jaki sposób wpisuje się ona w realizację

celów misji publicznej określonych w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, a więc czy jest ona bezpośrednio związana z potrzebami demokratycznymi, społecznymi i kulturalnymi społeczeństwa, a także czy służy zachowaniu pluralizmu w mediach.

Drugim ważnym elementem oceny jest ustalenie wpływu nowej usługi na warunki konkurencji na rynku. W tym celu należy przeprowadzić konsultacje publiczne, w których będą mogli się wypowiedzieć konkurenci rynkowi nadawcy publicznego. Analiza *ex ante* powinna być oparta na formalnej podstawie prawnej.

Przykłady nowych, istotnych usług wymagających przeprowadzenia takich analiz, to w świetle praktyki interpretacyjnej Komisji Europejskiej m.in. wydawanie gazety elektronicznej i emisja nowego programu tematycznego. Obowiązek przeprowadzenia analiz *ex ante* dotyczy także sytuacji, gdy nowe, znaczące usługi mają być w całości finansowane z przychodów komercyjnych nadawcy, o ile są one realizowane w ramach misji publicznej.

Wymóg ten wynika ze szczególnej sytuacji nadawcy publicznego, który w innych aspektach swojej działalności korzysta z pomocy publicznej, osiągając silniejszą pozycję na rynku od swoich konkurentów. Analizy *ex ante* dotyczą zarówno usług na żądanie, jak też usług linearnych.

Niezbędne jest również wprowadzenie do ustawy mechanizmu zwrotu przez publicznych nadawców nadmiernej rekompensaty przekraczającej dozwolony limit 10% rocznych kosztów misji publicznej przewidzianych w budżecie. Przy ustalaniu nadpłaty należy uwzględnić wpływy komercyjne. Nadpłata powstaje, jeśli dochód z działalności komercyjnej oraz wpływy z opłat abonamentowych i inne wpływy ze środków publicznych przekraczają koszty misji publicznej.

Elementem systemowym, ukierunkowanym na zapewnienie proporcjonalnego finansowania, jest także bardziej precyzyjne określenie zasad podziału wpływów abonamentowych, w tym podlegającej zwrotowi ewentualnej nadwyżki. Komisja dopuszcza możliwość zatrzymania, w wyjątkowych

sytuacjach, nadwyżki przekraczającej limit 10% kosztów misji publicznej. Jest to dopuszczalne pod warunkiem, że tzw. nadmierna rekompensata została z góry i w sposób wiążący przeznaczona na konkretne, jednorazowe i duże wydatki, niezbędne do pełnienia misji publicznej.

Potrzebne jest także wprowadzenie do ustawy mechanizmu skutecznego nadzoru nad realizacją misji publicznej od strony rachunkowej poprzez ograniczanie finansowania do kosztów netto misji publicznej oraz badanie sprawozdań nadawców publicznych.

Oprócz zasad związanych z rozliczaniem środków publicznych konieczna jest również regularna ocena jakościowa sposobu wykonania powierzonych zadań przez organ regulacyjny. Opinie na ten temat wraz z rekomendacjami dla nadawców należy publicznie udostępniać np. na stronach internetowych organu.

Zmiany dotyczące sprecyzowania zasad pomocy publicznej w mediach publicznych stanowią jednocześnie nowoczesne instrumentarium do stawiania tym mediom zadań służby publicznej, kontrolowania ich wykonania i właściwego finansowania, które powinno być przewidywalne, wystarczające i przejrzyste.

### **6.1.2 Nowy model finansowania**

Powierzeniu nadawcom publicznym w ustawie wielu zadań misyjnych, związanych m.in. z: popularyzacją i wspieraniem kultury, edukacją medialną, prowadzeniem demokratycznego i pluralistycznego dyskursu o sprawach publicznych, tworzeniem platformy dla krytyki społecznej, uwzględnianiem potrzeb kulturalnych i społecznych mniejszości narodowych i etnicznych oraz potrzeb osób niepełnosprawnych, musi towarzyszyć zapewnienie przez państwo źródeł ich finansowania. Polskie rozwiązania prawne tego wymogu nie spełniają.

Obecny system finansowania nadawców publicznych nie odpowiada aktualnym warunkom rynkowym i technicznym, a przyjęte rozwiązania, takie jak obowiązek rejestracji odbiornika (pojmowanego w sposób tradycyjny), okazały

się nieefektywne. Warto przypomnieć, że Trybunał Konstytucyjny, wypowiadając się w kwestii konstytucyjności opłaty abonamentowej<sup>116</sup>, krytycznie odniósł się do pozostawienia przez ustawodawcę przez wiele lat nieskutecznego systemu poboru abonamentu, związanego z koniecznością rejestracji odbiorników i brakiem rozwiązań umożliwiających kontrolę ich posiadania.

Koniecznym i pilnym zadaniem państwa jest wprowadzenie nowoczesnego, solidarnego systemu finansowania mediów publicznych. Dalsze utrzymywanie obecnego modelu finansowania nie jest możliwe zarówno ze względu na wymagania Komisji Europejskiej dotyczące pomocy publicznej jak i z powodu jego niewydolności, który od dłuższego czasu nie pozwala mediom publicznym, a w szczególności Telewizji Polskiej, właściwie pełnić ich funkcji społecznych.

Należałoby zastąpić obecnie obowiązującą ustawę o opłatach abonamentowych nowym modelem finansowania nadawców publicznych, opartym na obowiązku wnoszenia powszechnej i niewysokiej opłaty audiowizualnej przez przedsiębiorców oraz gospodarstwa domowe, definiowane jako zespół osób mieszkających i utrzymujących się wspólnie albo jedną osobę utrzymującą się samodzielnie. Opłata audiowizualna powinna być związana z możliwością dostępu do oferty mediów publicznych, a nie jak dotychczas, wnoszona z tytułu deklarowanego posiadania urządzenia służącego do jej odbioru.

<sup>116</sup> Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 16 marca 2010 r. sygn. akt K 24/08: „Trybunał Konstytucyjny stwierdza, że w trakcie rozprawy przedstawiciel Prokuratora Generalnego sygnalizował niemożność skutecznej kontroli, spowodowaną brakiem prawa upoważnionych (na podstawie rozporządzenia kontrolnego) pracowników Poczty Polskiej do wejścia do pomieszczeń, w których mógłby się znajdować niezarejestrowany odbiornik. Z pewnością nie pozostaje to bez wpływu na efektywność wykrywania podmiotów, które nie dopełniły ustawowego obowiązku rejestracji odbiornika, a ustawodawca powinien – po tylu latach – dostrzec, że pracownicy ci nie mają uprawnień do stosowania jakichkolwiek „technik operacyjnych” i nie mogą kontrolować gospodarstw domowych bez zgody lokatorów. Ustawodawca musi wziąć pod uwagę, że niezarejestrowanie odbiornika – jakkolwiek sprzeczne z prawem i zagrożone sankcją – nie jest przestępstwem ani wykroczeniem, więc sprawdzone rozwiązania prawne dotyczące przeszkakania w trybie określonym ustawą z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks postępowania karnego (Dz. U. Nr 89, poz. 555, ze zm.) nie wydają się adekwatne”.

Z danych Głównego Urzędu Statystycznego<sup>117</sup> wynika, że 98,4% gospodarstw domowych jest wyposażonych w odbiorniki telewizyjne. Obecnie sygnał radiowy i telewizyjny jest także dostępny w wielu zintegrowanych, wielofunkcyjnych urządzeniach. Nowy system finansowania mediów publicznych należy oprzeć na domniemaniu, że każde gospodarstwo domowe i każdy przedsiębiorca posiada przynajmniej jedno urządzenie umożliwiające korzystanie z usług medialnych oferowanych przez nadawców publicznych.

Wysokość opłaty audiowizualnej dla przedsiębiorców powinna być niezależna od liczby posiadanych urządzeń, a określona jako wielokrotność podstawowej opłaty audiowizualnej. Celowe byłoby zróżnicowanie stawki tej opłaty w zależności od wartości przychodu przedsiębiorcy w poprzednim roku podatkowym.

W Europie istnieją różne systemy pobierania opłat abonamentowych m.in. przez urzędy skarbowe, firmy energetyczne, operatorów telekomunikacyjnych, operatorów pocztowych lub przez nadawcę publicznego, który zajmuje się tym za pośrednictwem powołanego do tego celu podmiotu prawnego albo zleca tę usługę komercyjnym firmom, wyłonionym w przetargu.

Najbardziej popularne w krajach europejskich są trzy sposoby poboru opłaty audiowizualnej:

- poboru opłaty audiowizualnej dokonują urzędy skarbowe, przyjmując zapłatę podatku dochodowego od osób fizycznych i od osób prawnych,
- poboru opłaty audiowizualnej dokonuje organ podatkowy właściwy w sprawach podatku od nieruchomości,

- poboru opłaty audiowizualnej dokonuje organ regulacyjny lub sami nadawcy publiczni.

Jeżeli pobieranie opłaty audiowizualnej miałoby pozostać w kompetencjach KRRiT, konieczne wydaje się przeprowadzenie konkursu na operatora zbierającego tę opłatę. Ocena ofert w tym konkursie powinna uwzględniać:

- kwotę prowizji operatora,
- terminy przekazywania środków abonamentowych na wyodrębniony rachunek KRRiT,
- sposób kontroli wykonywania obowiązku uiszczania opłaty audiowizualnej,
- sposób załatwiania spraw związanych z korzystaniem przez osoby uprawnione ze zwolnień z opłaty audiowizualnej oraz sposób kontroli ważności uprawnień do tych zwolnień,
- system informacji i komunikacji z podmiotami wnoszącymi opłatę audiowizualną (np. serwis telefoniczny, internetowy, biuro obsługi klientów w placówce operatora),
- proponowane udogodnienia związane z płatnością opłaty audiowizualnej (np. możliwość dokonania opłaty w formie przelewu bankowego, pocztowego, płatność za pomocą SMS lub przy innych usługach).

W celu zapewnienia możliwości wdrożenia niezbędnych inwestycji i zbudowania odpowiedniego systemu obsługi abonentów, wydaje się potrzebne ustalenie odpowiednio długiego terminu obowiązywania umowy z operatorem, np. na 10 lat.

<sup>117</sup> Zob. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej za 2012 r., tabl. 10 (200) - Gospodarstwa domowe wyposażone w niektóre przedmioty trwałego użytkowania, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RS\\_rocznik\\_statystyczny\\_rp\\_2012.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RS_rocznik_statystyczny_rp_2012.pdf)

Umowa między organem regulacyjnym a operatorem opłat audiowizualnych powinna w szczególności regulować:

- wysokość prowizji operatora opłat audiowizualnych,
- tryb i terminy przekazywania środków pochodzących z opłat audiowizualnych,
- zakres dokumentacji przekazywanej KRRiT przez operatora w związku z wnioskami o umorzenia lub rozłożenia na raty opłat audiowizualnych.

W przypadku pozostawienia kwestii poboru opłaty audiowizualnej w kompetencjach KRRiT, ważną kwestią do rozstrzygnięcia jest również tworzenie i prowadzenie bazy danych osób podlegających obowiązkowi świadczenia opłat audiowizualnych. Rozwiązaniem wartym rozważenia wydaje się nałożenie obowiązku przekazywania tych informacji identyfikujących gospodarstwa domowe przez dostawców energii elektrycznej (model czeski). Dostawcom energii elektrycznej powinna przysługiwać rekompensata kosztów administracyjnych, ponoszonych w związku z realizacją tych zadań.

Zachowanie w nowym systemie podobnego katalogu zwolnień od obowiązku wnoszenia opłaty audiowizualnej dla poszczególnych grup społecznych wymaga wyeliminowania wątpliwości interpretacyjnych, związanych ze stosowaniem obecnie obowiązujących przepisów. Ulgi te powinny być refundowane przez Skarb Państwa tak, aby system udzielania pomocy publicznej był precyzyjny, a wysokość przekazywanych środków publicznych była możliwa do przewidzenia na etapie powierzania nadawcom realizacji misji.

## **6.2 Zmiany w związku z implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych**

### **6.2.1 Usunięcie luk prawnych po transpozycji dyrektywy**

Transpozycja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych do ustawy o radiofonii i telewizji okazała się niepełna. Pewne rozwiązania, jak regulacja transmisji z ważnych wydarzeń nie odzwierciedlają poziomu szczególności wymaganego przez prawo unijne i ustalonego wieloletnią praktyką interpretacyjną i implementacyjną. Inne rozwiązania wywierają wpływ na postanowienia prawa krajowego w zakresie nie podlegającym harmonizacji unijnej, jak wynikający z literalnej interpretacji przepisów obowiązek koncesjonowania nowych form rozpowszechniania telewizyjnego takich jak *pay per view*, co jednakże – na gruncie interpretacji celowościowej i systemowej - wydaje się w oczywisty sposób sprzeczne z intencją ustawodawcy. Warto rozważyć też doprecyzowanie definicji „programu” (art. 4 pkt 6 ustawy o radiofonii i telewizji) odnosząc się, zgodnie z terminologią dyrektywy, do „układu audycji” zamiast do „zestawu audycji”.

### **Ważne wydarzenia**

W celu zapewnienia szerokiego dostępu widowni do telewizyjnej relacji z wydarzeń krajowych lub zagranicznych o doniosłym znaczeniu dla społeczeństwa, takich jak igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata i mistrzostwa Europy w piłce nożnej, dyrektywa, w zgodzie z postanowieniami art. 11 i 17 Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej oraz art. 10 Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, określiła możliwość przyjęcia przez państwa członkowskie środków zgodnych z prawem unijnym, mających na celu regulację wykonywania wyłącznych praw do transmisji takich wydarzeń przez objętych ich jurysdykcją nadawców telewizyjnych. Ograniczenie swobodnego dysponowania własnością uzasadnione jest ochroną ważnych celów interesu ogólnego. Regulacja dyrektywy odnosi się do sytuacji wyko-

nywania przez nadawców praw do transmisji na zasadzie wyłączności<sup>118</sup>.

Art. 14 ust. 1 dyrektywy określa w tym celu iż: „Każde państwo członkowskie może podjąć środki zgodne z prawem unijnym w celu zapewnienia, by nadawcy podlegający jego jurysdykcji, którzy na prawach wyłączności rozpowszechniają wydarzenia uznawane przez to państwo członkowskie za wydarzenia o zasadniczym znaczeniu społecznym, nie rozpowszechniali ich w sposób pozbawiający zasadniczą część odbiorców w tym państwie możliwości oglądania tych wydarzeń w ogólnodostępnej telewizji w przekazie na żywo lub z opóźnieniem. (...)”

Z kolei art. 14 ust. 3 dyrektywy dodaje: „Państwa członkowskie zapewniają w odpowiedni sposób, w ramach swojego ustawodawstwa, by nadawcy podlegający ich jurysdykcji nie wykonywali praw wyłącznych, które nabyli po dniu 18 grudnia 2007 r., w sposób pozbawiający zasadniczą część odbiorców w innym państwie członkowskim możliwości oglądania wydarzeń wytypowanych przez to inne państwo członkowskie zgodnie z ust. 1 i 2; możliwość oglądania tych wydarzeń dotyczy pełnego lub częściowego przekazu na żywo, lub – jeżeli to konieczne i wskazane z obiektywnych względów interesu publicznego – ich pełnego lub częściowego przekazu z opóźnieniem w ogólnodostępnej telewizji, zależnie od decyzji tego innego państwa członkowskiego zgodnie z ust. 1.”

Ustawa o radiofonii i telewizji powinna wyraźnie określać, iż regulacja określona w art. 20b ma zastosowanie wyłącznie do sytuacji nabycia praw do transmisji ważnych wydarzeń na zasadzie wyłączności. Przy czym wyłączność należy rozumieć w znaczeniu funkcjonalnym. Pojęcie „praw wyłącznych” nie zostało zdefiniowane w treści dyrektywy, jak jednak zauważa Komisja Europejska<sup>119</sup> należy sądzić, że nadawca może zostać uznany za posiadającego

prawa wyłączne do transmisji z przebiegu danego wydarzenia na danym terytorium, jeżeli żaden inny nadawca nie jest uprawniony do przedstawienia społeczeństwu zamieszkującemu dane terytorium pełnej telewizyjnej transmisji z danego wydarzenia. Natomiast odnosząc się do pojęcia „wykonywania” praw wyłącznych, o którym mowa w art. 14 ust. 3 dyrektywy należy przyjąć, że nadawca wykonuje przysługujące mu prawa wyłączne do wydarzenia na danym terytorium, gdy programy telewizyjne składające się z transmisji z przebiegu z tego wydarzenia i przeznaczone do odbioru przez widzów na tym terytorium są transmitowane na odpowiedzialność redakcyjną nadawcy.

System prawa krajowego powinien przewidzieć, w ramach efektywnej implementacji postanowień art. 14 ust. 3 dyrektywy odnoszącego się do wzajemnego uznawania list, sprawny system rozstrzygania sporów co do oceny, czy spełnione zostały przesłanki pozwalające nadawcy niekwalifikowanemu na nadanie na zasadzie wyłączności transmisji z przebiegu wydarzenia określonego na liście ważnych wydarzeń<sup>120</sup>.

Zadanie to obarcza właściwy organ regulacyjny działający w konsultacji z organem regulacyjnym państwa członkowskiego, które przyjęło listę ważnych wydarzeń opublikowaną w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Takie rozwiązanie jest niezbędnym elementem implementacji art. 14 ust. 3 dyrektywy, a więc w ramach procedury wzajemnego uznawania list ważnych wydarzeń. Istotne argumenty przemawiają za celowością zastosowania tej procedury także w relacjach krajowych. Uzgodnione na forum unijnym wymogi, związane z prawidłową implementacją art. 14 ust. 3 dyrektywy, dotyczące sprawnego i szybkiego określania systemu rozstrzygania, czy w danej sytuacji nadawca niekwalifikowany może przedstawić na zasadzie wyłączności transmisję wydarzenia określonego na liście ważnych wydarzeń, adekwatnie odpowiadają także potrzebom implementacji art. 14 ust. 1 dyrektywy. Należy bowiem pamiętać, iż prawidłowa implementacja

<sup>118</sup> Zob. treść art. 14 dyrektywy, a także motywy 49 i 51 preambuły dyrektywy.

<sup>119</sup> Zob. Working Document: Implementation of Article 3a of Directive 89/552/EEC, as modified by directive 97/36/EC (CC TVSF (97)9/3), przypis 1.

<sup>120</sup> Discussion Paper for the Contact Committee on Article 3a TWF Directive (CC TVSF (2000)6), s. 7- 8.

postanowień art. 14, także w odniesieniu do relacji o wymiarze krajowym (pomiędzy nadawcami podlegającymi tej samej jurysdykcji krajowej), powinna spełniać wymogi proporcjonalności i efektywności. Postanowienia dotyczące transmisji ważnych wydarzeń stanowią ograniczenie – w ważnym interesie publicznym – prawa własności, a zatem zachowanie zgodności z prawem unijnym wymaga, aby rozwiązania systemowe były proporcjonalne. Należy wziąć pod uwagę zarówno słuszne interesy właścicieli praw, jak i potrzeby realizacji ważnych celów interesu ogólnego. Implementacja powinna przewidywać szybki i sprawny system rozstrzygnięcia czy cena sublicencji jest ceną uczciwą uwzględniającą realia rynkowe.

W polskim systemie prawnym, ustawodawca określił to rozwiązanie systemowe w sposób jednolity w przepisie art. 20b ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji odczytywanym łącznie z postanowieniami art. 10 ust. 2 tej ustawy („Przewodniczący Krajowej Rady może żądać od dostawcy usługi medialnej przedstawienia materiałów, dokumentów i udzielenia wyjaśnień w zakresie niezbędnym dla kontroli zgodności działania tego dostawcy z przepisami ustawy, warunkami koncesji lub wiążącymi go aktami samoregulacji”), ust. 3 („Przewodniczący Krajowej Rady może wezwać dostawcę usługi medialnej do zaniechania działań w zakresie dostarczania usług medialnych, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały Krajowej Rady lub warunki koncesji”) i ust. 4 ustawy („Przewodniczący Krajowej Rady na podstawie uchwały Rady może wydać decyzję nakazującą zaniechanie przez dostawcę usługi medialnej działań w zakresie, o którym mowa w ust. 3”). Przyjęcie tego sposobu interpretacji wynika też z założenia racjonalności działania ustawodawcy i dążenia do efektywnej, a nie pozornej i pozbawionej waloru skuteczności, transpozycji przepisów prawa unijnego.

Wydaje się jednak, że bardziej precyzyjne i czytelne określenie kompetencji i obowiązków Przewodniczącego Krajowej Rady oraz opisanie poszczególnych etapów procedury określonej ogólnie w art. 20b ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji jest potrzebne.

Należy też określić w art. 20b tej ustawy procedurę notyfikacji projektu listy Komisji Europejskiej oraz określić wymagane prawem unijnym wymogi formalne, związane z opracowywaniem projektu listy ważnych wydarzeń.

Aby dane wydarzenie mogło zostać uznane za ważne w rozumieniu art. 3a dyrektywy, w świetle utrwalonej na forum unijnym interpretacji<sup>121</sup>, w poszanowaniu traktatowych zasad proporcjonalności, swobody świadczenia usług oraz prawa konkurencji, muszą zostać spełnione przynajmniej dwa z czterech poniższych kryteriów:

- wydarzenie lub jego wynik wywołuje szczególny odźwięk wśród widowni danego państwa członkowskiego, wykraczający poza wpływ, jaki wywołuje na osoby, które zwykle śledzą transmisje z przebiegu danej dziedziny sportu lub z przebiegu innego rodzaju wydarzenia,
- wydarzenie ma szczególne, ogólnie uznane znaczenie kulturalne dla populacji danego państwa członkowskiego, w szczególności jako katalizator jego kulturowej tożsamości,
- wydarzenie obejmuje udział reprezentacji narodowej w danej dziedzinie sportu w wielkim turnieju międzynarodowym,
- relacja z danego wydarzenia była tradycyjnie nadawana w telewizji ogólnodostępnej i przyciągała dużą widownię telewizyjną w danym państwie członkowskim.

Procedura prowadząca do przygotowania listy ważnych wydarzeń powinna być transparentna, a wybór poszczególnych wydarzeń - należycie uzasadniony. Kryteria wyboru tych wydarzeń powinny zostać wyraźnie określone i podane do publicznej wiadomości. Kluczowe znaczenie ma przeprowadzenie odpowiednich kon-

<sup>121</sup> Working Document: Implementation of Article 3a of Directive 89/552/EEC (as modified by directive 97/36/EC), Evaluations of National Measures (CC TVSF (97) 9/3), Discussion Paper for the Contact Committee on Article 3a TWF Directive (CC TVSF (2000)6).

sultacji z zainteresowanymi stronami, w szczególności z właścicielami praw.

KRRiT rozpoczęła prace nad wydaniem rozporządzenia dotyczącego listy ważnych wydarzeń. Po przeprowadzeniu konsultacji z nadawcami, związkami sportowymi oraz Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego i Ministerstwem Sportu, w celu zebrania propozycji wydarzeń do umieszczenia na liście, KRRiT przeprowadziła badanie oglądalności transmisji imprez wstępnie zakwalifikowanych do objęcia regulacją. Transmisje te miały miejsce w programach telewizji publicznej oraz Polsatu (w programie ogólnodostępnym oraz kodowanych Polsat Sport):

- półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce siatkowej kobiet i mężczyzn a także wszelkie inne mecze w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym mecze eliminacyjne,
- zawody ligi światowej w piłce siatkowej mężczyzn rozgrywane w Polsce,
- półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce ręcznej mężczyzn a także wszelkie inne mecze w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym mecze eliminacyjne,
- zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich,
- zawody Pucharu Świata w biegach narciarskich kobiet,
- Mistrzostwa Świata w narciarstwie klasycznym,
- mecze z udziałem reprezentantów Polski w zawodach indywidualnych kobiet i mężczyzn w ramach turniejów tenisowych Wielkiego Szlema,
- Mistrzostwa Świata w lekkoatletyce,
- Koncert finałowy Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina.

Kolejny etap prac będzie polegał na zbadaniu, w jaki sposób wydarzenia te wywarły wpływ na ogół, jak szeroko były omawiane i komentowane, nie tylko wśród kibiców lub melomanów, ale w różnych grupach społecznych.

Po zakończeniu prac przygotowawczych KRRiT przedstawi projekt listy ważnych wydarzeń do dalszych prac w KE.

### Przepisy dotyczące koncesjonowania nowych form rozpowszechniania telewizyjnego

W świetle wykładni językowej, nowe formy rozpowszechniania programów telewizyjnych (inne niż rozpowszechnianie programów telewizyjnych wyłącznie w systemach teleinformatycznych, o którym mowa w art. 33 ust.1a ustawy o radiofonii i telewizji), takie jak między innymi transmisja strumieniowa na żywo (*live streaming*), sekwencyjne udostępnianie audycji (*near-video-on-demand*) lub *pay per view*, wymagają uzyskania koncesji, o której mowa w art. 33 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji<sup>122</sup>. Jednakże taka konkluzja na gruncie interpretacji celowościowej i systemowej wydaje się być w oczywisty sposób sprzeczna z intencją ustawodawcy.

W uzasadnieniu do projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw, przyjętej dnia 25 marca 2011 r. z jednej strony podkreślono syntetyczny i technologicznie neutralny charakter definicji ustawowych<sup>123</sup>, z drugiej strony podkreślono jednak, iż wobec rozszerzenia zakresu ustawy o radiofonii i telewizji o usługi dotąd nie podlegające tej regulacji, za celowe

<sup>122</sup> Art.33 ust.1a ustawy o radiofonii i telewizji: „Rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych, z wyjątkiem programów publicznej radiofonii i telewizji, wymaga uzyskania koncesji.”

<sup>123</sup> Objaśnienia do art. 4, uzasadnienie projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw, przyjętej dnia 25 marca 2011 r.: „Zmiana definicji rozpowszechniania wiąże się z koniecznością respektowania podkreślonej w dyrektywie 2010/13/UE zasady neutralności technologicznej. (...) Proponowana definicja swoim zakresem obejmuje każdą pierwotną emisję programu, niezależnie od technicznego sposobu tej emisji. Zakres proponowanej definicji obejmuje zatem rozpowszechnianie naziemne (zarówno w sposób analogowy, jak i cyfrowy), kablowe, satelitarne oraz rozpowszechnianie w sieciach teleinformatycznych. Proponowana definicja, dzięki neutralnemu technologicznie ujęciu, obejmie swoim zakresem także inne sposoby pierwotnej emisji programów, które mogą pojawić się w ramach rozwoju technologii medialnych.”

należy uznać określenie możliwie liberalnego modelu uzyskiwania uprawnień do ich świadczenia<sup>124</sup>.

Tak wyrażona intencja nie została jednak właściwie odnana w treści normatywnej. Nie licząc jednego wyjątku związanego z rozpowszechnianiem programów telewizyjnych wyłącznie w systemach teleinformatycznych, nie określono wyłączenia z obowiązku uzyskania koncesji dla nowych rodzajów rozpowszechniania telewizyjnego np. *near-video-on-demand* pomimo ustalonej na forum unijnym wykładni określającej, iż takie usługi są rozpowszechnianiem telewizyjnym.

<sup>124</sup> Uwagi ogólne, uzasadnienie projektu ustawy: „Syntetyczność zmian uzyskuje się również przez skoncentrowanie zmian dotyczących uprawnień do świadczenia usług dotąd nieuregulowanych (audiowizualnych usług medialnych na żądanie, programy telewizyjne w systemach teleinformatycznych) oraz częściowej liberalizacji bezprzewodowego rozprowadzania programów w rozdziale 6. Oznacza to, po pierwsze, możliwie liberalny (restrykcyjny, a nie koncesyjny) model uzyskania takich uprawnień, a po drugie, wykorzystanie istniejącego i sprawdzonego w praktyce instrumentarium prawnego dotyczącego rejestracji rozprowadzania programów w sieciach kablowych, przy dokonaniu jego niezbędnych adaptacji.” Objasnienie do art. 33, uzasadnienie projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw, przyjętej dnia 25 marca 2011 r.: „Jednym z podstawowych zagadnień implementacji dyrektywy jest rozszerzenie zakresu regulacji. Rodzi to pytanie o sposób ujęcia źródła uprawnień do dostarczania (zwłaszcza dotąd nieuregulowanych) usług medialnych. Motyw 20 dyrektywy 2010/13/UE wyraźnie stanowi: „Żaden przepis niniejszej dyrektywy nie powinien zobowiązywać ani zachęcać państw członkowskich do wprowadzenia nowych systemów koncesjonowania lub administracyjnego zatwierdzania jakiegokolwiek rodzaju audiowizualnych usług medialnych”. Przemawia to przeciwko poddawaniu dotąd nieuregulowanych usług medialnych systemowi koncesyjnemu. (...) Biorąc pod uwagę wskazany wyżej motyw 20 dyrektywy 2010/13/UE, dostarczanie (świadczenie) usług medialnych, polegających na rozpowszechnianiu programów wyłącznie w systemach teleinformatycznych, wymagać będzie jedynie uzyskania wpisu do rejestru prowadzonego przez Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Jednakże programy takie będą musiały uzyskać koncesję, jeżeli będą następnie rozprowadzane naziemnie, satelitarnie lub w sieciach kablowych. Brak takiej regulacji może bowiem prowadzić do nierównego traktowania programów rozprowadzanych na platformach satelitarnych i kablowych, a po cyfryzacji telewizji naziemnej także na multipleksach naziemnych. Należy bowiem zauważyć, iż rozprowadzanie programu zapewnia nadawcy znaczący zasięg techniczny i możliwość dotarcia do znacznej części ludności. Oznacza to, że system rozpowszechniany w systemie teleinformatycznym osiągnąłby status równy programom koncesjonowanym”.

Skoro ustawodawca zdecydował o potrzebie liberalnego podejścia do sposobu uzyskiwania zgody organu regulacyjnego na prowadzenie nowych form rozpowszechniania programu telewizyjnego w systemach teleinformatycznych, to można sądzić, iż podobne podejście jak to przyjęte w art. 41 ust. 1 pkt 2, art. 42 i art. 44a (lub podobne rozwiązanie wymagające np. jedynie notyfikacji do organu regulacyjnego), powinno zostać wybrane dla innych, nowych form rozpowszechniania, zwłaszcza w odniesieniu do sytuacji, w których rozpowszechnianie to ma charakter okazjonalny np. *pay per view*.

Wart rozważenia jest także szeroko zakrojony przegląd obowiązujących przepisów dotyczących koncesjonowania pod kątem ich liberalizacji, uproszczenia i zapewnienia wewnętrznej spójności. Dotyczy to w szczególności sytuacji, w których możliwość rozpowszechniania programu nie jest uzależniona od ograniczonych zasobów spektrum radiowego.

### 6.2.2 Nowe usługi linearne

Po zakończeniu procesu transpozycji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych do ustawy o radiofonii i telewizji, wśród usługodawców mogą powstać wątpliwości co do poprawnej kwalifikacji prawnej nowych rodzajów usług medialnych takich jak usługa *pay per view* (PPV).

Należy sądzić, iż usługa *pay per view* polegająca na transmisji za dodatkową opłatą przekazu audiowizualnego (np. wydarzenia sportowego, koncertu muzycznego lub filmu fabularnego) w całości, w sposób umożliwiający jednoczesny odbiór tego przekazu przez odbiorców, w układzie ustalonym przez usługodawcę oferującego tę usługę<sup>125</sup>, za który odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca - powinna być kwalifikowana w świetle postanowień dyrektywy jako program, a usługodawca świadczący tę usługę jako nadawca.

<sup>125</sup> Układ taki może składać się np. z takich elementów jak trailer zapowiadający wydarzenie sportowe, spot zawierający autoprezentację federacji sportowej, transmisja z wydarzenia sportowego wraz komentarzem słownym, audycja publicystyczną podsumowująca przebieg wydarzenia przez komentatorów sportowych oraz przekazy handlowe.



Warto przypomnieć, iż w świetle prounijnej wykładni prawa, pojęcia określone w ustawie transponującej postanowienia dyrektywy należy interpretować w świetle postanowień dyrektywy. Nie jest zasadne nadawanie pojęciom określonym w prawie krajowym specyficznej interpretacji wynikającej ze szczególnego sposobu rozumienia pojęć przyjętych w prawie krajowym

Elementem przemawiającym za klasyfikacją PPV jako programu jest fakt, iż jest to usługa nadawana o stałym czasie, tzn. wybranym przez dostawcę usługi, a nie przez użytkownika. Jest to usługa o charakterze medialnym, której podstawowym celem jest dostarczanie ogółowi odbiorców – poprzez sieci łączności elektronicznej – audycji w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych<sup>126</sup>. W PPV masowy odbiorca otrzymuje dostęp do audycji o charakterze rozrywkowym i informacyjnym, choć ich walor edukacyjny także może zostać odnotowany w niektórych przypadkach (np. edukacja sportowa). Istotne znaczenie ma także sprawowanie faktycznej kontroli nad wyborem audycji oraz nad sposobem ich zestawienia w układzie chronologicznym w przekazie oferowanym przez dostawcę usługi PPV. Jeśli spełnienie tego kryterium zostanie w danym stanie faktycznym potwierdzone, należy przyjąć, że usługodawca ponosi odpowiedzialność redakcyjną za przekazywane treści.

Odnosząc się do kwestii wyboru audycji i ich zestawienia w układzie chronologicznym należy zauważyć, iż nawet w hipotetycznej sytuacji, w której przekaz w ramach PPV składałby się tylko z jednej audycji np. tylko z transmisji wydarzenia sportowego, bez spotów reklamowych, wskazań sponsorskich i bez autoprezentacji federacji sportowej, to i w takiej sytuacji usługę taką można kwalifikować jako program. Układ audycji może składać się, zależnie od okoliczności konkretnego przypadku i potrzeb, z jednego, kilku lub wielu elementów. Ważne jest, czy jest to element wybrany przez dostawcę (wybór treści medialnych) oraz czy jest rozpowszechniany w całości o porze ustalonej

przez dostawcę usługi. To, jak obszerny ma być układ audycji, jest swobodną decyzją usługodawcy.

Definicja rozpowszechniania telewizyjnego na gruncie dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych – a więc także i ustawy o radiofonii i telewizji, która powinna być interpretowana w świetle przepisów prawa unijnego, które transponuje do krajowego porządku prawnego – ma charakter elastyczny i neutralny technologicznie. Wraz z pojawianiem się nowych rodzajów usług linearnych spełniających jej kryteria definicyjne, definicja ta powinna obejmować także te usługi, choćby nawet nie były one znane na rynku w chwili powstawania dyrektywy. Jak określa preambuła dyrektywy w motywie 27, rozpowszechnianie telewizyjne obejmuje m.in. transmisję strumieniową na żywo (*live streaming*), nadawanie w Internecie (*webcasting*) oraz sekwencyjne udostępnianie audycji (*near-video-on-demand*). Analizując charakter *near-video-on-demand* i PPV, można uznać, iż PPV jest modyfikacją usługi *near-video-on-demand*. Podsumowując, PPV, transmisja strumieniowa na żywo, sekwencyjne udostępnianie audycji stanowią formy rozpowszechniania telewizyjnego i podlegają właściwym przepisom ustawy o radiofonii i telewizji.

### 6.2.3 Kierunki regulacji telewizji hybrydowej

Telewizja hybrydowa jest połączeniem tradycyjnej telewizji linearnej z usługami interaktywnymi za pośrednictwem Internetu<sup>127</sup>. W Polsce ten system jest jeszcze na początkowym etapie rozwoju, cechuje go też nie w pełni uporządkowana terminologia (smart tv/aplikacje telewizyjne, telewizja hybrydowa), co powoduje zamieszanie terminologiczne, szczególnie w informacjach prasowych dotyczących tych zagadnień. W rozwiązaniach łączących tradycyjną telewizję z Internetem możliwe są dwa typy dostępu: system zamknięty, umożliwiający użytkownikom korzystanie z konkretnych aplikacji, zwany popularnie „smart tv”<sup>128</sup> oraz system otwarty, pozwalający na dostęp

<sup>126</sup> Medialny charakter usług audiowizualnych przybliży preambuła dyrektywy w motywie 22.

<sup>127</sup> Połączenie z Internetem następuje albo w sposób bezpośredni (np. poprzez Wi Fi lub poprzez port Ethernet) albo pośredni (np. konsola do gry).

<sup>128</sup> Nazwa „smart” została spopularyzowana jako określenie różnych

**Wykres nr 39. Stan rozwoju telewizji hybrydowej w Europie**



Źródło: <http://hbbtv.pl/wp-content/uploads/2013/01/mapa-HbbTV-w-Europie.jpg>

do całego środowiska Internetu, czyli telewizja hybrydowa (dla odbiorcy znakiem rozpoznawczym jest czerwony guzik na pilocie). W Polsce telewizję hybrydową w standardzie HbbTV<sup>129</sup> udostępniły odbiorcom TVP i Eska TV.

W co najmniej w 10 krajach badanych przez firmę doradczą Deloitte, telewizory hybrydowe znajdują się już w 30% gospodarstw domowych, a na kilku rynkach o dużej penetracji szerokopasmowego Internetu może to być nawet 60%<sup>130</sup>.

platform dostępu do Internetu za pośrednictwem aplikacji telewizyjnych mimo, że nazwa handlowa obejmuje w tym zakresie wyłącznie odbiorniki Samsunga i LG. Analogiczne rozwiązania proponowane np. przez Philipsa to, zgodnie z nazwą handlową, Net TV, Sharpa – AQUOS NET+, a Panasonic – Viera Connect. Jak dotychczas, aplikacje telewizyjne tworzy się w Polsce pod konkretną markę odbiornika.

<sup>129</sup> Zob. przypis nr 110.

<sup>130</sup> Raport "Deloitte TMT Predictions 2013" – kluczowe trendy dla rynku, media.

Przesądzające są tu jednak zachowania odbiorców: okazuje się bowiem, że o ile większość obecnie nabywanych nowych odbiorników posiada już taką możliwość, to najwyżej 15% odbiorników telewizji hybrydowej, które zostaną zakupione w 2013 r. trafi do użytkowników głównie z powodu tej funkcjonalności. Większość użytkowników nie korzysta bowiem z tej możliwości lub nawet o niej nie wie, co świadczy o tym, że „jest baza, ale brakuje popytu”<sup>131</sup>. Zresztą, jeszcze w latach 2011-2012 niektórzy producenci odbiorników w Polsce blokowali dostęp do standardu HbbTV używając argumentu, że nie ma na niego zapotrzebowania.

Upowszechnienie rozwiązań hybrydowych czy smart będzie zależało od tego, jak chętnie użytkownicy będą podłączać swoje odbiorniki do Internetu oraz czy będą efektywnie korzystać z tego rozwiązania. Według raportu

<sup>131</sup> j.w.

Deloitte<sup>132</sup>, potencjał dla rozwoju telewizji hybrydowej istnieje, ale systemy te dotychczas rozwijają się w Polsce niejako „przy okazji” postępującej ewolucji odbiorników telewizyjnych. Nadal czynnikiem decydującym o zakupie telewizora jest raczej jego cena, wielkość ekranu, czy grubość odbiornika. Polskie biuro Philipsa poinformowało, że do tej pory sprzedano 150 tys. telewizorów z możliwością podłączenia do Internetu, a Panasonic podaje dane dotyczące sprzedaży na poziomie 160 tys. Wskaźnik podłączeń odbiorników do sieci szacowany jest na ok. 30%<sup>133</sup>.

W rozwiązaniach typu „smart”, czyli na platformach dostępu do Internetu za pomocą aplikacji telewizyjnych, największą oglądalnością cieszą się usługi na żądanie typu Ipla, Iplex czy TVN Player. Jeśli chodzi o dylematy regulacyjne dotyczące tego typu rozwiązań, trzeba pamiętać, że kwestia audiowizualnych usług medialnych na żądanie została ustawowo uregulowana dopiero pod koniec 2012 r., w związku z czym, w tym okresie sprawozdawczym, KRRiT jako organ regulacyjny nie mógł jeszcze przystąpić do identyfikacji dostawców tych usług oraz do wydania stosownych rozporządzeń wykonawczych. Cele te będą sukcesywnie realizowane w 2013 r. Natomiast, jeśli chodzi o rozwiązania stricte hybrydowe, to rynek tych usług jest jeszcze tak mały, że wszelkie pytania regulacyjne na tym etapie wydają się przedwczesne. KRRiT będzie zbierała informacje na temat rozwoju tych usług w Polsce, obserwując jednocześnie stanowiska regulacyjne innych regulatorów europejskich wobec tego zjawiska<sup>134</sup>. Istotne znaczenie dla projektowania kierunków polityki audiowizualnej w związku z telewizją hybrydową będzie miało opublikowanie Zielonej Księgi Komisji Europejskiej na ten temat, której powstanie zapowiadane było na koniec 2012 r.

<sup>132</sup> j.w.

<sup>133</sup> Źródło: Gazeta Wyborcza, *Ilu Polaków podłącza telewizory do Internetu?* Producenci podają swoje dane, 15.02.2013 r.

<sup>134</sup> Najbardziej zaawansowana w obserwowaniu zjawiska telewizji hybrydowej pod względem rozwoju rynku i formułowania dylematów regulacyjnych jest Francja – patrz. np. Przegląd Międzynarodowy nr 1/2013 dostępny na stronie internetowej KRRiT.

Problemy regulacyjne związane z rozwojem telewizji hybrydowej w sposób właściwy zostały zarysowane przez Europejską Unię Nadawców (EBU)<sup>135</sup>:

- Wspólne rozwiązania techniczne takie jak HbbTV, MHEG-5<sup>136</sup>, YouView<sup>137</sup> itp. na jednym rynku. Korzystanie z różnych standardów technicznych na tym samym rynku może stanowić przeszkodę w sukcesie tej nowej technologii.
- Treści telewizyjne łatwo dostępne dla wszystkich użytkowników i nadawane bez zmian (zachowanie integralności przekazu). Nadawcy telewizyjni ponoszą duże koszty w związku ze swoją ofertą programową, zależy im zatem na uzyskaniu pewności, że oferowana przez nich zawartość audiowizualna zachowuje wysoką jakość obrazu oraz jest nadawana w sposób integralny, bez niepożądanego przez nich nakładania na nią innych treści.
- Ochrona małoletnich. Systemy hybrydowe otwierają nowe horyzonty, ale też stwarzają możliwość internetowego dostępu do treści nieodpowiednich dla małoletnich użytkowników. Publiczni nadawcy europejscy apelują zatem do dostawców usług hybrydowych, by włączyli się w ochronę jakości i bezpieczeństwa użytkownika platform hybrydowych.

<sup>135</sup> EBU, *Principles for Internet Connected and Hybrid TV* (Policy paper), kwiecień 2011 r.

<sup>136</sup> MHEG-5 - standard opracowany przez Grupę Ekspertów Kodowania Informacji Multimedialnych i Hypermedialnych, a zatwierdzony przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną i Międzynarodową Komisję Elektrotechniczną – ISO/IEC 13522. Światowa organizacja DAVIC (Digital Audio-Visual Council) proponuje system hybrydowy MHEG-5/Java. System ten został specjalnie zaprojektowany do zastosowań interaktywnych w telewizji cyfrowej. W odróżnieniu od takich systemów jak HTML i Java, oferuje on zaawansowane techniki synchronizacji czasowej i przestrzennej pomiędzy różnymi mediami.

<sup>137</sup> YouView - brytyjska usługa hybrydowej telewizji cyfrowej. Formalnie uruchomiono ją w lipcu 2012 r. w ramach partnerstwa pomiędzy trzema operatorami telekomunikacyjnymi i czterema nadawcami (BBC, ITV, Channel 4 i Channel 5). YouView zapewnia bezpłatny dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) i usług catch-up TV.

- Modernizacja prawa autorskiego oraz kwestie związane z ochroną danych. Szczególnie ważne jest, by w epoce cyfrowej zostało przyjęte nowoczesne, proste i spójne prawo odnoszące się do własności intelektualnej, obejmujące wszystkie audiowizualne usługi medialne, tak by użytkownicy mieli do nich dostęp w każdym czasie i w każdym miejscu.

#### **6.2.4 Współ- i samoregulacja**

W efekcie przyjęcia dyrektywy 2010/13/UE o audiowizualnych usługach medialnych wprowadzono m.in. przepisy, by państwa członkowskie wspierały systemy współ- i samoregulacji w zakresie dozwolonym przez ich systemy prawne. Systemy te mają być powszechnie akceptowane przez główne zainteresowane strony oraz muszą zapewnić ich skuteczne wykonywanie.

Samoregulacja definiowana jest jako rodzaj dobrowolnej inicjatywy podejmowanej przez podmioty gospodarcze, stowarzyszenia lub organizacje pozarządowe w celu określenia wspólnych wytycznych, które będą obowiązywać ich wszystkich. Wytyczne takie mogą mieć postać kodeksów dobrych praktyk lub kodeksów postępowania przez podmioty rynkowe, niekiedy tworzonych i wcielanych w życie pod nadzorem regulatora bądź we współpracy z nim.

Współregulacja natomiast postrzegana jest w dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych jako ogniwo prawne pomiędzy inicjatywą samoregulacyjną a działaniem prawodawcy krajowego, zgodnie z tradycjami prawnymi poszczególnych państw członkowskich.

W toku prac nad implementacją tej dyrektywy ujawniły się trudności z włączeniem do prawa medialnego skutecznie działających rozwiązań współ- i samoregulacyjnych, ponieważ w Polsce brak jest tradycji prawnej w tym względzie. Aby skutecznie wprowadzić system współregulacji, w obowiązującym porządku prawnym należałoby rozszerzyć katalog kompetencji KRRiT zawartych w art. 6 ustawy o radiofonii i telewizji o możliwość zawierania umów administracyjnych z podmiotami pełniącymi rolę

współregulatora wraz z przekazaniem części uprawnień do kontroli działań nadawców na obszarach objętych współregulacją.

Mimo, że media audiowizualne, 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.

W „Strategii regulacyjnej na lata 2011-2013” KRRiT stwierdziła, że ustawowy przepis zobowiązujący ją do propagowania współ- lub samoregulacji w sektorze mediów może okazać się niewystarczający by systemy współregulacji mogły rzeczywiście powstać. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może zachęcać do samoregulacji, jednak w przypadku współregulacji konieczne jest jasne określenie ram prawnych jej działania w tym procesie, w szczególności określenie zakresu, jakiego może dotyczyć współregulacja, etapów zatwierdzania zasad kodeksowych, formy tego zatwierdzania i możliwości działań kontrolnych *ex post* w przypadku, gdyby system ten okazał się nieefektywny.

W związku z powyższym, w 2012 r. KRRiT przeprowadziła konsultacje publiczne w sprawie współ- i samoregulacji. W pytaniach konsultacyjnych poruszono m.in. następujące zagadnienia: jakie usługi powinny być objęte zakresem współ- lub samoregulacji w przypadku usług linearnych oraz 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 współ- i samoregulacyjnych i jakimi instrumentami mają one się posługiwać w wykonywaniu swoich zadań, a także kto powinien nadzorować działalność organizacji współregulacyjnych i jakimi instrumentami powinni dysponować współregulatorzy. Z nadesłanych odpowiedzi wynika, że systemem współ- lub samoregulacji powinny być objęte przekazy handlowe, ochrona małoletnich oraz dostęp do mediów dla osób niepełnosprawnych.

Jak wynika z przeprowadzonej na zlecenie KRRiT analizy<sup>138</sup>, obszarem, który powinien być przedmiotem samoregulacji nadawców, na wzór krajów o dojrzałej demokracji, jest zachowanie pluralizmu politycznego w programach telewizyjnych, wyrażone poprzez tworzenie przestrzeni dla dyskursu publicznego<sup>139</sup>. Gwarantowana ustawowo zasada samodzielności programowej nadawców wyklucza bowiem bezpośrednie działania regulatora prowadzące do zmiany tego stanu rzeczy.

Organizacja współ- lub samoregulacyjna powinna mieć formę stowarzyszenia, izby gospodarczej lub związku pracodawców, a nadzór nad jej funkcjonowaniem powinien sprawować organ rejestrujący działalność. Skargi dotyczące wprowadzonego systemu powinny być przesyłane przez regulatora do organizacji samoregulacyjnej, która będzie składać sprawozdanie z realizacji powierzonych jej zadań. W przypadku skutecznego systemu współ- lub samoregulacji konieczna jest derogacja części ustawowych obowiązków spoczywających na regulatorze oraz zapewnienie mechanizmu odwrotnego, jeśli nie jest on efektywny.

Aktualnie trwają prace związane z wprowadzeniem samoregulacji przez dostawców VoD w zakresie zabezpieczeń technicznych służących ochronie małoletnich. KRRiT otrzymała propozycje kodeksu dobrych praktyk w tym zakresie i jeśli wydana zostanie pozytywna opinia, zostanie wstrzymane wydanie fakultatywnego rozporządzenia na podstawie art. 47e ust.3 ustawy o radiofonii i telewizji. Należy podkreślić, że proponowane systemy będą skuteczne, jeśli swoim zasięgiem będą obejmować duże grono podmiotów świadczących takie usługi.

<sup>138</sup> Indicator, „Pluralizm w polskich mediach elektronicznych”, analiza dostępna na stronie internetowej KRRiT.

<sup>139</sup> Telewizyjni nadawcy ogólnokrajowi rzadko zainteresowani są prowadzeniem debaty o istotnych problemach społecznych, dobierając tematy rozmów i materiałów informacyjnych głównie spośród spraw będących przedmiotem bieżących sporów politycznych, z reguły niemających istotnego znaczenia społecznego czy gospodarczego.

### 6.2.5 „Niezdrowa” żywność

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji została wyposażona w fakultatywną delegację ustawową<sup>140</sup>, do wydania rozporządzenia, w którym określi:

- rodzaje artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana,
- sposób umieszczenia w programach przekazów handlowych dotyczących tych artykułów tak, aby przekazy te nie towarzyszyły audycjom dla dzieci.

Zgodnie z przepisami ustawy, wydanie rozporządzenia powinno zostać poprzedzone uzyskaniem opinii ministra właściwego do spraw zdrowia. Sporządzenie modelu profilowania substancji odżywczych, w skład których wchodzi składniki niewskazane w nadmiernych ilościach w codziennej diecie, a w szczególności: tłuszcze, kwasy tłuszczowe trans, sód, sól oraz węglowodany, możliwe jest jedynie przez właściwe instytucje. Minister Zdrowia posiada w swoich kompetencjach nadzór nad Głównym Inspektorem Sanitarnym i Instytutem Żywności i Żywienia. Instytucje te powinny przygotować odpowiednie narzędzie, którym będą posługiwać się nadawcy kwalifikując reklamę żywności, a także KRRiT oceniając wykonanie obowiązków wynikających z rozporządzenia.

Zdaniem KRRiT, konieczna jest również zmiana brzmienia ustawowej delegacji. Obecna jej treść: „Audycjom dla dzieci nie powinny towarzyszyć przekazy handlowe dotyczące artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana” wymaga doprecyzowania. Po pierwsze - czy chodzi o zalecenie, czy też o całkowity zakaz emisji reklam tzw. niezdrowej żywności, po drugie - jakie są cechy wyróżniające audycje dla dzieci (pojęcie to nie zostało zdefiniowane w ustawie)? KRRiT postuluje także uzupełnienie treści przepisu o określenie

<sup>140</sup> wprowadzoną przepisem art. 16 b ust. 3 b (ustawa z 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw - Dz.U.11.43.226 z 22 kwietnia 2011 r.).

limitu wieku dzieci, do których odnosilaby się ta regulacja. Badania wskazują, że największe zagrożenie powstaje w wyniku kontaktu z reklamą tzw. niezdrowej żywności dzieci do lat 3, a poważne skutki może wywołać taka reklama u dzieci do lat 6. Na wprowadzenie kategorii takich, jak w przepisach dotyczących ochrony małoletnich przed treściami, które mogą mieć negatywny wpływ na ich prawidłowy rozwój fizyczny, psychiczny lub moralny, pozwala np. delegacja do wydania przez KRRiT rozporządzenia na podstawie art. 18 ust. 5b ustawy o radiofonii i telewizji. Rozwiązanie tych kwestii jest konieczne, jeżeli wprowadzony system kontroli ma skutecznie przeciwdziałać szkodliwym dla zdrowia dzieci skutkom reklamowania niektórych produktów.

Problematyka oddziaływania reklamy na zachowania konsumentów jest bardzo złożona, szczególnie w odniesieniu do małoletnich, ze względu na ich emocjonalne, trudne do zbadania reakcje na przekazy handlowe. Potwierdziło to badanie pt. „Analiza technik komunikacji reklamowej produktów żywnościowych w okresie maja i października 2012 r. w programach i audycjach przeznaczonych dla małoletnich”<sup>141</sup>. Z badań tych wynika, że dzieci są odbiorcami nie tylko audycji stworzonych specjalnie dla nich, ale często także innych pozycji programowych, które nie będą objęte regulacją.

Na podstawie ustaleń zawartych w tym opracowaniu nawiązują się następujące propozycje rozwiązania problemu:

- zakaz reklam skierowanych do dzieci do 6 roku życia,
- zakaz telewizyjnych i radiowych reklam „niezdrowej” żywności w weekendowych pasmach, przed i po audycjach dla dzieci, w godzinach najwyższej oglądalności,
- zakaz wykorzystywania w reklamach „niezdrowej” żywności osób znanych (idoli) lub bohaterów kreskówek,

- zakaz reklam z informacją o możliwych korzyściach płynących z zakupu określonych produktów np. reklamowanie *junk food*<sup>142</sup> i oferowanie wraz z nim gratisowych upominków dla dzieci (np. zabawek czy elementów do kolekcjonowania),
- zachęcenie nadawców do przeznaczenia czasu na audycje edukacyjne, poświęcone tematyce „niezdrowej” żywności i właściwego odżywiania.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozważa jednak, czy jednoznaczny zakaz reklamowania takich produktów w mediach elektronicznych przyniesie skuteczne rozwiązanie problemu. Z doświadczeń innych państw europejskich, które wprowadziły zakaz nadawania reklam „niezdrowej” żywności, wynika brak jednoznacznego ich związku ze stanem zdrowia dzieci i młodzieży. Ponadto badacze zwracają uwagę na konieczność: interdyscyplinarnego podejścia do problemu, zasady zrównoważonego rozwoju psychofizycznego małoletnich oraz wzmocnienia roli rodziców i otoczenia w procesie wychowawczym. Najbardziej skuteczne okazuje się bowiem prowadzenie intensywnej edukacji dzieci do krytycznego odbioru reklam<sup>143</sup>. W marcu 2013 r. Rada Reklamy (skupia stowarzyszenia branżowe reprezentujące najważniejszych uczestników rynku m.in. media, reklamodawców, agencje reklamowe) zapowiedziała przedstawienie pakietu szkoleń dla szkół, placówek wychowawczych i organizacji pozarządowych na ten temat.

Biorąc pod uwagę, że wprowadzenie systemu zakazującego reklam „niezdrowej” żywności może nie przynieść oczekiwanych rezultatów, a jednocześnie wywoła negatywne ekonomiczne skutki dla krajowego sektora audiowizualnego, warty rozważenia jest dopuszczenie samoregulacji w tym obszarze. Wiele państw europejskich wybrało taką właśnie formę współpracy z nadawcami,

<sup>142</sup> Ang. „śmieciowe jedzenie”.

<sup>143</sup> Dobrym przykładem jest Media Smart, edukacyjno-szkoleniowy program finansowany przez branżę reklamową w Wielkiej Brytanii, wspierany przez rząd tego kraju i Komisję Europejską, który bezpłatnie wprowadza do szkół pomoce naukowe uczące krytycznego myślenia o reklamie w kontekście codziennego życia.

<sup>141</sup> Analiza dostępna na stronie internetowej KRRiT.

którzy przystąpili do akceptowanych przez regulatorów kodeksów dobrych praktyk (szerzej na temat współ- i samoregulacji w poprzednim podrozdziale).

### 6.2.6 Udogodnienia dla niepełnosprawnych

Art.18a ustawy o radiofonii i telewizji, dotyczący udogodnień<sup>144</sup> dla niepełnosprawnych w programach telewizyjnych obowiązuje od 1 lipca 2011 r. Jego redakcja, szczególnie treść ust.1, budzi wątpliwości interpretacyjne: różnie można odczytywać obowiązek kwartalnego czasu emisji przeznaczonego na audycje z udogodnieniami dla niepełnosprawnych. Czy 10% dotyczy łącznie wszystkich rodzajów udogodnień (audiodeskrypcja, napisy dla niesłyszących, tłumaczenie na język migowy), czy też procent ten odnosi się osobno do każdego z trzech rodzajów tych udogodnień, co dawałoby razem kwotę 30%? W uzasadnieniu ustawy mówi się wprawdzie o podziale tej kwoty między poszczególne rodzaje udogodnień z zachowaniem proporcjonalności, ale proporcjonalność ta też może być różnie interpretowana. Niejasności w tej kwestii powinny zostać usunięte z uwzględnieniem, z jednej strony potrzeb odbiorców w tym zakresie, a z drugiej – możliwości finansowych, technicznych i organizacyjnych nadawców<sup>145</sup>.

Niezbędne są również inne zmiany:

- zmiana definicji audycji - obecna definicja daje operatorom satelitarnym i kablowym możliwość pomijania udogodnień dla niepełnosprawnych, które przekazywane są w postaci dodatkowych strumieni audio lub wideo,
- uzupełnienie definicji udogodnień dla niepełnosprawnych o napisy dla niesłyszących, tłumaczenie na język

migowy, a także usługi, które mogą być wykorzystywane przez osoby z mniejszym stopniem niepełnosprawności niż całkowita utrata wzroku czy słuchu (np. napisy dialogowe, tzw. *voice-over* czyli lektor, *spoken subtitles* czyli napisy mówione itp.). Obecnie w ustawie o radiofonii i telewizji znajduje się wyłącznie definicja audiodeskrypcji.

- nałożenie na operatorów rozprawdzających programy w sieciach telekomunikacyjnych obowiązku dostarczania do konsumenckich urządzeń końcowych wszystkich składników sygnału telewizyjnego w tym: ścieżki audiodeskrypcji, napisów w standardzie DVB<sup>146</sup>, teletekstu oraz dla potrzeb przyszłych rozwiązań, strumienia wideo z sylwetką tłumacza migowego.

Wzorem innych krajów oraz zgodnie z wytycznymi Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, Polska powinna też w znowelizowanej ustawie przewidzieć systematyczny wzrost kwoty usług dostępowych dla osób niepełnosprawnych. KRRiT proponuje stopniowy wzrost kwoty usług dostępowych dla niepełnosprawnych do poziomu 50% w 2020 r.<sup>147</sup>. Należy jednak pamiętać, że nowelizacja ustawy idąca w tym kierunku powinna uwzględniać sytuację rynkową nadawców oraz ich możliwości finansowe i techniczne.

Do spraw wymagających uregulowania poza ustawą o radiofonii i telewizji należą:

- możliwość opracowywania przez nadawców audiodeskrypcji do utworów powstałych w różnym czasie, w ramach posiadanych przez nich praw do emisji w kontekście praw autorskich i praw pokrewnych,
- wymagania dotyczące usług dostępowych dla niepełnosprawnych w VoD,

<sup>144</sup> W ramach międzynarodowej unifikacji terminologii proponuje się zastąpić termin „udogodnienia” dla niepełnosprawnych terminem „usługi dostępne” dla niepełnosprawnych.

<sup>145</sup> Na przykład w Wielkiej Brytanii, kraju o największym doświadczeniu w dostarczaniu usług dostępowych dla niepełnosprawnych, proporcje między poszczególnymi rodzajami usług są następujące: 1(M):2(AD):16(N), gdzie M oznacza tłumaczenie na język migowy, AD audiodeskrypcję, a N napisy dla niesłyszących.

<sup>146</sup> Digital Video Broadcasting.

<sup>147</sup> Proponowany wzrost kwoty do wartości 50% do 2020 był poddany przez KRRiT konsultacjom. Ich wyniki są dostępne na stronie internetowej KRRiT w zakładce Konsultacje.

- rozszerzenie obowiązującego rozporządzenia Ministra Infrastruktury w sprawie warunków techniczno-eksploatacyjnych dla odbiornika DVB-T<sup>148</sup> o wymagania techniczno-eksploatacyjne dla urządzeń nagrywających (PVR) pod kątem możliwości zapisu i odtwarzania wszystkich składników sygnału cyfrowego, w tym strumieni zawierających usługi dostępne dla niepełnosprawnych lub wydanie nowego rozporządzenia, zawierającego takie wymagania.

### **6.3 Zmiany w systemie koncesjonowania**

#### **6.3.1 Programy „zdelokalizowane”**

W swojej „Strategii regulacyjnej na lata 2011-2013”, w rozdziale poświęconym implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, KRRiT zapowiedziała dokonanie analizy zjawiska delokalizacji, praktykowanej przez nadawców zarejestrowanych w innych krajach Unii Europejskiej, a kierujących swoje programy do polskiej widowni<sup>149</sup>. Temat ten był także jednym z zagadnień dyskusowanych w 2011 r. z inicjatywy KRRiT na Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF), zrzeszającym oprócz Polski - Czechy, Rumunię, Serbię, Słowację i Węgry - kraje, które odnotowują podobne zjawisko.

Wyniki analizy wykonanej na zlecenie KRRiT przez MTRResearch<sup>150</sup> w grudniu 2012 r., wskazują, że nadawcy zdelokalizowani w Polsce to w większości podmioty działające na podstawie koncesji wydanych w Wielkiej Brytanii (63%) i w Czechach (23%). Z tych krajów nadają duże grupy

medialne, mające po kilka kanałów zdelokalizowanych na terenie całej Europy. Ich programy docierają do polskiego widza po niewielkiej zmianie, wzbogacającej ramówkę programu o audycje dotyczące lokalnego kontekstu. W ofercie kanałów zdelokalizowanych dominuje wyraźnie tematyka filmowa i edukacyjna, a także sport i programy dla dzieci. Pełnią więc przede wszystkim funkcję rozrywkową.

Współistnienie regulacji krajowych z zasadą swobodnego przepływu treści wymaga wzmożonej, partnerskiej współpracy między organami nadzorującymi działalność mediów w krajach europejskich, szczególnie na form EPRA i CERF (szerzej w Sprawozdaniu KRRiT Rozdział VIII. Udział w pracach instytucji i organizacji międzynarodowych).

KRRiT wyda zalecenia dla nadawców z innych krajów, kierujących swoją ofertę na rynek polski na podstawie koncesji *non-domestic* i będzie inicjować objęcie samoregulacją tych elementów programu, których nadawanie powinno uwzględniać ochronę widzów, w tym w szczególności dzieci i młodzieży.

Jednocześnie KRRiT postuluje zmiany prawne, mające na celu stworzenie sprzyjających warunków dla rejestrowania działalności nadawców dotąd zdelokalizowanych, polegające na uproszczeniu przepisów i rezygnacji z niektórych wymogów postępowania koncesyjnego (szerzej w rozdziale 6. Uproszczenie procedur przyznawania i wykonywania koncesji satelitarnych i kablowych).

KRRiT będzie również rozwijać politykę informacyjną, zwłaszcza w zakresie udzielania koncesji dla nadawców spoza granic Polski, poprzez uruchomienie od kwietnia 2013 r. rozbudowanej angielskiej wersji swojej strony internetowej oraz przygotowanie dokumentu w języku angielskim, będącego wyczerpującym wyjaśnieniem przepisów dotyczących uzyskania i wykonywania koncesji.

<sup>148</sup> Urządzenie przystosowane do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej.

<sup>149</sup> Sytuacja, w której dostawca audiowizualnej usługi medialnej celowo ustanawia swoją siedzibę w innym państwie członkowskim sprawującymi jurysdykcję w celu omięcia surowszych przepisów krajowych (nadawcy delokalizowani) lub tworzy krajowe wersje językowe programów paneuropejskich, lub światowych, lub też modyfikuje standardową ramówkę, włączając elementy produkcji krajowej (np. teledyski).

<sup>150</sup> Tomasz Gackowski i Marcin Łączyński wraz z zespołem badawczym MTRResearch, „Polski rynek kanałów „zdelokalizowanych” – analiza zjawiska i rekomendacje”, Warszawa 2012. Analiza dostępna jest na stronie internetowej KRRiT.



### 6.3.2 Uproszczenie procedur przyznawania i wykonywania koncesji satelitarnych i kablowych

Udzielanie koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych, niezależnie od sposobu ich rozpowszechniania, jest objęte obecnie taką samą regulacją. Wyjątek stanowią programy rozpowszechniane wyłącznie w systemach teleinformatycznych<sup>151</sup> (Internet). W trakcie prac nad implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych KRRiT postulowała zmiany<sup>152</sup> reżimu regulacyjnego dla nadawców, którzy nie rozpowszechniają programów w sposób naziemny z wykorzystaniem ograniczonego zasobu częstotliwości.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uznaje za zbędne porównywanie oferty programowej przyszłych nadawców satelitarnych lub kablowych z programami nadawców już działających w celu ustalenia, zgodnie z dyspozycją zawartą w art. 36 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, w jakim stopniu nowy program uzupełnia treści już rozpowszechniane. Trudno dostrzec uzasadnienie dla odmowy wydania koncesji, nawet jeśli proponowana oferta będzie powtórzeniem już dostępnych treści. Wielość źródeł dostarczania podobnych treści przy nieograniczonym zasobie technicznym zwiększa pluralizm oferty programowej i jest zgodna z zasadą wolności gospodarczej.

W przypadku nadawców nienaziemnych można również zrezygnować z oceny wniosków pod kątem przewidywanego udziału w programie audycji wytworzonych przez nadawcę lub na jego zamówienie, albo we współdziałaniu z innymi nadawcami (art. 36 ust.1 pkt 3 ustawy o radiofonii i telewizji).

Nadawcy satelitarni i kablowi często multiplikują swoją ofertę tak, aby dopasować się do czasu, w którym widz ma możliwość obejrzenia interesujących go pozycji. Przy

praktycznie nieograniczonych technicznych możliwościach emisji wielu programów w bukietach cyfrowych taką politykę należy uznać za korzystną z punktu widzenia odbiorcy. Nie ma więc przeszkód, aby nadawcy nienaziemni uzyskiwali koncesje na programy, w których będą przedstawiali w różnych pasmach czasowych tę samą ofertę lub wykorzystywali zasoby programowe innych nadawców dokonując retransmisji.

Ocena programowa wniosku o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów w sposób satelitarny lub poprzez wprowadzenie do sieci telekomunikacyjnej (kablowej) powinna ograniczać się wyłącznie do oceny przesłanek odmowy udzielenia koncesji, zawartych w art. 36 ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji. KRRiT ma obowiązek odmowy udzielenia koncesji, jeśli program będzie powodował zagrożenia dla interesów kultury narodowej, dobrych obyczajów, zachowania bezpieczeństwa i obronności państwa lub stanowił zagrożenie dla informacji niejawnych.

Ograniczenie stopnia szczegółowości w analizie programowej wniosków o udzielenie koncesji nienaziemnych znacznie uprości i skróci procedurę uzyskiwania koncesji. Ułatwi także przedsiębiorcom konstruowanie oferty programowej na takim poziomie ogólności, który w przyszłości (w czasie wykonywania koncesji) umożliwi elastyczne dopasowywanie się do zachowań konkurencji i warunków ekonomicznych wykonywanej działalności.

Koncesja określa warunki programowe dla działalności nadawcy w całym okresie jej obowiązywania tj. w ciągu 10 lat. Warunki programowe są odzwierciedleniem deklaracji, jakie nadawca złożył starając się o koncesję - na ich podstawie organ wyłania najlepszą z ofert w postępowaniu konkursowym. Nadawcy satelitarni i kablowi nie konkurują o udzielenie koncesji, nie ma więc uzasadnienia dla szczegółowego określania wymogów programowych, które będą obowiązywały przez 10 lat. Zmieniające się warunki prowadzenia działalności, poszukiwanie nowych formatów programowych i dopasowanie do oczekiwań widza i zachowań konkurencji niejednokrotnie zmusza nadawców do zmiany pierwotnych założeń programo-

<sup>151</sup> Dla programów tych ustawodawca przewidział wyłącznie obowiązek rejestracji, zob. art. 41 ust.1 pkt 2 i art.33 ust.1a ustawy o radiofonii i telewizji.

<sup>152</sup> Zob. Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 r., KRRiT, Warszawa, marzec 2012 r.

wych. Nadawcy satelitarni i kablowi powinni więc być zobowiązani wyłącznie do przedstawiania we wniosku, a następnie do realizacji, ogólnych zamierzeń programowych np. kierowania programu do wybranej przez siebie grupy odbiorców lub umieszczania w programie wiodącej tematyki albo dominującej formy prezentacji treści (np. program dla dzieci, program przyrodniczy, program filmowy) bez konieczności określania szczegółowej struktury gatunkowej programu oraz projektowanej ramówki. Ponadto, wszelkie zmiany w programie nadawcy satelitarnego lub kablowego (z wyjątkiem podstawowego profilu stacji) nie wymagałyby, jak to jest obecnie, zmiany koncesji.

Obecne przepisy pozwalają Przewodniczącemu KRRiT określić inne niż wymienione w art. 37 ustawy o radiofonii i telewizji warunki programowe koncesji. Nie jest konieczne zachowanie tych kompetencji w przypadku programów satelitarnych czy kablowych, chyba, że ustawodawca wprowadziłby przepis umożliwiający nadawanie programów „tylko dla dorosłych”<sup>153</sup>, które mogłyby być rozpowszechniane z wykorzystaniem odpowiednich zabezpieczeń.

W aspekcie technicznym to, czy nadawca satelitarny lub kablowy rozpocznie swoją działalność zależy wyłącznie od zawarcia przez niego umowy z operatorem telekomunikacyjnym, zajmującym się dostarczaniem programu odbiorcom. Zawieszenie emisji jednego programu nie wpływa na możliwości nadawania innych programów (jak to ma miejsce w przypadku multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej)<sup>154</sup>.

Utrata zdolności do rozpowszechniania programu w przypadku nadawców naziemnych powoduje, że warunki techniczne przyznane mu koncesją nie mogą być wyko-

rzystywane do czasu wyłonienia kolejnego nadawcy, co wymaga przeprowadzenia nowego konkursu przez KRRiT. Sytuacja taka nie będzie miała miejsca, jeśli zaprzestanie działalności nadawca satelitarny lub kablowy. Biorąc te okoliczności po uwagę KRRiT postuluje zmianę art. 36 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji polegającą na wykreśleniu z kryteriów oceny wniosku koncesyjnego możliwości dokonania przez wnioskodawcę koniecznych inwestycji i finansowania programu.

Koncesja na rozpowszechnianie programu zgodnie z przepisami art. 37 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji zawiera część techniczną – w przypadku nadawców satelitarnych jest to nazwa wykorzystywanego satelity, położenie tego satelity na orbicie, częstotliwość wykorzystywaną do dosyłu sygnału oraz lokalizacja stacji dosyłowej, a w przypadku nadawcy kablowego także lokalizacja stacji głównej oraz obszar objęty siecią telekomunikacyjną. Wydanie koncesji wymaga uzgodnienia tej części w trybie art. 106 Kodeksu postępowania administracyjnego z Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej, który na wniosek Przewodniczącego KRRiT wydaje stosowne postanowienie. Wszelkie parametry oraz warunki techniczne wykorzystane do rozprowadzania programów satelitarnych i kablowych ustalone są w umowie między nadawcą a operatorem technicznym świadczącym usługi dostarczania programu do odbiorcy. Operator techniczny świadczący usługę telekomunikacyjną posiada stosowne pozwolenia (decyzję rezerwacyjną, pozwolenie radiowe) wydane przez Prezesa UKE, niezbędne do prowadzenia działalności. Za zgodność wykorzystywania tych warunków technicznych operator odpowiada przed Urzędem Komunikacji Elektronicznej. W tej sytuacji ustalanie warunków technicznych w koncesjach nadawców satelitarnych i kablowych można uznać za nadmierną regulację. Angażuje ona zarówno samych nadawców, jak i obu regulatorów (KRRiT i UKE) do prowadzenia działań, które z punktu widzenia ładu regulacyjnego i sposobu gospodarowania widmem nie mają faktycznego znaczenia. W tej sprawie jednak ostateczne stanowisko będzie należało do Prezesa UKE.

<sup>153</sup> Obecnie w Polsce jest to zabronione, co nie oznacza, że odbiorca nie ma dostępu do wielu takich programów docierających z innych krajów.

<sup>154</sup> Wszystkie programy umieszczane są w strumieniu multipleksu i rozpowszechniane za pomocy tych samych częstotliwości (kanałów telewizyjnych). Nadawców naziemnych wiąże umowa z operatorem sieci stacji nadawczych, za którego usługę ponoszą solidarnie koszty.

Kolejnym zagadnieniem, które wymagałoby działań liberalizujących jest obowiązek zapewnienia przez nadawcę rozpoczęcia działalności w terminie i zachowania ciągłości nadawania w toku wykonywania koncesji. Opóźnienie rozpoczęcia nadawania oraz trwająca dłużej niż 3 miesiące przerwa w emisji programu to dzisiaj obligatoryjny powód do cofnięcia koncesji. Zdaniem KRRiT, nadawca satelitarny lub kablowy może opóźnić rozpoczęcie emisji lub, po jej rozpoczęciu, zawiesić nadawanie na dowolny okres ze względów technicznych, programowych i ekonomicznych, a następnie wznowić działalność w czasie ważności koncesji. O tym, czy koncesja jest aktualnie realizowana, nadawca powinien zawiadamiać KRRiT ze względu na inne obowiązki ustawowe wymagające działań kontrolnych ze strony organu.

Nie ma również potrzeby, aby KRRiT korzystała z możliwości cofnięcia koncesji, gdy nastąpi przejście kontroli nad działalnością nadawcy satelitarnego lub kablowego. Możliwość uzyskania koncesji w każdym momencie przez dowolnego przedsiębiorcę powoduje, że przejście koncesji nie stanowi „obejścia” procesu koncesyjnego. Koncesja nie dając uprawnień do tzw. dobra rzadkiego nie jest dobrem rynkowym. Są jednak sytuacje, w których przedsiębiorcy nabywają udziały w podmiotach posiadających koncesje satelitarne lub kablowe i kontynuują działalność programową dokonując zmian w profilu nadawania lub zmiany brandu włączając program do swojego portfolio. Zjawisko to nie zagraża jednak żadnym nowym inicjatywom. Każdy z takich projektów mógłby być realizowany na bazie nowej koncesji. Z punktu widzenia gospodarczego takie przejścia mają pozytywne znaczenie dla rynku (kontynuacja zawartych umów, możliwości rozwojowe, uzyskiwanie kapitału na inwestycje, ciągłość zatrudnienia etc). Przesłankę do cofnięcia koncesji (art. 38 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji) należałoby zatem przypisać wyłącznie do nadawców naziemnych.

### 6.3.3 Programy okolicznościowe, próbne emisje

#### Programy okolicznościowe

W związku z rozwojem technik przekazu oraz zjawiskiem segmentacji treści coraz częściej nadawcy sygnalizują zamiar tworzenia i rozpowszechniania programów poświęconych wydarzeniom jednostkowym bądź cyklicznym, które chcieliby relacjonować. Przepisy ustawy o radiofonii i telewizji w art. 33 ust. 1 stawiają przed nadawcą obowiązek uzyskania koncesji w przypadku każdego programu radiowego lub telewizyjnego, niezależnie od czasu, w jakim miałby on być rozpowszechniany. Ponadto, zgodnie z art. 36 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji koncesji można udzielić wyłącznie na pełny okres 10 lat. Nadawca jest też zobowiązany do uiszczenia opłaty za cały okres wykonywania koncesji, co stanowi w przypadku nadawania naziemnego istotną kwotę w skali całej inwestycji. Warto w tym miejscu podkreślić brak wewnętrznej spójności między poszczególnymi przepisami normującymi proces koncesyjny, bowiem w art. 34 ust. 1a pkt 5 ustawy o radiofonii i telewizji Przewodniczący KRRiT wydając ogłoszenie o możliwościach uzyskania koncesji może określić czas, na jaki może zostać udzielona koncesja.

Tak więc, obecnie istniejące rozwiązania uniemożliwiają nadawcom elastyczne reagowanie na potrzeby odbiorcy w zakresie udostępniania treści dotyczących zjawisk i wydarzeń często o szczególnym znaczeniu społecznym i kulturalnym, zarówno w skali ogólnokrajowej jak i lokalnej.

Brak jest też możliwości prowadzenia działań edukacyjnych i promocyjnych np. przez podmioty tzw. trzeciego sektora o mniejszym potencjale gospodarczym, organizacyjnym i kapitałowym, które chciałyby okresowo wykorzystywać programy radiowe lub telewizyjne dla realizacji swoich celów statutowych.

Stan prawny ogranicza również możliwości wykorzystania potencjału istniejących nadawców komercyjnych do obsługi znaczących wydarzeń z kręgu kultury masowej.

Aby rozwiązać ten problem, zdaniem KRRiT, należy wprowadzić do ustawy o radiofonii i telewizji pojęcie programu okolicznościowego, którego rozpowszechnianie, po uprzednim zgłoszeniu Przewodniczącemu KRRiT w terminie nie krótszym niż na 1 miesiąc przed rozpoczęciem emisji, mogłoby następować bez konieczności uzyskania koncesji pod warunkiem, że program ten będzie służył celom społecznym, kulturalnym, edukacyjnym, religijnym, charytatywnym itp. (np. oprawa festiwali teatralnych, filmowych, muzycznych oraz igrzysk sportowych, czy wydarzeń społecznych). Program taki nie powinien być rozpowszechniany dłużej niż przez okres 12 miesięcy.

Nadawca, w programie okolicznościowym, powinien mieć prawo do umieszczenia przekazów handlowych, jednak w takim przypadku powinien uiścić opłatę (np. w wysokości 1/10 opłaty za udzielenie koncesji dla danego sposobu rozpowszechniania programu). Zdaniem KRRiT, programy okolicznościowe nie powinny wpłynąć na zakłócenie warunków konkurencji na rynku ze względu na niszowy charakter swojego oddziaływania. Aby zapobiec wykorzystywaniu tej formy działalności jako alternatywy dla uzyskania koncesji, regulacje dla takich programów powinny zastrzegać: związek nadanych treści z wydarzeniem, ograniczenie czasu nadawania programu do czasu przygotowań, trwania i podsumowania wydarzenia oraz oryginalny charakter nadawanych audycji tak, aby nie były one retransmisją pochodzącą z innych programów.

W przypadku, gdy rozpowszechnianie programu okolicznościowego byłoby związane z uzyskaniem prawa do wykorzystywania częstotliwości naziemnych, nadawca niezależnie od zgłoszenia zamiaru rozpoczęcia takiej działalności do Przewodniczącego KRRiT, powinien na ten czas uzyskać pozwolenie radiowe Prezesa UKE, o którym mowa w art. 143 ustawy Prawo Telekomunikacyjne. Dobór częstotliwości służących do emisji programów okolicznościowych powinien odbywać się z zachowaniem priorytetu w zakresie rozwoju pokrycia zasięgiem programów, na które została udzielona koncesja oraz zgłoszonych przez przedsiębiorców potrzeb w zakresie przeznaczenia częstotliwości do ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT w sprawie możliwości uzyskania koncesji.

Nadawców programów okolicznościowych powinny dotyczyć wszystkie obowiązki związane z ochroną małoletnich i zasadami emisji przekazów handlowych. Przewodniczący KRRiT przed datą rozpoczęcia emisji programu okolicznościowego powinien mieć kompetencje do zakazania jego emisji z tych samych powodów, dla których jest zobowiązany do odmowy udzielenia koncesji<sup>155</sup>, tj. wtedy, gdy rozpowszechnianie programu mogłoby spowodować: zagrożenie interesów kultury narodowej, dobrych obyczajów i wychowania, bezpieczeństwa i obronności państwa oraz zagrożenia dla bezpieczeństwa informacji niejawnych.

### **Próbne emisje**

W niektórych przypadkach, optymalizacja warunków technicznych stacji nadawczych, służących do rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych w sposób rozsiewczy naziemny, wymaga uprzedniego zbadania w praktyce skutków zmian technicznych parametrów nadawania pod kątem ewentualnych zakłóceń stacji sąsiednich i wspólnokanałowych wykorzystywanych przez innych nadawców, lub inne służby poza radiodifuzją. Próbną emisją, z wykorzystaniem innych niż określone w koncesji i potwierdzone decyzją rezerwacyjną Prezesa UKE warunków nadawania, powinna odbywać się po zgłoszeniu Przewodniczącemu KRRiT takiego zamiaru, w terminie 30 dni od rozpoczęcia emisji. Zgłoszenie zamiaru emisji próbnej nie zwalniałoby nadawcy od obowiązku uzyskania wydawanego przez Prezesa UKE pozwolenia radiowego na wykorzystanie urządzeń technicznych. Próbną emisję mógłby prowadzić wyłącznie nadawca, który już posiada koncesję na nadawanie programu. Wykorzystując prawo do emisji próbnej nadawca nie powinien dokonywać modyfikacji programu. Działalność programowa nadawcy związana z emisją próbną podlegałaby tym samym obowiązkom ustawowym oraz wynikającym z koncesji, co program nadawany za pomocą dotychczasowych warunków technicznych. Wydaje się zasadne, aby ograniczyć czas trwania próbnych emisji do 3 miesięcy z ewentualną możliwością przedłużenia tego

<sup>155</sup> Art. 36 ust. 2 pkt. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

okresu o kolejne 3 miesiące, o ile Prezes UKE potwierdzi potrzebę dalszego badania. O wynikach przeprowadzonych przez Prezesa UKE pomiarów nadawca powinien poinformować Przewodniczącą KRRiT.

Emisja próbna nie powinna służyć celom innym niż przeprowadzenie pomiarów, w szczególności do rozszerzenia nadawania na nowe obszary przez nadawców lokalnych ze względu na: obowiązek uiszczenia opłaty koncesyjnej w związku z objęciem zasięgiem nadawania większej liczby odbiorców, zdefiniowanie w koncesji tematyki lokalnej dotyczącej określonych miejscowości, czy wpływ warunków konkurencji ze względu na wykorzystanie potencjału reklamowego nowych rynków lokalnych.

#### **6.3.4 Media lokalne i społeczne**

Jak potwierdziły to badania przeprowadzone pod koniec 2012 r.<sup>156</sup>, konieczność ochrony pluralizmu geograficznego i kulturowego wydaje się bezsporna. Dlatego też KRRiT przygotowała założenia do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji wprowadzające do porządku prawnego system ochrony mediów lokalnych. Proponowana definicja nadawcy lokalnego uzależnia uzyskanie takiego statusu m.in. od konieczności umiejscowienia jego siedziby i redakcji a także większości zatrudnionych osób na terenie objętym koncesją. Program nadawcy lokalnego powinien być oznaczony w sposób w całości różniący się od nazw programów innych nadawców i nie zawierać audycji tworzonych przez innych nadawców i rozpowszechnianych w ich programach. Określoną część czasu nadawania takiego programu w porze dziennej będą musiały stanowić audycje dotyczące zagadnień i problemów związanych z życiem danej społeczności lokalnej. Przygotowane przez KRRiT założenia do zmiany ustawy przewidują również ułatwienia dla nadawców lokalnych w zakresie obowiązkowej sprawozdawczości<sup>157</sup>, co w przypadku przedsiębiorców lokalnych może stanowić znaczne ułatwienie. Nadawcy lokalni powinni zostać objęci systemem zniżek

w opłacie koncesyjnej, który stałby się uzupełnieniem istniejącego systemu ulg.

Dla stworzenia warunków do rozwoju mediów lokalnych niezbędne jest wprowadzenie systemu wspomagającego ich finansowanie ze względu na realizowaną przez nich misję publiczną. Temu celowi mógłby służyć specjalny fundusz, utworzony z procentu powszechnej opłaty audiowizualnej (szerzej w tym rozdziale, podrozdział Nowy model finansowania).

Biorąc pod uwagę realizację potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych obecnych w strukturze polskiego społeczeństwa, należałoby przewidzieć formy wsparcia organizacji zrzeszających te grupy, zapewniając im możliwości tworzenia własnych, niezależnych stacji radiowych i telewizyjnych, być może w ramach rozwiniętego systemu mediów społecznych.

Uznając ważną rolę, jaką pełnią w społeczeństwie media trzeciego sektora, KRRiT w przygotowanych założeniach do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji proponuje również rozszerzenie definicji mediów społecznych. Zgodnie z nią, nadawcą społecznym byłby nadawca, którego program ma w koncesji szczegółowo zdefiniowane cele społeczne oraz służy aktywizacji środowiska, a którego dochód w całości przeznaczony jest na działalność statutową. Nadawca społeczny powinien mieć prawo do prowadzenia działalności reklamowej w ograniczonym zakresie (np. w wymiarze 50% czasu, o którym mowa w art. 16 ust 1 ustawy o radiofonii i telewizji). Określona część czasu nadawania programu nadawcy społecznego w porze dziennej byłaby przeznaczona, zgodnie z obowiązkami ustawowymi, na emisję audycji słownych i innych przekazów dotyczących danego środowiska. Mimo iż media społeczne z zasady oparte są na wolontariacie, konieczne wydaje się, podobnie jak w przypadku mediów lokalnych, stworzenie systemu wsparcia w postaci pozarynkowych środków finansowych z części opłaty audiowizualnej, zapewniających realizację podstawowych potrzeb mediów trzeciego sektora. Nadawcy społeczni powinni, tak jak dotychczas, być zwolnieni z opłaty koncesyjnej.

<sup>156</sup> We współpracy z zespołem Centrum Badań Marketingowych INDICATOR. Analiza dostępna na stronie internetowej KRRiT.

<sup>157</sup> Np. w zakresie wypełniania przez nich zapisów art. 15a ustawy o radiofonii i telewizji.

Kształtując politykę koncesyjną KRRiT przewiduje uwzględnienie szczególnej roli, jaką pełnią w społeczeństwie oba te typy mediów, poprzez preferencje w przeznaczaniu zasobów wolnych częstotliwości oraz, o ile to będzie możliwe, uproszczenie procedur i obniżenie wymogów formalnych w postępowaniach koncesyjnych.

### **6.3.5 Zmiany własnościowe i koncentracja kapitału**

Przejęcia firm oraz zmiany własnościowe, obok rozwoju naukowo-technicznego stanowią integralny element gospodarki rynkowej. Z problemem koncentracji w sektorze mediów zmagają się właściwie wszystkie kraje europejskie. W Polsce w wyniku zachodzących obecnie zjawisk konwergencji, cyfryzacji i globalizacji obserwuje się nasilenie procesów koncentracji własności i zarządzania w sektorze mediów audiowizualnych (szerzej w rozdziale 2. Radiofonia oraz Telewizja). W dążeniu do zmniejszenia kosztów i zwiększania zysków organizacje medialne przyjmują różne formy integracji. Do najczęściej wykorzystywanych strategii integracji przedsiębiorstw medialnych należą: fuzje, nabywanie większościowego pakietu akcji i porozumienia strategiczne. Działania te umożliwiają osiągnięcie korzyści skali oraz efektu synergii. Podnoszą one jednak bariery wejścia dla nowych nadawców. Zjawiska te powodują, iż szczególnie potrzebna staje się regulacja, mająca na celu ochronę dostępu odbiorcy do pluralistycznej i otwartej oferty programowej, co należy do zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

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”. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może również cofnąć koncesję w takiej sytuacji, zgodnie z dyspozycją zawartą w art. 38 ust. 2 pkt 3 i 4 koncesja może być cofnięta, jeżeli: rozpowszechnianie programu powoduje osiągnięcie przez nadawcę pozycji dominującej „w dziedzinie środków masowego przekazu na danym

rynku właściwym w rozumieniu przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów” lub nastąpi przejęcie bezpośredniej lub pośredniej kontroli nad działalnością nadawcy przez inną osobę.

Z kolei, zgodnie z art. 38a ust. 3, w przypadku łączenia, podziału albo innego rodzaju przekształceń spółek handlowych, uprawnienia wynikające z koncesji mogą przejść na inny podmiot za zgodą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wyrażoną w formie uchwały. Odmowa wyrażenia zgody następuje, gdy: nadawca osiągnie pozycję dominującą „w dziedzinie środków masowego przekazu na danym rynku właściwym w rozumieniu przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów”, lub gdy nastąpi przejęcie bezpośredniej lub pośredniej kontroli nad działalnością nadawcy przez inną osobę.

Obowiązujące przepisy są także trudne do stosowania ze względu na brak precyzyjnego rozstrzygnięcia co do określenia rynku, na którym bada się osiągnięcie pozycji dominującej (rynek właściwy w rozumieniu prawa konkurencji czy szeroko pojmowany rynek środków masowego przekazu). Poza tym ustawa nie zapewnia KRRiT odpowiednich narzędzi<sup>158</sup>, podobnych do tych, jakimi dysponują inni regulatorzy sektorowi – UKE, URE<sup>159</sup>.

Ponadto stosowanie przepisów ustawy utrudnia:

- brak definicji przejęcia kontroli nad działalnością nadawcy,
- niewłaściwy sposób określenia kryteriów odwołujących się do pozycji dominującej poprzez wskazanie, że samo jej osiągnięcie może stanowić podstawę odmowy udzielenia koncesji lub podstawę do jej cofnięcia, podczas gdy zagrożeniem dla konkurencji jest nadużywanie pozycji dominującej a nie jej posiadanie,

<sup>158</sup> Brak możliwości żądania od innych podmiotów rynkowych informacji niezbędnych do określenia czy koncesjonariusz lub wnioskodawca posiada lub osiągnąłby w wyniku przyznania koncesji pozycję dominującą na rynku).

<sup>159</sup> Urząd Regulacji Energetyki.

- niespójność w zakresie określania rynku, na którym dany przedsiębiorca może osiągnąć pozycję dominującą, raz jest to „dziedzina środków masowego przekazu na danym terenie”, raz „dziedzina środków masowego przekazu na danym rynku właściwym w rozumieniu przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów”,
- brak przepisów umożliwiających zebranie przez Przewodniczącego KRRiT od przedsiębiorców niezbędnych informacji rynkowych do przeprowadzenia analizy koncentracji i zachowania warunków konkurencji, podczas gdy właściwa analiza rynku wymaga dostępu do informacji, jakie posiadają także konkurenci rynkowi wnioskodawcy lub koncesjonariusza,
- brak możliwości wydania decyzji nakazującej ograniczenie prowadzonej działalności przez podmioty nadużywające pozycji dominującej na danym rynku właściwym,
- przepis art. 38a ust. 3 pkt 2 – dotyczący możliwości odmowy przejścia uprawnień wynikających z koncesji na inny podmiot wymagają doprecyzowania.

W sytuacji, gdy zagrożenie warunków konkurencji może nastąpić głównie poprzez koncentrację pionową (na rynku programów i operatorów), zastosowanie kompetencji KRRiT jest niewystarczającą ochroną. Faktycznie zapobieganie nadmiernej koncentracji może nastąpić wyłącznie poprzez działania UOKiK.

System ochrony konkurencji w mediach powinien być adekwatny do stopnia jego rozwoju oraz faktycznie zapobiegać zjawiskom niekorzystnym. W tym celu należy dokonać zmiany w ustawie o radiofonii i telewizji, nadając KRRiT rolę regulatora sektorowego, wraz z kompetencjami do oceny konkurencji na rynku, wydawania decyzji regulacyjnych oraz egzekwowania ich wykonania lub rozszerzyć kompetencje Prezesa UKE do kontroli koncentracji na rynku dostawców treści.

.....  
Tłoczono z polecenia Marszałka Senatu  
.....