



**SENAT
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
VIII KADENCJA**

Warszawa, dnia 31 marca 2014 r.

Druk nr 601

**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 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, w załączeniu uprzejmie przekazuję następujące dokumenty, przyjęte przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, uchwałami Nr 93/2014 z 11 marca 2014 roku oraz 132/2014 z 18 marca 2014 roku:

1. „Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2013 roku” wraz z Aneksiem pt. *Media publiczne*;
2. „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2013 roku”.

Z szacunkiem

(-) Jan Dworak

Sprawozdanie
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z działalności w 2013 roku

Krajowa Rada
Radiofonii i Telewizji

UCHWAŁA NR 93/2014
Z DNIA 11 MARCA 2014 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 2013 roku*, stanowiące załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2013 roku*:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2013 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
/- / Jan Dworak

Spis treści

Wstęp	7
I. KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI W LICZBACH	11
II. GŁÓWNE ZADANIA WEDŁUG STRATEGII REGULACYJNEJ NA LATA 2011-2013	13
Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	
– audiowizualne usługi na żądanie (VoD).....	13
Konwersja cyfrowa telewizji i radiofonii.....	14
Media publiczne.....	16
Stanowiska w ważnych sprawach publicznych.....	20
Działania na rzecz swobody wypowiedzi w mediach audiowizualnych.....	22
Biuro KRRiT – otwarcie na interesariuszy, cyfryzacja, jakość pracy, edukacja medialna.....	23
Dochody i wydatki budżetowe KRRiT.....	24
III. UDZIAŁ W TWORZENIU PRAWA	26
Rozporządzenia KRRiT – obowiązujące i projektowane.....	26
IV. ROZPOWSZECHNIANIE I ROZPROWADZANIE PROGRAMÓW ORAZ AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE NA ŻĄDANIE	29
Ogłoszenia dotyczące uzupełnienia oferty na multipleksie pierwszym.....	29
Konkurs na program edukacyjno-poznawczy.....	30
Konkurs na program filmowy.....	30
Konkurs na program dla dzieci w wieku od 4 do 12 lat.....	31
Konkurs na program społeczno-religijny.....	31
Postępowania w sprawie udzielenia i rozszerzenia koncesji programów radiowych rozpowszechnianych w sposób rozsiewczy naziemny.....	32
Udzielanie koncesji na kolejny okres w zakresie radiofonii i telewizji naziemnej i satelitarnej.....	32
Przeniesienie uprawnień z koncesji.....	33
Rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny.....	33
Poprawa warunków technicznych nadawania programów.....	33
Zmiany programowe w koncesjach.....	34
Rozkładanie na raty opłat koncesyjnych na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa.....	34
Rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego (sieciach kablowych).....	34

Rejestr programów telewizyjnych rozpowszechnianych i rozprowadzanych wyłącznie w systemie teleinformatycznym.....	35
Must-carry/must-offer	36
Audiowizualne usługi medialne na żądanie VoD	37
Postępowania związane z wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego w sprawie opłat koncesyjnych.....	38
V. KONTROLA NADAWCÓW	39
Realizacja warunków koncesji w programach radiowych	39
Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w łącznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programach radiowych (art.15 ust. 2, 2a, 2b).....	39
Realizacja warunków koncesji w programach telewizyjnych.....	42
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)....	42
Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych	43
Ochrona małoletnich	44
Treści pornograficzne w godz. 23.00–6.00 (art. 18 ust.4 urt).....	45
Audiowizualne przekazy handlowe–nadawcy radiowi.....	45
Audiowizualne przekazy handlowe–nadawcy telewizyjni.....	46
Reklama tzw. niezdrowej żywności rozpowszechnianej przy audycjach kierowanych do dzieci	47
Kontrola głośności reklam.....	47
Audiowizualne usługi medialne na żądanie – VoD	48
Oferta programowa w usługach na żądanie.....	48
Kontrola dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie	49
Ochrona małoletnich w VoD	50
Promowanie audycji pochodzących z krajów europejskich w usługach VoD (w tym audycji pochodzących z Polski).....	50
Przekazy handlowe zamieszczane przy treściach adresowanych do dzieci.....	51
Analizy problemowe: TVP Polonia oraz oferta programowa w języku regionalnym	52
Wystąpienia rozpatrywane w trybie skarg i wniosków	53
Tematyka wystąpień indywidualnych	53
Tematyka wystąpień zbiorowych.....	54
Odpowiedzialność prawna nadawców – decyzje o ukaraniu oraz inne działania KRRiT	55

VI. NADZÓR REGULACYJNY I FINANSOWANIE MEDIÓW PUBLICZNYCH	58
Plany programowo-finansowe.....	58
Telewizja Polska	59
Polskie Radio	59
Rozgłośnie regionalne Polskiego Radia	60
Opłaty abonamentowe.....	60
Umowa z Poczta Polska	61
Wysokość opłat abonamentowych.....	61
Środki przekazane nadawcom publicznym	61
Podział wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych.....	62
Liczba abonentów.....	64
Umarzanie i rozkładanie na raty zaległości w opłatach abonamentowych.....	64
Ubytek wpływów abonamentowych i zaległości w terminowym wnoszeniu opłat	65
VII. ORZECZNICTWO SĄDOWE	65
Skargi i odwołania.....	65
Wybrane wyroki – wnioski i wskazania dla KRRiT	66
VIII. UDZIAŁ W PRACACH INSTYTUCJI I ORGANIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH	68
Unia Europejska	68
Komitet Kontaktowy ds. dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	68
Grupa Organów Regulacyjnych ds. Audiowizualnych Usług Medialnych	69
Stały Komitet ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych (WIPO)	69
Rada Europy	69
Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego (CDMSI)	69
Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)	70
Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF).....	70
Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EAO).....	71
IX. RELACJE SPOŁECZNE I DZIAŁALNOŚĆ INFORMACYJNO-EDUKACYJNA.....	71
Przykłady działań informacyjno-edukacyjnych KRRiT	71
Nagrody i patronaty KRRiT.....	73

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1: Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia lub rozszerzenia koncesji na program telewizyjny rozpowszechniany w sposób rozszewczy cyfrowy naziemny	75
Załącznik nr 2: Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą podjętą w 2013 r. lub zakończonych wydaniem decyzji w 2013 r.....	76
Załącznik nr 3: Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)	77
Załącznik nr 4: Wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)	79
Załącznik nr 5: Wykaz koncesji, w których na podstawie decyzji Przewodniczącego KRRiT nastąpiło przejście uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)	80
Załącznik nr 6: Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozszewczy satelitarny	81
Załącznik nr 7: Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w radiowych Koncesjach naziemnych.....	82
Załącznik nr 8: Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w koncesjach satelitarnych	84
Załącznik nr 9: Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe)	86
Załącznik nr 10: Wykaz podmiotów, którym w 2013 r. udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji (na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa).....	90
Załącznik nr 11: Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego	91
Załącznik nr 12: Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego.....	94
Załącznik nr 13: Wykaz decyzji w sprawie uchylecia, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego	94
Załącznik nr 14: Wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie zmian, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego	95
Załącznik nr 15: Wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie przejścia uprawnień dla podmiotów rozpowszechniających program w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego	96

WSTĘP

Szanowni Państwo,

Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2013 roku wraz z Informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji dotyczy przełomowego okresu dla polskiego rynku mediów audiowizualnych.

Po pierwsze

W roku jubileuszu dwudziestolecia polskiego rynku mediów elektronicznych, działających na podstawie ustawy z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii

i telewizji, która zaczęła obowiązywać od 1 marca 1993 r., zakończył się siódmy i jednocześnie ostatni etap wyłączeń nadajników telewizji analogowej. Ostatni, naziemny nadajnik analogowy wyłączono 23 lipca w Giżycku. Od tego dnia na terenie całej Polski odbiór naziemny programów telewizyjnych był możliwy tylko w sposób cyfrowy. Ten etap cyfryzacji objął ponad 2 mln mieszkańców z 220 gmin w 7 województwach: dolnośląskim, podkarpackim, warmińsko-mazurskim, mazowieckim, podlaskim, lubelskim i lubuskim.

Trochę o długiej historii NTC w Polsce ...

Przełomowe wydarzenie to powołanie 17 maja 1993 r. Polskiego Forum DVB, które uruchomiło nadajnik cyfrowy. KRRiT objęła ten eksperyment patronatem. W uchwale z 22 lutego 2000 r. KRRiT wskazała programy na pierwszym, próbnym multipleksie (TVP 1, TVP 2, Polsat, TVN). Testowa emisja w standardzie DVB-T rozpoczęła się w Warszawie 9 listopada 2001 r. Wtedy też KRRiT ogłosiła *Strategię rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji w Polsce* – pierwszy dokument poświęcony emisji cyfrowej, a rząd przyjął dokument e-Polska: *Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce na lata 2001-2006*, w którym za cel przyjęto zaprzestanie emisji analogowej w latach 2010-2015. Powołano Międzyresortowy Zespół ds. Wprowadzenia Telewizji i Radiofonii Cyfrowej w Polsce, który opracował *Strategię przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej*, przyjętą 4 maja 2005 r. przez rząd. W 2007 r. Zespół ogłosił projekt *Planu wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w standardzie DVB-T* oraz założenia do projektu tzw. ustawy cyfryzacyjnej. Prace legislacyjne jednak przedłużały się. KRRiT wspólnie z Prezesem UKE rozpoczęła własną próbę uruchomienia konwersji w oparciu o istniejący stan prawny. Projekty opracowane przez Prezesa UKE nie uzyskały akceptacji. KRRiT 29 października 2008 r. przedstawiła swoją koncepcję: multipleks pierwszy dla nadawców naziemnych, ogólnopolskich i ponadregionalnych ze wspólnie wybranym operatorem. Multipleks drugi - trzy nowe programy w tym program regionalny, wybrane w postępowaniu koncesyjnym. KRRiT 27 lutego 2009 r. opublikowała ogłoszenie, które rozpoczęło proces koncesyjny. Koncesje spółek POLSAT, Polskie Media, TVN i PULS 31 lipca zostały rozszerzone o emisję cyfrową DVB-T. Telewizja Polska decyzję rezerwacyjną otrzymała 30 września, ale nie udało się wybrać operatora technicznego. Równoległe KRRiT razem z UKE przygotowywała *Dokumentację konkursową na rezerwację częstotliwości w multipleksie drugim*. Międzyresortowy Zespół kontynuował zaś prace nad projektami *Planu wdrażania telewizji cyfrowej w Polsce* i założeń do projektu ustawy. KRRiT nie zrezygnowała z uruchomienia multipleksu pierwszego. Uzgodniono umieszczenie programów komercyjnych na multipleksie drugim. Telewizja Polska pozostałaby na multipleksie pierwszym z trzema programami. Pozostała część multipleksu pierwszego zostałaby zagospodarowana po przeprowadzeniu postępowania koncesyjnego dla nowych nadawców, zaś część multipleksu drugiego zapełniłyby programy dodatkowe nadawców komercyjnych (tzw. programy bonusowe). Nową decyzję wydano 11 czerwca 2010 r. Przewodniczący KRRiT skierował do Rządowego Centrum Legislacji trzy ogłoszenia na programy z multipleksu pierwszego i drugiego. Brak kontrasygnaty ze strony Prezesa UKE oraz nieprzyjęcie rocznego sprawozdania z działalności KRRiT spowodowały odmowę publikacji. Od 4 sierpnia 2010 r. rozpoczęła się kadencja nowego składu KRRiT.

Po drugie

Radiofonia publiczna wychodząc naprzeciw oczekiwaniom odbiorców rozpoczęła cyfrową emisję swoich programów. Tradycyjne częstotliwości analogowe w paśmie FM zostały wyczerpane. Wzorem nadawców publicznych w innych krajach Polskie Radio wraz z rozgłośniami regionalnymi, stało się prekursorem procesu cyfryzacji. Polskie Radio 1 października 2013 r. rozpoczęło stałą emisję cyfrową w Warszawie i Katowicach.

Technologia DAB+ rozpoczęta w segmencie publicznym to początek zainicjowanego przez KRRiT procesu cyfryzacji całego rynku radiofonii w Polsce.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po analizie różnych aspektów tego procesu, także w innych krajach oraz po przeprowadzeniu konsultacji społecznych uznała, iż jest to proces nieunikniony, chociaż trudny i złożony czego dowodem są m.in. liczne dyskusje na ten temat, również na forum parlamentarnym. W KRRiT pod przewodnictwem Zastępcy Przewodniczącego KRRiT Witolda Grabosia rozpoczął prace stały zespół roboczy, w pracach którego uczestniczą nadawcy i inne zainteresowane podmioty, np. reprezentujący branżę produkującą sprzęt radiowy.

Co to jest radio cyfrowe DAB+?

Radio cyfrowe jest zaawansowaną technologicznie odpowiedzią na stały wzrost oczekiwań wobec radiofonii FM. Przepiętnie częstotliwości tradycyjnego radia analogowego oraz rosnące wymagania względem przekazu radiowego, szczególnie w zakresie jakości sygnału, zdecydowały o rozwoju i popularyzacji nowej technologii radiofonii cyfrowej DAB+ (Digital Audio Broadcasting Plus). DAB+ umożliwia emisję dźwięku cyfrowego, oferując szereg dodatkowych usług, jak przesyłanie opisów, obrazów, informacji o ruchu drogowym dla systemów nawigacji i innych. Jest to optymalna platforma odbioru sygnału w pojazdach, nawet przy dużych prędkościach – bez uszczerbku dla jakości przekazu.

Decydując się na radio cyfrowe poszerzamy zestaw ulubionych stacji o nowe kanały, technologicznie niedostępne dla tradycyjnych odbiorników FM. Radio cyfrowe udostępnia słuchaczom szeroką ofertę nowych programów, w szczególności dodatkowe kanały tematyczne dla miłośników określonych gatunków muzyki, entuzjastów sportu, pasjonatów historii. Szeroka gama produkowanych urządzeń pozwoli wybrać odbiornik, dobrany pod konkretne potrzeby i oczekiwania. Niektóre posiadają tuner internetowy, inne oferują stacje dokujące dla iPodów, jeszcze inne wyposażono w opcję nagrywania programów. Użytkownicy smartfonów mogą zaopatrywać się w specjalne nakładki, które pozwalają odbierać sygnał cyfrowej radiofonii w telefonach komórkowych. Hybrydowe odbiorniki cyfrowe DAB+ umożliwiają także odbiór tradycyjnych fal analogowych FM. (<http://dab.polskieradio.pl>)

Po trzecie

W związku z dokończeniem implementacji dyrektywy 2010/13/EU o audiowizualnych usługach medialnych do ustawowych kompetencji KRRiT w 2012 r. włączone zostały zadania w zakresie

regulowania i monitorowania usług na żądanie (VoD). Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji weszła w życie 28 lutego 2013 r.

Ustawa o VoD ...

Do tej pory – w przeciwieństwie do tradycyjnych usług telewizyjnych – usługi VoD nie były w polskim prawie ściśle regulowane. Ustawa ustala obowiązki i obciążenia przedsiębiorców na – co warto podkreślić – najmniejszym możliwym poziomie wskazywanym przez dyrektywę unijną. Dotyczy ona polskich firm, których celem działalności gospodarczej jest udostępnianie audiowizualnych audycji na żądane. Regulacją objęte więc zostaną podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą polegającą na udostępnianiu audycji audiowizualnych w celach zarobkowych. Ustawa nie dotyczy ani osób, które działalności gospodarczej nie prowadzą (a więc np. tych, którzy publikują w sieci swoje filmiki), ani firm, które np. reklamują swą działalność publikując filmy o tym, co robią, albo publikują instrukcje obsługi w formie filmów. Udostępnianie musi także być publiczne, czyli – przynajmniej potencjalnie – odbierane przez masowego, nieoznaczonego odbiorcę. Polskie firmy, których ustawa dotyczy, zostaną objęte m. in. wymogami dotyczącymi:

- przekazów handlowych (reklamy, sponsorowania, telesprzedaży, lokowania produktów),
- ochrony małoletnich przed potencjalnie szkodliwymi treściami,
- promowania audycji europejskich
- i zakazem propagowania nienawiści.

Wymogi te zostały jednak określone w sposób elastyczny i adekwatny do potrzeb i możliwości krajowych przedsiębiorców. Tak jak obecnie świadczenie audiowizualnych usług medialnych nie będzie wymagało żadnej rejestracji czy nawet zgłoszenia (<https://mac.gov.pl/aktualnosci/ustawa-o-VoD-weszla-w-zycie>).

Jak najkrócej można scharakteryzować miniony okres sprawozdawczy?

W naszej opinii 2013 r. trzeba uznać za okres ogromnych i spektakularnych zmian rynkowych, wywołanych trzema wskazanymi powyżej zjawiskami. Przede wszystkim obraz rynku zmieniła naziemna telewizja cyfrowa. Tzw. wielka czwórka (TVP1, TVP2, TVN, Polsat) straciły swoją przewagę, wynikającą z ogólnopolskiego zasięgu. Każda ze stacji na cyfrowych multipleksach ma obecnie taki sam zasięg. Nowe kanały telewizyjne cieszą się dużą popularnością, co z kolei wpłynęło na decyzje o rezygnacji z niektórych ofert proponowanych odpłatnie przez sieci telewizji kablowych.

Postęp techniczny i nowoczesne technologie powodują, że obraz rynku i sposób odbioru oferty programowej zmienia się w niezwykle szybkim

tempie. Oferowane treści docierają do odbiorcy coraz częściej bez pomocy klasycznych odbiorników rtv. Na rynku królują urządzenia mobilne. Rozwija się rynek usług VoD. Telewizja w sieci internetowej to wśród odbiorców coraz bardziej popularna forma poznawania programu, a optymistyczne jest to, iż z tej formy korzystają chętnie nie tylko ludzie młodzi.

Nowe możliwości, jakie niesie postęp i nowoczesne technologie w 2013 r. wkroczyły też do radiofonii. I chociaż proces cyfryzacji radia dopiero się rozpoczyna, a nadawcy komercyjni odnoszą się do tych zmian z rezerwą, to dalej nie można go odwlekać, gdyż cyfryzacja zapewnia radiu przyszłość i rozwój. Polskie Radio podjęło to wyzwanie i 1 października 2013 r. rozpoczęło stałą cyfrową emisję

swoich programów w Warszawie i Katowicach. Wkrótce na cyfrowej mapie radiowej pojawiać się będą nowe miejscowości.

Czego nie udało się zakończyć w 2013 roku?

Nie udało się przygotować i skierować do prac parlamentarnych projektu ustawy modernizującego system finansowania mediów publicznych. W bieżącym roku dla interesu publicznego w mediach to zadanie będzie mieć priorytetowe znaczenie, chociaż trzeba podkreślić, iż w procesie przygotowywania aktów prawnych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może pełnić tylko funkcje eksperckie. Mamy nadzieję, że nasze sugestie i postulaty poparte doświadczeniem wynikającym z praktyki oraz kontaktów i konsultacji z różnymi podmiotami działającymi na rynku medialnym, będą rozważone i wykorzystane w toku prac legislacyjnych. Polska radiofonia publiczna jest w 70-80 procentach finansowana z abonamentu. Telewizja publiczna w około dwudziestu. To jest o wiele za mało, aby oczekiwać, żeby właściwie pełniła swoją rolę społeczną. Zmiana sposobu finansowania w ocenie KRRiT, wbrew pozorom nie jest kwestią, która dotyczy tylko mediów publicznych. To zagadnienie dotyczy całego rynku. Przy stagnacji na rynku reklamy, a nawet spadku jego wartości i niedużych szansach na to, że rynek ten szybko będzie odbudowywał się w miarę wzrostu tempa rozwoju gospodarczego, możliwość pozyskiwania wpływów reklamowych przez telewizję publiczną rzutuje wprost na możliwości rozwoju rynku komercyjnego. Z tego powodu model finansowania mediów publicznych i właściwe opisanie ich zadań jest ważnym i pilnym zagadnieniem do rozwiązania w bieżącym roku.

Warto jednak podkreślić, że pomimo tego, iż sytuacja finansowo-ekonomiczna mediów publicznych wymaga pilnej zmiany, to 2013 rok był kolejnym okresem stabilnej pracy statutowych organów powołanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji obecnej kadencji we wszystkich 19 spółkach.

Ta stabilizacja sprzyjała utrzymywaniu standardów jakościowych, co potwierdziły kontrole

przeprowadzane przez KRRiT, w szczególności wykonywane w trakcie procedury zawierania porozumień programowo-finansowych – instytucji prawnej wprowadzonej w nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji w 2010 roku, która spowodowała, iż KRRiT stała się współodpowiedzialna za określanie zadań misyjnych, a finansowanie zmieniło swój charakter z podmiotowego na zadaniowy. Ta zmiana relacji pomiędzy regulatorem a mediami publicznymi powoduje, iż po raz drugi do dokumentów sprawozdawczych dołączamy aneks zawierający opis pracy 19 spółek publicznej radiofonii i telewizji.

Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2013 roku zostało przyjęte jednogłośnie uchwałą nr 93/2014 z 11 marca 2014 r. i jest dostępne na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

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*. Zadania KRRiT zaplanowane do realizacji w następnych trzech latach (2014-2016) przedstawiony jest z kolei w nowej *Strategii regulacyjnej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w latach 2014 -2016*.

Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2014-2016 jest dostępna na stronie internetowej KRRiT www.krrit.gov.pl

Przewodniczący KRRiT
/-/ Jan Dworak

I. KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI W LICZBACH

W 2013 roku KRRiT podczas **59** posiedzeń przyjęła **597** uchwał, przede wszystkim w związku z prowadzonymi postępowaniami koncesyjnymi. W celu wyjaśnienia bądź omówienia problemów z dziedziny mediów audiowizualnych KRRiT zorganizowała **35** spotkań z nadawcami oraz innymi podmiotami działającymi na rynku mediów.

Do publicznej wiadomości KRRiT podała **9** stanowisk oraz **5** innego rodzaju wypowiedzi w sprawach ważnych dla rynku mediów audiowizualnych przekazanych w formie oświadczeń, komunikatów i apeli. Z upoważnienia KRRiT opublikowanych zostało ponad **170** komunikatów prasowych informujących o wszystkich istotnych aspektach działalności KRRiT oraz zdarzeniach i zjawiskach, które miały miejsce w okresie sprawozdawczym.

KRRiT przyjęła i przekazała do publikacji **8** rozporządzeń, a rozpoczęła prace nad **3** projektami rozporządzeń. W ramach udziału w procesie legislacyjnym w dziedzinie radiofonii i telewizji KRRiT na wnioski właściwych organów państwa opiniowała **5** projektów ustaw oraz **14** umów międzynarodowych.

W okresie sprawozdawczym do kancelarii KRRiT wpłynęło około **135 tys.** listów. W sprawach skarg i wniosków wpłynęło ponad **13 tys.** wystąpień, z czego ponad **7 tys.** przesłano pocztą elektroniczną w ramach protestów zbiorowych m.in. dotyczących treści reklamy napoju Hoop Cola (porównaj rozdział V, punkt 5.24).

Wydatki KRRiT wyniosły **20,5 mln zł.** Z tytułu działalności KRRiT dochody dla budżetu państwa wyniosły ponad **43 mln zł** czyli o blisko **80%** więcej niż zakładano w ustawie budżetowej.

Z tytułu opłat koncesyjnych (koncesje radiowe, telewizyjne, koncesje w sieciach telewizji kablowych, opłaty prolongacyjne oraz wpisy do rejestru programów) wpływy wyniosły łącznie ponad **42,7 mln zł.** Był to w całości dochód budżetu państwa.

Przewodniczący KRRiT wydał 9 decyzji o nałożeniu kar na nadawców w łącznej wysokości **566,5 tys. zł,** w tym za naruszenia działalności reklamowej i sponsorskiej Przewodniczący KRRiT nałożył **3** kary finansowe na łączną kwotę **35 tys. zł.**

Nadawcom publicznym KRRiT przekazała **650 mln zł** wpływów abonamentowych. Telewizja Polska otrzymała ponad **282 mln zł,** Polskie Radio – blisko **194 mln zł,** rozgłośnie regionalne Polskiego Radia – blisko **174 mln zł.** Wymienione kwoty zostały przekazane na realizację zadań wykazanych w planach programowo – finansowych uzgodnionych z KRRiT.

Przewodniczący KRRiT wydał **4** decyzje na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozszewcą naziemną w sposób cyfrowy w multiplexie pierwszym. Programy mają charakter wyspecjalizowany: dla dzieci w wieku 4-12 lat oraz ich rodziców i wychowawców, edukacyjno-poznawczy, filmowy i społeczno-religijny.

Opublikowanych zostało **20** ogłoszeń o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą rozszewcą naziemną. Przewodniczący KRRiT wydał decyzje w sprawie udzielenia **4** nowych i rozszerzenia **5** koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób analogowy rozszewczy naziemny. W przygotowywaniu po podjęciu uchwał przez KRRiT znajdują się kolejne decyzje dotyczące udzielenia **4** nowych oraz rozszerzenia **4** naziemnych koncesji radiowych.

KRRiT rozpatrzyła wnioski dotyczące udzielenia koncesji satelitarnych. Nadawcy telewizyjni otrzymali **9** nowych koncesji, a nadawcy radiowi **2** koncesje.

KRRiT wydała **46** decyzji w sprawie tzw. rekonesji programów radiowych i telewizyjnych. W sprawie zmiany warunków technicznych, dzięki którym został zwiększony zasięg nadawania programów radiowych, KRRiT wydała **21** decyzji.

W **80** koncesjach nastąpiły zmiany programowe. W koncesjach na nadawanie programów radiowych zdecydowana większość dotyczyła modyfikacji w zakresie zmian nazwy programu.

Również w koncesjach na nadawanie programu telewizyjnego ponad połowa zmian dotyczyła zmiany nazwy programu.

KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień z tytułu wykonywania koncesji na inny podmiot w **17** przypadkach.

Na wniosek nadawcy w **3** przypadkach Przewodniczący KRRiT wydał decyzje w sprawie uchylenia koncesji.

Przewodniczący KRRiT wydał **7** decyzji o rozłożeniu na raty opłaty koncesyjnej na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa oraz **7** decyzji o rozłożeniu na raty opłaty koncesyjnej na wniosek nadawcy w oparciu o przepisy ustawy o radiofonii i telewizji.

Wydano **25** koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego (sieciach kablowych).

Do rejestru programów rozprowadzanych wpłynęło **347** zgłoszeń, na podstawie których wydano **371** postanowień o wpisie do rejestru.

Sprawdzono przestrzeganie przepisów regulujących ochronę małoletnich w **8** programach telewizyjnych (łącznie ponad **280** godzin emisji). Udział audycji z udogodnieniami odbioru dla osób z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu sprawdzono w **85** programach telewizyjnych (łącznie **363** formularze sprawozdawcze). Analizie poddano udział piosenki polskiej w **327** programach radiowych (łącznie **3802** sprawozdań miesięcznych). Dokonano **330** kontroli kwartalnych sprawozdań dotyczących nadawania audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, audycji europejskich, audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych oraz audycji wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie **5** lat przed rozpowszechnieniem w **85** programach telewizyjnych. Na podstawie monitoringu skontrolowano realizację innych zadań ustawowych oraz zadań koncesyjnych w **35** programach (**12** telewizyjnych i **23** radiowych). Sporządzono **71** raportów i analiz dotyczących wskaźników oglądalności programów telewizyjnych oraz

16 analiz wskaźników słuchalności programów radiowych.

Kontrolą w zakresie reklamy i sponsoringu objęto **27** programów radiofonii publicznej, **5** programów telewizji publicznej (**10** kontroli), **32** programy telewizji kablowej oraz **285** programów koncesjonowanych nadawców radiowych i **37** programów koncesjonowanych nadawców telewizyjnych (**69** kontroli). Podjęto działania interwencyjne w zakresie reklamy i audycji sponsorowanych w **7** przypadkach dotyczących programów telewizji publicznej oraz **8** telewizyjnych programów koncesjonowanych i **5** radiowych.

Kontrolą w zakresie realizacji przepisów dotyczących audiowizualnych usług medialnych na żądanie objęto **21** dostawców usług medialnych, przeprowadzono łącznie **44** monitoringi. Działania interwencyjne w zakresie ochrony małoletnich wdrożone zostały w **12** przypadkach.

W związku z umarzeniem i rozkładaniem na raty zaległości z tytułu opłat abonamentowych wpłynęło do KRRiT prawie **87 tys.** nowych wniosków. Rozpatrzonych zostało ponad **34 tys.** wniosków w pierwszej instancji, z tego blisko **22,6 tys.** abonentów-dłużników z lat 2008-2012 oraz prawie **11,7 tys.** wniosków nadesłanych w 2013 roku. Rozpatrzono także blisko **200** wniosków w drugiej instancji. Na podstawie kryteriów wskazanych w ustawie KRRiT umorzyła zaległości abonamentowe na łączną kwotę ponad **21 mln zł** oraz rozłożyła na raty około **16 mln zł**.

Stronę internetową KRRiT www.krrit.gov.pl odwiedziło prawie **675 tys.** użytkowników, generując ponad **2,2 mln** odsłon.

II. GŁÓWNE ZADANIA WEDŁUG STRATEGII REGULACYJNEJ NA LATA 2011-2013

2.1 Miniony rok sprawozdawczy był ostatnim okresem obowiązywania *Strategii regulacyjnej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na lata 2011-2013*, której integralną częścią jest ramowy harmonogram wykonania głównych zamierzeń. Poniżej przedstawione zostały krótkie informacje o stanie wykonania najważniejszych prac.

Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych – audiowizualne usługi na żądanie (VoD)

2.2 Praktyczna implementacja dyrektywy nastąpiła 28 lutego 2013 r. kiedy weszła w życie nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji regulująca audiowizualne usługi na żądanie. Wraz z tą nowelizacją zaczęło obowiązywać rozporządzenie KRRiT 5 lutego 2013 r. o ochronie małoletnich w usługach na żądanie (VoD).

Przeprowadzenie procesu implementacji należało do kompetencji organów administracji rządowej: Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministra Administracji i Cyfryzacji. Podkreślić trzeba, iż nowelizacja dotycząca usług VoD została przygotowana w myśl zasady minimum regulacji, ale i tak spotkała się z falą krytyki, iż ogranicza wolność Internetu. To teza błędna. Nowelizacja dotyczy tych polskich firm, których celem działalności gospodarczej (zarobkowej) jest udostępnianie audiowizualnych audycji na żądanie. Działalność gospodarcza jako cel i źródło zarobku to podstawowa różnica pomiędzy usługami VoD a umieszczaniem w sieci innych materiałów filmowych, zarówno przez osoby jak i firmy, które na przykład reklamują swoje towary. Udostępnianie musi być publiczne, czyli - przynajmniej potencjalnie – odbierane przez masowego, odbiorcę.

2.3 Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji aktywnie uczestniczyła we wszystkich pracach związanych

z implementacją dyrektywy na każdym etapie tego procesu. Bezpośrednim obowiązkiem KRRiT było opracowanie i skierowanie do promulgacji rozporządzeń wykonawczych do ustawy implementacyjnej.

Łącznie w czasie procesu implementacji Krajowa Rada przygotowała i przekazała do publikacji, począwszy od 2011 roku 11 rozporządzeń wykonawczych. Dwa ostatnie rozporządzenia, które zakończyły proces przygotowywania wykonawczych aktów prawnych o charakterze obligatoryjnym zostały opublikowane w końcu 2012 r. oraz w lutym 2013 r.

- w Dzienniku Ustaw z 14 grudnia 2012 r. opublikowane zostało rozporządzenie KRRiT z 6 grudnia 2012 r. *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 rozporządzenia został ustawowo przedłużony do 1 stycznia 2013 r.);
- w Dzienniku Ustaw z 13 lutego 2013 r. opublikowane zostało rozporządzenie KRRiT z 5 lutego 2013 r. *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. W KRRiT prowadzone są prace przygotowawcze zmierzające do wykonania ustawowych upoważnień fakultatywnych, które dotyczą niżej wymienionych wykonawczych aktów prawnych:

- 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 wydawanego w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw informatyzacji *w sprawie szczegółowych warunków, jakim odpowiadać muszą zabezpieczenia techniczne lub inne odpowiednie środki, mające na celu ochronę małoletnich przed odbiorem audycji lub innych przekazów, o których mowa w art. 18 ust. 4 w audiowizualnych usług medialnych na żądanie.*

Ustawa wprowadziła ograniczenia w dostępie do treści, o których mówi art.18 .ust.4, a więc tych, które nigdy nie mogą być pokazywane w telewizji. Krajowa Rada, działając w porozumieniu z Ministrem Administracji i Cyfryzacji, będzie mogła wydać rozporządzenie.

Porównaj informacje na temat prac legislacyjnych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, które znajdują się w rozdziale III.

Konwersja cyfrowa telewizji i radiofonii

2.4 Pierwszy etap wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce został przeprowadzony zgodnie z postanowieniami ustawy z 30 czerwca 2011 r. oraz planem przyjętym 4 czerwca 2010 r. Plan określił poszczególne etapy wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej oraz ustalił termin wyłączenia telewizji analogowej w Polsce, co nastąpiło 23 lipca 2013 r. Cele kolejnych etapów to m.in. uzupełnienie zasięgu multipleksu trzeciego przeznaczanego dla telewizji publicznej oraz multipleksu telewizji mobilne (MUX4). W dalszych etapach wdrażanie naziemnej telewizji cyfrowej łączyć się będzie z uruchamianiem kolejnych multipleksów zgodnie z planem zagospodarowania częstotliwości zarezerwowanych dla Polski w Planie Genewa 2006. W listopadzie 2013 r. Prezes UKE opublikował ogłoszenie o dostępności częstotliwości, które mogą być wykorzystane na potrzeby telewizji cyfrowej DVB-T na obszarze całego kraju. Liczba chętnych przewyższyła liczbę dostępnych zasobów. W uzgodnieniu z Przewodniczącym KRRiT Prezes UKE ma obowiązek ogłosić konkurs.

2.5 W połowie 2013 r. Prezes UKE ogłosił konsultacje w sprawie zagospodarowania tzw. drugiej dywidendy cyfrowe (częstotliwości z zakresu 694 – 790 MHz czyli tzw. pasmo 700). Konsultacje nie przyniosły wyraźnego rozstrzygnięcia co do sposobu wykorzystania tych zasobów. KRRiT w konsultacjach zgłosiła stanowisko popierające przeznaczenie drugiej dywidendy cyfrowej w całości na usługi radiodfuzyjne m.in. z uwagi na potrzeby rozwojowe naziemnych nadawców telewizyjnych, w tym telewizji publicznej.

2.6 Ustawa o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej stanowi, iż nie później niż do 28 kwietnia 2014 r. Telewizja Polska mogłaby rozpowszechnić programy w pierwszym multipleksie. W praktyce tzw. zejście z multipleksu pierwszego na trzeci nastąpiło wcześniej. Od 15 lutego 2014 r. na multipleksie pierwszym dostępne są programy: TV Trwam oraz TVP ABC, a od 15 marca 2014 r. dostępny będzie program filmowy Stopklatka TV. Pozostałe programy Telewizji Polskiej są rozpowszechniane z wykorzystaniem częstotliwości multipleksu trzeciego.

W procesie konwersji cyfrowej spełnione zostało ustawowe założenie aby sygnałem multipleksu pierwszego do 31 lipca 2013 r. pokryć terytorium Polski, na którym zamieszkuje co najmniej 95 % ludności. Zasięg multipleksu drugiego osiągnął z końcem grudnia 2012 r. pokrycie 97% populacji kraju. Pełne uruchomienie stacji multipleksu trzeciego było możliwe po wyłączeniu emisji analogowej. Po zakończeniu procesu cyfryzacji telewizji pod koniec 2013 r. oszacowana została liczba ludności pozbawiona dostępu do sygnału telewizji cyfrowej:

- MUX 1 - 490 tys. osób (1,3 % populacji);
- MUX 2 - 581 tys. osób (1,5%);
- MUX 3 - 214 tys. osób (0,57%).

Kontynuowanie pomiarów jest niezbędne zważywszy, że w szczególności rejony górskie charakteryzują się dużą liczbą przemienników, uzupełniających zasięgi stacji dużych mocy. Pomiarów pozwolą określić luki w pokryciu zasięgiem obszarów górskich i przesądzą o konieczności uruchomienia stacji doświetlających.

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

2.7 Po rozstrzygnięciu konkursu na zagospodarowanie multipleksu pierwszego naziemnej telewizji cyfrowej, KRRiT rozpoczęła prace związane z przygotowaniem konkursu na kolejne cztery miejsca w tym multipleksie.

Przed publikacją ogłoszeń KRRiT przeprowadziła konsultacje społeczne.

Cztery ogłoszenia dotyczące postępowań w sprawie możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsyłczą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale multipleksu pierwszego, zostały opublikowane 27 grudnia 2012 r. w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej Monitor Polski. 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. Termin nadsyłania wniosków ustalony na 60 dni od daty opublikowania ogłoszeń w Monitorze Polskim upłynął 25 lutego 2013 r.

Więcej informacji na temat postępowań w sprawie możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsyłczą naziemną w sposób cyfrowy w sygnale multipleksu pierwszego znajduje się w rozdziale IV.

2.8 W 2013 r. były przeprowadzone prace związane z opracowaniem planu konwersji lokalnych nadawców telewizyjnych, rozpowszechniających program w sposób analogowy. Prace te były prowadzone wspólnie z Prezesem UKE, który przygotował techniczne warunki zamiany koncesji.

W 2014 r. KRRiT przeprowadzi konkursy dotyczące uzyskania prawa do rozszerzenia koncesji na program telewizyjny lokalny o prawo do rozpowszechniania programu w sposób cyfrowy naziemny.

2.9 Po zwolnieniu przez telewizję analogową dotychczas wykorzystywanego pasma częstotliwości zaistniały warunki do rozwoju radiofonii cyfrowej. Do procesu konwersji przystąpiły jako pierwsze spółki radiofonii publicznej, które od 1 października 2013 r. rozpoczęły nadawanie programów w systemie DAB+.

KRRiT w 2013 r. z udziałem nadawców publicznych, komercyjnych i innych zainteresowanych podmiotów rozpoczęła intensywne prace, których celem jest skuteczne przeprowadzenie konwersji analogowo-cyfrowej. W pracach tych KRRiT wykorzystuje bogate doświadczenia innych krajów oraz uczestniczy w gremiach, które podejmują dyskusję na ten temat, zarówno w kraju, jak i poza jego granicami, m.in. poprzez udział w obradach wyspecjalizowanych organizacji międzynarodowych (WorldDMB Forum), którego członkami są eksperci z całego świata z zakresu radiofonii cyfrowej.

KRRiT przygotowuje niezbędne analizy zmierzające do oceny możliwości rynkowych, technicznych, inwestycyjnych, społecznych, których wyniki posłużą do przygotowania dalszych założeń w celu skutecznego przeprowadzenia konwersji cyfrowej w polskiej radiofonii. Niezbędnym elementem tych prac stało się przygotowanie właściwej społecznej promocji radiofonii cyfrowej.

Na wniosek Polskiego Radia, w oparciu o decyzję KRRiT od 1 października 2013 r. w Warszawie i w Katowicach, rozpoczęła się stała emisja cyfrowa programów publicznej radiofonii w standardzie DAB+. Zakłada się, że w 2015 r. sygnał cyfrowy osiągnie 55,4% pokrycia ludnościowego Polski. W ofercie programowej będzie dostępnych dziesięć programów ogólnopolskich i po dwa programy regionalne na obszarze działania każdej ze spółek regionalnych, a także nastąpi wzrost pokrycia sygnałem Programu 2 PR i Programu 4 PR.

Koordinację działań podejmowanych w ramach procesu wdrażania radiofonii cyfrowej prowadzi zespół roboczy powołany w KRRiT, którego pracami kieruje Zastępca Przewodniczącego KRRiT Witold Graboś. W pracach zespołu uczestniczą m.in. nadawcy,

specjaliści reprezentujący różne dziedziny rynku radiowego, eksperci, przedstawiciele branżowych organizacji.

Media publiczne

2.10 W 2013 r. spółki mediów publicznych z wpływów abonamentowych otrzymały łącznie 650 mln zł. Wpływy abonamentowe osiągnęły poziom porównywalny do 2009 r. Telewizja Polska otrzymała 282 mln zł, Polskie Radio 194 mln zł, rozgłośnie regionalne radia publicznego 174 mln zł.

Stabilizacja finansowa mediów publicznych od dawna jest priorytetowym działaniem KRRiT. W Polsce jedynie około 10% wszystkich gospodarstw domowych terminowo wnosi opłatę abonamentową co powoduje, iż pod tym względem znajdujemy się na ostatnim miejscu wśród państw europejskich. Prawie połowa gospodarstw domowych łamiąc obowiązki prawne nie zarejestrowała odbiorników i pozostaje poza ewidencją oraz możliwością skutecznego dochodzenia należności, których publiczno-prawny charakter potwierdził Trybunał Konstytucyjny.

Jeszcze gorsze dane dotyczą osób prawnych. W Polsce istnieje ponad 2 mln małych przedsiębiorstw, a tylko nieco więcej niż 203 tys. firm zarejestrowało swoje odbiorniki rtv. Systematycznie natomiast zwiększa się grupa osób uprawnionych z różnych, łącznie 22 tytułów, do ustawowych zwolnień z opłat abonamentowych. Te dane potwierdzają, że abonament w coraz większym stopniu oparty jest na ściąganiu zaległości przez urzędy skarbowe w drodze egzekucji administracyjnej. To oznacza, iż jest to system niestabilny, który może ulec załamaniu.

W 2013 r. zdecydowane działania Poczty Polskiej i aparatu skarbowego pozwoliły egzekwować od abonentów zaległe opłaty za używanie odbiorników rtv. Środki te doraźnie zapobiegły załamaniu systemu finansowania, ale nadal są niewystarczające dla ich właściwego funkcjonowania, a w szczególności rozwoju mediów publicznych. Środki te tylko w części pokryły koszty realizacji zadań ustawowych: w Telewizji Polskiej w około 21%, w Polskim Radiu

w około 80%, a w rozgłoszeniach regionalnych średnio w 88%.

W ramach współpracy eksperckiej z resortami odpowiedzialnymi za realizowanie zadań z zakresu polityki audiowizualnej państwa, KRRiT przygotowała pakiet propozycji *de lege ferenda* zmierzających do modernizacji działania i finansowania mediów publicznych, co wiąże się z zamierzeniem strategicznym – przygotowaniem programu zmian w mediach publicznych służącego zaspokajaniu współczesnych potrzeb społecznych.

Porównaj informacje na temat sytuacji finansowo-ekonomicznej mediów publicznych, które znajdują się w rozdziale VI.

2.11 W 2013 r. nadawcy publiczni po raz trzeci sporządzali plany programowo-finansowe według rozwiązań wprowadzonych na podstawie nowelizacji z 6 sierpnia 2010 r.

W postępowaniu dotyczącym uzgadniania planów finansowo-programowych na 2014 r., 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 zaproponowała większy udział w programach słuchowisk, reportaży, dokumentów, spektakli teatralnych, audycji edukacyjnych adresowanych do młodzieży podejmujących m.in. problemy dotyczące kształcenia, rynku pracy, relacji międzyludzkich, kultury słowa, nowych technologii. KRRiT zaapelowała aby ze względu na przypadające w 2014 r. wybory do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządów terytorialnych – nadawcy uwzględnili w planach audycje służące edukacji obywatelskiej (m.in. debaty, audycje poradnicze, profrekwencyjne).

Spółki sporządziły plany finansowe określając koszty na poziomie zdecydowanie wyższym niż prognozowane wpływy z opłat abonamentowych. Swoje potrzeby nadawcy publiczni oszacowali następująco: TVP – 1 442 mln zł; Polskie Radio – 240 mln zł;

rozgłośnie regionalne łącznie – 192 mln zł, co daje w sumie kwotę 1 874 mln zł.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, prognozując na 2014 r. kwotę 650 mln zł, przydzieliła Telewizji Polskiej 354 mln zł (co stanowi 24% prognozowanych kosztów misji), Polskiemu Radiu 158 mln zł (co stanowi 66% kosztów misji), średnio na jedną rozgłośnie regionalną 8,1 mln zł (co stanowi średnio 72% kosztów misji). Są to środki niewystarczające. Większość nadawców na 2014 r. szacuje straty bilansowe – rozgłośnie regionalne od 0,1 do 2 mln zł.

2.12 Środki z opłat abonamentowych, przekazane nadawcom publicznym w 2013 r. były wyższe od prognozowanych o 249 mln zł. Pozwoliło to na sfinansowanie w większym stopniu zadań misyjnych publicznej radiofonii (w niektórych rozgłośniach regionalnych nawet w 100%). Przed rozpoczęciem procedury uzgadniania planów finansowo-programowych, KRRiT poinformowała nadawców o wstępnej prognozie wpływów na 2014 r. (650 mln zł) oraz przekazała sugestie co do oczekiwanych elementów programowych.

Biorąc pod uwagę wciąż niewystarczające wpływy z abonamentu, KRRiT ograniczyła finansowanie zadań inwestycyjnych tylko do potrzeb niezbędnych oraz zdecydowała o niefinansowaniu kosztów tworzenia i rozpowszechniania tzw. programów miejskich. KRRiT dostrzegła natomiast potrzebę finansowego wsparcia nadawców w tworzeniu tych elementów programu, które podnoszą jego jakość, zwiększają walor edukacyjny, a także uwzględniają ważne wydarzenia społeczne.

Porównaj informacje na temat planów programowo-finansowych mediów publicznych, które znajdują się w rozdziale VI, a także w aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne.

2.13 Konieczność zmiany dotychczasowej praktyki niejawnych ustaleń i powoływania rad nadzorczych na mocy partyjnych parytetów na rzecz przeprowadzania jawnych i otwartych konkursów dla kandydatów zgłoszonych przez organy kolegialne

uczelnialnych akademickich była podstawową przesłanką znalezienia 6 sierpnia 2010 r. ustawy o radiofonii i telewizji. W oparciu o te znalezienia rozwiązania KRRiT w 2011 r. po raz pierwszy wyłoniła członków rad nadzorczych w jawnych i otwartych konkursach. W 2013 r. w związku z upływem trzyletniej kadencji KRRiT ogłosiła drugi konkurs na członków rad nadzorczych mediów publicznych. Nowe rady nadzorcze rozpoczną działalność w połowie 2014 r. po odbyciu walnego zgromadzenia akcjonariuszy w każdej spółce. Postępowania konkursowe rozpoczęły się od publikacji 29 maja 2013 r. ogłoszeń na podstawie których organy kolegialne uczelnialnych akademickich do 30 października ubiegłego roku zgłaszały kandydatów dołączając zbiór dokumentów wymienionych w przepisach.

2.14 Łącznie do wszystkich 19 spółek publicznej radiofonii i telewizji organy kolegialne uczelnialnych akademickich zgłosiły 212 kandydatów, wśród których były 33 kobiety. Po dokonaniu formalnej oceny zgłoszeń, do drugiego etapu konkursu KRRiT zakwalifikowała 200 kandydatów (w tym 30 kobiet). W drugim etapie w oparciu o kryteria ustawowe KRRiT dokonała merytorycznej oceny zgłoszeń i wskazała 159 kandydatów, z którymi w trzecim etapie konkursu zostały przeprowadzone rozmowy kwalifikacyjne (w trakcie trzeciego etapu KRRiT otrzymała informację o zgonie jednego kandydata oraz rezygnacji dwóch kandydatów z dalszego udziału w konkursie). W rozmowach kwalifikacyjnych uczestniczyło 27 kobiet.

Postępowania konkursowe zostaną zakończone przed odbyciem walnych zgromadzeń akcjonariuszy w każdej z 19 spółek publicznej radiofonii i telewizji.

Szczegółowe dane dotyczące liczby kandydatów zgłoszonych do 19 spółek publicznej radiofonii i telewizji przedstawia tabela nr 1.

Tabela nr 1.

SPÓŁKA	Liczba zgłoszeń	Braki formalne	Kandydaci do II etapu	Kandydaci do III etapu	Przeprowadzone rozmowy kwalifikacyjne
TELEWIZJA POLSKA	38	4	34	17	17
POLSKIE RADIO	23	-	23	13	13
ROZGŁOŚNIE REGIONALNE	151	8	143	129	126
OGÓŁEM	212	12	200	159	156¹

SPÓŁKA	Liczba zgłoszeń	Braki formalne	Kandydaci do II etapu	Kandydaci do III etapu
RADIO BIAŁYSTOK	5	1	4	4
RADIO POMORZA I KUJAW	7	1	6	6
RADIO GDAŃSK	12	1	11	10
RADIO KATOWICE	9		9	9
RADIO KIELCE	10		10	10
RADIO KOSZALIN	9	2	7	7
RADIO KRAKÓW	13		13	10
RADIO LUBLIN	7	1	6	6
RADIO ŁÓDŹ	6	1	5	5
RADIO OLSZTYN	7	1	6	6
RADIO OPOLE	7		7	7
RADIO MERKURY (POZNAŃ)	9		9	9-2 (1 zmarł, 1 zrezygnował)

¹ Jeden kandydat zmarł przed przeprowadzeniem rozmowy kwalifikacyjnej (Radio Merkury), dwóch kandydatów zrezygnowało przed przeprowadzeniem rozmowy kwalifikacyjnej (Radio Merkury i Radio RdC).

RADIO RZESZÓW	8		8	8
RADIO SZCZECIN	4		4	4
RADIO DLA CIEBIE (WARSZAWA)	17		17	10-1 (1 zrezygnował)
RADIO WROCŁAW	8		8	8
RADIO ZACHÓD (ZIELONA GÓRA)	13		13	10
RAZEM	151	8	143	129-3

2.15 Kierując się zasadą transparentności w powoływaniu składów rad nadzorczych i zarządów, a także w trosce o wizerunek, zaufanie społeczne i pozycję rynkową mediów publicznych, Krajowa Rada w postępowaniu konkursowym stosowała postulaty zawarte w stanowisku z 6 grudnia 2011 r., w którym wskazane zostały podstawowe problemy związane z łączeniem różnych funkcji we władzach tych spółek.

W stanowisku KRRiT m.in. wskazała, iż nie jest właściwe pełnienie funkcji we władzach mediów publicznych przez czynnych polityków szczególnie tych, którzy pełnią funkcje polityczne z wyboru. Właściwym organem, w którym z mocy prawa możliwy jest udział przedstawicieli ugrupowań politycznych są rady programowe. Krajowa Rada opowiada się jednocześnie za zmianą sposobu powoływania rad programowych, tak aby ich członkowie uzyskiwali rekomendacje różnych środowisk społecznych i reprezentowali ich interesy w debacie o kształcie programowym mediów publicznych oraz działali zgodnie z kompetencjami szczegółowo określonymi w przepisach.

Stanowisko KRRiT z 6 grudnia 2011 r. jest dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

Prowadzone przez Krajową Radę postępowania konkursowe cechują ponadto niżej wskazane podstawowe zasady:

- współpraca KRRiT z organami kolegialnymi uczelni akademickich w zakresie zgłaszania kandydatur;

- położenie nacisku na kompetencje i praktyczne doświadczenie kandydatów oraz zerwanie z po przednio stosowaną polityczną zasadą wyboru;
- jawność, otwartość i przejrzystość realizowana m.in. poprzez możliwość przysłuchiwania się rozmowom kwalifikacyjnym przez akredytowanych dziennikarzy oraz stałą, bieżącą informację o przebiegu konkursów (odrębny dział informacyjny na stronie internetowej KRRiT).

2.16 Nowo powołane rady nadzorcze ogłoszą i przeprowadzą jawne i otwarte konkursy na członków zarządów spółek mediów publicznych. Kadencje zarządów upływają w 2015 r. Po analizie uwarunkowań prawnych oraz dotychczasowej praktyki działania zarządów, Krajowa Rada w stanowisku z 17 grudnia 2013 r. postanowiła rekomendować nowym radom nadzorczym powoływanie zarządów jednoosobowych. Podczas postępowania prowadzonego w 2011 r. rady nadzorcze dziewięciu regionalnych rozgłośni radia publicznego przedstawiły Krajowej Radzie wnioski o powołanie zarządów jednoosobowych, co zostało zaakceptowane. Ta praktyka, w opinii KRRiT, jest warta zastosowania również w spółkach Polskie Radio oraz Telewizja Polska. Upowszechnianie zasady jednoosobowych zarządów w publicznej radiofonii i telewizji będzie sprzyjać usprawnieniu funkcjonowania oraz prawidłowemu wykonywaniu ustawowo określonej misji.

Stanowisko KRRiT z 17 grudnia 2013 r. jest dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

2.17 Z perspektywy doświadczeń pierwszego oraz drugiego konkursu na członków rad nadzorczych i członków zarządów, KRRiT postuluje konieczność zreformowania niektórych rozwiązań prawnych. Do podstawowych postulatów KRRiT zalicza zniesienie obowiązku przeprowadzania pełnego postępowania konkursowego z udziałem uczelni akademickich w przypadku konieczności uzupełnienia składu rady nadzorczej (np. z powodu rezygnacji z członkostwa), co prowadzi do czasowego uniemożliwienia działania tego organu spółki, zgodnie bowiem z obecnym brzmieniem ustawy, rada musi działać w pełnym składzie. KRRiT postuluje, aby w przypadku uzupełniania składu rad w trakcie kadencji, uwzględnić możliwość zgłaszania kandydatur przez członków KRRiT spośród osób, które uzyskały rekomendacje wyższych uczelni i dotarły do ostatniego etapu procedury konkursowej. Jednocześnie należy uelastyczyć przepis dotyczący liczby członków rad nadzorczych.

2.18 W zakresie związanym z działalnością organów zarządczych mediów publicznych, Krajowa Rada rozwijała współpracę z Ministrem Skarbu Państwa, pełniącym funkcje walnego zgromadzenia akcjonariuszy. KRRiT zmierza do wypracowania jednolitego systemu wymiany informacji o pracach podejmowanych przez rady nadzorcze i zarządy, a także ustalenia kryteriów ocennych w zakresie działań tych organów, wyników finansowych, osiągnięć programowych oraz rozwoju technologicznego. Umożliwi to efektywną ocenę wszystkich spółek mediów publicznych, dając jednolity obraz osiągniętych wyników.

Stanowiska w ważnych sprawach publicznych

2.19 KRRiT rocznie podejmuje ponad 800 różnych decyzji koncesyjnych. Każda decyzja wydawana jest w oparciu o ustawę z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, w trybie określonym w Kodeksie postępowania administracyjnego i podlega kontroli sądowej.

Na przełomie lat 2012 i 2013 gwałtownie wzrosła liczba publikacji i wypowiedzi, zamieszczanych szczególnie na łamach *Naszego Dziennika*, w Radiu Maryja i Telewizji Trwam oraz wypowiedzi części duchowieństwa i środowisk politycznych, mających na celu dyskredytowanie KRRiT jako instytucji odpowiedzialnej za regulowanie, koncesjonowanie i kontrolę działalności nadawców. W związku z tymi publikacjami i wypowiedziami KRRiT przekazywała opinii publicznej swoje stanowiska odnoszące się do zarzutów stawianych KRRiT oraz informując opinię publiczną o rzeczywistym przebiegu postępowania koncesyjnego.

W stanowisku z 2 stycznia 2013 r. KRRiT m.in. poinformowała o najistotniejszych warunkach ogłoszonego 27 grudnia 2012 r. konkursu na tzw. cztery miejsca w sygnale multipleksu pierwszego oraz przypomniała podstawowe zasady prawne obowiązujące w trakcie wszystkich postępowań koncesyjnych, deklarując jednocześnie wolę współpracy i gotowość udzielania wyjaśnień, ale w sposób i w zakresie, który nie naruszy prawa.

W stanowisku z 17 stycznia 2013 r. KRRiT m.in. przedstawiła szczegółową informację o wielu działaniach sprawdzających podejmowanych przez różne organy państwa w związku z odmową przyznania Fundacji Lux Veritatis miejsca na multipleksie pierwszym. Zastosowanie tego szczególnego trybu wobec wniosku jednego tylko uczestnika konkursu koncesyjnego było zdarzeniem bez precedensu. Prowadzone postępowania wyjaśniające nie dały podstaw do wszczęcia dalszych procedur zmierzających do stwierdzenia naruszeń. Ponadto KRRiT oświadczyła, iż zgodnie z konstytucyjnymi zasadami równości oraz prawa do równego traktowania przez władze publiczne, wszyscy uczestnicy postępowania koncesyjnego mają równe prawa. Fundacja Lux Veritatis to jeden z prywatnych przedsiębiorców starających się o koncesję. Każdy wniosek koncesyjny Fundacji, niezależnie od wszelkich form nacisków oraz politycznej i medialnej presji, zostanie rozpatrzony przez KRRiT bez żadnych uprzedzeń, na takich samych, równych zasadach, jak pozostałych uczestników konkursu.

2.20 Stanowisko z 26 lutego 2013 r. szczegółowo odnosi się do przeprowadzonych we wrześniu 2012 r. transmisji meczów z udziałem reprezentacji Polski w systemie płatnej usługi *pay-per-view*, w sytuacji kiedy takie wydarzenia sportowe ustawa określa jako ważne i stanowi, iż nadawca może je 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 multiplexie pierwszym i drugim, dostępnych w całości bez opłaty i że żaden z nich nie wyraził gotowości zawarcia umowy. Dla oceny gotowości zawarcia umowy istotna jest ocena warunków negocjowanej umowy, a szczególnie czy zaoferowanie 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 (mecze reprezentacji Polski z reprezentacjami Czarnogóry i Mołdawii rozegrane 7 i 11 września 2012 r.) 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 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. Powiadomiona o takim podejrzeniu prokuratura wszczęła postępowanie, które umorzyła po przeprowadzeniu czynności wyjaśniających wobec niestwierdzenia naruszenia prawa.

KRRiT, podtrzymując pilną potrzebę wprowadzenia ustawowej definicji płatnej usługi medialnej *pay-per-view*, przygotowała pakiet propozycji *de lege ferenda*, w którym znajduje się również propozycja dotycząca tego społecznie ważnego zagadnienia

Porównaj informacje na temat usługi pay-per-view oraz prac w zakresie przygotowania listy ważnych wydarzeń, które znajdują się w dokumencie Strategia Regulacyjna KRRiT na lata 2014-2016 (patrz też rozdział III punkt 3.3).

2.21 W związku ze społeczną krytyką działań operatora platformy satelitarnej nc+ Krajowa Rada w stanowisku z 9 kwietnia 2013 r. kierując się ustawową zasadą ochrony interesu odbiorców uznała, że jednostronne zmiany wprowadzone w umowach z abonentami spółek Canal+ Cyfrowy i ITI Neovision po fuzji ich platform Cyfra + oraz n, nie uwzględniły potrzeb odbiorców i społecznych oczekiwań w zakresie korzystania z pluralistycznej zawartości mediów elektronicznych. Krajowa Rada dostrzega potrzebę budowania konsumenckiego rynku płatnych usług dostępu do programów telewizyjnych, który oferowałby większe możliwości wyboru pakietów programowych, a także indywidualnego decydowania o kolejności odbieranych programów. Brak szacunku dla odbiorców wyrażony jednostronnym narzuceniem woli przedsiębiorcy stał się przyczyną społecznego protestu m.in. poprzez profil protestacyjny na portalu społecznościowym Facebook.

Stanowiska Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

Działania na rzecz swobody wypowiedzi w mediach audiowizualnych

2.22 Latem 2013 r. KRRiT po raz kolejny zabrała głos wobec przemocy, której doświadczają dziennikarze wykonujący swoje powinności zawodowe. Po ataku na ekipę Telewizji Polsat podczas pielgrzymki Radia Maryja na Jasną Górę w 2010 r. i użyciu przemocy wobec dziennikarzy relacjonujących Marsz Niepodległości w 2011 r. Krajowa Rada w stanowisku z 12 sierpnia 2013 r. potępiła atak na redaktora Grzegorza Miecugowa, prowadzącego audycję „Szkło kontaktowe” w TVN24 podczas Przystanku Woodstock. KRRiT zaapelowała do organizacji zawodowych dziennikarzy o jednoznaczne potępienie agresji wobec dziennikarzy.

2.23 W listopadzie 2013 r. KRRiT wystosowała apel o poszanowanie konstytucyjnej zasady wolności słowa, a także prawa obywateli do informacji w związku z doniesieniami o wynikającym z polityki klubów parlamentarnych ograniczaniu posłom i senatorom dostępu do mediów. W opinii KRRiT wpływanie na redagowanie programu poprzez ograniczanie doboru zapraszanych gości to praktyka niewłaściwa, szkodząca jakości dyskursu społecznego.

Stanowiska Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

2.24 Przykładem innych działań podejmowanych przez KRRiT w 2013 r. na rzecz swobody wypowiedzi w mediach było przeprowadzenie analizy pod kątem obecności pluralizmu kulturowego w mediach audiowizualnych. W analizie zostały przedstawione zagrożenia dla istnienia pluralizmu kulturowego oraz omówione podstawowe warunki, których spełnienie świadczy o istnieniu pluralizmu kulturowego.

Do warunków świadczących o pluralizmie kulturowym należy m.in. wypełnianie przez media tzw. kwot ekranowych, realizacja wymogów zapewniających dostęp do mediów mniejszościom narodowym i etnicznym, funkcjonowanie mediów tzw. trzeciego sektora (media środowiskowe, obywatelskie),

zapewnienie dostępu do mediów osobom niepełnosprawnym. Kontrole nadawców przeprowadzone przez KRRiT potwierdziły realizowanie poszczególnych kwot. Przejawem pluralizmu kulturowego są audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych, nadawane w ich językach i redagowane przez ich przedstawicieli. Pluralizm kulturowy przejawiał się obecnością w mediach przedstawicieli mniejszości narodowych i etnicznych, choć zapewne nie zostały zaspokojone wszystkie oczekiwania tych środowisk. W polskim prawie nie ma pojęcia nadawcy środowiskowego określanego w prawie europejskim jako *niezależnego od instytucji rządowych, komercyjnych, politycznych i religijnych, działającego nie dla zysku*, opartego na pracy wolontariuszy. Jak wynika z konsultacji społecznych KRRiT, z uwagi na potwierdzoną potrzebę istnienia mediów tzw. trzeciego sektora, konieczne jest pojęcie pilnych prac ustawodawczych w tym zakresie.

Porównaj informacje na temat działań nadawców środowiskowych, które znajdują się w dokumencie *Strategia Regulacyjna KRRiT na lata 2014-2016*.

2.25 Ważnym przejawem pluralizmu jest umożliwienie dostępu do mediów audiowizualnych około 5 mln osób niepełnosprawnych żyjącym w Polsce. Do połowy 2014 r. będzie obowiązywało porozumienie nadawców zawarte 5 czerwca 2013 r. w sprawie sposobu realizacji obowiązków wynikających z art. 18a ustawy o radiofonii i telewizji dotyczących udogodnień w programach telewizyjnych dla osób z niepełnosprawnością wzroku i dla osób z niepełnosprawnością słuchu. Na audycje z audiodeskrypcją nadawcy będą przeznaczać kwartalnie 11 godzin w programach TVP1, TVP2, Polsat, TVN; w programach w TVP Polonia, TVP Kultura, TVP Historia, TVN 7, TV4, TV 6, Puls, Puls 2, TTV oraz ATM Rozrywka – 6 godzin. W programach regionalnych Telewizji Polskiej oraz w programie Polsat Sport News nadawcy zobowiązali się emitować co najmniej 10 godzin audycji z tłumaczeniem na język migowy. Zgodnie z porozumieniem informacja dotycząca udogodnień dla niepełnosprawnych powinna być umieszczana np.

na stronie internetowej nadawcy, czy w ogłoszeniach nadawcy promujących daną audycję. W drugiej połowie 2014 r. zaplanowana jest ocena realizacji porozumienia nadawców.

Analizy Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji są dostępne w pełnej wersji na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Wiedza i innowacje.

Porównaj informacje na temat kontroli udogodnień dla osób niepełnosprawnych, które znajdują się w rozdziale V.

Biuro KRRiT – otwarcie na interesariuszy, cyfryzacja, jakość pracy, edukacja medialna

2.26 Strategia Cyfryzacji Biura KRRiT przyjęta do realizacji w maju 2013 r. formułuje jako najważniejszy cel pełne otwarcie urzędu na interesariuszy. Temu celowi służy m.in. wprowadzenie systemu cyfrowego obiegu spraw i dokumentów oraz elektronicznej skrzynki podawczej. W obszarze planów strategicznych znalazły się trzy procesy: sprawy koncesyjne, sprawy abonamentowe oraz skargi i wnioski. Do 2016 r. wszystkie te obszary powinny być udostępnione w formie cyfrowej wraz z pełną obsługą podpisu elektronicznego. W Biurze KRRiT zrealizowano m.in. takie projekty informatyczne jak: budowa nowej bazy nadawców satelitarnych i naziemnych czy platforma do logowania dla dostawców audiowizualnych usług na żądanie.

2.27 Informacja, jaką wytwarza urząd powinna docierać do jak najszerszego grona zainteresowanych. Strona internetowa jest dziś głównym medium komunikacji instytucji państwowych z obywatelami. Zespół ds. Cyfryzacji przeprowadził prace nad realizacją postanowień rozporządzenia Rady Ministrów z 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych. W tym celu przeprowadzono audyt dostępności serwisu www.krrit.gov.pl i wdrożono wytyczne rozporządzenia. W latach kolejnych niezbędne będą zarówno działania

sprawdzające spójność strony z wymogami WCAG, jak i rozwijanie serwisów o nowe udogodnienia.

W urzędzie systematycznie prowadzony był program digitalizacji zasobów zgromadzonych w postaci nielektronicznej oraz udostępnianie posiadanych treści w postaci cyfrowej (z zachowaniem ochrony danych osobowych i ochrony praw autorskich). Realizacja tych zadań została rozpoczęta w 2013 r. i będzie kontynuowana w najbliższej dekadzie zgodnie z wytycznymi z uchwały z 5 lutego 2013 r. Rady Ministrów w sprawie przyjęcia Długookresowej Strategii Rozwoju Kraju. Polska 2030. Trzecia Fala Nowoczesności.

Od lutego 2013 r. na stronie internetowej KRRiT działa serwis „Drogowskaz Medialny”, a na portalu społecznościowym Facebook profil o tej samej nazwie. Służą one poszerzeniu informacji i edukowaniu: korzystający z serwisu otrzymuje informację o tym co, gdzie i kiedy dzieje się w edukacji medialnej, w jaki sposób można ją prowadzić, jak i czym badać oraz skąd czerpać inspiracje. Głównym celem tego serwisu jest usprawnianie przepływu treści dotyczących edukacji medialnej pomiędzy różnymi organizacjami, instytucjami i osobami prywatnymi.

2.28 KRRiT realizując założenie normy ISO 9001:2008 o ciągłym doskonaleniu rozszerzyła zakres systemu zarządzania jakością na procedury finansowo – księgowo. W ciągu 2013 r. zostały przeprowadzone audyty wewnętrzne, dzięki którym zweryfikowano aktualność procedur, a także stan procesów przebiegających w poszczególnych komórkach organizacyjnych. Pod koniec 2013 r. KRRiT pomyślnie przeszła pierwszy audit nadzoru przeprowadzony przez zewnętrzną jednostkę certyfikacyjną, co automatycznie potwierdziło ważność przyznanego w poprzednim roku certyfikatu ISO 9001:2008 w zakresie „*Udzielanie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych*”.

2.29 Wszystkie zadania urzędu były realizowane wraz z programem szkoleń dla pracowników Biura KRRiT. Kontynuowany był program podnoszenia kwalifikacji przez pracowników Biura KRRiT na studiach wyższych, podyplomowych i doktoranckich, a także

na kursie języka angielskiego z dofinansowaniem budżetowym (w 2013 r. łącznie prawie 170 tys. zł).

Zespół roboczy ds. cyfryzacji przeprowadził cykl szkoleń wewnętrznych, pogłębiających kompetencje cyfrowe. Zrealizowano także szkolenia z ochrony danych osobowych oraz szkolenie świadomościowe *Osoby niepełnosprawne a dostępność cyberprzestrzeni, zorganizowane we współpracy* z Fundacją Instytut Rozwoju Regionalnego.

2.30 Poprzez delegowanie swoich przedstawicieli KRRiT w 2013 r. brała udział w następujących gremiach lub współpracowała z nimi na zasadach eksperckich:

- Komitet Rady Ministrów do spraw Cyfryzacji
- Wspólna Komisja Orzekająca w sprawach o naruszenie dyscypliny finansów publicznych;
- Rada Języka Polskiego;
- Międzynarodowy Zespół Koordynacyjny Narodowego Programu Zdrowia;
- Rada ds. Diety, Aktywności Fizycznej i Zdrowia;
- Polska Rada Języka Migowego;
- Rada ds. Polityki Senioralnej;
- Polski Komitet Programu Informacja dla Wszystkich (IFAP) UNESCO.

Dochody i wydatki budżetowe KRRiT

2.31 Dochody, które KRRiT przekazała w 2013 r. do budżetu państwa wyniosły łącznie 43,3 mln zł, tj. około 79% powyżej kwoty określonej w ustawie budżetowej (24,2 mln zł). W zrealizowanych dochodach najwyższy udział miały wpływy z tytułu opłat za koncesje radiowe i telewizyjne, które wyniosły 41,7 mln zł i były wyższe o 93% od zaplanowanych (21,6 mln zł).

Na zwiększenie dochodów koncesyjnych per saldo o ponad 20,0 mln zł w 2013 r. wpłynął przede wszystkim:

1) wzrost dochodów o 21,7 mln zł z poniżej wskazanych przyczyn:

- braku pod koniec 2012 r. przepisów dotyczących naliczania opłat za udzielenie koncesji

(przepisy uchylone przez Trybunał Konstytucyjny).

Z tego powodu część koncesji z planowanym terminem płatności w 2012 r. zostało wydanych z opóźnieniem i z terminem płatności w 2013 r. – co dało wzrost o ponad 0,6 mln zł;

- wydania decyzji o ponownym naliczeniu opłaty w związku z wnioskami spółek Polskie Media oraz Telewizja Polsat po uchyleniu przez Trybunał Konstytucyjny dotychczasowych przepisów – wzrost o około 2,6 mln zł;
- wcześniejszego niż planowano wydania decyzji w sprawie rozstrzygnięcia konkursów na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w MUX-1 (rozszerzenie koncesji wydanych Fundacji Lux Veritatis oraz spółce Stopklatka – I rata za decyzje) – wzrost o ponad 2,6 mln zł;
- wcześniejszego niż planowano wydania decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w MUX-1 (koncesje wydane spółkom Telewizja Polsat oraz TVN) – wzrost o około 14,2 mln zł;
- wcześniejszej zapłaty czwartej raty za decyzję rozszerzającą o MUX-2 koncesję wydaną spółce Telewizja Puls – wzrost o 1,7 mln zł;

2) spadek dochodów – o około 1,7 mln zł z tytułu niezrealizowania zaplanowanej na 2013 r. opłaty za udzielenie spółce Inforadio koncesji na kolejny okres (Radio Tok FM - po wydaniu koncesji koncesjonariusz złożył wniosek o rozłożenie opłaty na raty; zapłacił w 2013 r. pierwszą ratę).

Największe wpłaty koncesyjne dokonane zostały przez:

- Telewizję Polsat – 16,8 mln zł,
- Polskie Media – 6,8 mln zł,
- Telewizję Puls – 3,3 mln zł,
- Grupę Radiową Agory – 1,6 mln zł,
- Stopklatkę TV – 1,3 mln zł,
- TVN – 1,3 mln zł,
- Fundację Lux Veritatis – 1,3 mln zł,
- Grupę ATM – 1,2 mln zł,
- Lemon Records – 1,1 mln zł,

- Stawkę – 1,1 mln zł,
- Radio ESKA – 1,1 mln zł,
- ESKA TV – 0,9 mln zł.

Do budżetu państwa odprowadzono także dochody uzyskane z tytułu:

- odsetek od nieterminowych wpłat przede wszystkim z opłat prolongacyjnych (z tytułu rozłożenia na raty opłaty za koncesje) – około 731 tys. zł;
- kar w większości z tytułu nieprzestrzegania ustawy o radiofonii i telewizji – 552 tys. zł²;
- wpisów z różnych opłat w kwocie około 302 tys. zł (w tym opłaty za wpisy do rejestru programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych i programów rozprowadzanych – ponad 288 tys. zł.).

2.32 Planowane średnioroczne zatrudnienie w KRRiT określone zostało na poziomie 139 etatów kalkulacyjnych: członkowie KRRiT 5 etatów kalkulacyjnych oraz Biuro KRRiT 134 etaty kalkulacyjne. W ramach 134 etatów uwzględniono 7 etatów na realizację rozszerzonych zadań KRRiT wynikających z ustawy z 12 października 2012 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji³ implementującej dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych w zakresie audiowizualnych usług na żądanie.

Zrealizowane zatrudnienie średnioroczne wyniosło około 132,2 etatu kalkulacyjnego (członkowie KRRiT - 5 etatów kalkulacyjnych, Biuro KRRiT - 127,2 etatu kalkulacyjnego, w tym 5,7 etatu kalkulacyjnego na zadania w zakresie VoD), tj. około 95% planu. Według stanu na 31 grudnia 2013 r. 13 osób

pracowało w Biurze KRRiT na stanowiskach kierowniczych.

2.33 W ustawie budżetowej na 2013 r. kwota wydatków budżetowych dla KRRiT określona została w wysokości 20 756 000 zł⁴. W ustawie o zmianie ustawy budżetowej z 27 września 2013 r. kwota wydatków budżetowych KRRiT została zmniejszona o 103 tys. zł, to jest do kwoty 20 653 000 zł. W 2013 r. na działalność KRRiT wydatkowano łącznie około 20,5 mln zł. Najważniejsze wydatki budżetowe KRRiT poniesione zostały na wynagrodzenia i pochodne od tych wynagrodzeń (składki na ubezpieczenia społeczne i Fundusz Pracy), które w 2013 r. wyniosły łącznie ponad 11,9 mln zł i stanowiły około 58% poniesionych wydatków ogółem. W ramach wydatków na wynagrodzenia z pochodnymi, wydatki na pracowników realizujących zadania w zakresie VoD wyniosły około 483 tys. zł, tj. 4%.

Poza wynagrodzeniami z pochodnymi największe płatności poniesiono na opłatę czynszu za wynajmowaną powierzchnię biurową – 1,9 mln zł, tj. 9,3% wydatków ogółem.

Inne ważniejsze płatności poniesione przez KRRiT dotyczyły:

- zakupu mebli biurowych, sprzętu technicznego, części zamiennych, materiałów biurowych i eksploatacyjnych itp. – 618 tys. zł, tj. 3,0%,
- wynagrodzeń bezosobowych (tj. wydatków na umowy zlecenia lub o dzieło z osobami fizycznymi) – 534 tys. zł, tj. 2,6%,
- badań tele/radiometrycznych oraz poziomu głośności reklam – 482 tys. zł, tj. 2,4%,

² Dochody z tytułu kar wniesione zostały przez: TVN – 300 tys. zł, Canal+ Cyfrowy – 120 tys. zł, ESKA Rock – 50 tys. zł, Telewizja Polska – 35 tys. zł, Grupę Radiową Agora – 6,5 tys. zł, Lemon Records – 10 tys. zł, ESKA TV – 10 tys. zł, Agencja Radiowo-Telewizyjna – 5,7 tys. zł, Kino Polska – 5 tys. zł, Warszawska Prowincja Redemptorystów – 4 tys. zł, Bemowo-Motors – 6,2 tys. zł (kara umowna).

³ Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 tej ustawy maksymalny limit wydatków KRRiT na wynagrodzenia osobowe na realizację zadań związanych z VoD w 2013 r. (wraz ze składkami na ZUS i Fundusz pracy) wynosił 539 tys. zł (w tym 454 tys. zł na wynagrodzenia osobowe).

⁴ Plan wydatków budżetowych KRRiT w 2013 r. uległ zmniejszeniu w porównaniu do zgłoszonych w projekcie budżetu KRRiT na 2013 r. potrzeb (w kwocie 22 159 000 zł), o 1 403 000 zł (tj. o ponad 6,3%), co spowodowane było przede wszystkim niższymi o 584 tys. zł określeniem limitu wydatków na rozszerzoną działalność KRRiT w zakresie VoD, w porównaniu do zgłoszenia (1 123 000 zł), koniecznością korekty (zmniejszenia o 322 tys. zł) wieloletniego planu finansowania budowy siedziby KRRiT na działce przy ul. Sobieskiego 101, jak również koniecznością dostosowania poziomu wydatków głównie na wynagrodzenia osobowe do przepisów wynikających z obowiązujących ustaw (ustawy o budżecie) oraz dostosowaniem pozostałych wydatków bieżących do aktualnych potrzeb.

- zakupów inwestycyjnych jednostek budżetowych – 432 tys. zł, tj. 2,1%
- organizacji konferencji – 385 tys. zł, tj. 1,9%
- zakupu usług biurowych, kancelaryjnych, archiwistycznych i innych – 384 tys. zł, tj. 1,9%
- zakupu usług obejmujących wykonanie ekspertyz, analiz i opinii – 377 tys. zł, tj. 1,8%
- opłat za usługi pocztowe – 324 tys. zł, tj. 1,6%
- usług informatycznych – 272 tys. zł, tj. 1,3%
- składek do organizacji międzynarodowych – 239 tys. zł, tj. 1,2%
- podróży służbowych krajowych i zagranicznych – 238 tys. zł, tj. 1,2%
- usług gospodarczych – 231 tys. zł, tj. 1,1%
- szkoleń, kursów i dopłat do studiów wyższych – 170 tys. zł, tj. 0,8%
- odpisów na Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych – 148 tys. zł, tj. 0,7%
- zakupu paliwa do samochodów służbowych – 138 tys. zł, tj. 0,7%
- wydatków inwestycyjnych związanych z budownictwem – 125 tys. zł, tj. 0,6%

2.34 W 2013 r. Krajowa Rada prowadziła intensywne działania mające na celu pozyskanie własnej siedziby, która spełniałaby warunki niezbędne dla właściwego funkcjonowania instytucji. W ramach prac związanych z budową siedziby KRRiT na własnej działce przy ul. Sobieskiego 101 wydatkowano na prace przygotowawcze 64,6 tys. zł. Prezydent Miasta Stołecznego Warszawy odmówiła wydania zaświadczenia stwierdzającego, że nie prowadzi postępowania, bądź nie toczy się postępowanie dotyczące zwrotu lub ustanowienia użytkowania wieczystego gruntu i zwrotu budynku na rzecz byłych właścicieli lub ich następców dawnej nieruchomości położonej przy ul. Sobieskiego 101. Z tego powodu KRRiT zrezygnowała z budowy siedziby. We wrześniu 2013 r. Przewodniczący KRRiT otrzymał propozycję przedstawioną przez Ministra Skarbu Państwa o możliwości przystosowania na potrzeby Krajowej Rady nieruchomości położonej przy ul. Senatorskiej 38 jako docelowej siedziby. Podjęto niezbędne działania w celu

pozyskania w trwały zarząd tej nieruchomości na stałą i docelową siedzibę KRRiT. Na harmonogram prac i opracowanie projektu przebudowy, renowacji, rozbudowy budynku wydatkowano łącznie 60,9 tys. zł. Z opinii sporządzonej na zlecenie KRRiT wynikało jednak, iż nieruchomość ta jest obciążona prawami osób trzecich. Przewodniczący KRRiT w styczniu 2014 r. odstąpił od procedury pozyskiwania obiektu w trwały zarząd z powodu ujawnionych tam roszczeń.

III. UDZIAŁ W TWORZENIU PRAWA

Rozporządzenia KRRiT

– obowiązujące i projektowane

3.1 W roku sprawozdawczym prace legislacyjne KRRiT dotyczyły jedenastu aktów wykonawczych, spośród których osiem niżej wymienionych rozporządzeń zostało opublikowanych w Dzienniku Ustaw:

- *Rozporządzenie z 5 lutego 2013 r. w sprawie szczegółowych 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.

- *Rozporządzenie z 26 lutego 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów oraz wzoru oświadczenia potwierdzających uprawnienia do zwolnień od opłat abonamentowych (Dz.U. poz. 379)*

Przepisy rozporządzenia wskazują dokumenty potwierdzające uprawnienie 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 z 16 kwietnia 2013 r. 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. 526)*

Rozporządzenie wprowadza nowy wzór sprawozdania kwartalnego z realizacji obowiązków przedstawienia przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców.

- *Rozporządzenie z 30 kwietnia 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie regulaminu konkursu na członków rad nadzorczych spółki „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna”, spółki „Polskie Radio-Spółka Akcyjna” oraz spółek radiofonii regionalnej (Dz.U. poz. 582)*

Rozporządzenie skraca do lat trzech wymagany dotychczas co najmniej pięcioletni okres posiadania doświadczenia zawodowego na stanowiskach związanych z działalnością gospodarczą, finansową, zarządzaniem, obsługą prawną, nadzorem właścicielskim, działalnością naukową lub działalnością twórczą w dziedzinie mediów przez kandydata na członka rady nadzorczej w spółkach publicznej radiofonii i telewizji.

- *Rozporządzenie z 7 maja 2013 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczanie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2014 r. (Dz.U. poz. 566)*

Rozporządzenie określa wysokość opłat abonamentowych w 2014 r. oraz zniżki za uiszczanie opłat abonamentowych z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc, uwzględniając prognozowaną liczbę osób korzystających z tych zniżek oraz konieczność zapewnienia pokrycia kosztów realizacji misji.

- *Rozporządzenie z 28 maja 2013 r. 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 (Dz.U. poz. 631)*

Rozporządzenie określa niższy niż wskazany w ustawie udział w programie telewizyjnym audycji z udogodnieniami odbioru dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz narządu słuchu oraz godziny rozpowszechniania tych audycji.

- *Rozporządzenie z dnia 8 października 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie czasu oraz ramowego podziału czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych, trybu postępowania dotyczącego podziału czasu, zakresu rejestracji oraz sposobu przygotowania i emisji audycji wyborczych w programach publicznej radiofonii i telewizji (Dz.U. poz. 1285)*

Rozporządzenie ma na celu dostosowanie terminów wyznaczonych na dokonanie czynności poprzedzających rozpowszechnianie nieodpłatnych audycji wyborczych w programach nadawców publicznych do terminów wskazanych w ustawie z 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (Dz.U. Nr 21, poz. 112, z późn. zm.).

- *Rozporządzenie z 19 grudnia 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów oraz wzoru oświadczenia potwierdzających uprawnień do zwolnień od opłat abonamentowych (Dz.U. z 2014 r. poz. 80)*

Rozporządzenie ma na celu dostosowanie występującej w załączniku terminologii do zmian wprowadzonych ustawą z 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. poz. 1529) tj. zastąpienie pojęcia „operatora publicznego” pojęciem „operatora wyznaczonego”.

3.2 KRRiT współuczestniczyła w wydaniu przez Ministra Administracji i Cyfryzacji dwóch aktów wykonawczych:

- *Rozporządzenia z 10 września 2013 r. w sprawie kontroli wykonywania obowiązków związanych z opłatami abonamentowymi (Dz.U. poz. 1140)*

Rozporządzenie określa jednostki operatora wyznaczonego przeprowadzające kontrolę wykonywania obowiązku rejestracji odbiorników rtv, a także obowiązku uiszczania opłaty abonamentowej oraz

wzór upoważnienia do wykonywania czynności kontrolnych, a ponadto zasady i tryb wydawania upoważnień.

- *Rozporządzenia z 17 grudnia 2013 r. w sprawie warunków i trybu rejestracji odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych (Dz.U. poz. 1676)*

Rozporządzenie określa warunki i tryb rejestracji odbiorników rtv dokonywanej przez operatora wyznaczonego w rozumieniu ustawy z 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe na podstawie zgłoszenia podmiotu posiadającego odbiornik rtv.

3.3 KRRiT kontynuuje prace legislacyjne dotyczące trzech wymienionych poniżej projektów rozporządzeń:

- *Projekt rozporządzenia w sprawie rodzajów 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*

Rozporządzenie ma charakter fakultatywny.

Jego podstawowym celem jest wskazanie nadawcom sposobu kwalifikowania żywności, której spożywanie w nadmiernych ilościach jest niewskazane, co stanowi podstawowe zagadnienie w tej regulacji. Jednocześnie KRRiT obserwuje działania podejmowane przez Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, do której należy Federacja Producentów Żywności, zmierzające do powstania samoregulacji w tym obszarze. Aby samoregulacja była efektywna niezbędne jest objęcie nią wszystkich uczestników rynku reklamowego: agencji reklamowych, reklamodawców oraz nadawców.

Odnosząc się do sposobu prezentowania żywności przy audycjach dla dzieci KRRiT zwróciła uwagę Związkowi Stowarzyszeń Rady Reklamy na potrzebę szczególnej odpowiedzialności w stosowaniu niektórych technik promocyjnych, które mogą mieć szczególnie wpływ na tę grupę odbiorców.

- *Projekt rozporządzenia w sprawie listy ważnych wydarzeń*

Projekt rozporządzenia fakultatywnego określi listę innych niż wymienione w art. 20b ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji ważnych wydarzeń, uwzględniając stopień społecznego zainteresowania określonym wydarzeniem i znaczenie tego wydarzenia dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego. KRRiT tworząc przedmiotową listę wzięła pod uwagę m.in. dane dotyczące oglądalności poszczególnych wydarzeń oraz wyniki pogłębionej analizy socjologicznej oddźwięku społecznego, wywołanego przez wydarzenia prezentowane w mediach ogólnopolskich. Aktualnie KRRiT prowadzi uzgodnienia z Komisją Europejską w zakresie dotyczącym poniższej koncepcji listy ważnych wydarzeń:

- wydarzenie lub jego wynik, które wywołuje szczególny oddźwięk 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, które ma szczególne, ogólnie uznane znaczenie kulturalne dla populacji danego państwa członkowskiego, w szczególności jako katalizator jego kulturowej tożsamości;
 - wydarzenie, które obejmuje udział reprezentacji narodowej w danej dziedzinie sportu w wielkim turnieju międzynarodowym;
 - relacja z danego wydarzenia, która tradycyjnie była nadawana w telewizji ogólnodostępnej i przyciągała dużą widownię telewizyjną w danym państwie członkowskim.
- *Projekt rozporządzenia w sprawie sposobu prowadzenia przez spółki publicznej radiofonii i telewizji dokumentacji w oparciu o zasady rachunkowości oraz sposobu sporządzania sprawozdań składanych przez zarządy tych spółek Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji*

Projekt rozporządzenia obligatoryjnego określi sposób prowadzenia dokumentacji oraz sporządzania rocznego sprawozdania ze sposobu wykorzystania środków z opłat abonamentowych, z obrotu prawami do audycji, z reklam i audycji

sponsorowanych lub z innych źródeł oraz z dotacji z budżetu państwa. Ponadto przepisy określą sposób sporządzania dwóch kwartalnych sprawozdań: w sprawie sposobu wykorzystania środków z opłat abonamentowych i dotacji z budżetu państwa oraz kosztów poniesionych przez nadawcę na realizację misji publicznej.

IV. ROZPOWSZECHNIANIE I ROZPROWADZANIE PROGRAMÓW ORAZ AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE NA ŻĄDANIE

Ogłoszenia dotyczące uzupełnienia oferty na multipleksie pierwszym.

4.1 W lipcu 2013 r. został wyłączony sygnał analogowy programów telewizyjnych rozpowszechnianych w sposób naziemny. Dzięki telewizji cyfrowej DVB-T widz uzyskuje bogatszą ofertę programową oraz 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).

Na polskim rynku funkcjonują trzy multipleksy oferujące bezpłatną ofertę programową. Przewodniczący KRRiT 27 grudnia 2012 r. 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. KRRiT, przygotowując się do uzupełnienia oferty programowej multipleksu pierwszego, przeprowadziła w 2012 r. konsultacje społeczne.

Ogłoszenia przewidywały 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 podróźniczej, 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.

Konkurs na program edukacyjno-poznawczy

4.2 Z wnioskiem o możliwość uzyskania koncesji na rozpowszechnianie drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy na program telewizyjny o charakterze wyspecjalizowanym edukacyjno-poznawczym wystąpili następujący wnioskodawcy: APELLA SA z siedzibą w Gdyni, TVS Sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach, „4fun Media” SA z siedzibą w Warszawie, TV Spektrum Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, MEDIA WORKS SA z siedzibą w Warszawie, EDUSAT Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, TVR Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, DISCOVERY COMMUNICATIONS EUROPE LIMITED z siedzibą w Londynie. Wnioski spółek: „4fun Media” SA z siedzibą w Warszawie, EDUSAT Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz TVR Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zostały pozostawione bez rozpoznania.

W wyniku porównania wniosków, spełniających wymogi art. 36 ust. 1 ustawy, KRRiT wzięła pod uwagę przede wszystkim zawartą w nich ofertę programową. Program „Fokus TV” został uznany za atrakcyjniejszy dla widza ze względu na wysoki poziom audycji wyspecjalizowanych, a także najwyższy spośród złożonych ofert udział procentowy audycji wiodących edukacyjno-poznawczą specjalizację tj. dokumentu, edukacji i poradnictwa. W związku z powyższym KRRiT stwierdziła, że program „Fokus TV” będzie w największym stopniu realizował wyspecjalizowany charakter programu określony w ogłoszeniu, zapewniając tym samym odbiorcom dostęp do urozmaiconej oferty programowej w ofercie bezpłatnej telewizji cyfrowej. KRRiT 9 września 2013 r. podjęła uchwałę Nr 411/2013 w sprawie upoważnienia Przewodniczącego KRRiT do udzielenia koncesji spółce TV Spektrum Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „Fokus TV” w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multiplexie pierwszym i odmowy dokonania zmiany (rozszerzenia) oraz udzielenia koncesji pozostałym podmiotom biorącym udział w postępowaniu. Koncesja nr 546/2013–T na program „Fokus TV” została wydana 22 listopada 2013 r.

Spółka DISCOVERY COMMUNICATIONS EUROPE LIMITED w piśmie z 30 października 2013 r. złożyła wniosek o reasumpcję uchwały KRRiT Nr 411/2013 z 9 września 2013 r. Na podstawie art. 61a k.p.a. Przewodniczący KRRiT wydał 21 listopada 2013 r. postanowienie Nr DR - 582/2013 o odmowie wszczęcia postępowania.

Spółki: DISCOVERY COMMUNICATIONS EUROPE LIMITED (pismo z 12 grudnia 2013 r.) oraz TVS Sp. z o.o. (pismo z 11 grudnia 2013 r.) złożyły do Przewodniczącego KRRiT wnioski o ponowne rozpatrzenie sprawy i obecnie w tym zakresie toczy się postępowanie.

Konkurs na program filmowy

4.3 W związku z ogłoszeniem wnioski o udzielenie koncesji złożyły: TV Film Sp. z o.o., Telewizja Polsat Sp. z o.o., Stopklatka SA, „MEDIASAT” Sp. z o.o. Po rozpatrzeniu wniosków KRRiT postanowiła udzielić spółce Stopklatka SA z siedzibą w Warszawie koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „STOPKLATKA TV”. W toku postępowania oceniano wnioski zgodnie z kryteriami wymienionymi w art. 36 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

Po dokonaniu analizy programowej KRRiT stwierdziła, że program „STOPKLATKA TV” będzie w największym stopniu realizował wyspecjalizowany charakter programu określony w ogłoszeniu, zapewniając tym samym odbiorcom dostęp do urozmaiconej oferty programowej w ofercie bezpłatnej telewizji cyfrowej. Program „STOPKLATKA TV” został uznany za atrakcyjniejszy dla widza, ze względu na wysoki poziom specjalizacji i małą ilość powtórek. Dotychczasowa działalność i doświadczenie związane z upowszechnianiem dorobku polskiej kinematografii, a także wkład w cyfrową rekonstrukcję polskich filmów świadczą, że wnioskodawcy zależy na promowaniu polskiego dorobku kulturowego, co daje szansę stworzenia wartościowej oferty programowej realizującej założenia postawione w konkursie. KRRiT podjęła 9 września 2013 r. uchwałę Nr 412/2013 w sprawie upoważnienia Przewodniczącego KRRiT

do udzielenia koncesji spółce Stopklatka SA z siedzibą w Warszawie na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „STOPKLATKA TV” w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie pierwszym i odmowy dokonania zmiany (rozszerzenia) oraz udzielenia koncesji pozostałym podmiotom biorącym udział w postępowaniu. W dniu 30 października 2013 r. na program „STOPKLATKA TV” została udzielona koncesja Nr 544/2013-T.

Spółka TV Film Sp. z o.o. pismem z 18 listopada 2013 r. złożyła wniosek o ponowne rozpatrzenie sprawy i obecnie w tym zakresie toczy się postępowanie.

Konkurs na program dla dzieci w wieku od 4 do 12 lat

4.4 W związku z ogłoszeniem wnioski o udzielenie koncesji złożyły: Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz Telewizja Polska SA. W toku postępowania oceniano wnioski zgodnie z kryteriami wymienionymi w art. 36 ust. 1 ustawy. KRRiT stwierdziła, że program pod nazwą „TVP ABC”, prezentowany przez „Telewizję Polską” SA, zawiera ofertę bardziej atrakcyjną dla odbiorcy niż program pod nazwą „Polsat Kids”, przygotowany przez Telewizję Polsat Sp. z o.o. Program „TVP ABC” jest kierowany do szerszej grupy odbiorców, tj. dzieci, rodziców i wychowawców, zawiera rozbudowaną (15 rodzajów audycji w porównaniu do 5 rodzajów prezentowanych przez konkurencję) ofertę programową. Ponadto, oprócz dłuższego czasu nadawania programu (nie mniej niż 17 godzin, w porównaniu do nie mniej niż 14 godzin projektowanych przez konkurencyjny program), zawiera dużo niższy procent powtórek w tygodniowym czasie nadawania, tj. 33% („Polsat Kids” – 75% powtórek w tygodniowym czasie nadawania programu).

W związku z powyższym program „TVP ABC” w większym stopniu spełnił warunki ogłoszenia Przewodniczącego KRRiT o możliwości uzyskania koncesji, oddając w większym stopniu wyspecjalizowany charakter programu, zapewniając tym samym odbiorcom dostęp do urozmaiconej oferty programowej w pakiecie bezpłatnej telewizji cyfrowej.

W wyniku porównania wniosków, przede wszystkim w zakresie ich oferty programowej, KRRiT podjęła 5 lipca 2013 r. uchwałę Nr 324/2013, w sprawie udzielenia koncesji „Telewizji Polskiej” SA na rozpowszechnianie programu telewizyjnego „TVP ABC” w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie pierwszym z jednoczesną odmową udzielenia koncesji spółce Telewizja Polsat Sp. z o.o. Koncesja Nr 534/2013–T. na program „TVP ABC” została udzielona 4 września 2013 r.

Spółka TVP SA 17 września 2013 r. złożyła wniosek o ponowne rozpatrzenie sprawy z uwagi na wyliczenia dotyczące opłaty koncesyjnej. Przewodniczący KRRiT decyzją DR–528/2013 z 28 października 2013 r. utrzymał w mocy poprzednie rozstrzygnięcie. Strona złożyła skargę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego. Postępowanie nie zostało zakończone.

Konkurs na program społeczno-religijny

4.5 W związku z ogłoszeniem o udzielenie koncesji na program wyspecjalizowany społeczno-religijny wnioski o udzielenie bądź rozszerzenie koncesji złożyły: spółka Wieczorna.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Zielonej Górze oraz Fundacja LUX VERITATIS z siedzibą w Warszawie.

KRRiT 11 czerwca 2013 r. podjęła uchwałę Nr 285/2013 o pozostawieniu bez rozpoznania wniosku spółki Wieczorna.pl Sp. z o.o. W przypadku wniosku Fundacji LUX VERITATIS KRRiT stwierdziła, że wnioskodawca nadaje obecnie na podstawie koncesji Nr 188/K/2012-T, program wyspecjalizowany o charakterze edukacyjno-poradniczym i religijnym, który należy uznać za zbieżny z charakterem społeczno-religijnym określonym w ww. ogłoszeniu Przewodniczącego KRRiT. Zarówno warunki programowe określone w koncesji Nr 188/K/2012-T, jak i deklaracje programowe zawarte w „Założeniach projektowanego programu” (załącznik F.1 formularza o „Rozszerzenie Koncesji”) potwierdzają, że wnioskodawca po rozszerzeniu zamierza realizować program zgodny z ww. ogłoszeniem. Wnioskodawca proponuje zróżnicowaną

oferę programową, dotyczącą wyspecjalizowanego, społeczno-religijnego programu, który będzie realizował poprzez 10 różnych rodzajów audycji, tj. religijnych, publicystycznych, edukacyjnych, informacyjnych, dokumentalnych, artystyczno-kulturalnych, dla dzieci i młodzieży, poradniczych, filmy fabularne i animowane. Wobec tego, po dokonaniu analizy wniosku o rozszerzenie koncesji, KRRiT postanowiła zmienić (rozszerzyć) koncesję Nr 188/K/2012-T, poprzez przyznanie prawa do rozpowszechniania programu telewizyjnego w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie pierwszym, w okresie do daty wygaśnięcia obecnie obowiązującej koncesji. KRRiT 5 lipca 2013 r. podjęła uchwałę Nr 323/2013 o zmianie (rozszerzeniu) koncesji Nr 188/K/2012-T, udzielonej Fundacji LUX VERITATIS na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „TRWAM”, poprzez przyznanie prawa do rozpowszechniania programu telewizyjnego w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny. Przewodniczący KRRiT 9 sierpnia 2013 r. wydał decyzję Nr DR-439/2013-2/188/K.

Fundacja LUX VERITATIS 23 sierpnia 2013 r. złożyła wniosek o ponowne rozpatrzenie sprawy w zakresie dotyczącym wniesienia opłaty koncesyjnej. Przewodniczący KRRiT 22 listopada 2013 r. decyzją Nr DR-588/2013 utrzymał w mocy powyższą decyzję. Strona złożyła skargę do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego. Postępowanie nie zostało zakończone.

4.6 Multipleks pierwszy będą tworzyć następujące programy: „Fokus TV” – program wyspecjalizowany edukacyjno-poznawczy, „TRWAM” – program wyspecjalizowany społeczno-religijny, „TVP ABC” – program wyspecjalizowany dla dzieci w wieku 4 do 12 lat, „STOPKLATKA TV” – program wyspecjalizowany filmowy, „ESKA TV” – program wyspecjalizowany muzyczny, „TTV” – program wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny, „POLO TV” – program wyspecjalizowany muzyczny i „ATM Rozrywka TV” – program wyspecjalizowany rozrywkowo-filmowy. Kanały, które zostały wyłonione w drodze ww. konkursów z 2013 r. pojawiają się w ofercie MUX-1, zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji

cyfrowej, nie później niż 28 kwietnia 2014 r. po zwolnieniu miejsca przez TVP, której programy zostaną wówczas umieszczone w multipleksie trzecim. Od 15 lutego 2014 r. w multipleksie pierwszym dostępne są: TV TRWAM oraz TVP ABC, a od 15 marca 2014 r. rozpoczął nadawanie program STOPKLATKA TV.

W załączniku nr 1 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia lub rozszerzenia koncesji na program telewizyjny rozpowszechniany w sposób rozsiewczy cyfrowy naziemny.

Postępowania w sprawie udzielenia i rozszerzenia koncesji programów radiowych rozpowszechnianych w sposób rozsiewczy naziemny

4.7 W 2013 r. KRRiT wydała 4 koncesje na programy radiowe o charakterze lokalnym oraz rozszerzyła 5 koncesji (zwiększyła zasięg) stacji już istniejących. KRRiT uzupełniła zasięg stacji radiowych nadających programy o charakterze wyspecjalizowanym:

- Grupa Radiowa Agory Sp. z o. o. (wyspecjalizowany muzyczny) – 2 stacje nadawcze (Hrubieszów i Skomielna Czarna);
- Bajer FM Spółka Jawna (wyspecjalizowany młodzieżowo-dziecięcy) – 1 stacja nadawcza (Suwałki Krzemianucha).

W załączniku nr 2 znajduje się wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą podjętą w 2013 r. lub zakończonych wydaniem decyzji w 2013 r.

Udzielanie koncesji na kolejny okres w zakresie radiofonii i telewizji naziemnej i satelitarnej

4.8 Zgodnie z art. 35a ustawy o radiofonii i telewizji, nie później niż na 12 miesięcy przed datą wygaśnięcia koncesji, nadawca programu 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, KRRiT 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, naruszanie przepisów ustawy (radiofonia i telewizja naziemna) lub warunków koncesji, upadłość przedsiębiorstwa, bezpośrednie lub pośrednie przejęcie kontroli nad działalnością nadawcy. Postępowanie dotyczące tzw. rekonescji 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 2013 r., po przeprowadzeniu postępowań koncesyjnych, Przewodniczący KRRiT wydał 37 decyzji w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres.

W załączniku nr 3 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna).

Przeniesienie uprawnień z koncesji

4.9 Za zgodą KRRiT dopuszczalna jest prawnie możliwość przeniesienia uprawnień wynikających z koncesji w przypadku przekształcenia spółek handlowych lub założenia spółki przez osobę fizyczną. Przewodniczący KRRiT wydał 22 decyzje w związku z przeniesieniem uprawnień z koncesji na inną spółkę (radiofonia i telewizja naziemna oraz satelitarna) oraz 17 decyzji w sprawie wyrażenia zgody na przeniesienie uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna oraz satelitarna), 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). Miały one na celu uporządkowanie struktury organizacyjnej

w ramach tej samej grupy kapitałowej lub dotyczyły zmian formy prawnej prowadzonej działalności.

W załącznikach nr 4 i 5 znajduje się wykaz koncesji, w których w 2013 r. dokonane zostały zmiany w wyniku wyrażenia przez KRRiT zgody na przeniesienie uprawnień oraz wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna).

Rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny

4.10 Przewodniczący KRRiT wydał 11 koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny.

W załączniku nr 6 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny.

Poprawa warunków technicznych nadawania programów

4.11 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 innych stacji nadawczych. KRRiT 10 lipca 2013 r. wydała stanowisko w sprawie powielania częstotliwości radiowych.

Stanowisko KRRiT z 10 lipca 2013 r. w pełnej wersji jest dostępne na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

4.12 W 2013 r. Przewodniczący KRRiT wydał 21 decyzji w sprawie zmian technicznych warunków rozpowszechniania programów radiowych.

W załączniku nr 7 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w radiowych koncesjach naziemnych.

Przewodniczący KRRiT wydał także 30 decyzji dotyczących zmian technicznych w koncesjach na rozpowszechnianie programów w sposób satelitarny. Zmiany dotyczyły m.in. nazwy wykorzystywanego satelity, położenia satelity na orbicie lub częstotliwości.

W załączniku nr 8 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w koncesjach satelitarnych.

Zmiany programowe w koncesjach

4.13 W toku wykonywania 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 2013 r. dokonano zmian programowych wydając 76 decyzji dla nadawców naziemnych i satelitarnych.

W załączniku nr 9 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian programowych (zmiana nazwy, inne zmiany programowe).

Rozkładanie na raty opłat koncesyjnych na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa

4.14 Ordynacja podatkowa dopuszcza rozłożenie na raty zaległości wynikającej z niewniesionej opłaty za koncesję. 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. KRRiT bada materiały dowodowe przy zachowaniu należytej staranności, a w podejmowaniu decyzji kładzie główny nacisk na interes społeczny, tj. interes odbiorcy programu.

W roku sprawozdawczym, na podstawie przepisów ustawy Ordynacja podatkowa, KRRiT rozpatrzyła pozytywnie 7 wniosków dotyczących rozłożenia na raty należności za koncesję lub jej zmianę.

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

W załączniku nr 10 znajduje się wykaz podmiotów, którym w 2013 r. udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji (na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa).

Rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego (sieciach kablowych)

4.15 W 2013 r. do KRRiT wpłynęło 35 wniosków o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych (w tym 4 wnioski o rozszerzenie koncesji o kolejne sieci telekomunikacyjne i 7 wniosków o odnowienie koncesji). Przewodniczący KRRiT wydał 34 koncesje na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sieciach telekomunikacyjnych (w tym 9 koncesji na kolejny okres w trybie określonym w art. 35a ustawy o radiofonii i telewizji). Koncesje otrzymało: 20 osób fizycznych, 8 spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, 2 spółdzielnie mieszkaniowe, po jednej koncesji: centrum kultury, spółka akcyjna, gmina, parafia.

Uniwersalny charakter programu występuje w 18 koncesjach, wyspecjalizowany – informacyjno-

-publicystyczny w 10 koncesjach, po jednej koncesji wydano na programy: rekreacyjno-sportowy, publicystyczno-edukacyjny, społeczno-religijny, informacyjno-publicystyczno-sportowy oraz religijno-publicystyczno-informacyjny. Średni czas nadawania programu w sieciach telekomunikacyjnych to jedna godzina na dobę. Najdłuższy czas nadawania programu to 14 godzin na dobę, zaś najkrótszy to 30 minut na tydzień.

W załączniku nr 11 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Przewodniczący KRRiT udzielił 9 koncesji na kolejny okres w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

W załączniku nr 12 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Przewodniczący KRRiT wydał 3 decyzje w sprawie uchylenia koncesji na wniosek koncesjonariusza w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

W załączniku nr 13 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie uchylenia koncesji, na wniosek nadawcy, na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Przewodniczący KRRiT wydał 11 decyzji w sprawie zmian koncesji na wniosek koncesjonariusza w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

W załączniku nr 14 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie zmian, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Przewodniczący KRRiT wydał 3 decyzje w sprawie przeniesienia uprawnień dla podmiotów rozpowszechniających program w sieciach telekomunikacyjnych.

W załączniku nr 15 znajduje się wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie przejścia uprawnień dla podmiotów rozpowszechniających program w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Decyzją DR-514/2013 z 22 października 2013 r. Przewodniczący KRRiT uznał nadawcę Parafię Rzymsko-Katolicką p/w Matki Bożej Nieustającej Pomocy w Zbroszy Dużej za nadawcę społecznego. Parafia rozpowszechnia program na podstawie koncesji 543/2013-TK.

W 2013 r. Przewodniczący KRRiT z uwagi na zaprzestanie rozpowszechniania programu oraz niedopełnienie obowiązku nadsyłania corocznych sprawozdań finansowych cofnął 2 koncesje na rozpowszechnianie programu w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsziewczego naziemnego lub rozsziewczego satelitarnego.

Rejestr programów telewizyjnych rozpowszechnianych i rozprowadzanych wyłącznie w systemie teleinformatycznym

4.16 Do Przewodniczącego KRRiT wpłynęło 347 zgłoszeń o wpis do rejestru programów telewizyjnych, rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych, w tym 312 zgłoszeń dotyczących rozprowadzania programów oraz 35 zgłoszeń dotyczących programów telewizyjnych, rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym. Na ich podstawie

Przewodniczący KRRiT wydał 371 postanowień o wpisie do rejestru.

Na polskim rynku dostępna jest oferta około 450 programów rozpowszechnianych drogą satelitarną lub w sieciach telekomunikacyjnych, z czego ponad 180 programów emitowanych jest w języku polskim.

Must-carry/must-offer

4.17 Art. 43. ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji wskazuje, że operator rozprowadzający program, z wyłączeniem podmiotu rozprowadzającego program w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną w multipleksie, jest obowiązany do rozprowadzania programów „Telewizja Polska I”, „Telewizja Polska II” i jednego regionalnego programu telewizyjnego rozpowszechnianego przez Telewizję Polską SA oraz programów rozpowszechnianych w dniu wejścia w życie ustawy z dnia 30 czerwca 2011 r. o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej na podstawie koncesji na rozpowszechnianie tych programów w sposób analogowy drogą rozsiewczą naziemną przez Telewizję Polsat SA, TVN SA, Polskie Media SA, Telewizję Puls Sp. z o.o. W przypadku operatora rozprowadzającego programy w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego obowiązek rozprowadzania regionalnego programu telewizyjnego dotyczy regionalnego programu telewizyjnego właściwego dla danego obszaru.

Przewodniczący KRRiT przeprowadził w 2013 r. ocenę realizacji powyższego obowiązku, kierując się interesem społecznym w zakresie dostarczania informacji, udostępniania dóbr kultury i sztuki, ułatwiania korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki i upowszechniania edukacji obywatelskiej.

W przekazanej Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego „Ocenie realizacji obowiązku, o którym mowa w art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji”, Przewodniczący KRRiT wskazał na konieczność doprecyzowania przepisów dotyczących zasady *must-carry* w stosunku do

podmiotów świadczących usługi rozprowadzania programów w systemie informatycznym.

4.18 Nadawcy zwracają uwagę, że nie mogą realizować zasady *must-offer* – określonej w przywołanym wyżej przepisie - ze względu na nieposiadanie praw do nadań audycji na tym polu eksploatacji, a jednocześnie coraz więcej podmiotów sygnalizuje zamiar rozpoczęcia działalności polegającej na rozprowadzaniu programów w systemie informatycznym zarówno w sposób otwarty, jak i zamknięty. Na możliwość wystąpienia problemów związanych z rozprowadzaniem programów w omawiany sposób, KRRiT zwracała uwagę w raporcie z 2011 r., gdzie wskazano, że nowych przepisów *must-carry/must-offer* nie skorelowano ze zmianami w prawie autorskim. O ile ustawa o radiofonii i telewizji stała się neutralna technologicznie, to prawo autorskie już takiej neutralności nie posiada.

Sytuacja ta spowodowała, że KRRiT 30 lipca 2013 r. wydała stanowisko w sprawie interpretacji art. 43 ust. 1 ustawy. KRRiT wskazała, że podczas interpretacji tego przepisu należy brać pod uwagę uzasadnienie rządowego projektu ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, w którym podkreślono, iż *ponadto, mając na uwadze pojawienie się nowych sposobów odbioru telewizji (np. IP TV, Internet TV) konieczne było objęcie obowiązkiem must carry nie tylko operatorów sieci kablowych i platform satelitarnych, ale także pozostałych podmiotów rozprowadzających program w sieciach telekomunikacyjnych*. Na tej podstawie można wysnuć wniosek, iż zamiarem ustawodawcy było zaliczenie operatorów IP TV do grupy podmiotów, które mogą korzystać z uprawnień przewidzianych w art. 43a ustawy.

Stanowisko KRRiT z 30 lipca 2013 r. w pełnej wersji jest dostępne na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce KRRiT.

Przywołane powyżej stanowisko KRRiT z 30 lipca 2013 r. odnosiło się do kwestii interpretacji art. 43 ustawy już po raz drugi. Pierwsze stanowisko KRRiT wydane 17 listopada 2011 r., dotyczyło problematyki związanej z praktyką oferowania przez operatorów pakietów o różnej zawartości programowej,

a tym samym zróżnicowanych cenowo. Przewodniczący KRRiT wskazał wówczas na konieczność doprecyzowania obowiązujących przepisów w ustawie o radiofonii i telewizji.

Przepisy zawarte w art. 43 i 43a w obecnym brzmieniu zostały wprowadzone do ustawy o radiofonii i telewizji w ramach implementacji art. 31 dyrektywy 2002/22/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 marca 2002 r. w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników (dyrektywa o usłudze powszechnej). Zgodnie z dyrektywą o usłudze powszechnej: *Państwa członkowskie mogą nakładać uzasadnione obowiązki transmisji obowiązkowej związane z nadawaniem określonych kanałów radiowych i telewizyjnych oraz usług uzupełniających, zwłaszcza usług ułatwiających odpowiedni dostęp niepełnosprawnym użytkownikom końcowym, na przedsiębiorstwa, które podlegają ich jurysdykcji i zapewniają sieci łączności elektronicznej wykorzystywane do rozpowszechniania wśród ogółu obywateli kanałów radiowych lub telewizyjnych, w przypadku gdy dla znacznej liczby użytkowników końcowych takie sieci są głównym sposobem odbierania kanałów radiowych i telewizyjnych. Takie obowiązki nakłada się jedynie wtedy, gdy są one niezbędne do realizacji celów leżących w interesie ogólnym, wyraźnie określonych przez każde państwo członkowskie; obowiązki te są proporcjonalne i przejrzyste.*

Obowiązek nadawców, o którym mowa w art. 43 ust. 2 ustawy jest wykonywany wobec operatorów rozprowadzających programy w sieci telekomunikacyjnej, z wyłączeniem wynikającym z art. 43 ust. 1 ustawy. Realizacja obowiązku udostępnienia programu przez nadawcę jest oceniana przez KRRiT z uwzględnieniem zasady, iż nikt nie może przenieść na drugą osobę więcej praw, aniżeli sam posiada.

W raporcie przygotowanym w 2013 r. Przewodniczący KRRiT zwrócił uwagę, że ustawodawca powinien precyzyjnie wskazać gdzie w swojej ofercie operator ma umieszczać informację, iż program jest przeznaczony do powszechnego i nieodpłatnego odbioru również w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną. Czy ma to być informacja w ulotkach

operatora reklamujących usługę, czy też informacja na jego stronach internetowych? Kwestia ta wzbudza wątpliwości. Z tego powodu powinna zostać uregulowana w ustawie. Są to wnioski sformułowane po raz kolejny gdyż sytuacja prawna zasady *must-carry/must-offer* nie zmieniła się. Sugestie nowelizacyjne zawarte w raporcie złożonym Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego w 2011 r. pozostają nadal aktualne.

Raport „Ocena realizacji obowiązku, o którym mowa w art., 43 ust. 1 ustawy z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji”, przedstawiany MKiDN w pełnej wersji jest dostępny na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Nadawcy i operatorzy.

Audiowizualne usługi medialne na żądanie VoD

4.19 Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie nie mają obowiązku zgłaszania lub informowania KRRiT o swojej działalności. To po stronie KRRiT leżą obowiązki wyszukania i zidentyfikowania podmiotów, a w razie takiej konieczności, egzekwowania wykonywania obowiązków ustawowych.

Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie składają do KRRiT sprawozdania z wykonania obowiązków takich jak: stosowanie zabezpieczeń technicznych lub innych odpowiednich środków, mających na celu ochronę małoletnich przed treściami dla nich szkodliwymi, promowanie audycji europejskich. Pierwsze sprawozdania będą złożone w terminie do 31 marca bieżącego roku.

Dostawcy audiowizualnych usług medialnych VoD mają też obowiązek corocznego składania sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z 29 września 1994 r. o rachunkowości.

KRRiT nawiązała kontakt z dostawcami VoD i przekazała informacje o zakresie ustawowych zobowiązań. KRRiT przygotowała również platformę do tzw. samologowania się podmiotów oferujących audiowizualne usługi medialne na żądanie.

Platforma do tzw. samologowania dostawców VoD funkcjonuje od maja 2013 r. na stronie www.krrit.gov.pl w zakładce Nadawcy i operatorzy.

4.20 Na podstawie wyników przeprowadzonej analizy KRRiT przygotowała rekomendacje co do sposobu identyfikacji dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie. W przypadku identyfikacji dostawców VoD obowiązuje procedura, podczas której ustala się czy:

- usługa nie podlega wyłączeniu ustawowemu;
- dostawca usługi medialnej ustanowiony jest na terytorium Polski;
- usługa jest usługą medialną świadczoną w ramach działalności gospodarczej, zgodnie z definicją zawartą w ustawie z 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (przy weryfikacji należy wykluczyć działalność niekomercyjną, czyli prywatne witryny internetowe oraz działalność np. w ramach grup zainteresowań);
- usługa polega na publicznym udostępnianiu audycji audiowizualnych na podstawie katalogu ustalonego przez podmiot dostarczający usługę;
- podmiot, który zawarł umowę z odbiorcą posiada wpływ na ustalanie katalogu audycji audiowizualnych;
- usługa nie jest serwisem, który zajmuje się hostingiem czyli udostępnianiem zasobów serwerowni przez dostawcę usług internetowych, gdyż to działanie jest wyłączone spod regulacji w ustawie o radiofonii i telewizji.

KRRiT przygotowała oraz prowadzi stałą weryfikację *Listy dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie*.

Postępowania związane z wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego w sprawie opłat koncesyjnych

4.21 W wyroku z 19 lipca 2011 r. 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 był niezgodny z art. 217 oraz art. 92 ust. 1 Konstytucji RP, a rozporządzenie KRRiT z 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów

radiowych i telewizyjnych było niezgodne z art. 92 ust. 1 Konstytucji RP. Przepisy te utraciły moc obowiązującą z dniem 3 sierpnia 2012 r. Nowe regulacje wprowadziła ustawa z 10 października 2012 r. Przepisy te weszły w życie od 22 listopada 2012 r. Na ich podstawie KRRiT opublikowała rozporządzenie z 4 grudnia 2012 r. w sprawie *wysokości opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych oraz sposobu ich wyliczania*, które obowiązuje od 22 grudnia 2012 r.

Koncesjonariusze związani z grupą kapitałową Polsat (Telewizja Polsat sp. z o.o., ATM Grupa SA, Polskie Media SA, Media-Biznes sp. z o.o., Radio PIN SA), w oparciu o art. 145a § 1 k.p.a. we wrześniu 2012 r. złożyli 43 wnioski o wznowienie postępowań dotyczących opłat za udzielenie, zmianę koncesji, ustalonych na podstawie niekonstytucyjnych przepisów. W listopadzie 2012 r. Przewodniczący KRRiT, wydając postanowienia, uwzględnił powyższe wnioski i wznowił postępowania. W 2013 r. Przewodniczący KRRiT po rozpatrzeniu wymienionych wniosków wydał w pierwszej instancji:

- 7 decyzji w sprawie stwierdzenia wydania zaskarżonych decyzji z naruszeniem prawa;
- 18 decyzji o umorzeniu postępowania w związku z wygaśnięciem koncesji;
- 12 decyzji o uchyleniu zaskarżonych decyzji w części dotyczącej opłaty i naliczeniu nowej opłaty;
- 3 decyzje o odmowie uchylenia zaskarżonych decyzji;
- 3 postanowienia o zawieszeniu postępowania.

W sprawach, w których uchylono zaskarżone decyzje, naliczono opłaty zgodnie z nowymi przepisami oraz zaliczono nadpłaty na bieżące zobowiązania podatkowe stron. W odniesieniu do wniosków o ponowne rozpatrzenie sprawy od powyższych rozstrzygnięć, Przewodniczący KRRiT wydał w drugiej instancji 33 decyzje w sprawie utrzymania w mocy zaskarżonych decyzji, 7 postanowień w sprawie uzupełnienia decyzji na wniosek stron oraz 3 postanowienia w sprawie utrzymania w mocy postanowień o zawieszeniu postępowania.

Podstawowym argumentem stron w większości wymienionych postępowań było odwołanie się do regulacji zawartej w art. 11 ust. 9 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej: *jeżeli organ nie rozpatrzy wniosku w terminie, uznaje się, że wydał rozstrzygnięcie zgodnie z wnioskiem przedsiębiorcy, chyba że przepisy ustaw odrębnych ze względu na nadrzędny interes publiczny stanowią inaczej.*

Z uwagi na brak przepisów w zakresie ustalania opłat za koncesję w okresie sierpień-listopad 2012 r., koncesjonariusze domagali się naliczenia nowej opłaty na podstawie przepisów o opłacie skarbowej. Poglądu tego nie podzieliła ani KRRiT, ani w następstwie sądowej procedury odwoławczej, Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie, który podtrzymał stanowisko KRRiT m.in. wydając wyrok z 6 marca 2014 r. oddalając złożone skargi.

V. KONTROLA NADAWCÓW

Realizacja warunków koncesji w programach radiowych

5.1 W 2013 r. kontrolą objęto następujące programy radiowe: Radio Bogoria, Eska Inowrocław, Nakło, Radio Trefl 103 i 99,2 Złote Przeboje, Złote Przeboje Elita 92,1 FM, Twoje Radio Złote Przeboje, Chillii Zet Katowice, Radio Gra (Toruń), RMF MAXXX Pomorze, RMF MAXXX Bydgoszcz, Białoruskie Radio Racja, Radiofonia, Radio Nysa FM. Sprawdzano udział audycji słownych poświęconych sprawom lokalnym oraz audycji obowiązkowych (dzienniki i publicystyka), a w programach wyspecjalizowanych muzycznych także udział audycji słownych poświęconych muzyce.

W większości skontrolowani nadawcy programów należących do sieci wypełniali zobowiązania koncesyjne, ale było to możliwe dlatego, że audycje premierowe wielokrotnie powtarzano w ciągu doby lub tygodnia.

Wyniki kontroli programów, które nie są częścią sieci radiowych i nie stosują mechanizmu

powtarzania audycji premierowych okazały się znacznie gorsze. Niektórzy nadawcy nie zdołali zapewnić zapisanego w koncesji udziału audycji poświęconych sprawom lokalnym, chociaż należy odnotować oryginalność tych audycji, blisko związanych z problemami lokalnej społeczności. Kontrola wykazała też naruszenia w zakresie zobowiązań do prezentowania akademickiej twórczości artystycznej, braku audycji poświęconych nauce, kulturze i sportowi studenckiemu. Nieprzestrzegane były też obligacje w zakresie udziału audycji słownych w tygodniowym programie, w tym audycji lokalnych.

Wszyscy nadawcy, którzy naruszyli warunki koncesji zostali wezwani do złożenia wyjaśnień oraz przestrzegania w przyszłości zobowiązań programowych. W stosunku do programu Radiofonia, KRRiT podjęła 4 lutego 2014 r. uchwałę nr 52/2014 o wszczęciu postępowania o cofnięcie koncesji, dążąc do wyjaśnienia czy nie nastąpiło przejście koncesji i utrata władztwa nad jej wykonywaniem.

W ramach oddzielnego monitoringu, w celu poznania stopnia unifikacji programowej KRRiT skontrolowała osiem programów należących do czterech sieci radiowych: Zet Gold, RMF MAXXX, Złote Przeboje i Eska. Analiza wyników kontroli nie zakończyła się przed dniem złożenia sprawozdania rocznego.

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

5.2 Nadawcy programów radiowych mają obowiązek przeznaczania co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim, z czego w 2013 r. zgodnie z przepisami przejściowymi co najmniej 50% utworów należało nadać w godzinach 5:00 – 24:00. Czas nadawania utworów słowno-muzycznych wykonanych w języku polskim przez debiutanta w godz. 5.00–24.00 liczy się podwójnie (art. 15 ust. 2a).

Rozporządzenie KRRiT z 6 grudnia 2012 r. wprowadziło dla niektórych kategorii nadawców z początkiem 2013 r. obniżenie udziału utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Intencją nowych uregulowań było ułatwienie działalności nadawcom tworzącym wysoko wyspecjalizowane programy o szczególnych walorach artystycznych. Dlatego beneficjentami ulg w tym zakresie stali się przede wszystkim nadawcy wyspecjalizowanych programów muzycznych, w których muzyka poważna albo muzyka jazzowa zajmuje co najmniej 75% czasu nadawania muzyki w programie. Inną kategorią nadawców, dla których obniżenie kwot związanych z polską piosenką jest pomocne w trudnym momencie rozpoczęcia działalności na konkurencyjnym rynku są nadawcy w pierwszym roku rozpowszechniania programów. Odrębną kategorią nadawców, którzy skorzystali z obniżenia wymaganego udziału polskiej piosenki w programach radiowych stanowią nadawcy programów przeznaczonych dla mniejszości narodowej lub etnicznej oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym.

Nadawcy radiowi są zobowiązani do składania miesięcznych sprawozdań dotyczących nadawanych utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim.

W 2013 r. kontrolą objęto 326 programów radiowych. Utwory wykonywane w języku polskim zajmowały w nich średnio 42% czasu nadawania utworów słowno-muzycznych. Było to o dziewięć punktów procentowych więcej niż minimum określone w ustawie. W godzinach 5:00-24:00 nadawano średnio 62% tych utworów, a więc również więcej niż określone przepisami minimum. W programach sieci WAWA nadawano, zgodnie z koncesją, wyłącznie piosenki w języku polskim. W pozostałych programach, największy udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim miały koncesjonowane programy lokalne niezrzeszone w sieciach. Z badań słuchalności radia wynika, że te programy cieszą się coraz większą popularnością wśród słuchaczy. Kolejną grupą programów z dużym udziałem utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim były programy o profilu społeczno-religijnym, a następną programy radia publicznego.

Tabela nr 2.

Realizacja kwot ustawowych dotyczących nadawania utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim dla grup programów radiowych w 2013 r.

Grupy programów	Średni udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim wśród wszystkich utworów słowno-muzycznych (min. 33%)	w tym utworów nadawanych w godzinach 5:00-24:00 (min. 50%).
Wszystkie programy	42	62
programy Polskiego Radia	41	63
koncesjonowane, komercyjne programy ogólnokrajowe	38	56
programy ponadregionalne	38	56
rozgłośnie regionalne Polskiego Radia	40	67
programy miejskie Polskiego Radia	37	61
Radio Plus	44	53
Złote Przeboje	37	58
Zet Gold	38	56
ROXY	37	51
RMF MAXXX	41	51
ESKA	39	57
WAWA	100	–
programy akademickie	39	68
programy społeczno-religijne (z wyłączeniem programów z sieci PLUS)	58	74
niezrzeszone programy lokalne	45	71
Polskie Fale Średnie	35	100

Z możliwości podwójnego liczenia czasu trwania utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim przez debiutanta skorzystali nadawcy około połowy rozpowszechnianych w Polsce programów radiowych. Pozostali nadawcy nie skorzystali z tego przywileju mimo, że rozpowszechniali takie utwory.

Naruszenia prawa w zakresie nadawania utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim odnotowano w przypadku 12 programów. Nadawcy zostali wezwani do złożenia wyjaśnień i dostosowania swoich programów do wymogów prawnych. Dalsza działalność programowa nadawców w zakresie tej kwoty była już prawidłowa. W końcu 2013 r. zbyt mały udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim odnotowano w Polskim Radio RDC. Wezwany do wyjaśnień nadawca poinformował, że przyczyną naruszenia przepisu ustawy była przebudowa bazy muzycznej stacji oraz zmiana formatu muzycznego programu odbywająca się w ostatnich miesiącach roku.

Nadawcy 25 programów radiowych nie wywiązali się z obowiązku przekazywania co miesiąc sprawozdań dotyczących nadawania utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Po skierowaniu wezwania to uchybienie zostało naprawione (z wyjątkiem nadawcy programu Radiofonia, który wyjaśnił, że utracił możliwość odtworzenia potrzebnych danych).

Realizacja warunków koncesji w programach telewizyjnych

5.3 Przeprowadzona została kontrola 11 programów telewizyjnych w celu zbadania zgodności z warunkami koncesji uwzględniająca: oznaczenie programu na ekranie, dobowy i tygodniowy czas rozpowszechniania, zachowanie określonego w koncesji charakteru programu oraz obecność wymaganych gatunków audycji i ich procentowy udział w programie. Podczas monitoringu zwrócono uwagę na przestrzeganie prawidłowego oznaczania audycji,

odpowiadającego kategoriom wiekowym odbiorców, tzw. pory ustawowo chronionej oraz stosowania udogodnień dla osób z dysfunkcją wzroku lub słuchu.

Kontroli poddano 8 programów telewizyjnych rozpowszechnianych drogą cyfrową naziemną: TVN Siedem, Puls 2, Polo TV, TTV, TV 6, Polsat Sport News, ATM Rozrywka, Eska TV, oraz 3 programy rozpowszechniane satelitarnie: TVN Style, TVN Turbo, Planete+. Niektórzy nadawcy nie przestrzegali zobowiązań koncesyjnych, gdyż udział gatunków audycji zadeklarowanych we wnioskach koncesyjnych odbiegał od rzeczywistej oferty programowej. W stosunku do jednych nadawców był to np. niski udział audycji publicystycznych, filmów dokumentalnych, inni zaś nie wykonywali zapisów koncesyjnych ponieważ proponowali w programie tylko muzykę rozrywkową, zamiast deklarowanej wcześniej zróżnicowanej oferty muzycznej. Odnotowano także naruszenia w zakresie specjalizacji programu, tj. stwierdzono, że udział audycji realizujących specjalizację nie osiągnął wymaganego poziomu 70%. Do wszystkich nadawców, którzy nie realizowali koncesyjnych obowiązków programowych Przewodniczący KRRiT wystosował wezwanie do złożenia wyjaśnień i przestrzegania w przyszłości przyjętych obligacji.

Skontrolowani nadawcy przestrzegali obowiązków oznaczania audycji i innych przekazów symbolami graficznymi wskazującymi odpowiednie kategorie wiekowe.

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).

5.4 Skontrolowano 330 sprawozdań kwartalnych i wyciągów z ewidencji czasu nadawania audycji sporządzonych przez 28 nadawców do 85 programów telewizyjnych, w tym 103 sprawozdania Telewizji Polskiej.

Od 1 stycznia 2013 r. weszło w życie rozporządzenie KRRiT z 6 grudnia 2012 r. w sprawie

niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich. KRRiT wydając rozporządzenie miała na względzie nadawców programów w pierwszym roku rozpowszechniania i nadawców programów wyspecjalizowanych, dla których na rynku obrotu dziełami audiowizualnymi brakowało odpowiednich audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim.

Nowa regulacja prawna objęła 14 programów telewizyjnych, w tym 3 z tytułu pierwszego roku rozpowszechniania, 8 wyspecjalizowanych należących do Canal+ Cyfrowy, 1 program dziecięcy należący do Nickelodeon Polska i 1 filmowy należący do Kino Polska.

Nadawcy 3 programów (Kino Polska Muzyka, Polsat Biznes, oraz TTV) w procesie koncesyjnym złożyli indywidualne zobowiązania o większym niż wymagany w ustawie udziale audycji pierwotnie wytworzonych w języku polskim oraz audycji europejskich. Tylko w programie Kino Polska zrealizowano zadeklarowany podwyższony udział. Pozostali nadawcy nie sprostali własnym deklaracjom programowym.

W zakresie udziału audycji pierwotnie wytworzonych w języku polskim tylko 1 nadawca nie przestrzegał obowiązujących kwot przez cały 2013 r. (program Tele5).

Naruszenia stwierdzone też zostały w zakresie realizacji udziału audycji europejskich (najdłużej, bo w trzech kwartałach kwota ta nie była wypełniana w programach Tele 5 oraz TVN Siedem).

W zakresie udziału audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych kontrolowani nadawcy ze względu na informacyjną specjalizację swoich programów w dużej mierze tworzonych w studio „na żywo”, mieli trudności ze spełnieniem tego wymogu (programy Polsat News i TVN CNBC).

W 3 programach przez okres jednego kwartału nadawcy nie realizowali udziału audycji niezależnych wytworzonych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem. Po interwencji KRRiT naruszenia zostały usunięte.

W 2013 r. KRRiT wezwała nadawców do złożenia wyjaśnień w sprawie nierealizowania wymogów art. 15 ust.1 i 3 oraz 15a. ust.1 w programach

nPremium, nPremium2, nPremium3, nPremium4 (nienadawanych od III kwartału) oraz w programach TVN CNBC, Polsat News, Kino Polska Muzyka, Eska TV, MiniMini+, Teletoon+/Hyper. Wezwanie dotyczyło naruszeń stwierdzonych w drugiej połowie 2012 r. i w pierwszej połowie 2013 r. W nadesłanych wyjaśnieniach nadawcy wskazywali na obiektywne ich zdaniem przyczyny i trudności, w tym m.in. wzrost konkurencyjności programów nadawanych na podstawie koncesji wydanej nie w Polsce oraz cyfryzacja emisji naziemnych i obniżenie przychodów reklamowych (np. w Tele 5). Większość nadawców złożyła obietnice szybkiego dostosowania programów do obowiązków ustawowych. W 2014 r. Przewodniczący KRRiT skieruje wnioski o ukaranie tych nadawców, którzy uporczywie i w długim okresie czasu działali niezgodnie z prawem.

Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych

5.5 Nadawcy mają obowiązek przeznaczać co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży), na audycje z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1). Na podstawie rozporządzenia KRRiT z 28 maja 2013 r. nadawcy niektórych programów telewizyjnych korzystają z obniżonego udziału audycji z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych (w programach muzycznych udział udogodnień dla osób z dysfunkcją wzroku i słuchu obniżony został do co najmniej 1% w kwartalnym czasie nadawania w godzinach 6.00–23.00).

Kontrola prowadzona była na podstawie danych pochodzących z 363 sprawozdań kwartalnych sporządzanych przez nadawców 85 programów telewizyjnych. Obowiązki dostarczania audycji z udogodnieniami wypełniali nadawcy 43 programów, z czego 21 było rozpowszechnianych naziemnie.

Udogodnienia dla niesłyszących wykorzystywane były w 53 programach we wszystkich kwartałach, z wyjątkiem I kwartału, w którym udogodnienia posiadały 52 programy. Udogodnienie dla osób

niesłyszących lub niedosłyszących w formie napisów stosowano w 39 programach. Tłumaczenia na język migowy w badanej grupie stosowali nadawcy 23 programów. W poszczególnych kwartałach liczba programów z audiodeskrypcją wahała się od 33 do 41. Monitoring tygodniowej próby programów: TVN Siedem, Puls 2 oraz TTV potwierdził występowanie w nich audycji z audiodeskrypcją.

5 czerwca 2013 r. sześciu nadawców (Telewizja Polska, Telewizja Polsat, TVN, Telewizja Puls, ATM Grupa, Stawka), rozpowszechniających naziemnie cyfrowo 15 ogólnopolskich i 16 regionalnych programów podpisało porozumienie w sprawie udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Nadawcy ustalili, że na audycje z audiodeskrypcją kwartalnie będą przeznaczać 11 godzin w programach TVP1, TVP2, Polsat, TVN; 6 godzin w programach w TVP Polonia, TVP Kultura, TVP Historia, TVN 7, TN4, TV 6, Puls, Puls 2, TTV oraz ATM Rozrywka. W programach regionalnych Telewizji Polskiej oraz Polsat Sport News zobowiązano się emitować co najmniej 10 godzin audycji z tłumaczeniem na język migowy. Nadawcy tych programów, oprócz programu TVN (w IV kwartale tylko około 2 godzin audycji z audiodeskrypcją zamiast 10), wypełniali ustalenia zawarte w porozumieniu. Nadawcy 16 programów regionalnych oraz programu Polsat Sport News nie realizowali w pełni 10% wymogu ustawowego.

Ochrona małoletnich

5.6 W 2013 r. przeprowadzono monitoring 8 programów telewizyjnych rozpowszechnianych drogą cyfrową naziemną, w których analizowano zawartość audycji rozpowszechnianych w godzinach 14.00 – 19.00. Wybór godzin był podyktowany tym, że dzieci w wieku szkolnym bardzo często w tym czasie oglądają programy telewizyjne bez dozoru rodziców czy opiekunów. Skontrolowano 120 tytułów audycji, na które złożyło się 354 pojedyncze odcinki o łącznym czasie trwania 280 godzin z następujących programów: TVN, TVN Siedem, POLSAT, TV 4, TV 6, TV Puls, TV Puls 2 i TVP 2.

W wyniku kontroli stwierdzono, że większość nadawców nie tworzy swojej oferty z myślą o dzieciach i młodzieży. Wyjątkiem był nadawca programu TV PULS 2, który w monitorowanych godzinach prezentował ofertę programową przeznaczoną dla odbiorcy w tym wieku oraz nadawca publiczny, który w TVP 2 rozpowszechniał codziennie audycję cykliczną adresowaną do młodzieży w wieku od 15 do 18 lat. W pozostałych programach treści adresowane do dzieci, zwłaszcza w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym pojawiały się rzadko. Audycje adresowane wyłącznie do dzieci występowały ponadto w programach TV PULS, TV4, TV 6, TVN Siedem. Łącznie w kontrolowanych programach rozpowszechniono 13 tytułów audycji, (cyklicznych bądź pojedynczych), wśród których przeważały filmy animowane, a ich celem było głównie dostarczenie dzieciom rozrywki. W ofercie brakowało audycji, które sprzyjałyby intelektualnemu, artystycznemu i społecznemu rozwojowi dzieci.

W wyniku monitoringu stwierdzono, że w większości audycji (tj. w 84 tytułach) prezentowano pozytywny lub neutralny obraz świata. Najwięcej takich audycji było w programach TV Puls 2 i TVN Siedem (odpowiednio 100% i 84,6% oferty programowej), a najmniej w programie TVN (23,1% oferty programowej). W 19 tytułach rozpowszechnionych w programach TVN, POLSAT, TV 4, TV 6 i TV Puls przedstawiano negatywne formy współżycia społecznego, sceny przemocy fizycznej, a język, którym posługiwali się bohaterowie zawierał wulgaryzmy i słowa o podtekście seksualnym.

Zdecydowaną większość audycji (94 spośród 120 tytułów) oznaczono symbolem graficznym „dozwolone od 12 lat”. Symbolem „dozwolone od 7 lat” oznaczono 17 tytułów, a symbolem bez ograniczeń wiekowych 8 tytułów. Większość audycji (95 tytułów) nadawcy zakwalifikowali do właściwej kategorii wiekowej i oznaczyli je odpowiednim symbolem graficznym. W przypadku 20 tytułów nadawcy dokonali zaniżonej kwalifikacji wiekowej.

KRRiT każdorazowo prowadzi postępowanie wyjaśniające wobec nadawców, którzy dopuścili się naruszeń.

Treści pornograficzne w godz. 23.00 – 6.00 (art. 18 ust.4 urt)

5.7 Monitoring programów telewizyjnych TVN TURBO, TELE 5, iTV i POLSAT PLAY przeprowadzono z uwagi na zaplanowaną analizę oferty programowej nadawców w wybranych losowo dniach tygodnia, w tym w szczególności po godzinie 23.00 oraz sprawdzenie czy rozpowszechniane audycje i inne przekazy zawierają treści pornograficzne lub czy w sposób nieuzasadniony eksponują przemoc. Rozpowszechnianie tego typu audycji jest zabronione w linearnych usługach audiowizualnych. Łączny czas programów telewizyjnych poddanych kontroli wyniósł 156 godzin. Analiza programów wykazała rozpowszechnianie:

- audycji zawierających sceny przemocy i okrucieństwa, w tym sceny zabijania. Były one obecne w cyklicznych audycjach dokumentalnych i sportowych oraz filmach i serialach w programach TELE 5 i POLSAT PLAY; w audycjach prezentowano zachowania powszechnie uznawane za nieetyczne albo kryminalne;
- audycji, których język zawierał wulgaryzmy (TVN TURBO, TELE 5, iTV i POLSAT PLAY);
- audycji zawierających sceny czynności seksualnych, w tym przedstawiające seks w oderwaniu od uczuć wyższych (TVN TURBO, TELE 5, iTV i POLSAT PLAY przede wszystkim w filmach i serialach, ogłoszeniach oraz audycjach poradnikowych i interaktywnych); relacje między bohaterami ograniczały się wyłącznie do kontaktów seksualnych, podobnie filmy i seriale erotyczne zawierały prawie wyłącznie sceny seksu.

Analiza całości kontrolowanego materiału nie wykazała obecności treści o charakterze pornograficznym. Audycje zawierały treści objęte regulacją z art. 18 ust. 5, a więc były to treści dopuszczone do emisji pod pewnymi warunkami. Monitoring potwierdził, iż warunki te zostały spełnione (audycje

były odpowiednio oznaczone i zostały rozpowszechnione poza tzw. porą ustawowo chronioną).

Podczas prowadzenia postępowania w sprawach skarg i wniosków zostały stwierdzone treści o charakterze pornograficznym w programie TVN Style w filmie „Siła pożądania”. Natomiast podczas monitoringu przeprowadzonego w 2012 r. stwierdzono rozpowszechnianie treści o charakterze pornograficznym w programie iTV realizowanym przez spółkę Telestar. Na obydwie spółki Przewodniczący KRRiT nałożył karę (patrz punkt 5.25).

Przekazy handlowe – nadawcy radiowi

5.8 KRRiT skontrolowała emisję przekazów handlowych w 312 programach radiowych, analizując 1156 godzin programu. Monitoringiem objęto:

- 27 programów radiofonii publicznej (w tym 4 ogólnopolskie i 6 miejskich);
- 2 ogólnopolskie programy koncesjonowane (Radio Zet i Radio RMF FM);
- 4 programy bez prawa do emisji przekazów handlowych;
- 46 programów Polskich Fal Średnich;
- 224 programów pozostałych nadawców koncesjonowanych (lokalnych, zarówno niezależnych, jak i należących do sieci radiowych).

Podczas kontroli nie zgłoszono zastrzeżeń w zakresie ewidencjonowania i emisji przekazów handlowych w stosunku do 169 nadawców (54,17% skontrolowanych programów). Do najistotniejszych uchybień zaliczyć należy: przekroczenie dopuszczalnego limitu reklam i autopromocji (3 programy); emisja nieoznaczonej lub nieprawidłowo oznaczonej reklamy (4 programy); emisja reklamy ukrytej (1 program); nieprzesłanie materiałów do kontroli (1 program).

Przewodniczący KRRiT skierował do nadawców wezwania do natychmiastowego usunięcia nieprawidłowości. W stosunku do nadawcy programu Radio ESKA Bartoszyce Przewodniczący KRRiT wszczął postępowanie zmierzające do ukarania z powodu

niewykonania obowiązku przekazania materiałów do kontroli.

Kontroli poddano również 9 religijnych nadawców radiowych posiadających status nadawcy społecznego: (Radio Ain Karim, Radio Jasna Góra, Katolickie Radio FIAT, Katolickie Radio Rodzina, Katolickie Radio Zbrosza Duża, Radio Orthodoxy, Radio FARA, Radio Maryja, Radio Rodzina Diecezji Kaliskiej). Spośród kontrolowanych nadawców 8 nie emitowało przekazów handlowych. Dwa przypadki emisji ukrytych przekazów handlowych zostały stwierdzone w programie Radio Maryja (jeden w trakcie corocznej, planowej kontroli, drugi po analizie skargi, jaka wpłynęła do KRRiT). Przewodniczący KRRiT wszczął postępowanie zmierzające do wydania decyzji nakładającej na nadawcę karę finansową. Sprawa druga znajduje się w trakcie postępowania wyjaśniającego.

Wyniki kontroli są dostępne na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Nadawcy i operatorzy – Kontrola nadawców – Kontrola działalności reklamowej.

Audiowizualne przekazy handlowe – nadawcy telewizyjni

5.9 W 2013 r. przeprowadzono 75 planowych i interwencyjnych kontroli programów telewizyjnych rozpowszechnianych drogą naziemną oraz satelitarną w łącznym wymiarze 264 godzin, w tym 124 godziny programów nadawcy publicznego. Wszystkim monitorowanym podmiotom przekazano wnioski pokontrolne, a do 5 nadawców (Telewizja Polska, TVN, Polsat, TVR, CANAL+ Cyfrowy) zostały wystosowane wezwania do usunięcia naruszeń ujawnionych łącznie w 9 programach. Przewodniczący KRRiT nałożył karę finansową na 3 nadawców (ESKA TV, Lemon Records, TVR).

Kontrola interwencyjna przeprowadzona w programie POLSAT wykazała naruszenie przepisów regulujących lokowanie produktu (lokowanym produktem była usługa telekomunikacyjna w audycji „Gwiazdy w sieci”). Postępowanie wyjaśniające nie

zakończyło się przed dniem złożenia sprawozdania rocznego.

Porównaj informacje dotyczące decyzji o ukaraniu nadawców, które znajdują się poniżej w punkcie 5.25.

5.10 Z powodu nieprecyzyjnego brzmienia przepisów, KRRiT podczas podejmowania działań kontrolnych spotyka się z wieloma trudnościami, m.in. w zakresie lokowania produktu z uwagi na brak jednoznacznego określenia pojęcia nadmiernej ekspozycji lokowanego produktu, czy w zakresie autopromocji i ogłoszeń nadawcy w związku z praktyką przerywania audycji lub bloków reklamowych przekazami o charakterze informacyjno-promocyjnym, dotyczącymi programu własnego nadawcy. Tego rodzaju audycje rozpowszechniane są przede wszystkim w postaci infografik (tzw. scroll), a także jako *voice over* albo przekazy spełniające formalne kryteria audycji. W 2013 r. problemy te były przedmiotem dyskusji z nadawcami na forum zespołu roboczego. Wnioski posłużyły Krajowej Radzie do przygotowania propozycji przyszłych zmian w ustawie (propozycje *de lege ferenda*).

5.11 W 2013 r. przeprowadzono planową kontrolę działalności reklamowej i sponsorskiej 24 programów telewizji kablowych (52 godziny programu). Kontrola objęła koncesjonariuszy, w stosunku do których kontrola prowadzona w latach 2011-2012 wykazała naruszenia. Uwag nie zgłoszono wobec 2 nadawców. Do najczęstszych uchybień należało: przekroczenie czasu emisji reklam w godzinie zegarowej (3 nadawców), nadawanie zakazanych przekazów handlowych (4 nadawców), brak właściwego lub niewłaściwe oznaczenie przekazów handlowych (6 nadawców), sponsorowanie audycji mogących zachęcać do kupna lub innego udostępniania towarów lub usług sponsora (2 nadawców), niewłaściwe wskazanie sponsora audycji (3 nadawców).

Reklama tzw. niezdrowej żywności rozpowszechnianej przy audycjach kierowanych do dzieci

5.12 KRRiT powtórzyła monitoring programów przeznaczonych dla małych dzieci (MiniMini+, teleTOON+, Nickelodeon) i programów uniwersalnych, w których emitowane były audycje dla dzieci (TVP1, TVP2, TVP Polonia, Polsat, TV4, Puls), sprawdzając obecność reklam produktów spożywczych i napojów zawierających w swym składzie duże ilości tłuszczu, cukru i soli. Według ustawy 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. We wszystkich skontrolowanych programach stwierdzono obecność reklam słodczy (cukierków, ciastek, batonów), przekąsek (np. chrupki i chipsy), tzw. napojów energetyzujących, napojów gazowanych, a także żywności typu „fast food”.

Wobec braku uniwersalnych i jednoznacznych kryteriów umożliwiających sprawowanie kontroli nad właściwym przestrzeganiem przez nadawców przywołanych przepisów, KRRiT wskazała produkty

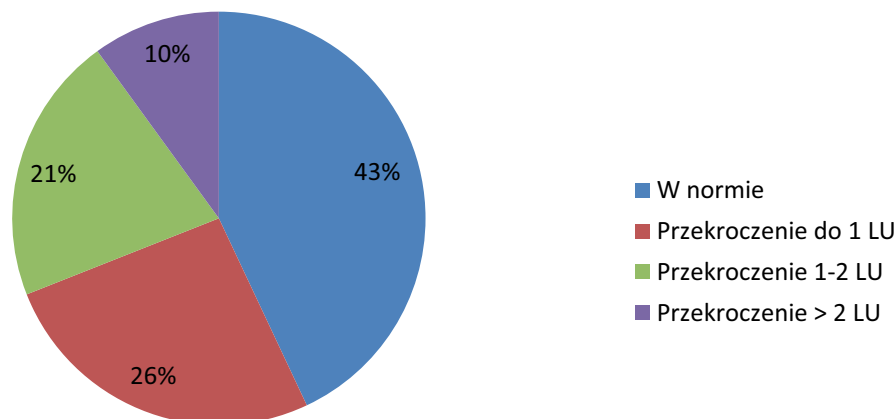
i napoje, które według powszechnie dostępnej wiedzy, z powodu dużej zawartości soli, cukru lub tłuszczu nie powinny być reklamowane przy audycjach dla dzieci i zleciła wykonanie specjalistycznej ekspertyzy. Przewodniczący KRRiT w oparciu o wymienioną powyżej ekspertyzę zwrócił się do nadawców o złożenie wyjaśnień.

Kontrola głośności reklam

5.13 KRRiT we współpracy z Instytutem Łączności prowadziła kontrolę przestrzegania poziomu głośności reklam i telesprzedaży emitowanych w trakcie audycji lub bezpośrednio po niej. Poziom głośności musi być równy poziomowi głośności tej audycji. Wyjątek stanowią jedynie audycje nadawane w czasie rzeczywistym, gdzie dopuszczalna jest różnica poziomów wynosząca 1 LU.

Badania głośności reklam prowadzone były od kwietnia do listopada 2013 r. W tym okresie wykonano około 1200 pomiarów próbek pochodzących z 60 programów. Jeden miesiąc został poświęcony programom dedykowanym polskim widzom, rozpowszechnianym w języku polskim, lecz działającym w oparciu o zagraniczne koncesje.

Wykres 1. Wyniki pomiarów z uwzględnieniem stopnia zarejestrowanych przekroczeń (maj-wrzesień 2013 r.)



Istotny wpływ na powyższe wyniki pomiarów miały programy pozostające poza jurysdykcją polską: Disney Junior, 13 Ulica, Discovery Science, Discovery. Nadawcy, u których stwierdzono przekroczenia powyżej 2 LU (programy: TV4, TV6, ATM Rozrywka, TVP2 i TVP Kultura) zostali wezwani do złożenia wyjaśnień.

KRRiT zbierała dane od nadawców dotyczące trudności, jakie sprawia im sprostanie rygorystycznym wymogom prawnym oraz śledziła ewolucję poglądów na temat instrukcji EBU 128R, która dla większości krajów europejskich jest podstawą regulacji w sprawie wyeliminowania problemu tzw. głośnych reklam. KRRiT podjęła decyzję o rozpoczęciu w pierwszym półroczu bieżącego roku prac nad modyfikacją rozporządzenia, która m.in. będzie zmierzać do uwzględnienia postanowień zawartych w instrukcji EBU 128R. Zostanie jednak zaproponowany pewien margines tolerancji, którego dokładny zakres zostanie określony po analizie zebranych doświadczeń oraz po konsultacji z nadawcami i ekspertami.

Audiowizualne usługi na żądanie – VoD

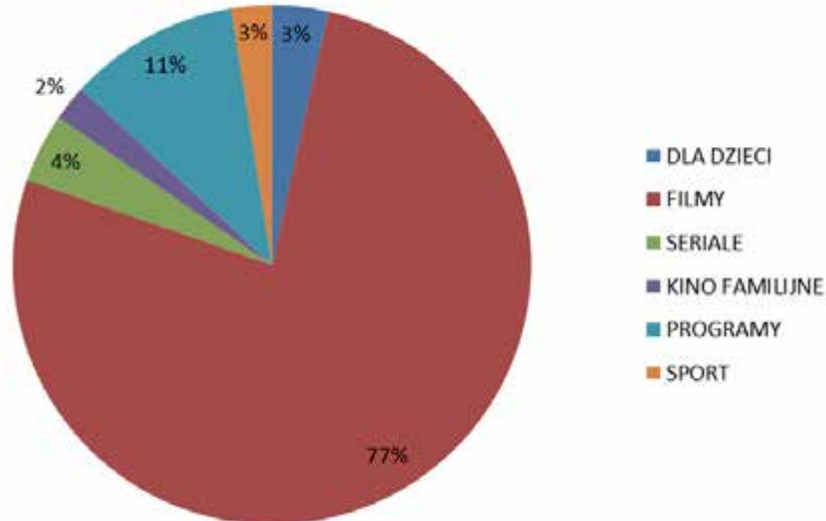
5.14 KRRiT uznając ochronę małoletnich za zadanie priorytetowe, 16 grudnia 2013 r. pod patronatem Małżonki Prezydenta RP Pani Anny Komorowskiej oraz przy współudziale Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji zorganizowała seminarium: *Skuteczna ochrona dzieci i młodzieży w Internecie. Kto za to odpowiada?*. Seminarium adresowane było do nauczycieli i rodziców oraz wszystkich osób i organizacji odpowiedzialnych za ochronę osób małoletnich w Internecie. W trakcie seminarium zaprezentowane zostały m.in. wyniki przeprowadzonych monitoringów usług medialnych na żądanie, efekty pracy wspólnej grupy roboczej działającej przy Ministerstwie Administracji i Cyfryzacji dotyczące ochrony dzieci przed pornografią i nadmierną przemocą w Internecie. Poruszane były także aspekty prawne, społeczne i ekonomiczne wprowadzenia różnych systemów kontroli rodzicielskiej. Ważna część konferencji poświęcona była edukacji oraz prezentacji technicznych zabezpieczeń przed treściami szkodliwymi dla małoletnich.

Materiały z seminarium „Skuteczna ochrona dzieci i młodzieży w Internecie. Kto za to odpowiada?” znajdują się na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Nadawcy i operatorzy – Dostawcy VoD – Aktualności dla dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

Oferta programowa w usługach na żądanie

5.15 Uwzględniając stale rosnącą widownię usług medialnych na żądanie, a co za tym idzie coraz bogatszą ofertę programową, KRRiT dokonała oceny jej zawartości pod kątem różnorodności. Analizie poddano 10 największych internetowych serwisów usług na żądanie: VoD.TVP.PL, TVN PLAYER, IPLA, IPLEX, KINOPLEX, VoDEON, CINEMAN, STREFA VoD, OUTFILM, VoD.PL. Przeprowadzone w listopadzie 2013 r. badanie dotyczyło w szczególności: oferowanych treści z podziałem na typy audycji (dla dzieci, filmy, seriale, kino familijne, sport i audycje pochodzące najczęściej z programów telewizyjnych, nazywane przez dostawców „programami”). Badano udział audycji dla dzieci oraz kina familijnego w katalogach dostawców, praktykowaną klasyfikację filmów ze względu na gatunki (np. dramat, komedia, horror, sensacja, dokument, wojenny, kryminał), a także opis oferowanych treści przez poszczególnych dostawców. Dzięki dostępnym technologiom i posiadanym możliwościom niektórzy dostawcy udostępniają nawet do kilkudziesięciu tysięcy audycji. Najbardziej zróżnicowane audycje pod kątem oferty programowej oferowali dostawcy: Grupa Onet.pl – VoD PL, Redefine Sp. z o.o. – IPLA oraz Telewizja Polska SA – VoD TVP. Audycje publicystyczne, historyczne, o tematyce religijnej, biznesowej, kulturalnej, kabarety, serwisy informacyjne należały do rzadkości. Treści dla dzieci stanowiły tylko 3% wszystkich audycji oferowanych przez dostawców, natomiast kino familijne 2%. Tylko jeden dostawca – STREFA VoD Sp. z o.o. udostępniał audycje z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji wzroku poprzez wprowadzenie audiodeskrypcji.

Wykres 2. Podział treści oferowanych przez monitorowanych dostawców VoD ze względu na typ audycji



Kontrola dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie

5.16 Monitoringi kontrolne skupiły się przede wszystkim na kwestiach związanych z ochroną małoletnich, wypełnianiem kwot europejskich oraz przekazów handlowych towarzyszących audycjom dla dzieci. Pierwsza planowa kontrola została przeprowadzona między kwietniem a lipcem 2013 r. natomiast druga w wrześniu 2013 r. Obydwie dotyczyły tej samej grupy 21 najpopularniejszych internetowych dostawców audiowizualnych usług na żądanie. Sprawdzone w szczególności oznaczanie audycji odpowiednimi symbolami graficznymi podczas wyboru audycji z katalogu oraz podczas ich trwania, w zależności od kategorii wiekowej odbiorców, do których są kierowane, czyli sprawdzano zgodność usług świadczonych przez dostawców VoD z przepisami rozporządzenia KRRiT z 5 lutego 2013 r. *w sprawie szczegółowych zasad ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie*. Oceniono również istnienie skutecznych zabezpieczeń technicznych przy udostępnianiu treści, promowanie audycji europejskich oraz zapewnienie łatwego, bezpośredniego i stałego

dostępu do informacji umożliwiających identyfikację usługi i dostawcy m.in. podanie danych kontaktowych dostawcy.

Do 17 dostawców skierowane zostały wezwania do przedstawienia informacji o działaniach podjętych na przyszłość. Większość internetowych dostawców usług VoD po otrzymanych wezwaniach dostosowała swoje usługi do wymogów ustawowych we wskazanych przez KRRiT obszarach, czego dowiodły wyniki drugiej kontroli.

Przewodniczący KRRiT wezwał 4 dostawców usług medialnych do zaniechania działań polegających na udostępnianiu treści nieodpowiednich dla małoletnich bez stosowania zabezpieczeń technicznych. Wszyscy wezwani dostawcy niezwłocznie usunęli treści nieodpowiednie dla dzieci ze swoich katalogów.

KRRiT poinformowała wszystkich dostawców o wynikach drugiej kontroli zwracając uwagę na konieczność większego zaangażowania dostawców usług medialnych na żądanie w promowanie audycji

europjskich oraz rozszerzenia oferty o audycje z udogodnieniami dla niepeñosprawnych.

Przewodniczacy KRRiT wezwał 6 dostawców usług medialnych do zaniechania naruszeń polegających na udostępnianiu audycji bez oznaczeń graficznych odpowiadających kategoriom wiekowym odbiorców. Wszyscy dostawcy oznakowali udostępniane audycje w wyznaczonym terminie. Do 2 dostawców skierowane zostały wnioski o udzielenie wyjaśnień na temat przyczyn powstania naruszeń (m.in. dotyczących braku oznakowań graficznych) oraz informację o podjętych działaniach na przyszłość. Dostawcy przedstawili wyjaśnienia, w których poinformowali o usunięciu uchybień.

Ochrona małoletnich w VoD

5.17 KRRiT przeprowadziła analizę rozwiązań stosowanych zabezpieczeń technicznych przez inne kraje europejskie (Niemcy, Francja, Wielka Brytania) przy udostępnianiu treści zagrażających prawidłowemu rozwojowi dzieci i młodzieży. Wzorcując się na stosowanych tam rozwiązaniach, KRRiT dokonała oceny skuteczności zabezpieczeń oferowanych przez dostawców VoD w Polsce. W wyniku pierwszej kontroli stwierdzono, że spośród 21 monitorowanych serwisów w czterech znalazły się audycje zagrażające rozwojowi małoletnich. Treści o charakterze pornograficznym oraz zawierające sceny nieuzasadnionej przemocy upublicznione były bez stosowania skutecznych zabezpieczeń technicznych. Aby uzyskać dostęp, użytkownik musiał jedynie zadeklarować, że ma 18 lat. Tylko 9 skontrolowanych dostawców usług VoD oznaczało audycje symbolami graficznymi na etapie wyboru audycji z katalogu oraz oznaczało audycje podczas ich trwania. W związku ze stwierdzonymi naruszeniami KRRiT podjęła działania interwencyjne i dyscyplinujące.

Druga kontrola wykazała, że po podjęciu działań dyscyplinujących, 17 dostawców VoD oznaczało audycje, zgodnie z rozporządzeniem KRRiT, symbolami graficznymi odpowiadającymi kategoriom wiekowym odbiorców na etapie wyboru audycji

z katalogu, natomiast 15 znakowało audycje podczas ich trwania. W czasie drugiej kontroli VoD nie znaleziono audycji zawierających treści pornograficzne oraz nieuzasadnioną przemoc.

W listopadzie 2013r. KRRiT przeprowadziła kolejną, wrywkową kontrolę dostawców VoD, która wykazała, że 2 dostawców udostępniało filmy szkodliwe dla małoletnich bez jakichkolwiek zabezpieczeń uniemożliwiających małoletnim dostęp do tych treści. Przewodniczacy KRRiT wezwał dostawców usług medialnych do niezwłocznego zaniechania udostępniania treści nieodpowiednich dla małoletnich użytkowników bez stosowania zabezpieczeń technicznych. Dostawcy pilnie usunęli wymienione audycje ze swojej oferty.

Wyniki kontroli są dostępne na stronie internetowej www.krrit.gov.pl w zakładce Nadawcy i operatorzy – Dostawcy VoD – Aktualności dla dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

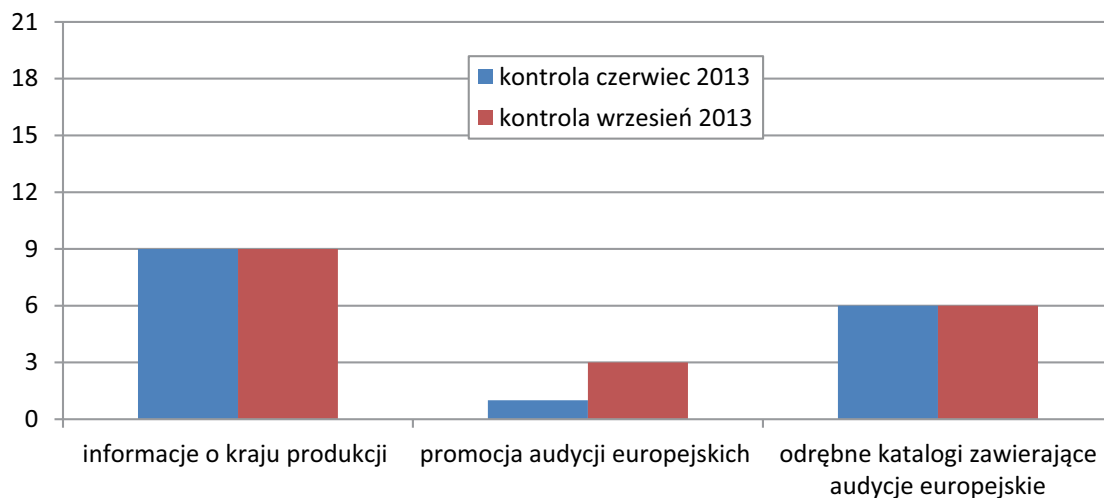
Promowanie audycji pochodzących z krajów europejskich w usługach VoD (w tym audycji pochodzących z Polski)

5.18 Według ustawy audycje europejskie w tym wytworzone pierwotnie w języku polskim muszą stanowić nie mniej niż 20% zawartości katalogu w ciągu kwartału udostępniania. Z wymogu tego zwolnione są jedynie katalogi zawierające w całości audycje „nieeuropejskie”. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie przekazują regulatorowi szczegółowe informacje dotyczące wykonania ustawowych zobowiązań w tym zakresie do 31 marca każdego roku. W oczekiwaniu na pierwsze sprawozdanie KRRiT dwukrotnie wykonała analizę zawartości katalogów 21 największych dostawców pod kątem promowania audycji pochodzenia europejskiego. Zarówno w czerwcu jak we wrześniu 2013 r. 9 dostawców podawało dane o kraju pochodzenia udostępnianych audycji. Tylko w 6 serwisach dostępne były katalogi, które wyodrębniały audycje ze względu na ich europejskie pochodzenie. W pierwszej kontroli jeden

dostawca (IPLEX.PL) promował tę kategorię audycji poprzez umieszczanie dodatkowych informacji na temat filmów pochodzących z Europy, a także uruchomił wyszukiwarkę sortującą zawartość katalogu

ze względu na kraj pochodzenia, co stanowi ważną formę promocji. We wrześniu takie wyszukiwarki udostępniło już 3 dostawców (IPLEX.PL, TVN PLAYER.PL, VoD.PL).

Wykres 3. Promowanie przez dostawców VoD audycji europejskich (w tym pierwotnie wytworzonych w języku polskim) – analiza porównawcza kontroli z czerwca i września 2013r.



Poza wymienionymi wyżej kontrolami, w listopadzie 2013r. przeprowadzono monitoring 10 popularnych w Polsce witryn VoD (VoDEON.PL, OUTFILM.PL, IPLA.TV, CINEMAN.PL, KINOPLEX.PL, VoD.PL, STREFA VoD.PL, IPLEX.PL, TVN.PLAYER.PL, VoD.TVP.PL) wyłącznie pod kątem udziału w poszczególnych katalogach treści pochodzenia europejskiego. Przeprowadzone analizy zawartości katalogów wykazały, że audycje pochodzące z Polski, bądź innego europejskiego kraju stanowiły znaczącą część oferty udostępnianej przez 10 najpopularniejszych witryn VoD. W 6 witrynach na 10 ponad połowę oferty stanowiły audycje pochodzące z któregoś z krajów europejskich, co oznacza, że znajdowały się one niemal w każdym sprawdzanym katalogu. Audycje pochodzenia polskiego stanowiły również znaczącą część zawartości badanych katalogów - co czwarty film w ofercie pochodził z Polski. Na podkreślenie zasługuje, że najbardziej promowane w tej grupie były filmy dokumentalne.

Przekazy handlowe zamieszczone przy treściach adresowanych do dzieci

5.19 Reklama jest dominującą formą przekazu handlowego emitowaną przy audycjach przeznaczonych dla dzieci w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie. Monitoring wykazał, że reklamy obecne były przede wszystkim w audycjach bezpłatnych i emitowane w większości przypadków przed audycjami. Rzadko zdarzała się emisja reklam w trakcie takich audycji, co jest zjawiskiem pozytywnym z uwagi na wiek ich odbiorców. Stwierdzono jednostkowe przypadki emisji innych form przekazu handlowego takich jak wskazania sponsorskie oraz autopromocja. Kontrola wykazała również, że serwisy nie wyodrębniały reklam od innych elementów programu, do czego obliguje ustawa. Tylko w jednym serwisie spośród kontrolowanych reklamy zostały oznaczone w sposób widoczny.

Najliczniej przy audycjach dla dzieci emitowane były reklamy z kategorii „żywność”, w tym reklamy tzw. niezdrowej żywności, czyli produktów,

których obecność w nadmiernej ilości w diecie może szkodliwie wpływać na zdrowie małoletnich (np. bogatych w tłuszcze i sól oraz słodczy). Ponadto emitowane były liczne reklamy z kategorii: „telefonii komórkowej”, „kultura-rozrywka” oraz „zabawki”. Nie stwierdzono reklam piwa czy innych produktów, których reklama nie powinna towarzyszyć przekazom dedykowanym małoletnim.

Zanotowano jednak 2 przypadki reklamy zawierającej treści niestosowne dla dzieci: filmu, który nie był adresowany do dzieci oraz wody toaletowej reklamowanej przez gwiazdę rocka w sposób, który budził skojarzenia seksualne.

Z względu na powiększającą się ofertę programową VoD, a także sygnały ze strony rodziców, dotyczące m.in. reklam nieprzeznaczonych dla dzieci przy audycjach do nich kierowanych, KRRiT prowadzić będzie systematyczne kontrole przekazów handlowych.

Analizy problemowe: TVP Polonia oraz oferta programowa w języku regionalnym

5.20 Celem monitoringu programu TVP Polonia było sprawdzenie, jak realizowane są zadania wobec Polonii i Polaków poza granicami kraju, w szczególności czy program:

- upowszechnia wiedzę o języku ojczystym, znajomość kultury, historii i współczesności;
- dostarcza aktualnych informacji o życiu w kraju;
- integruje Polaków rozsianych po całym świecie;
- ukazuje wkład Polski i Polaków w rozwój Europy i świata;
- tworzy pozytywny wizerunek Polski, m.in. przez prezentowanie walorów turystycznych i przyrodniczych oraz specyfiki regionalnej.

Monitoring przeprowadzony na losowo wybranej, tygodniowej próbie programu wykazał, że TVP Polonia najlepiej wypełniała funkcję informacyjną, dostarczając odbiorcom aktualnych wiadomości o wydarzeniach w kraju i na świecie. W niewielkim natomiast stopniu prezentowane były:

- audycje przybliżające sytuację Polaków w największych ich skupiskach na świecie;
- audycje prezentujące wkład Polski w rozwój Europy i świata (tj. przedstawiające dawną i współczesną historię kraju);
- audycje promujące walory turystyczne Polski oraz jej potencjał inwestycyjny.

Program charakteryzował się znaczącym udziałem powtórek. Jedynie 12% tygodniowego czasu emisji stanowiły audycje i przekazy wytworzone specjalnie na potrzeby TVP Polonia. TVP Polonia nie realizowała w badanym okresie w wystarczającym stopniu zadań wobec Polonii i Polaków mieszkających poza granicami kraju. Wyniki monitoringu wskazały, iż formuła programowa TVP Polonia oraz jej sposób dotarcia do odbiorców wymagają zmiany. KRRiT podkreśla, iż dostosowanie programu do potrzeb środowisk polonijnych będzie możliwe przy zapewnieniu odpowiedniego i stabilnego poziomu finansowania programu.

W 2013 r. TVP Polonia otrzymała 4,4 mln zł ze środków abonamentowych na pokrycie kosztów rozpowszechniania programu. Na tworzenie programu Ministerstwo Spraw Zagranicznych przekazało 8 mln zł.

Porównaj informacje na temat TVP Polonia, które znajdują się w aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne.

5.21 Celem analizy oferty programowej adresowanej do społeczności kaszubskiej było sprawdzenie, czy audycje nadawane w programach TVP Gdańsk, Radio Gdańsk i Radio Koszalin realizują ustawowe zadania, zapewniając m.in. bieżącą informację o życiu społeczności kaszubskiej oraz integrację grupy z mieszkańcami regionu. Podczas analizy uwzględniano *Stanowisko Komisji Wspólnej Rządu i Mniejszości Narodowych i Etnicznych w sprawie audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz audycji w języku regionalnym w publicznej radiofonii i telewizji*, które określa cechy audycji adresowanych do społeczności posługującej się językiem regionalnym. Zgodnie ze stanowiskiem tego rodzaju audycje powinny być m.in.:

- wyraźnie adresowane do danej grupy odbiorców;
- prezentować problematykę dotyczącą danej społeczności;
- poświęcone językowi regionalnemu;
- realizowane w języku danej społeczności;
- dawać jej przedstawicielom możliwość swobodnej wypowiedzi o sobie i swoich sprawach.

Kontrola wykazała, że w programach Radia Gdańsk i Radia Koszalin proponowana oferta programowa spełniała kryteria zawarte w stanowisku. W Radiu Gdańsk oraz Radiu Koszalin nadawane były różne audycje uwzględniające potrzeby społeczności kaszubskiej, a treści w języku kaszubskim stanowiły zdecydowaną większość czasu nadawania audycji adresowanych do Kaszubów. Audycje emitowane w obu programach zawierały elementy służące integracji zarówno wewnątrz społeczności kaszubskiej, jak też przybliżające ją pozostałym mieszkańcom regionu, szczególnie język i kulturę.

Oferta programowa TVP Gdańsk w zakresie dotyczącym uwzględniania potrzeb społeczności kaszubskiej – w porównaniu z propozycjami Radia Gdańsk i Radia Koszalin – była niewystarczająca. W analizowanym okresie w TVP Gdańsk nadawano jedną audycję, której problematyka koncentrowała się na sprawach ogólnych dotyczących regionu, a zdecydowanie rzadziej na kwestiach związanych z życiem społeczności kaszubskiej. Treści w języku kaszubskim stanowiły niewielką część czasu emisji audycji.

Wystąpienia rozpatrywane w trybie skarg i wniosków

5.22 Łącznie w sprawach skarg i wniosków wpłynęło 13 296 wystąpień, w tym:

- 2283 to wystąpienia indywidualne, kierowane listownie oraz za pośrednictwem poczty elektronicznej (w porównaniu z poprzednim okresem sprawozdawczym za 2012 r. nastąpił dwukrotny wzrost liczby wystąpień od osób prywatnych);

- 7248 e-maili przekazanych w ramach protestów zbiorowych (więcej punkt 5.24);
- 3765 wystąpień z poparciem dla TV Trwam, przede wszystkim zawierających postulat przyznania TV Trwam miejsca na MUX 1 (w większości były to formularze z gazety Nasz Dziennik z podpisami osób domagających się pozytywnego rozstrzygnięcia w tej sprawie).

Tematyka wystąpień indywidualnych

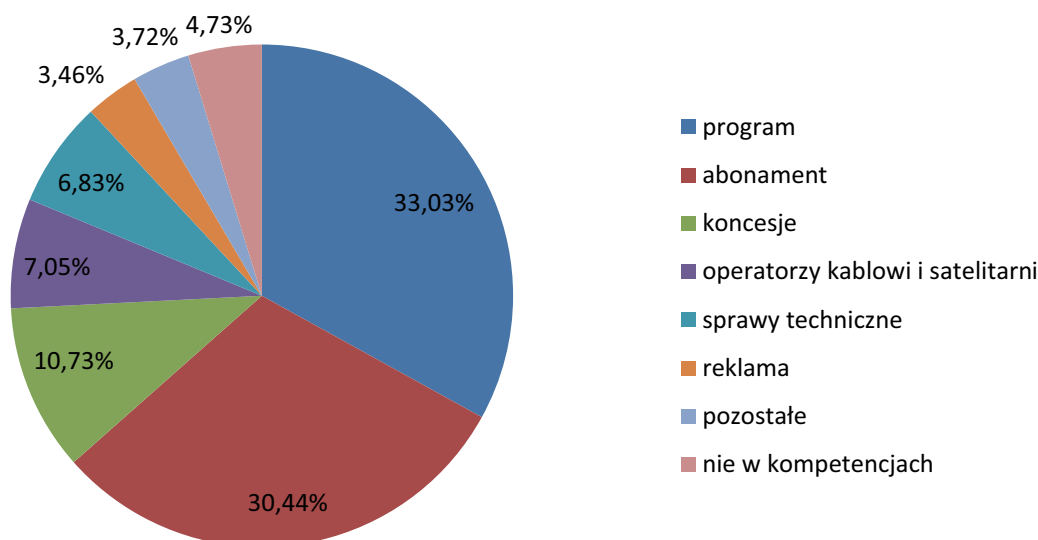
5.23 Wśród 2283 wystąpień, które wpłynęły od osób prywatnych, bezpośrednio lub za pośrednictwem różnych instytucji, można wymienić m.in.:

- 754 skargi w sprawie poziomu oferowanego programu, ze wskazaniem konkretnej audycji lub konkretnego nadawcy, a także skargi zawierające ogólne uwagi i opinie o ofercie programowej dostępnej w Polsce;
- 695 wystąpień w sprawach abonamentu rtv (głównie pytania w związku z wezwaniami do zapłaty zaległości, w tym dotyczące egzekucji należności prowadzonej przez urzędy skarbowe);
- 245 wystąpień w sprawach koncesyjnych (m.in. zapytania o tryb składania wniosku koncesyjnego, poparcie w sprawie udzielenia koncesji, w tym poparcie dla TV Trwam);
- 161 wystąpień na temat działalności operatorów platform satelitarnych i sieci telewizji kablowych (m.in. skargi na brak określonych programów w ofercie w kontekście zasady must carry oraz skargi, które powstały na tle interpretacji postanowień umownych – te ostatnie sprawy w większości nie należały do zakresu kompetencyjnego KRiTi);
- 156 wystąpień to korespondencja w sprawach technicznych (skargi m.in. dotyczące braku zasięgu naziemnej telewizji cyfrowej w poszczególnych lokalizacjach, przede wszystkim MUX 1 i MUX 2, czy sygnału programu TVP Regionalna niezgodnego z podziałem administracyjnym kraju);

- 79 wystąpień w sprawie reklam (np. wystąpienia dotyczące treści konkretnych spotów reklamowych, w tym reklamujących prezerwatywy lub środki poprawiające sprawność seksualną – w Polsce reklamowanie takich produktów jest dozwolone i pozbawione ograniczeń związanych z porą emisji, w 2013 r. skargi po raz pierwszy dotyczyły także reklam w ofercie VoD

- ponadto odnotowano skargi na ilość i długość bloków reklamowych, opóźnienia w rozpoczynaniu audycji oraz tzw. „głośne reklamy”);
- 85 wystąpień dotyczyło spraw różnych m.in. spraw kadrowych w spółkach publicznej radiofonii i telewizji, finansów mediów publicznych, konkursów audiotele, opinii na temat działań podejmowanych przez KRRiT).

Wykres 4. Podział korespondencji ze względu na poruszaną problematykę



Tematyka wystąpień zbiorowych

5.24 W 2013 r. wpłynęło pocztą elektroniczną 7248 wystąpień zbiorowych, skierowanych w następujących sprawach:

- 1875 e-maili w sprawie treści reklamy napoju Hoop Cola – skargi były wysyłane za pośrednictwem portalu Stowarzyszenia Twoja Sprawa i dotyczyły treści spotu reklamującego napój Hoop Cola pod hasłem „Moc pełnej tolerancji”, w którym dwie kobiety znajdujące się w łóżku, zostały zaskoczone przez wchodzącego do mieszkania mężczyznę. Analiza treści przekazu nie wykazała naruszenia ustawy m.in. spot nie przedstawiał nagości ani aktywności seksualnej, a pokazana sytuacja, nawet w opinii skarżących, miała charakter domyślny;

- 1568 e-maili w sprawie treści audycji pt. „Malanowski i partnerzy” odcinek pt. „Rzeźnik”, wyemitowanej w programie Polsat, 21 maja 2013 r., o godz. 16:30 – akcja wysyłania skarg została zorganizowana przez portal Stowarzyszenia Twoja Sprawa. Skargi dotyczyły treści odcinka, w którym przedstawiony został wątek poszukiwań seryjnego mordercy – kanibala, atakującego młode kobiety. Odcinek pt. „Rzeźnik” zawierał sceny pokazujące m.in. poćwiartowane ciała, a także scenę udaremnionej w ostatniej chwili próby morderstwa. W związku ze stwierdzeniem naruszenia art. 18 ust. 5 ustawy, Przewodniczący KRRiT wszczął postępowanie w sprawie ukarania nadawcy karą pieniężną. Postępowanie nie zostało zakończone do dnia złożenia sprawozdania rocznego;

- 3808 e-maili w sprawie zakłóceń sygnału Radia RMF Classic na terenie aglomeracji katowickiej – akcja wysyłania protestów w tej sprawie pod hasłem „Ratujmy RMF Classic na Śląsku” została zorganizowana przez nadawcę programu RMF Classic za pośrednictwem portalu internetowego redakcji. W wystąpieniach podnoszono przede wszystkim problem zakłóceń sygnału RMF Classic w Katowicach spowodowanych przez czeską stację Valasske Mezrici (obie stacje nadają na częstotliwości 94,1 MHz). KRRiT sprawdziła różne możliwości zwiększenia zasięgu i poprawy jakości sygnału RMF Classic. Zmiana lokalizacji stacji nadawczej, o którą wnioskował nadawca, nie gwarantuje eliminacji zakłóceń i dlatego KRRiT nie dokonała tych zmian, tylko zwróciła się do Prezesa UKE o sprawdzenie wszystkich innych możliwości poprawy zasięgu i jakości sygnału RMF Classic.

Odpowiedzialność prawna nadawców

– decyzje o ukaraniu oraz inne działania KRRiT

5.25 Przewodniczący KRRiT w związku z postępowaniami wszczętymi na podstawie skarg wydał w 2013 r. trzy niżej wymienione decyzje o nałożeniu kary:

- decyzja Nr 1 z 21 stycznia 2013 r. w sprawie nałożenia kary w wysokości 70 tys. zł na nadawcę programu Superstacja, w związku z emisją 22 lutego 2012 r. audycji pt. „Krzywe zwierciadło”, w której naruszony został art. 18 ust. 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji (postępowanie wykazało obecność treści sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym oraz nieposzanowanie przekonań religijnych katolików);
- decyzja Nr 2 z 27 marca 2013 r. o nałożeniu kary w wysokości 250 tys. zł w związku z naruszeniem art. 18 ust. 5 ustawy w związku ze skargami przekazanymi przez osoby prywatne oraz Biuro Rzecznika Praw Dziecka w sprawie treści niektórych odcinków cyklu „Rozmowy w toku”, wyemitowanych w okresie od stycznia do lipca 2012 r. w programie TVN (w audycjach, oznakowanych jako odpowiednie dla widzów od 12 lat i nadanych ok. godz. 16:00, znalazły się treści wulgarne, drastyczne opisy skrajnie nietypowych zachowań, m.in. związanych z aktywnością seksualną czy stosowaniem przemocy, tym samym postępowanie wykazało niewłaściwą kwalifikację wiekową oraz porę emisji wskazanych audycji);
- decyzja Nr 6 z 9 sierpnia 2013 r. w sprawie nałożenia kary w wysokości 5 tys. zł na Telewizję Polską SA w związku z naruszeniem art. 18 ust. 1 i 2 ustawy w audycji pt. „Tylko dla dorosłych” – emisja w programie TVP 2, 8 marca 2013 r. godz. 23:05 (postępowanie wykazało, że w skeczach zaprezentowanych przez Kabaret Limo znalazły się treści sprzeczne z moralnością i dobrem społecznym, dyskryminujące osoby starsze, a także treści obraźliwe dla katolików).

Oprócz wyżej wymienionych decyzji, Przewodniczący KRRiT po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniających wydał decyzje o nałożeniu kary w związku z naruszeniami stwierdzonymi podczas wykonywania przez KRRiT działań kontrolnych, w tym monitoringów programowych. W wyniku przeprowadzonych kontroli Przewodniczący KRRiT wydał sześć decyzji:

- decyzja Nr 3 z 8 lipca 2013 r. – na spółkę Telestar (program itv) nałożona została kara w wysokości 100 tys. zł w związku rozpowszechnianiem w programie itv treści o charakterze pornograficznym, nieodpowiednią kwalifikacją ze względu na wiek i porę emisji audycji, a także naruszeniami w zakresie działalności reklamowej i telesprzedaży. W związku ze stwierdzonym rozpowszechnianiem treści o charakterze pornograficznym Przewodniczący KRRiT złożył zawiadomienie o możliwości popełnienia przestępstwa, ale prokuratura odmówiła wszczęcia dochodzenia w tej sprawie ;

- decyzja Nr 4 z 26 lipca 2013 r. – na spółkę Grupa Radiowa Agory nałożona została kara w wysokości 6,5 tys. zł w związku rozpowszechnianiem w audycji „Ranne kakao. Pierwsza krew.” treści z naruszeniem przepisów dotyczących pory emisji i kwalifikacji wiekowej, a także z uwagi na obecność wulgaryzmów i treści zagrażających prawidłowemu rozwojowi małoletnich;
- decyzja Nr 5 z 26 lipca 2013 r. – na spółkę TVN nałożona została kara w wysokości 100 tys. zł w związku rozpowszechnianiem w audycji „Sędzia Anna Maria Wesołowska” treści z naruszeniem przepisów dotyczących pory emisji i kwalifikacji wiekowej, a także z uwagi na obecność wulgaryzmów i treści zagrażających prawidłowemu rozwojowi małoletnich;
- decyzja Nr 7 z 25 października 2013 r. – na spółkę ESKA TV SA nałożona została kara w wysokości 10 tys. zł w związku przekroczeniami w zakresie dopuszczalnego limitu reklam oraz sposobu sponsorowania audycji;
- decyzja Nr 8 z 25 października 2013 r. – na spółkę Lemon Records nałożona została kara w wysokości 10 tys. zł w związku z przekroczeniami w zakresie dopuszczalnego limitu reklam oraz dotyczącymi szczegółowych warunków lokowania produktu;
- decyzja Nr 9 z 23 grudnia 2013 r. – na spółkę TVR nałożona została kara w wysokości 15 tys. zł w związku z przekroczeniami w zakresie dopuszczalnego limitu reklam oraz nieprzebranie obowiązku nadawców w zakresie utrwalania i przechowywania przez okres 28 dni audycji, reklam lub innych przekazów;
- decyzja Nr 1 z 11 marca 2014 r. – na spółkę TVN SA została nałożona kara w wysokości 200 tys. zł w związku z emisją filmu pt. „Siła pożądania” (TVN Style, 26 sierpnia 2013 r. godz. 23:15) – stwierdzono naruszenie art. 18 ust. 4 ustawy (w filmie znalazły się sceny o charakterze pornograficznym, których emisja jest całkowicie zakazana).

5.26 Do dnia złożenia sprawozdania rocznego nie zostały zakończone postępowania zmierzające do ukarania niżej wymienionych nadawców:

- postępowanie w sprawie treści filmu pt. „Małanowski i partnerzy”, odcinek pt. „Rzeźnik” (Polsat, 21 maja 2013 r., godz. 16:30) – stwierdzenie naruszenia art. 18 ust. 5 ustawy (więcej patrz punkt 5.24);
- postępowanie w związku z audycją pt. „Głos z Krakowa” (Radio Maryja, 16 października 2013 r.) – w audycji stwierdzono naruszenie art. 16c pkt 1 ustawy w związku z emisją ukrytego przekazu handlowego (w rozmowie poświęconej jubileuszowi 21 lat działalności miesięcznika nauczycieli i wychowawców katolickich „Wychowawca” znalazła się m.in. zachęta do zakupu prenumeraty czasopisma);
- postępowanie w związku ze sposobem relacjonowania 11 listopada 2013 r. Marszu Niepodległości w programie TV Trwam – w audycji stwierdzono naruszenie art. 18 ust. 1 ustawy (w rozmowie z dr. Krzysztofem Kawęckim, przeprowadzonej na Placu Konstytucji w Warszawie podczas trwania Marszu Niepodległości, padły stwierdzenia propagujące działania sprzeczne z prawem, dotyczące incydentu spalania „tęczy” – instalacji znajdującej się na Placu Zbawiciela).

5.27 Przewodniczący KRRiT po wnikliwej ocenie całości zgromadzonego materiału, w tym wyjaśnień złożonych przez nadawcę, w wyniku postępowań przeprowadzonych na podstawie skarg kierował również wystąpienia, w których zwracał uwagę na uchybienia dotyczące np. obowiązku doboru właściwej kwalifikacji wiekowej (m.in. TVP 1 film pt. „To ja złodziej”, TVN niektóre odcinki z cyklu pt. „Ukryta prawda”, emisja październik 2012 r., styczeń 2013 r., godz. 13:40 i 18:00), przestrzegania zakazu dyskryminacji (m.in. Polskie Radio, Jedynka, audycja „Za a nawet przeciw”, emisja 4 grudnia 2013 r., czy Warszawska Prowincja Redemptorystów w związku z emisją odcinka z cyklu pt. „Rozmowy niedokończone”, Radio Maryja,

13 listopada 2013 r.), obowiązku poszanowania uczuć religijnych (m.in. Superstacja niektóre odcinki cyklu pt. „Gilotyňa”, 1 lutego i 15 marca 2013 r., a także cyklu pt. „Krzywe zwierciadło” 10 grudnia 2012 r. oraz 16 marca 2013 r.), jak również obowiązku poszanowania narodowości (np. Fundacja Lux Veritatis w związku z emisją audycji z cyklu pt. „Polski punkt widzenia”, TV Trwam, 20 kwietnia 2013 r., godz. 21:40, retransmisja w programie Radio Maryja, 22 kwietnia 2013 r. godz. 00:39).

5.28 W wyniku niektórych postępowań, prowadzonych na podstawie skarg, Przewodniczący KRRiT zwrócił się do innych organów państwowych z wnioskiem o zainteresowanie i podjęcie działań w ramach posiadanych kompetencji. Przykłady takich wystąpień to rezultat postępowań prowadzonych w związku ze skargami dotyczącymi m.in.

- niektórych odcinków cyklu pt. „Idealna niania”, emitowanego w programie TVN, w których podnoszone były problemy związane z udziałem dzieci w produkcjach telewizyjnych i wpływem wywieranym przez to na ich psychikę i rozwój, Przewodniczący KRRiT skierował wystąpienie do Rzecznika Praw Dziecka, w którym zwracając uwagę na możliwe skutki psychologiczne, wnioskował o zainteresowanie ze strony RPD i dalsze działania w tej sprawie;
- problemów z odbiorem naziemnej telewizji cyfrowej (w szczególności niedostatecznego zasięgu pierwszego i drugiego multipleksu oraz brakiem dostępu do właściwego programu TVP Regionalna, zgodnego z podziałem kraju na województwa), Przewodniczący KRRiT skierował wystąpienia do Ministra Administracji i Cyfryzacji, Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz Prezesa Telewizji Polskiej o podjęcie we współpracy z KRRiT wspólnych i skoordynowanych działań, które pozwolą na rozwiązanie ww. problemów.

5.29 W związku z możliwością odbioru w Polsce wielu programów, których warunki rozpowszechniania zostały określone w koncesjach wydanych przez regulatorów z innych krajów (tzw. nadawcy

zdelokalizowani), na podstawie otrzymanych skarg Przewodniczący KRRiT podjął działania wyjaśniające we współpracy z właściwymi organami z zagranicy. Przykłady takich wystąpień to rezultat postępowań prowadzonych m.in. w sprawie skarg dotyczących niżej wymienionych pozycji programowych:

- „Wstydlive choroby” (emisja TLC, 25 lipca 2013 r., godz. 14:00), postępowanie prowadzone we współpracy z brytyjskim regulatorem OFCOM. W wyniku postępowania OFCOM stwierdził naruszenie przez Discovery Communications Europe Limited artykułu 1.3 Kodeksu nadawczego (Broadcasting Code) ze względu na niewłaściwą porę emisji. Postępowanie prowadzone przez OFCOM nie zostało zakończone do dnia złożenia sprawozdania rocznego;
- „The Slammer” (emisja CBBC, 28 października 2011 r., obecnie dostęp w serwisie youtube.com), postępowanie prowadzone we współpracy z OFCOM. Zarzut dotyczy emisji treści obrażających uczucia narodowe Polaków. Przewodniczący KRRiT zwrócił się do Prezesa OFCOM o interwencję u nadawcy audycji, a zarazem właściciela praw autorskich, w sprawie zaniechania jej dalszego rozpowszechniania w Internecie. Postępowanie prowadzone przez OFCOM nie zostało zakończone do dnia złożenia sprawozdania rocznego;
- postępowanie w sprawie programu Polonia 1, prowadzone we współpracy z włoskim regulatorem AGCOM. Zarzut dotyczy zaprezentowania sceny zawierającej przemoc seksualną w audycji reklamującej usługi erotyczne. Postępowanie nie zostało zakończone do dnia złożenia sprawozdania rocznego;
- audycji z cyklu pt. „Warsaw Shore – Ekipa z Warszawy”, emitowanych przez MTV Polska, prowadzone we współpracy z czeskim regulatorem RRTV w związku ze skargami zawierającymi zarzuty prezentowania niewłaściwych wzorców zachowań oraz treści szkodliwych dla osób małoletnich. Czeska RRTV nie stwierdziła naruszenia przepisów czeskiej ustawy o radiofonii i telewizji przez MTV Networks Ltd., nadawcę

programu MTV Polska, chociaż uznała audycję za kontrowersyjną. Przewodniczący KRRiT nie zgodził się z tym stanowiskiem. Postępowanie nie zostało zakończone do dnia złożenia sprawozdania rocznego.

VI. NADZÓR REGULACYJNY I FINANSOWANIE MEDIÓW PUBLICZNYCH

Plany programowo-finansowe

6.1 Nadawcy publiczni opracowują corocznie, w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, plany finansowo-programowe przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań ustawowych, wymagających finansowania ze środków publicznych, uwzględniając w tych planach koszty funkcjonowania i rozwoju tych jednostek. Środki publiczne, w tym abonament, są przeznaczane wyłącznie na konkretne, wcześniej zaplanowane zadania misyjne, realizujące różne oczekiwania i potrzeby odbiorców.

KRRiT w rozporządzeniu określiła terminy przedkładania planów finansowo-programowych oraz ich zakresy. Konstrukcja rozporządzenia stworzyła szansę na rozszerzenie w programach debaty społecznej na tematy ważne dla kraju i różnych jego grup społecznych, audycji poszerzających wiedzę oraz stwarzających odbiorcom możliwość udziału w kulturze. Proces uzgadniania planów trwa kilka miesięcy. KRRiT dokonując oceny sprawdza przede wszystkim czy w planach nadawcy uwzględnili te przedsięwzięcia programowe, które zostały wskazane w rozporządzeniu KRRiT. Jeśli nie ma ich w projektowanej ofercie, KRRiT zwraca się do nadawców z sugestią modyfikacji planów.

W proces oceny planów programowo-finansowych KRRiT włączyła rady programowe uznając, iż opinia tych organów może stanowić znaczący element dyskusji o projektowanych zamierzeniach. Większość z rad programowych ogranicza się do przedstawiania ocen ogólnych i lakonicznych.

W okresie obowiązywania nowych regulacji prawnych odnoszących się opracowywania i uzgadniania planów programowo-finansowych przedsięwzięć, KRRiT zaobserwowała korzystne, choć na pewno jeszcze niewystarczające zmiany w zawartości i jakości programów. Nadawcy konstruuje plany ostrożnie. Przyczyną tego są środki z abonamentu, które w 2013 r. były wyższe niż zakładano pierwotnie (o 249 mln zł wyższe od prognozowanych), to jednak ich niepewność w perspektywie kilkuletniej powoduje m.in. nadmierne i niepotrzebne w warunkach stabilizacji finansowej oszczędzanie na przyszłość zamiast inwestowania w wartościowy program i rozwój technologiczny.

Zwiększone wykonanie abonamentu w 2013 r. uzyskano głównie dzięki aktywnym działaniom Poczty Polskiej, w wyniku których zebrano wyższe wpływy z tytułu zaległych opłat abonamentowych. Obowiązujące regulacje prawne nie zapewniają skutecznego poboru abonamentu oraz nie dają możliwości precyzyjnego prognozowania wpływów i dokonywania przez Krajową Radę zmian, uwzględniających sytuację spółek, a także ich najbardziej uzasadnione potrzeby finansowe.

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

6.2 Po uzgodnieniu planów finansowo-programowych KRRiT wykonywała ustawowe działania kontrolne sprawdzając realizację przyjętych zobowiązań w oparciu o analizę rocznych sprawozdań spółek i monitoringi programowe. Wyniki tych analiz były pozytywne i 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 godzin emisji, czy udziałów poszczególnych rodzajów audycji w obrębie jednej kategorii. Oceniając te zmiany KRRiT zwracała uwagę, aby nie wpływały one negatywnie na jakość programów.

W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne znajduje się charakterystyka planów programowo-finansowych wszystkich spółek publicznej radiofonii i telewizji.

Telewizja Polska

6.3 KRRiT przeprowadziła kontrolę realizacji przez TVP ustawowych zadań nadawcy publicznego i planów finansowo-programowych przyjętych na 2013 r. Kontrola rocznych sprawozdań wykazała, że nadawca realizował powyższe obowiązki, aczkolwiek w niektórych programach wprowadził modyfikacje w stosunku do planu. Większość zmian korzystnie wpłynęła na jakość oferty programowej i na sposób realizacji przez nadawcę zadań ustawowych. W programach ogólnokrajowych nadawca zwiększył w stosunku do planu udział serwisów informacyjnych, audycji poradnikowych z zakresu zdrowia i prawa, filmów dokumentalnych dotyczących przyrody i ekologii oraz audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców. Większe modyfikacje dotyczyły programów tworzonych przez oddziały terenowe. Wydłużono czas nadawania każdego z 16 programów regionalnych i uruchomiono nowe pasmo wspólne. Powyższe zmiany skutkowały poszerzeniem oferty programowej dla społeczności regionalnych co pozytywnie wpłynęło na realizację zadań nadawcy publicznego wobec regionu.

Środki abonamentowe przekazane TVP stanowiły jedynie ok. 21% kosztów zadań misyjnych (w 2012 r. – 19%). Oznacza to, że dla Telewizji Polskiej nadal zasadniczym źródłem finansowania misji jest reklama.

Poza kontrolą sprawozdań rocznych KRRiT przeprowadziła monitoringi programów: TVP1, TVP2, TVP INFO, 16 programów regionalnych, TVP Kultura, TVP Historia. Kontrolne monitoringi potwierdziły, że w 2013 r. Telewizja Polska realizowała zarówno plany, jaki i zadania określone w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji.

W aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne przedstawione zostały szczegółowe wyniki oceny programowej i finansowej TVP SA.

Polskie Radio

6.4 W czterech programach ogólnokrajowych Polskiego Radia w 2013 r. nadawca realizował plany programowe w formie uzgodnionej z KRRiT. Wprowadzono niewielkie modyfikacje, które wpłynęły pozytywnie na jakość nadawanych programów. Nadawca zwiększył w stosunku do planów liczbę godzin audycji prezentujących dzieła i popularyzujących wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki. Więcej czasu w rocznym programie zajęły także informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury oraz magazyny kulturalne. Polskie Radio adresowało programy do różnych grup odbiorców, w tym również do dzieci, młodzieży oraz osób w wieku dojrzałym. Programy były zróżnicowane pod względem udziału słowa. Najwyższy był w Programie 1 (60% w rocznym czasie emisji), najniższy w Programie 4 (wyniósł 30%). W poszczególnych programach dominowała współczesna muzyka rozrywkowa (Program 1, Program 3), ale nadawano także muzykę klasyczną (Program 2). Dużą różnorodnością pod względem gatunków muzycznych charakteryzował się Program 4, w którym nadawano: rock, jazz, blues, folk, muzykę elektroniczną, klubową i hip-hop.

KRRiT przeprowadziła monitoring czterech programów Polskiego Radia, który potwierdził wysoką jakość programów oraz realizację przez nadawcę zadań misyjnych i planów programowych.

Koszty działalności misyjnej Polskiego Radia zostały sfinansowane w ubiegłym roku z abonamentu w 80%. Z tego źródła Spółka finansowała tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, portal mojepolskieradio.pl, Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim, Studio Reportażu, Teatr Polskiego Radia oraz emisję programu dla odbiorców za granicą Radio dla Zagranicy.

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

Rozgłośnie regionalne Polskiego Radia

6.5 Krajowa Rada przeprowadziła kontrolę realizacji planów na podstawie sprawozdań nadawców oraz monitoringów. Kontrole potwierdziły, że nadawcy realizowali ustawowe zadania misyjne wobec mieszkańców regionów, a jeśli dokonywali modyfikacji oferty programowej w stosunku do planów, to były one nieznaczne i nie rzutowały na jakość emitowanych programów.

Programy charakteryzowały się stosunkowo wysokim udziałem słowa, który wynosił średnio 41% rocznego czasu emisji. Były one zróżnicowane zarówno pod względem rodzajów nadawanych audycji, jak również poruszanych tematów. Średnio 77% ich warstwy słownej dotyczyło spraw regionu.

W programach dominowała muzyka rozrywkowa, ale wielu regionalnych nadawców publicznych nadawało także gatunki muzyczne rzadko spotykane lub w ogóle nieobecne w programach komercyjnych: muzykę ludową, poważną i jazz.

Jedenaście programów regionalnych zawierało ofertę adresowaną specjalnie do mniejszości narodowych, etnicznych i społeczności posługujących się językiem regionalnym.

Sześć spółek rozpowszechniało tzw. programy miejskie poświęcone problematyce miast, dla których były nadawane. Muzyka w tych programach nie różniła się od nadawanej w programach regionalnych - średnio ponad 70% każdego programu wypełniały popularne gatunki muzyki rozrywkowej.

Koszty działalności spółek regionalnej radiofonii zostały sfinansowane z abonamentu średnio w 88% (od 64% do 100%). Spółki finansowały z opłat abonamentowych tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych, digitalizację materiałów archiwalnych, audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, a także tworzenie i rozpowszechnianie niektórych programów dla społeczności lokalnych (Radio Słupsk, Radio Zielona Góra i Radio Gorzów).

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

Opłaty abonamentowe

6.6 Trybunał Konstytucyjny w uzasadnieniu do wyroku z 9 września 2004 r. uznał, że opłata abonamentowa za używanie odbiornika rtv jest przymusowym, bezzwrotnym świadczeniem publiczno-prawnym, służącym realizacji konstytucyjnych zadań państwa. Opłata ta ma charakter daniny publicznej i stanowi pozabudżetowy dochód celowy, przeznaczony na finansowanie misji publicznego radia i telewizji.

W wyroku z 16 marca 2010 r. Trybunał Konstytucyjny potwierdził konstytucyjność ustawy o opłatach abonamentowych. Trybunał uznał, iż egzekucja administracyjna zaległości z tytułu opłat abonamentowych oraz opłaty karnej za używanie niezarejestrowanego odbiornika rtv jest dopuszczalna i z punktu widzenia obowiązującego prawa możliwa. Trybunał Konstytucyjny przypomniał również, że zgodnie z ustawą z 17 czerwca 1966 r. o postępowaniu egzekucyjnym w administracji na bezczynność wierzyciela (w tym wypadku kierownika Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej) w podejmowaniu czynności zmierzających do zastosowania środków egzekucyjnych, służy skarga podmiotowi, którego interes prawny lub faktyczny został naruszony w wyniku niewykonania obowiązku (nadawcom publicznym) oraz organowi zainteresowanemu wykonaniem tego obowiązku (KRRiT).

6.7 W 2013 r. do abonentów, którzy nie uregulowali zaległości Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej wysłało 566 281 upomnień na łączną kwotę ponad 551,7 mln zł. Na podstawie otrzymanych upomnień zadłużenie w całości lub części uregulowało 110 425 abonentów na kwotę ponad 78,2 mln zł.

W 2013 r. Centrum wystawiło 4 005 958 tytułów wykonawczych na łączną kwotę 354,1 mln zł

i przekazało je do urzędów skarbowych. Do 31 grudnia 2013 r. urzędy skarbowe po wyegzekwowaniu części zadłużenia z tytułów wykonawczych przekazały na konto Poczty Polskiej kwotę ponad 92,9 mln zł.

Umowa z Poczta Polską

6.8 Zasady współpracy pomiędzy Poczta Polską a KRRiT regulują postanowienia umowy z 1 lutego 2008 r. i Aneksu nr 1 do tej umowy z 30 grudnia 2009 r., a także umów: z 19 marca 2010 r. oraz z 28 lipca 2011 r.

Wynagrodzenie umowne dla jednostek Poczty Polskiej z tytułu realizacji obowiązków wskazanych w ustawie o opłatach abonamentowych oraz z tytułu towarzyszących tym usługom czynności, wynosi 6,0% od zainkasowanych opłat abonamentowych oraz odsetek za zwłokę w ich uiszczaniu. Dochodem Poczty Polskiej jest również połowa wpływów z opłat za używanie niezarejestrowanych odbiorników.

Poczta Polska za 2013 r. zebrała środki w łącznej kwocie ponad 746,9 mln. zł, z tego z tytułu:

- opłat abonamentowych – ponad 723,8 mln zł,
- odsetek za zwłokę – około 17,7 mln zł,
- kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników – około 5,4 mln zł.

Za wykonanie ustawowo określonych usług i towarzyszących tym usługom innych czynności, Poczta Polska pobrała roczne wynagrodzenie umowne w kwocie 47,2 mln zł. Po odjęciu wynagrodzenia umownego, Poczta Polska na rachunek bankowy KRRiT przekazała środki w łącznej wysokości 699,7 mln zł.

Wysokość opłat abonamentowych

6.9 KRRiT corocznie ustala, w drodze rozporządzenia, wysokość opłat abonamentowych oraz poziom zniżek za wnoszenie opłat z góry. Wysokość

opłat abonamentowych w 2013 r. wynosiła za jeden miesiąc: 5,65 zł za używanie odbiornika radiofonicznego oraz 18,65 zł za używanie odbiornika telewizyjnego lub telewizyjnego i radiofonicznego.

W rozporządzeniu z 7 maja 2013 r. KRRiT ustaliła miesięczną opłatę w 2014 r. w wysokości: 5,90 zł za używanie odbiornika radiofonicznego oraz 19,30 zł za używanie odbiornika telewizyjnego lub radiofonicznego i telewizyjnego.

Środki przekazane nadawcom publicznym

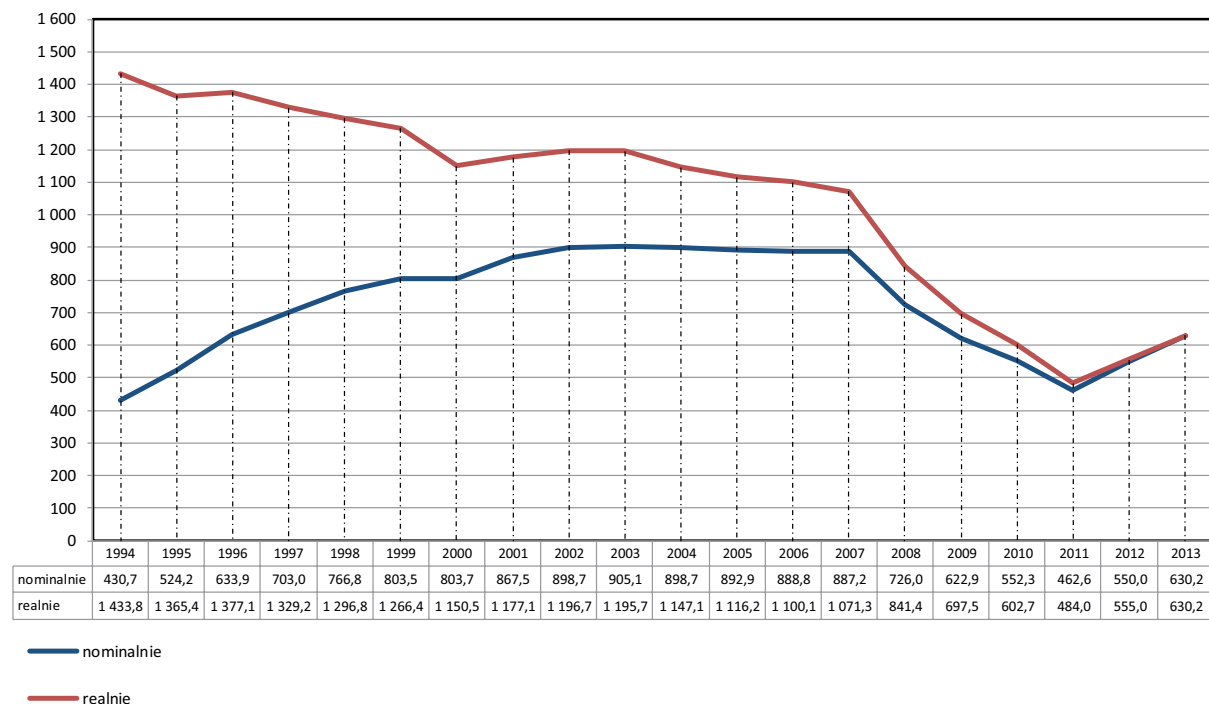
6.10 KRRiT przekazała do spółek publicznej radiofonii i telewizji środki w kwocie 650 mln zł, z tego 630,2 mln zł z wpływów abonamentowych i 19,8 mln zł z wpływów pozaabonamentowych. W latach 2008-2011 odnotowano wyraźny spadek ściągłości wpływów abonamentowych. Natomiast w latach 2012-2013 zauważalny był niewielki wzrost zainkasowanych wpływów abonamentowych, spowodowany przede wszystkim poprawą ściągłości zaległości w drodze egzekucji administracyjnej. Wpływy abonamentowe przekazane za 2013 r. były na poziomie środków przekazanych w 2009 r. Najwyższa kwota wpływów abonamentowych, która wyniosła 905,1 mln zł, została przekazana w 2003 r. Wpływy przekazane 2013 r. wyniosły 630,2 mln zł i były nominalnie niższe o 30,5% w porównaniu do 2003 r. Realna wartość środków przekazanych nadawcom publicznym w 2013 r. obniżyła się o 47% w porównaniu do kwot przekazanych w 2003 r. natomiast w odniesieniu do 1994 r. aż o 56%.

Poziom wpływów abonamentowych przekazywanych z rachunku bankowego KRRiT do spółek publicznej radiofonii i telewizji oraz spadek ich wartości realnej w latach 1994 - 2013 prezentuje poniżej wykres nr 5.

Wykres 5.

Wpływy abonamentowe przekazane z rachunku bankowego KRRiT
do spółek publicznej radiofonii i telewizji w latach 1994-2013

w mln zł



Podział wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych

6.11 KRRiT przyjęła prognozę wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych na 2013 r. w kwocie 401 mln zł oraz ustaliła następujący podział tych środków pomiędzy jednostki publicznej radiofonii i telewizji:

Ogółem: 401 mln zł, tj. 100,0% z tego:

1. Telewizja Polska SA w Warszawie w tym na finansowanie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych w oddziałach terenowych – 180 mln zł, tj. 44,8878%
2. Polskie Radio SA w Warszawie – 120 mln zł, tj. 29,9252%
3. Spółki regionalnej radiofonii, razem – 101 mln zł, tj. 25,1870%

Krajowa Rada postanowiła, że od momentu przekroczenia kwoty wpływów w wysokości 401 mln zł sposób podziału wpływów w 2013 r. był następujący:

1. Telewizja Polska SA w Warszawie – 40,00%
2. Polskie Radio SA w Warszawie – 30,00%
3. Spółki regionalnej radiofonii, razem 30,00%

Łącznie spółkom publicznej radiofonii i telewizji z wpływów abonamentowych oraz opłat pozaabonamentowych KRRiT przekazała kwotę w wysokości 650 mln zł.

Lp.	Spółki publicznej radiofonii i telewizji	Kwota w tys. zł		
		wpływy abonamentowe	wpływy poza- abonamentowe	RAZEM
	2	3	4	5
1	Wpływy ogółem, z tego:	630 256,1	19 743,9	650 000,0
2	Telewizja Polska SA w Warszawie	273 683,2	8 690,9	281 374,1
3	Spółki radiofonii publicznej razem, z tego:	356 572,9	11 053,0	368 625,9
4	Polskie Radio SA w Warszawie	187 914,9	5 785,9	193 700,8
5	Spółki radiofonii regionalnej razem, z tego:	168 658,0	5 267,1	173 925,1
6	"Radio Białystok" SA	9 324,0	286,9	9 610,9
7	"Radio PiK" SA w Bydgoszczy	10 933,0	343,2	11 276,2
8	"Radio Gdańsk" SA	9 281,2	287,5	9 568,7
9	"Radio Katowice" SA	10 837,8	341,7	11 179,5
10	"Radio Kielce" SA	10 183,3	325,1	10 508,4
11	"Radio Koszalin" SA	9 253,5	285,3	9 538,8
12	"Radio Kraków" SA	12 055,4	375,7	12 431,1
13	"Radio Lublin" SA	10 657,9	331,2	10 989,1
14	"Radio Łódź" SA	7 297,8	227,7	7 525,5
15	"Radio Olsztyn" SA	8 827,4	276,5	9 103,9
16	„Radio PRO FM" SA w Opolu	10 085,3	314,3	10 399,6
17	"Radio Merkury" SA w Poznaniu	11 463,1	357,8	11 820,9
18	"Radio Rzeszów" SA	11 277,1	353 ,9	11 631,0
19	"Radio Szczecin" SA	9 955,6	313,5	10 269,1
20	"Radio dla Ciebie" SA w Warszawie	10 559,6	331,6	10 891,2
21	"Radio Wrocław" SA	8 733,4	272,5	9 005,9
22	"Radio Zachód" SA w Zielonej Górze	7 932,7	242,6	8 175,3

6.12 Na 2014 r. Krajowa Rada przyjęła łączną kwotę prognozy wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych w wysokości 650 mln zł oraz ustaliła następujący podział tych środków:

Ogółem: 650 mln zł tj. 100,00% z tego:

1. Telewizja Polska SA w Warszawie w tym na finansowanie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych w oddziałach terenowych – 354 mln zł tj. 54,46%

2. Polskie Radio SA w Warszawie

– 158 mln zł tj. 24,31%

3. Spółki regionalnej radiofonii, razem

– 138 mln zł tj. 21,23%

Od momentu przekroczenia kwoty wpływów w wysokości 650 mln zł sposób podziału wpływów będzie następujący:

1. Telewizja Polska SA w Warszawie – 90,0%
2. Polskie Radio SA w Warszawie – 6,0%
3. Spółki regionalnej radiofonii, razem 4,0%

Każda ze spółek radiofonii regionalnej otrzyma po 5,8824% z kwoty wynikającej z określonego powyżej sposobu podziału tych środków.

Liczba abonentów

6.13 Liczba abonentów używających zarejestrowane odbiorniki radiowe i telewizyjne według stanu na dzień 31 grudnia 2013 r. w ewidencji Poczty Polskiej kształtowała się w sposób następujący: abonenci ogółem: 6 982 726

(w tym abonenci instytucjonalni – 204 658)

z tego:

1. abonenci telewizyjni lub radiowo-telewizyjni:
– 6 718 004
2. abonenci wyłącznie radiowi:
– 264 722

W 2013 r. w porównaniu do 2012 r. odnotowano wzrost ogólnej liczby abonentów posiadających zarejestrowane odbiorniki o 52 844 osoby (tj. o 0,76%). Wzrost w grupie abonentów telewizyjnych lub radiowo-telewizyjnych wyniósł 41 081 (tj. o 0,62%), a w grupie abonentów wyłącznie radiowych 11 763 (tj. o 4,65%).

Na 13 572 000 gospodarstw domowych (według danych GUS) na 31 grudnia 2013 r. zarejestrowanych było 6 778 068 gospodarstw (tj. jedynie 49,9%). Spośród zarejestrowanych gospodarstw domowych aż 43,2%, było zwolnionych od wnoszenia opłat rtv (tj. w ewidencji Poczty Polskiej 2 929 006). Pozostała część zarejestrowanych gospodarstw domowych tj. 3 849 062 powinna terminowo wnosić opłaty rtv. Natomiast na 31 grudnia 2013 r. terminowo wniosło opłaty jedynie 968 425 (tj. 25,2%). To wyliczenie wskazuje, że aż 6 793 932 gospodarstwa domowe używało niezarejestrowane odbiorniki rtv.

Wśród abonentów zwolnionych z opłat rtv najwięcej było:

- osób, które ukończyły 75 lat

- 1 215 945 (tj. 41,5%),
- inwalidów I grupy
– 779 418 (tj. 26,6%),
- osób, które ukończyły 60 lat, mają ustalone prawo do emerytury, która nie przekracza 50% poziomu wynagrodzenia ogłaszanego przez Prezesa GUS – 589 050 (tj. 20,1%),
- osób o znacznym stopniu niepełnosprawności
– 97 837 (tj. 3,3%),
- osób całkowicie niezdolnych do pracy
– 73 296 (tj. 2,5%),
- osób bezrobotnych
– 36 701 (tj. 1,3%).

Umarzanie i rozkładanie na raty zaległości w opłatach abonamentowych

6.14 KRRiT na wniosek kierownika jednostki Poczty Polskiej umarza zaległości w płatności opłat abonamentowych w przypadku gdy:

- niemożliwe jest ustalenie podmiotu zobowiązanego do uiszczenia tych opłat lub jego adresu;
- podmiot zobowiązany do uiszczenia tych opłat nie posiada majątku, z którego można zaspokoić należności.

W okresie sprawozdawczym KRRiT umorzyła zaległości w opłatach abonamentowych na kwotę prawie 7 948 tys. zł.

Krajowa Rada może umorzyć lub rozłożyć na raty zaległości w opłatach abonamentowych, a także inne zaległości z tego tytułu (m.in. odsetki za zwłokę w uiszczeniu opłat) w wyjątkowych sytuacjach, jeżeli przemawiają za tym szczególnie względy społeczne lub przypadki losowe. Wniosek o umorzenie lub rozłożenie na raty abonent-dłużnik składa do KRRiT.

W 2013 r. Krajowa Rada rozpatrzyła w I instancji 34 194 wnioski abonentów-dłużników z lat 2008-2013 oraz w II instancji 193 wnioski, umarzając łącznie zaległości na kwotę blisko 21 120 tys. zł oraz rozkładając na raty prawie 15 739 tys. zł.

W latach poprzednich liczba rozpatrzonych wniosków była znacznie niższa i wynosiła odpowied-

nio w 2012 r. – 31 388, w 2011 r. – 16 221, w 2010 r. – 9 160, w 2009 r. – 15 573.

6.15 W 2013 r. do Biura KRRiT wpłynęło 5 tys. 225 maili w sprawie opłat abonamentowych oraz 124 216 pism w tych sprawach, które zawierały przede wszystkim wnioski o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości. Było to znacznie więcej niż w latach poprzednich (w 2012 r. – 87 671, w 2011 r. – 30 521, w 2010 r. – 52 667, w 2009 r. – 24 920).

Od lat nasilają się trudności z terminowym udzielaniem odpowiedzi na korespondencję abonentów oraz rozpatrywaniem wniosków zgodnie z przepisami obowiązującymi w postępowaniach administracyjnych. Korespondencją z abonentami oraz rozpatrywaniem wniosków w 2013 r. zajmowało się 9 pracowników etatowych.

Biuro KRRiT nie jest przygotowane kadrowo i finansowo do obsługi tak dużej liczby spraw z zakresu opłat abonamentowych. W celu terminowego udzielania odpowiedzi, a przede wszystkim rozpatrywania wniosków o umorzenie lub rozłożenie na raty oraz podejmowania stosownych decyzji i postanowień administracyjnych zgodnie z przepisami kodeksu postępowania administracyjnego tj. najpóźniej w okresie 2 miesięcy od otrzymania wniosku, niezbędne i konieczne jest zwiększenie zatrudnienia do 20 pracowników etatowych tj. zwiększenie o 11 etatów.

Jednocześnie w celu zlikwidowania powstałych zaległości w rozpatrywaniu wniosków złożonych w latach 2009-2013 (około 160 tys. wniosków) należałoby zatrudnić dodatkowo 50 pracowników etatowych na okres 2 lat.

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

Porównaj informacje na temat propozycji modernizacji prawa w zakresie regulacji dotyczą-

cych mediów publicznych, które znajdują się w dokumencie Strategia Regulacyjna KRRiT na lata 2014-2016.

Ubytek wpływów abonamentowych i zaległości w terminowym wnoszeniu opłat

6.16 Przy założeniu, że wszystkie gospodarstwa domowe mają zarejestrowane odbiorniki rtv i wnoszą terminowo opłaty potencjalne wpływy abonamentowe (bez uwzględnienia wpływów od abonentów instytucjonalnych) w 2013 r. powinny wynosić około 2 086 mln zł (netto).

Ubytek wpływów abonamentowych według stanu na 31 grudnia 2013 r. wynikał z tytułu:

- używania niezarejestrowanych odbiorników w gospodarstwach domowych – około 1,43 mld zł,
- zwolnień od opłat abonamentowych rtv zarejestrowanych abonentów – około 0,62 mld zł,
- niewnoszenia terminowo opłat przez zarejestrowanych abonentów – około 0,6 mld zł.

Według stanu z 31 grudnia 2013 r. 2 880 647 gospodarstw domowych zalegało z opłatami abonamentowymi na kwotę około 2,3 mld zł. Z danych udostępnionych przez Poczta Polska przedawnieniu uległy zaległości w płatności opłat abonamentowych za 2008 r. w kwocie 333,6 mln zł⁵.

VII. ORZECZNICTWO SĄDOWE

Skargi i odwołania

7.1 W 2013 r. za pośrednictwem KRRiT wpłynęło 157 skarg do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie i 4 odwołania do Sądu Okręgowego w Warszawie. Większość skarg składanych do WSA w Warszawie dotyczyła bezczynności KRRiT. Zdecydowana większość z nich została odrzucona.

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

Wybrane wyroki – wnioski i wskazania dla KRRiT

7.2 W wyroku z 2 lipca 2013 r. Sąd Najwyższy oddalił skargę kasacyjną TVN od wyroku z 11 sierpnia 2011 r. Sądu Apelacyjnego w Warszawie. Tym samym Sąd Najwyższy uznał, iż decyzja Przewodniczącego KRRiT z 16 maja 2008 r. nr 6/2008 nakładająca na spółkę TVN karę w wysokości 471 tys. zł. została wydana w sposób prawidłowy. Kara została nałożona w związku wyemitowaniem programu z cyklu Kuba Wojewódzki, w którym znieważono symbole narodowe poprzez umieszczenie polskiej flagi w imitacji psich odchodów.

Sąd Najwyższy zwrócił uwagę na sformułowany w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (ETPC) ogólny test oceny zgodności ograniczenia swobody wypowiedzi. Test ten wynika z art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka (EKPC) i składa się z trzech podstawowych przesłanek. Po pierwsze, ograniczenie swobody wypowiedzi musi być przewidziane przez prawo (kryterium legalności). Po drugie, ograniczenie tego prawa podstawowego musi służyć ochronie jednej z wartości wymienionych w art. 10 ust. 2 EKPC (kryterium celowości). Po trzecie, zastosowane w konkretnej sprawie ograniczenie musi być konieczne w demokratycznym społeczeństwie (kryterium niezbędności).

W ocenie SN o tym, czy audycja propaguje działania sprzeczne z prawem, decydują w konsekwencji okoliczności faktyczne konkretnej sprawy i ustalenia, co do treści i formy przekazu. SN zwrócił uwagę, iż w przypadku powyższej audycji zachowanie uczestników i prowadzącego (udawanie doskonałej zabawy), aplauz widowni oraz status prowadzącego jako idola telewizyjnego doprowadził do konkluzji, zgodnie z którą autor programu i uczestnicy *„w istocie pokazywali, że uważają zachowania sprzeczne z art. 1 ust. 2 ustawy o godle za właściwe i słuszne, popierali je i autoryzowali swoim działaniem. Tym samym zostały przekroczone granice swobodnej wypowiedzi i KRRiT miał pełne prawo do nałożenia na nadawcę w/w kary.”*

W omawianym wyroku SN ostatecznie potwierdził również prezentowane wcześniej przez KRRiT stanowisko w sprawie interpretacji art. 18 ust. 1 urt. Zdaniem SN prawnokarne rozumienie terminu propagowanie, akcentujące ukierunkowanie zachowania sprawcy na osiągnięcie zakładanego celu, nie jest właściwą wykładnią powyższego przepisu. W ocenie Sądu pojęcie „propagować” należy interpretować zgodnie z jego potocznym znaczeniem, tj. szerzyć, upowszechniać jakies poglądy, idee, hasła, zjednywać kogoś dla jakiejś idei, akcji itp., przyczyniać się do zwiększenia popularności czegoś; głosić, krzycić, popularyzować, promować. Sąd wyraźnie wskazał, iż do stwierdzenia propagowania określonych zachowań nie jest zatem konieczne, aby emisji określonej audycji towarzyszył zamiar przekonania odbiorców do zawartych w niej treści, bądź by twórcom audycji należało wykazać działanie w zamiarze bezpośrednim lub ewentualnym. Nadawca może nawet dystansować się wobec tych treści, opatrzyć je stosownym komentarzem, co jednak nie zmienia tego, że z punktu widzenia samych przesłanek przewidzianych w art. 18 ust. 1 urt istotne jest, czy dana audycja (jej treść) propaguje niepożądane przez prawodawcę zachowania.

7.3 Przedmiotową tezę powtórzył również Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku wydanym 30 sierpnia 2013 r., w którym oddalono apelację spółki Eska Rock od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie z 3 października 2012 r. Tym samym Sąd Apelacyjny uznał, iż decyzja Przewodniczącego KRRiT z 13 października 2011 r. nr 15/2011 nakładająca na spółkę Eska Rock karę w wysokości 50 tys. zł za naruszenie art. 18 ust. 1 urt została wydana w sposób prawidłowy. Kara została nałożona w związku z wyemitowaniem przez Eskę Rock audycji „Poranny WF”, w którym żarty Jakuba Wojewódzkiego i Michała Figurskiego miały rasistowski charakter, czym obraziły m.in. rzecznika prasowego Inspekcji Transportu Drogowego Alvina Gajadhura. Art. 18 ust. 1 urt stanowi m.in., iż audycje lub inne przekazy nie mogą zawierać treści nawołujących do nienawiści lub dyskryminujących

ze względu na rasę. Według Sądu Apelacyjnego z samego faktu, że prowadzący nie nawoływali do zachowań rasistowskich nie wynika, iż audycja nie zawierała propagowania dyskryminacji ze względu na kolor skóry. Nagromadzenie stwierdzeń w rodzaju „zadzwońmy do Murzyna”, „Krajowy Rejestr Murzynów”, „jaka jest sieć telefoniczna dla Buszmenów”, „Ku- Klux- Klan”, a także prześmiewcza i ironiczna forma tych wypowiedzi świadczą o tym, że treść audycji ma charakter piętnujący i dyskryminujący osoby o ciemnym kolorze skóry. Odbiór bowiem tego typu żartów mógł wywołać u słuchaczy o ciemnym kolorze skóry uczucie poniżenia i wykluczenia. Tym samym w ocenie Sądu bez wątplenia w wymienionej audycji naruszono dyspozycję art. 18 ust. 1 u.r. Warto również podkreślić, iż w utrzymanym w mocy wyroku z 3 października 2012 r., Sąd Okręgowy w Warszawie wyraźnie podkreślił, iż wolność prasy nie może mieć postaci nieskrępowanej niczym swobody działania. Zagwarantowane w Konstytucji RP i Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, prawo do krytyki zachowania osób sprawujących funkcje publiczne czy urzędowe nie może być wykonywane w taki sposób, aby naruszało dobre imię lub cześć krytykowanego. W świetle Konstytucji, jak również powołanych przez odwołującego aktów prawa międzynarodowego, niewątpliwą granicą wolności jest godność ludzka, która w omawianej audycji została naruszona.

7.4 W wymienionych powyżej sprawach sądy wszystkich instancji zaakcentowały, że satyryczna konwencja programu nie powoduje, iż nie ma do niego zastosowania regulacja przewidziana w art. 18 ust. 1 u.r. *„Wprawdzie forma utworu ma istotne znaczenie dla oceny granic tego, co uznaje się za dozwolone i dopuszczalne, jako mieszczące się w ramach wyznaczonych przez prawa danego gatunku. Satyra, która ze swej natury jest utworem ośmieszającym ukazujące zjawiska lub osoby, może posługiwać się pewnym wyolbrzymieniem czy karykaturą. Nie oznacza to jednak, że satyryczny charakter utworu zawsze wyłącza bezprawność i że nie dotyczą go kryteria oceny stosowane do innych*

form wypowiedzi, choć granice takiej wypowiedzi są niewątpliwie szersze.” (Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z 30 sierpnia 2013 r.).

7.5 W wyroku z 25 czerwca 2013 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie oddalił skargę spółki TVP od wyroku Sądu Okręgowego z 24 września 2012 r. Sąd Apelacyjny uznał, iż decyzja Przewodniczącego KRRiT z 12 marca 2012 r. nr 1/2012 nakładająca na spółkę TVP karę w wysokości 30 tys. zł za naruszenie przepisów regulujących działalność w zakresie lokowania produktów, została wydana w sposób prawidłowy. Sąd podkreślił, iż wskazane w art. 17a u.r. wymogi muszą być łącznie spełnione. Kiedy audycja nie spełnia przesłanek określonych art. 17a u.r. nie można uznać, że doszło do dozwolonego lokowania produktów. Każde odstępstwo od wskazanych wymagań powoduje, iż de facto nie mamy do czynienia z lokowaniem produktu, ale z ukrytą reklamą, która jest w prawie polskim zabroniona.

7.6 Naczelny Sąd Administracyjny w Warszawie 12 listopada 2013 r. wydał wyrok, w którym oddalił skargę kasacyjną Telewizji Polsat od wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 9 lutego 2012 r. NSA uznał zatem, iż decyzja Przewodniczącego KRRiT z 1 lutego 2008 r. została wydana w sposób prawidłowy. Zaskarżona decyzja utrzymywała w mocy decyzję Przewodniczącego KRRiT Nr DK - 310/2007 – 5/171/P z 20 września 2007 r., w której to postanowiono dodać w koncesji Nr 171/P/2004-T z 27 lutego 2004 r. punkt XIV określający opłatę na poziomie 21.982.800 zł. Przedmiotowa opłata została naliczona na podstawie § 4 w zw. z § 1 ust. 1 rozporządzenia KRRiT z 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych, obowiązującego w dniu wydania koncesji 171/P/2004-T. Naczelny Sąd Administracyjny potwierdził, iż podstawą prawną obowiązku uiszczenia opłaty za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych jest art. 40 ust. 1 u.r. W ocenie NSA

konstytucyjność zasady istnienia odpowiedniej daniny za uzyskanie koncesji nie może być podważona.

NSA rozstrzygnął również jednoznacznie, iż brak jakichkolwiek podstaw prawnych, aby KRRiT miał pobierać kiedykolwiek opłatę skarbową określoną ustawą o opłacie skarbowej za przydzieloną koncesję. Skład orzekający uznał bowiem, iż w świetle wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 19 lipca 2011 r. (sygn. akt: P 9/09) nie budzi wątpliwości fakt, iż w wypadku działalności gospodarczej podlegającej koncesjonowaniu o ile przepisy ustaw odrębnych nie stanowią inaczej - za udzielenie lub zmianę koncesji zgodnie z art. 62 ust. 1 ustawy o działalności gospodarczej pobierana jest opłata skarbową. Działalność polegająca na rozpowszechnianiu programów radiowych i telewizyjnych ma jednak w tym zakresie odrębne uregulowania zawarte w ustawie o radiofonii i telewizji. Podstawą prawną obowiązku uiszczenia opłaty za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych jest tylko i wyłącznie art. 40 ust. 1 urt.

Wymienione powyżej wyroki będą miały istotny wpływ na kształtowanie działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz stosowanie prawa.

VIII. UDZIAŁ W PRACACH INSTYTUCJI I ORGANIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH

8.1 KRRiT na podstawie ustawowych upoważnień uczestniczy w debatach, które toczą się na forum międzynarodowym w sprawach istotnych dla funkcjonowania i rozwoju sektora audiowizualnego. Podstawowym kierunkiem działań KRRiT w obszarze tworzenia i implementacji europejskiej polityki audiowizualnej jest współpraca z właściwymi resortami przy przygotowywaniu stanowisk Polski, które mają wpływ na unijną politykę audiowizualną. KRRiT uczestniczy w tym procesie jako przedstawiciel Polski, gdy posiada stosowne upoważnienia, albo jako merytoryczny uczestnik, wspierający pracę organów rządowych.

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 ma na celu usprawnianie procesu implementacji dyrektywy oraz śledzenie wydarzeń rynkowych i technicznych o istotnym znaczeniu dla rozwoju europejskiego sektora audiowizualnego, także 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 2013 r. przedmiotem debaty były m.in. konsultacje Komisji w sprawach Zielonej Księgi KE pt. „Przygotowanie do nadejścia w pełni zintegrowanych mediów audiowizualnych: wzrost gospodarczy, twórczość i wartości”, a także w sprawie niezależnych organów regulacyjnych właściwych w sprawach audiowizualnych usług medial-

nych oraz dotyczących zaleceń Grupy Wysokiego Szczebla w sprawie Wolności Mediów i Pluralizmu określonych w raporcie ze stycznia 2013 r. kierowanych do Komisji. Ponadto omawiano proces transpozycji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, problematykę list ważnych wydarzeń w kontekście interpretacji przedstawionej w orzecznictwie TSUE oraz doprecyzowania stanowiska interpretacyjnego Komisji w przedmiotowym obszarze regulacji. Dyskutowano także nad praktyką implementacyjną art. 15 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych AVMSD (prawo do przedstawiania krótkich relacji informacyjnych).

Grupa Organów Regulacyjnych ds. Audiowizualnych Usług Medialnych

8.3. Robocza Grupa Niezależnych Organów Regulacyjnych ds. Audiowizualnych Usług Medialnych spotykała się z inicjatywy Komisji Europejskiej – od 2003 r. do momentu powołania nowej sformalizowanej struktury – Grupy Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych na początku 2014 r. Celem tych spotkań była wymiana poglądów pomiędzy organami regulacyjnymi oraz pomiędzy regulatorami a Komisją Europejską na temat 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 2013 r. debata dotyczyła kwestii sformalizowania i przeniesienia na wyższy poziom współpracy na poziomie unijnym pomiędzy organami regulacyjnymi ds. usług medialnych, a także współpracy pomiędzy regulatorami a Komisją Europejską. Ponadto omawiano wyniki konsultacji w sprawie sposobów promocji dzieł europejskich w usługach na żądanie oraz kwestie budzące wątpliwości kwalifikacyjne audiowizualnych usług medialnych.

Stały Komitet ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych (WIPO)

8.4 Stały Komitet ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych funkcjonuje 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 ramach delegacji polskiej w pracach komitetu związanych z problematyką ochrony organizacji nadawczych.

Rada Europy

Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego (CDMSI)

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 kierowane pod obrady 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 2013 r. koordynował m.in. przygotowania merytoryczne do Konferencji Ministerialnej Rady Europy w Belgradzie, z udziałem ministrów odpowiedzialnych za media i problematykę społeczeństwa informacyjnego z 47 państw członkowskich Rady Europy. Przedmiotem debat ministerialnych były trzy grupy tematów: zagrożenia dla dziennikarstwa i dziennikarzy, dostęp do Internetu w świetle ochrony praw podstawowych (w tym w kontekście skutecznych gwarancji przeciw nadużyciom związanym ze zwiększonymi możliwościami technologicznymi prowadzenia elektronicznej kontroli na masowa

skale), a także pluralizm, różnorodność i jakość w nowym ekosystemie medialnym. Pod koniec konferencji ministrowie przyjęli deklarację polityczną oraz trzy rezolucje dotyczące: wolności Internetu, roli mediów w erze cyfrowej, bezpieczeństwa dziennikarzy. Te trzy obszary problemowe będą wyznaczać kierunek prac Rady Europy w najbliższych latach.

Komitet w 2013 r. zakończył ponadto prace m.in. nad projektami deklaracji Komitetu Ministrów w sprawie ochrony dziennikarstwa i bezpieczeństwa dziennikarzy oraz innych podmiotów zajmujących się działalnością medialną, zalecenia Komitetu Ministrów w sprawie Przewodnika po prawach człowieka dla użytkowników Internetu, a także zalecenia Komitetu Ministrów w sprawie równości płci w środowisku medialnym.

Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)

8.6. Europejska Platforma Organów Regulacyjnych to forum dyskusji i wymiany poglądów, które zrzesza obecnie 53 krajowe organy regulacyjne właściwe w sprawach audiowizualnych usług medialnych. Status stałych obserwatorów uzyskały: Komisja Europejska, Rada Europy, Europejskie Obserwatorium Audiowizualne oraz Biuro Przedstawiciela OBWE ds. Wolności Mediów.

W 2013 r. odbyły się dwa spotkania: w Krakowie (8-10 maja) i Wilnie (2-4 października), podczas których omawiano m.in. następujące zagadnienia: ochrona małoletnich w zintegrowanym (hybrydowym) środowisku mediów, działalność nadawców lokalnych i środowiskowych, usługi dostępu do odbioru programów dla osób z niepełnosprawnością sensoryczną, miejsce i rola nadawców publicznych w środowisku zintegrowanym, monitorowanie usług na żądanie, ocena pluralizmu w środowisku Internetu, wykorzystanie tzw. II dywidendy cyfrowej.

W spotkaniu Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych w Krakowie wzięło udział ok. 150 przedstawicieli ze wszystkich krajów europejskich, a także Komisji Europejskiej, Rady Europy, Biura

Przedstawiciela OBWE ds. Wolności Mediów oraz Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego. Podczas sesji plenarnych w Krakowie dyskutowano m.in. na temat ochrony małoletnich w środowisku zintegrowanych mediów oraz mediów publicznych w środowisku konwergentnym. Pracowały trzy grupy robocze, które były poświęcone reklamie politycznej, mediom lokalnym i środowiskowym oraz dostępowi osób z dysfunkcją wzroku i słuchu do mediów.

Za organizację spotkania odpowiadała KRRiT współpracując m.in. z władzami Krakowa. Uczestnicy spotkania i kierownictwo Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych wyrazili swoje uznanie doceniając wysiłek organizacyjny KRRiT związany z przygotowaniem obrad po raz pierwszy odbywających się w Polsce.

Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF)

8.7 Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej stanowi regionalną platformę współpracy pomiędzy organami regulacyjnymi właściwymi dla usług medialnych. W swojej strukturze i stawianych celach nawiązuje do Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych. Forum zostało założone w grudniu 2009 r. i obecnie zrzesza 7 organów regulacyjnych z obszaru Europy Środkowej i Wschodniej: z Czech, Węgier, Polski, Rumunii, Serbii i Słowacji i Słowenii. Gospodarzem spotkania organizacji w 2013 r. była Czeska Rada ds. Radiofonii i Telewizji. Podczas spotkania omawiano m.in. monitorowanie sposobu relacjonowania kampanii wyborczej, problemy związane z przestrzeganiem przez nadawców czasu chronionego, obecność mediów środowiskowych w krajobrazie medialnym krajów członkowskich. Oprócz przedstawicieli organów członkowskich CERF, w obradach wzięli również udział jako obserwatorzy przedstawiciele Francji i Chorwacji.

Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EAO)

8.8 Europejskie Obserwatorium Audiowizualne działa w ramach struktur organizacyjnych Rady Europy od 22 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 40 państw oraz Komisja Europejska. Polskę reprezentuje KRRiT.

W 2013 r. podczas prezydencji Bułgarii odbyły się dwa plenarne spotkania: w Sofii połączone z seminarium na temat roli audiowizualnych usług na żądanie w promocji i finansowaniu produkcji europejskiej oraz w Strasburgu wytyczające plany działania na kolejne lata. Prace Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego w 2013 r. były związane z przygotowaniem raportów i analiz obejmujących m.in. następujące tematy: kanały informacyjne w Europie, prawa autorskie i ochrona danych, promocja dzieł europejskich w usługach na żądanie, dziedzictwo audiowizualne 2.0, regulacje w środowisku zintegrowanych mediów, dziennikarstwo otwarte, ochrona danych osobowych. Przygotowano także raporty na temat rynków audiowizualnych Egiptu, Jordanii, Maroka, Libanu, Algierii, Izraela, Palestyny, Libii, Tunezji, Turcji i Rosji.

IX. RELACJE SPOŁECZNE I DZIAŁALNOŚĆ INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

Przykłady działań informacyjno-edukacyjnych KRRiT

9.1 Przewodniczący KRRiT oraz Rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego 7 marca 2013 r. podpisali list intencyjny w sprawie rozpoczęcia współpracy w zakresie realizacji projektu Międzynarodowej

Konferencji Mediów Publicznych. Pierwsza Konferencja Mediów Publicznych odbędzie się w 2014 r.

9.2 W kwietniu 2013 r. w siedzibie KRRiT spotkali się sygnatariusze Listu Otwartego Rad Programowych Spółek: Polskiej Agencji Prasowej, TVP i Polskiego Radia. Spotkanie dotyczyło omówienia sytuacji, szczególnie w publicznej radiofonii i telewizji oraz powodów wystąpienia z listem otwartym w obronie interesów nadawców. Uczestnicy zgodzili się, że konieczne jest wypracowanie strategii dla mediów publicznych w Polsce, określającej ich zadania w długofalowej perspektywie. Strategia musi formułować zarówno zadania programowe, do realizacji których zobowiążą się nadawcy, jak też model finansowania zapewniający stabilny rozwój tych podmiotów. KRRiT zapowiedziała kontynuowanie dyskusji na te tematy.

9.3 *Cyfrowa Polska dla Wszystkich* to konferencja zorganizowana przez KRRiT oraz Międzynarodowe Targi Poznańskie w dniach 5-7 kwietnia 2013 r. Konferencja poświęcona była przede wszystkim przyszłości radia i telewizji cyfrowej, telewizji hybrydowej oraz udogodnień w dostępie do mediów dla osób z dysfunkcją wzroku lub słuchu. Podczas obrad przedstawiony został m.in. stan dostępności telewizji dla osób z dysfunkcjami w Europie oraz główne wyzwania, stojące także przed Polską. Aktywność KRRiT to w szczególności monitoring wypełniania ustawowych obowiązków przez nadawców. Drugą część konferencji poświęcono perspektywom rozwoju telewizji cyfrowej i możliwościom, jakie niesie ze sobą DVB-T. Tematem dyskusji była też telewizja hybrydowa, łącząca przekaz telewizyjny z treściami dostępnymi przez Internet.

9.4 Nadawcy (TVP, Telewizja POLSAT, Telewizja TVN, Telewizja PULS, Polskie Media, ATM Grupa, Stawka) rozpowszechniający swoje programy na multiplexie pierwszym 5 czerwca 2013 r. podpisali porozumienie dotyczące realizacji udogodnień dla osób z niepełnosprawnością wzroku i niepełnosprawnością słuchu w programach telewizyjnych.

W związku z pierwszą rocznicą obowiązywania w Polsce konwencji ONZ o prawach osób niepełnosprawnych oraz licznymi apelami o promowanie pozytywnego wizerunku tych osób w mediach, w październiku 2013 r. Krajowa Rada zwróciła się do nadawców telewizyjnych, których programy obecne są w naziemnej telewizji cyfrowej, z oczekiwaniem informacji o sposobach realizowania powyższych postulatów. Informacji udzieliło ośmiu z dziewięciu zapytanych nadawców. KRRiT odnotowała niski udział audycji ukazujących osoby niepełnosprawne i ich życie, głównie pokazywane przez pryzmat problemów, nieszczęść, barier, potrzeby niesienia im pomocy, interwencji w sprawie przepisów utrudniających sprawne funkcjonowanie.

Problematyka związana z niepełnosprawnością w większym stopniu niż w ofercie programowej pojawiała się w działalności pozaantenowej nadawców, których programy obecne są w ofercie naziemnej telewizji cyfrowej. Nadawcy organizowali dostępne dla osób z niepełnosprawnościami lub poświęcone im koncerty i festiwale, akcje charytatywne i kampanie społeczne, udzielali patronatów medialnych takim wydarzeniom.

Krajowa Rada podziela stanowisko środowisk osób niepełnosprawnych, że sposób pokazywania w mediach elektronicznych ludzi z dysfunkcjami jako pełnoprawnych obywateli, którzy z sukcesem potrafią pełnić różnorodne role społeczne, rodzinne i zawodowe przyczynia się do podniesienia świadomości społecznej oraz eliminuje istniejące stereotypy. KRRiT z nadzieją przyjęła deklaracje nadawców dotyczące zwiększania udziału tematyki poświęconej osobom niepełnosprawnym i zwróciła uwagę na społeczną potrzebę silniejszego akcentowania ich pozytywnego wizerunku.

Porównaj informacje na temat kontroli obowiązków udostępniania programu telewizyjnego dla osób niepełnosprawnych, które znajdują się w rozdziale V.

9.5 Z okazji dwudziestej rocznicy działania polskiego rynku mediów audiowizualnych w oparciu

o ustawę z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, 17 czerwca 2013 r. na Zamku Królewskim w Warszawie odbyła się konferencja KRRiT zorganizowana pod hasłem *Media i demokracja - 20 lat ustawy o radiofonii i telewizji*. Pierwsza część konferencji poświęcona była KRRiT oraz wnioskom z dwudziestoletnich doświadczeń i roli regulatora w systemie politycznym, gospodarczym, a także kulturze. Temat drugiej części konferencji to Kształtowanie się rynku mediów w okresie ostatniego dwudziestolecia. Dyskusja poświęcona była refleksjom nadawców radiowych i telewizyjnych wynikającym z dwudziestoletniego okresu prowadzenia działalności medialnej. W części końcowej nadawcy dzielili się spostrzeżeniami na temat roli i działalności KRRiT w przeszłości, podkreślając zmiany, które wynikają m.in. z faktu działania nadawców w przestrzeni coraz bardziej globalnej.

9.6 Ogólnopolską Konferencję Naukową *Polityka medialna w Polsce – bilans dwudziestolecia obowiązywania ustawy o radiofonii i telewizji* zorganizował 23 października 2013 r. pod patronatem KRRiT Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Podczas konferencji dyskutowano m.in. na temat prawnych, finansowych i organizacyjnych uwarunkowaniach obowiązującego obecnie systemu medialnego i zaproponowano niezbędne kierunki zmian.

9.7 KRRiT włączyła się w prace Szerokiego Porozumienia na rzecz Umiejętności Cyfrowych w Polsce, które zostało objęte honorowym patronatem Prezydenta RP i podpisane 3 lipca 2013 r. w Pałacu Prezydenckim w obecności przedstawicieli Komisji Europejskiej, Kancelarii Prezydenta oraz Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji. Porozumienie ma na celu podnoszenie kompetencji cyfrowych Polaków, które mają zasadnicze znaczenie dla rozwoju kraju. Sygnatariusze będą wspierać umiejętności cyfrowe niezbędne na rynku pracy, zwiększać dostęp do edukacji cyfrowej, a przez to poprawiać jakość życia Polaków.

9.8 KRRiT oraz wszystkie spółki publicznej radiofonii i telewizji podpisały 18 listopada 2013 r. list

intencyjny w sprawie utworzenia Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych (BCMP) - platformy wymiany scyfryzowanych materiałów audiowizualnych. Celem przedsięwzięcia jest tworzenie, upowszechnianie oraz promowanie programów i audycji nadawców publicznych. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych stanowi odpowiedź na politykę Komisji Europejskiej zmierzającą do stworzenia ram prawnych i obowiązków dla krajów członkowskich UE w zakresie udostępniania zasobów mediów publicznych. Media publiczne poprzez system BCMP będą miały wkład w rozwój społeczeństwa informacyjnego. Biblioteka umożliwi stały i natychmiastowy dostęp do unikatowych, gromadzonych od kilkadziesiąt lat zbiorów audiowizualnych stanowiących dziedzictwo kulturowe, naukowe i edukacyjne, tworzone w ramach obowiązków nadawców publicznych.

Porównaj informacje na temat Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych, które znajdują się w aneksie do Sprawozdania KRRiT pt. Media publiczne.

9.9 KRRiT współorganizowała szczyt audiowizualny „Od MEDIA do KREATYWNEJ EUROPY”, który odbył się 11 grudnia 2013 r. w Warszawie. Celem konferencji była wymiana doświadczeń i informacji na temat wpływu Programu MEDIA Unii Europejskiej na rozwój rynków audiowizualnych w nowych krajach członkowskich i próba wypracowania rozwiązań dla pełniejszego uczestnictwa w nowym programie KREATYWNA EUROPA. Intencją organizatorów szczytu audiowizualnego była próba oceny kondycji rynków audiowizualnych, szczególnie tych zlokalizowanych w Europie Środkowej i Wschodniej oraz do wskazania kierunków ich rozwoju. Panele dyskusyjne poświęcone były m.in. wpływowi polityki kulturalnej i medialnej Unii Europejskiej na modele produkcyjne oraz zachowania widowni filmowej i telewizyjnej w Europie, a także znaczeniu narodowego systemu finansowania branży audiowizualnej i koprodukcji małych krajów.

9.10 KRRiT 16 grudnia 2013 r. pod honorowym patronatem Małżonki Prezydenta RP Pani Anny Komorowskiej, zorganizowała seminarium *Skuteczna*

ochrona dzieci i młodzieży w Internecie. Kto za to odpowiada?

Porównaj informacje na temat konferencji zorganizowanej przez KRRiT, które znajdują się w rozdziale V.

Nagrody i patronaty KRRiT

9.11 KRRiT ufundowała nagrody dla twórców XIII Festiwalu Teatru Polskiego i Teatru Telewizji Polskiej – *Dwa Teatry* – Sopot 2013. Wielką nagrodę za wybitne kreacje aktorskie otrzymali pp. Anna Polony i Ignacy Gogolewski.

Laureatem nagrody KRRiT im. Macieja Szumowskiego wręczanej podczas 53. Krakowskiego Festiwalu Filmowego w Krakowie został Bartosz M. Kowalski za film „Moja Wola”.

We wrześniu 2013 r. KRRiT przyznała specjalne nagrody dla twórców najciekawszych debiutów sezonu w słuchowiskach realizowanych przez Teatr Polskiego Radia. Za realizację słuchowiska „Dwudram” Nagrodę Don Kichot dla reżysera otrzymał Adam Wojtyszko. Anna Rokita i Michał Kościuk otrzymali Nagrodę Arete dla aktorów za role Karli i Helvera w słuchowisku „Noc Helvera” Ingmara Villqista.

W listopadzie 2013 r. KRRiT wręczyła Grand Prix im. Witolda Zadrowskiego red. Alicji Grembowicz, autorce reportażu „Podróż Kasi”. Przyznane zostały także dwie równorzędne Nagrody Specjalne KRRiT: Hannie i Adamowi Bogoryja Zakrzewskim, autorom reportażu pt. „Adam z Warszawy” oraz Henrykowi Dedo i Waldemarowi Kasperczakowi - twórcom reportażu pt. „Szepty dzieciństwa”.

9.12 W czerwcu 2013 r. KRRiT oraz Uniwersytet Warszawski Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych przyznali wspólne Nagrody im. dr. Pawła Stępki za najlepszą pracę naukową oraz wydawnictwo z dziedziny mediów elektronicznych. Nagrodę za najlepsze wydawnictwo naukowe i popularnonaukowe z dziedziny mediów otrzymała dr hab. Marzena Barańska za pracę pt. „*Polityka ograniczania reklamy w polskiej telewizji. Studium polityczno-prawne*”. Nagrodę za

najlepszą rozprawę w dziedzinie mediów otrzymał Jakub Parnes za pracę pt. *„Rola lokalnych mediów internetowych w procesie kształtowania się informacyjnego społeczeństwa na przykładzie aglomeracji łódzkiej”*. Nagroda została ustanowiona jako wyraz pamięci zmarłego tragicznie dr. Pawła Stęпки, wieloletniego pracownika Biura KRRiT, wybitnego naukowca specjalizującego się w dziedzinie mediów, autora artykułów i analiz poświęconych europejskiemu i polskiemu rynkowi mediów.

9.13 W grudniu 2013 r. podczas wręczenia nagrody Polskiego Radia Wielki Splendor, na wniosek KRRiT, Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego odznaczył Piotra Fronczewskiego Złotym Medalem Zasłużony Kulturze Gloria Artis oraz Mariusza Bonaszewskiego Brązowym Medalem Zasłużony Kulturze Gloria Artis. Podczas uroczystości zostały wręczone listy gratulacyjne laureatom nagród Prix Europa 2013, pp. Krzysztofowi Czeczotowi i Andrzejowi Brzósce, twórcom słuchowiska „Andy”.

9.14 KRRiT objęła patronatem honorowym zjazdy i konferencje organizowane przez uczelnie zajmujące się zagadnieniami z dziedziny mediów, spółki publicznej radiofonii i telewizji oraz przez przedsiębiorców

działających na rynku mediów audiowizualnych, w tym m.in.: Ogólnopolskie Forum Operatorów Telekomunikacyjnych Fortel 2013, XIII Sympozjum Świata Telekomunikacji i Mediów, 12 edycję Młodzieżowych Warsztatów Dziennikarskich *Medialna w kieszeni*, II Forum Telewizji Lokalnych, XIII Festiwal Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej *Dwa Teatry – Sopot 2013*, Niezależne Forum Operatorów Kablowych Forum 2013, VI Kongres Warsaw International Media Summit *Zmiany w Regulacjach i Prawie Świata Telekomunikacji i Mediów*, Międzynarodową Konferencję i Wystawę PIKE *Cyfrowa Ziemia Obiecana oraz konferencję Polskie Radio na Kresach Wschodnich II Rzeczypospolitej*. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji objęła także patronatem Międzynarodowy Konkurs Artystycznych Form Radiowych Grand PIK 2013 i Warsztaty Sztuki Radiowej organizowany przez Polskie Radio Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy, Konferencję *Profesjonalizacja dziennikarstwa* organizowaną przez Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Krajową Konferencję Radiokomunikacji, Radiofonii i Telewizji organizowaną przez Politechnikę Warszawską oraz Ogólnopolski Konkurs Twórczości Radiowej w dziedzinie reportażu i dokumentu organizowany przez Polskie Radio.

Załączniki

Załącznik nr 1. Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia lub rozszerzenia koncesji na program telewizyjny rozpowszechniany w sposób rozsziewczy cyfrowy naziemny

Lp.	Data decyzji	Oznaczenie multipleksu	Sposób rozstrzygnięcia
1.	2013-08-09	MUX-1	Decyzja o rozszerzeniu koncesji dla Fundacji LUX VERITATIS (TRWAM)
2.	2013-09-04	MUX-1	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce Telewizja Polska SA (TVP ABC)
3.	2013-10-30	MUX-1	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce STOPLATKA SA (STOPKLATKA TV)
4.	2013-11-22	MUX-1	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce SPECTRUM Sp. z o.o. (Fokus TV)

Załącznik nr 2. Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego drogą naziemną, prowadzonych w związku z ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą podjętą w 2013 r. lub zakończonych wydaniem decyzji w 2013 r.

Lp.	Data decyzji /uchwały	Lokalizacja stacji nadawczej (częstotliwość)	Sposób rozstrzygnięcia
1.	2013-06-13	Kluczbork (f=93,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Eurozet Radio Sp. z o.o. (Radio ZET Gold 106,2)
2.	2013-07-05	Kamieńsk (f=104,2 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce RADIO PASMO PIOTRKÓW Sp. z o.o. (Radio Strefa FM Piotrków)
3.	2013-08-28	Brzeg (97,1 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)
4.	2013-09-27	Mielec (f=102,4 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji spółce Radio LELIWA Sp. z o.o. (Radio Leliwa)
5.	2013-10-16	Hel (f=106,1 MHz)	Decyzja o rozszerzeniu koncesji Stowarzyszeniu Ziemia Pucka (Radio KASZĚBĚ)
6.	2013-03-18	Bogatynia (f=104,8 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Stowarzyszeniu Media Lokalne (ARTRADIO BOGATYNIA)
7.	2013-10-17	Legnica (f=90,0 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Radio Złote Przeboje 90,0 FM)
8.	2013-12-16	Skawina (f=88,8 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce International Communication Sp. z o.o. (WAWA Kraków)
9.	2013-12-23	Stargard Szczeciński (f=90,3 MHz)	Decyzja o udzieleniu koncesji Jackowi Dziakowiczowi (Radio Stargard)
10.	2013-11-21	Nowy Sącz, (f=92,4 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce International Communication Sp. z o.o.
11.	2013-09-30	Hrubieszów (f=99,5 MHz)	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o.
12.	2013-09-17	Skomielna Czarna (f=94 MHz)	Uchwała o rozszerzeniu koncesji dla spółki Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o.
13.	2013-10-15	Suwałki Krzemieniucha (f=93,1 MHz)	Uchwała o rozszerzeniu koncesji dla spółki "Bajer FM" Spółka jawna
14.	2013-03-12	Żyrardów (f=104,1 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce Radio TOP Sp. z o.o.
15.	2013-02-19	Jarocin (101,8 MHz)	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce Radio ELKA Sp. z o.o.
16.	2013-06-04	Sanok (f=95,2 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce Trendy Media Mikoś i Jedziniak Sp. j
17.	2013-06-04	Jaśło (f=101,9 MHz)	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce Trendy Media Mikoś i Jedziniak Sp. j

Załącznik nr 3. Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie udzielenia koncesji na kolejny okres (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)

Lp.	Nr koncesji	Data decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
1.	196/K/2013-T	2013-01-21	MANGO - MEDIA Sp. z o.o. (TELEZAKUPY MANGO 24)
2.	199/K/2013-R	2013-03-26	Rzymsko-Katolicka Parafia p.w. Nawiedzenia NMP (AIM KARIM Radio Skomielna Czarna)
3.	200/K/2013-T	2013-04-24	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT)
4.	201/K/2013-T	2013-04-26	TELESTAR SA (iTV)
5.	210/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat News)
6.	212/K/2013-T	2013-05-28	MEDIA BIZNES Sp. z o.o. (TV Biznes)
7.	206/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Sport EXTRA)
8.	203/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Sport)
9.	204/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat 2)
10.	205/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Cafe)
11.	207/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Play)
12.	209/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT SPORT HD)
13.	211/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT FILM)
14.	208/K/2013-T	2013-05-28	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT HD)
15.	213/K/2013-T	2013-05-29	TVN SA (TVN METEO)
16.	214/K/2013-R	2013-06-07	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE 106,2 FM)
17.	215/K/2013-T	2013-06-14	SUPERSTACJA Sp. z o.o. (SUPERSTACJA)
18.	217/K/2013-R	2013-07-08	Uniwersytet Zielonogórskim (Akademickie Radio INDEX)
19.	219/K/2013-R	2013-07-17	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Radio 88,4 FM Złote Przeboje)
20.	220/K/2013-R	2013-07-17	Politechnika Łódzka (Studenckie Radio ŻAK Politechniki Łódzkiej)
21.	218/K/2013-R	2013-07-17	RADIO HIT Sp. z o.o. (Radio HIT)

22.	222/K/2013-T	2013-07-19	Polskie Media SA (TV 6)
23.	221/K/2013-T	2013-07-19	Polskie Media SA (TV 4)
24.	223/K/2013-R	2013-07-23	Ewa Maria Błachowiak (Radio Gniezno)
25.	224/K/2013-R	2013-07-30	Fundacja Edukacji Medialnej (Radio Mazury)
26.	225/K/2013-R	2013-07-30	IM 40 Sp. z o.o. (Radio POGODA 100,1 FM ZŁOTE PRZEBOJE)
27.	226/K/2013-R	2013-07-30	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (103,7 Roxy FM)
28.	227/K/2013-R	2013-08-06	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (nazwą ZŁOTE PRZEBOJE 101,3 FM)
29.	229/K/2013-R	2013-08-07	RADIO ELKA Sp. z o.o. (Radio ELKA GŁOGÓW)
30.	232/K/2013-R	2013-09-18	Jerzy Kalisz (ESKA Grudziądz)
31.	230/K/2013-T	2013-09-18	TVN SA (TVN)
32.	234/K/2013-R	2013-10-07	INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM - Pierwsze Radio Informacyjne)
33.	236/K/2013-T	2013-10-16	TVN SA (TVN STYLE)
34.	235/K/2013-T	2013-10-16	TVN SA (TVN INTERNATIONAL)
35.	237/K/2013-R	2013-10-29	ZET Premium Sp. z o.o. (Radio ZET CHILLI 93,6)
36.	238/K/2013-T	2013-11-05	KINO POLSKA TV SA (KINO POLSKA)
37.	239/K/2013-R	2013-11-18	BON TON RADIO SA (BON TON Radio)

Załącznik nr 4. Wykaz koncesji, dla których KRRiT wyraziła zgodę na przeniesienie uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)

Lp.	Nr koncesji (nazwa programu)	Dotychczasowy koncesjonariusz	Przyszły koncesjonariusz
1.	163/P/2003-R (BON TON Radio)	BON TON RADIO SA	BON TON RADIO Sp. z o.o.
2.	353/2006-T (nSPORT)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
3.	391/2008-R (N-Surround HD/ Classic)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
4.	484/2011-T (Strefa Abonenta)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
5.	504/2012-R (Radio NYSA FM)	Krzysztof Rzepczyk	RADIO NYSA FM Sp. z o.o.
6.	186/K/2012-R (RMF MAXXX – Piła)	Piłskie Radio i TV "100" Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
7.	190/P/2005-T (ODRA - Gorzów Wielkopolski)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
8.	191/P/2005-T (ODRA – Lubin)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
9.	192/P/2005-T (ODRA - Wrocław)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
10.	193/P/2005-T (ODRA - Zielona Góra)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
11.	194/P/2005-T (ODRA - Jelenia Góra)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
12.	024/K/2009-T (TV 4)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
13.	221/K/2013-T (TV 4)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
14.	442/2010-T (TV 6)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
15.	222/K/2013-T (TV 6)	Polskie Media SA	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.
16.	109/K/2011-R (Radio ZET Gold 92,8)	Radio Las Vegas Sp. z o.o.	EUROZET RADIO Sp. z o.o.
17.	361/2007-R (Radio ZET Gold 97,8)	TRAFFIC Sp. z o.o.	EUROZET RADIO Sp. z o.o.

Załącznik nr 5. Wykaz koncesji, w których na podstawie decyzji Przewodniczącego KRRiT nastąpiło przejście uprawnień (radiofonia i telewizja naziemna i satelitarna)

Lp.	Nr koncesji (nazwa programu)	Dotychczasowy koncesjonariusz	Obecny koncesjonariusz
1.	163/P/2003-R (BON TON RADIO)	BON TON RADIO SA	BON TON RADIO Sp. z o.o.
2.	179/K/2012-T (CANAL+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
3.	180/K/2012-T (CANAL+FILM)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
4.	181/K/2012-T (CANAL+SPORT)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
5.	304/2004-T (MiniMini+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
6.	310/2004-T (Planete+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
7.	357/2007-T (Kuchnia+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
8.	358/2007-T (CANAL+ Family 2)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
9.	381/2008-T (DOMO+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
10.	417/2009-T (teleTOON+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
11.	418/2009-T (ale kino+)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
12.	443/2010-T (CANAL+Family)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
13.	498/2012-T (CANAL+ Film2)	CANAL+CYFROWY Sp. z o.o.	CANAL+CYFROWY SA
14.	353/2006-T (nSPORT)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
15.	391/2008-R (N-Surround HD/ Classic)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
16.	484/2011-T (Strefa Abonenta)	ITI Neovision Sp. z o.o.	ITI Neovision SA
17.	504/2012-R (Radio NYSA FM)	Krzysztof Rzepczyk	Radio Nysa FM Sp. z o.o.
18.	186/K/2012-R (RMF MAXXX – Piła)	Pilskie Radio i TV "100" Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
19.	035/K/2009-R (RMF MAXXX – SZCZECIN)	Radio ABC Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
20.	337/2006-R (RMF MAXXX Nowy Sącz)	Radio Galicja Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
21.	026/K/2009-R (RMF MAXXX – WARSZAWA)	Radio Mazowsze Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.
22.	018/K/2008-R (RMF MAXXX - Zielona Góra)	Uwertura Sp. z o.o.	MULTIMEDIA Sp. z o.o.

Załącznik nr 6. Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny

Lp.	Nr koncesji	Data decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu
1.	518/2013-T	2013-02-28	Telewizja Polska SA (TVP Dokument)	wyspecjalizowany - dokumentalny
2.	519/2013-T	2013-02-28	Telewizja Polska SA (TVP Rozrywka)	wyspecjalizowany - rozrywkowy
3.	522/2013-T	2013-04-09	Telewizja Polska SA (TVP INFO)	wyspecjalizowany
4.	523/2013-T	2013-05-06	Telewizja Niezależna SA (Telewizja Republika)	wyspecjalizowany - informacyjno-publicystyczny
5.	537/2013-T	2013-10-08	Winnicki Michał (POWER TV)	wyspecjalizowany - muzyczno-rozrywkowo-poradniczy
6.	538/2013-T	2013-10-16	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Sport Weekend)	wyspecjalizowany - sportowy
7.	539/2013-T	2013-10-16	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Romans)	wyspecjalizowany - serialowo-filmowy
8.	540/2013-T	2013-10-16	KINO POLSKA TV SA (KINO POLSKA INTERNATIONAL)	wyspecjalizowany - filmowy
9.	541/2013-T	2013-10-16	KINO POLSKA TV SA (Kino Polska Muzyka International)	wyspecjalizowany - muzyczny
10.	535/2013-R	2013-09-30	POLSKIE RADIO SA (Polskie Radio Rytm)	wyspecjalizowany - muzyczno-informacyjny
11.	536/2013-R	2013-09-30	POLSKIE RADIO SA (Polskie Radio 24)	wyspecjalizowany - muzyczno-informacyjno-publicystyczny

Załącznik nr 7. Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w radiowych koncesjach naziemnych

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji	Przyrost zasięgu ludnościowego [tys. osób]
1.	DR-104/2013-1/129/K	Archidiecezja Poznańska (EMAUS - Katolickie Radio Poznań)	Zmiana lokalizacji stacji w Lesznie	8
2.	DR-515/2013-2/075/K	Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego (Radio FARA – Rozgłośnia Archidiecezji Przemyskiej)	Zmiana lokalizacji i mocy stacji w Średni k/ Przemysła	48
3.	DR-081/2013-2/430	Archidiecezja Warmińska (Radio Plus Olsztyn)	Zmiana mocy i charakterystyki promieniowania anteny stacji w Olsztynie Pieczewie	48
4.	DR-470/2013-3/077/K	Archidiecezja Wrocławska (KATOLICKIE RADIO RODZINA)	Zmiana lokalizacji stacji nadawczej w Miliczu	5
5.	DR-231/2013-6/020/K	ESKA ROCK SA (VOX FM)	Zmiana lokalizacji i wysokości zawieszenia anteny stacji w Gdyni	98
6.	DR-399/2013-1/501	Fundacja Ananke (Radio 7)	Zmiana lokalizacji, wysokości zawieszenia i charakterystyki promieniowania anteny stacji w Mławie	7
7.	DR-440/2013-1/090/K	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (ZŁOTE PRZEBOJE PULS 95,6 FM)	Zmiana lokalizacji i charakterystyki promieniowania anteny stacji nadawczej w Lublinie	71
8.	DR-389/2013-14/155/P	INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM - PIERWSZE RADIO INFORMACYJNE)	Zmiana warunków technicznych stacji: w Toruniu, Lublinie, Gorzowie Wlkp., Płocku i Radomiu	65
9.	DR-256/2013-2/069/K	Jarosław Dziemian (Radio JARD)	Zmiana mocy i wysokości zawieszenia anteny stacji w Białymstoku	30
10.	DR-518/2013-2/137/K	MAKS-BOCHNIA Sp. z o.o. (ESKA Małopolska)	Zmiana lokalizacji i mocy stacji w Zakopanem	14
11.	DR-355/2013-4/33/K	MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – CZĘSTOCHOWA)	Zmiana lokalizacji i mocy stacji w Częstochowie	53
12.	DR-441/2013-1/061/K	MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – Podlasie)	Zmiana lokalizacji i mocy stacji w Białymstoku	2
13.	DR-472/2013-1/184/K	MULTIMEDIA Sp. z o.o. (RMF MAXXX – OPOLE)	Zmiana lokalizacji i mocy stacji w Opolu	27

14.	DR-397/2013-10/034/K	Opera FM Sp. z o.o. (RMF CLASSIC)	Zmiana lokalizacji stacji w Białymstoku i Częstochowie	48
15.	DR-475/2013-11/034/K	Opera FM Sp. z o.o. (RMF CLASSIC)	Zmiana wysokości posadowienia i zawieszenia anteny stacji w Gdyni	7
16.	DR-359/2013-1/448	Radio 90 Sp. z o.o. (Radio JURA)	Zmiana lokalizacji stacji w Częstochowie	64
17.	DR-336/2013-3/013/K	Radio 90 Sp. z o.o. (RADIO 90 FM)	Zmiana lokalizacji stacji w Cieszynie	0,3
18.	DR-471/2013-2/141/K	Radio ESKA SA (ESKA LESZNO)	Zmiana lokalizacji stacji w Lesznie	7
19.	DR-105/2013-7/001/K	Radio Muzyka Fakty Sp. z o.o. (RMF FM)	Zmiana lokalizacji stacji w Warszawie	74
20.	DR-476/2013-2/092/K	Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)	Zmiana mocy stacji w Kędzierzynie-Koźlu	34
21.	DR-530/2013-3/006/K	Radio VANESSA Sp. z o.o. (RADIO VANESSA)	Zmiana mocy stacji w Krapkowicach	16

Załącznik nr 8. Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian technicznych w koncesjach satelitarnych

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
1.	DR-109/2013-3/442	Polskie Media SA (TV 6)
2.	DR-308/2013-1/188/K	Fundacja LUX VERITATIS (TRWAM)
3.	DR-303/2013-5/288	TELESTAR SA (iTV)
4.	DR-323/2013-1/412	EUROPEJSKIE RADIO DLA BIAŁORUSI Sp. z o.o. (Europejskie Radio dla Białorusi)
5.	DR-330/2013-4/302	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT CAFE)
6.	DR-326/2013-2/414	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT FILM)
7.	DR-327/2013-3/380	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT NEWS)
8.	DR-329/2013-5/322	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT SPORT EXTRA)
9.	DR-331/2013-4/298	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT 2)
10.	DR-332/2013-4/297	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT SPORT)
11.	DR-328/2013-4/323	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (POLSAT PLAY)
12.	DR-333/2013-2/490	TELESTAR SA (HOT TV)
13.	DR-416/2013-15/155/P	INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM - PIERWSZE RADIO INFORMACYJNE)
14.	DR-436/2013-1/201/K	TELESTAR SA (iTV)
15.	DR-437/2013-3/353	ITI Neovision SA (nSPORT)
16.	DR-473/2013-6/296	KINO POLSKA TV SA (KINO POLSKA)
17.	DR-478/2013-8/376	TVR Sp. z o.o. (TVR)
18.	DR-479/2013-8/300	TVN SA (TVN TURBO)
19.	DR-524/2013-2/411	ESKA TV SA(ESKA TV)
20.	DR-525/2013-3/338	SUPERSTACJA Sp. z o.o. (SUPERSTACJA)
21.	DR-526/2013-1/215/K	SUPERSTACJA Sp. z o.o. (SUPERSTACJA)

22.	DR-534/2013-3/418	CANAL + Cyfrowy SA (ale kino+)
23.	DR-539/2013-7/310	CANAL + Cyfrowy SA (Planete+)
24.	DR-538/2013-6/357	CANAL + Cyfrowy SA (Kuchnia+)
25.	DR-537/2013-6/381	CANAL + Cyfrowy SA (DOMO+)
26.	DR-536/2013-6/358	CANAL + Cyfrowy SA (CANAL+ Family 2)
27.	DR-535/2013-3/417	CANAL + Cyfrowy SA (teleTOON+)
28.	DR-533/2013-4/443	CANAL + Cyfrowy SA (CANAL+Family)
29.	DR-540/2013-8/304	CANAL + Cyfrowy SA(MiniMini+)
30.	DR-593/2013-4/441	TELEWIZJA PULS Sp. z o.o. (PULS 2)

Załącznik nr 9. Wykaz decyzji wydanych w 2013 r. w sprawie zmian programowych
(zmiana nazwy, inne zmiany programowe)

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy	Treść decyzji
1.	DR-045/2013-3/041/K	Nadawca Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z RADIO VOX FM WARSZAWA na VOX fm
2.	DR-057/2013-1/007/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Bydgoszcz na ESKA Bydgoszcz
3.	DR-093/2013-1/144/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Białystok na ESKA Białystok
4.	DR-099/2013-1/153/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Wrocław na ESKA Wrocław
5.	DR-085/2013-2/014/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Łódź na ESKA Łódź
6.	DR-086/2013-1/029/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio ESKA Opole na ESKA Opole
7.	DR-088/2013-2/095/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Kraków na ESKA Kraków
8.	DR-087/2013-2/046/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Lublin na ESKA Lublin
9.	DR-089/2013-1/139/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Warszawa na ESKA Warszawa
10.	DR-090/2013-1/140/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Gorzów na ESKA Gorzów
11.	DR-084/2013-3/009/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Trójmiasto na ESKA Trójmiasto
12.	DR-092/2013-1/142/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Piła na ESKA Piła
13.	DR-094/2013-1/145/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Kielce na ESKA Kielce
14.	DR-095/2013-1/148/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA na ESKA Toruń
15.	DR-096/2013-1/149/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Olsztyn na ESKA Olsztyn
16.	DR-097/2013-1/150/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Zielona Góra na ESKA Zielona Góra
17.	DR-098/2013-1/151/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio ESKA Poznań na ESKA Poznań
18.	DR-103/2013-1/413	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio ESKA Beskidy na ESKA Beskidy
19.	DR-102/2013-1/409	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Płock na ESKA Płock
20.	DR-101/2013-2/389	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio ESKA Siedlce na ESKA Siedlce

21.	DR-100/2013-1/177/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Bełchatów na ESKA Bełchatów
22.	DR-091/2013-1/141/K	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Leszno na ESKA Leszno
23.	DR-118/2013-1/053/K	MTM FM Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Starachowice na ESKA Starachowice
24.	DR-116/2013-2/019/K	RADIO REJA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Szczecinek na ESKA Szczecinek
25.	DR-117/2013-3/036/K	Radio PÓŁNOC Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Koszalin na ESKA Koszalin
26.	DR-115/2013-3/179/P	Radio AS Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Inowrocław na ESKA Inowrocław
27.	DR-120/2013-2/060/K	Radio Bieszczady Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Rzeszów na ESKA Rzeszów
28.	DR-119/2013-1/059/K	MONA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio ESKA Ostrów-Kalisz na ESKA Ostrów-Kalisz
29.	DR-233/2013-1/065/K	Łomżyńska Agencja Informacyjna Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Łomża na ESKA Łomża
30.	DR-237/2013-1/136/K	MAKS-TARNÓW Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Tarnów na ESKA Tarnów
31.	DR-238/2013-1/137/K	MAKS-BOCHNIA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Małopolska na ESKA Małopolska
32.	DR-236/2013-1/125/K	RADIO PLAMA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Szczecin na ESKA Szczecin
33.	DR-234/2013-1/113/K	RADIO RADOM Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Radom na ESKA Radom
34.	DR-232/2013-1/063/K	Media Zamość Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Zamość na ESKA Zamość
35.	DR-255/2013-1/166/K	Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Elbląg na ESKA Elbląg
36.	DR-253/2013-1/178/K	Hot Radio Przemysł Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Przemysł na ESKA Przemysł
37.	DR-254/2013-1/162/K	Rozgłośnia Radiowa "REZONANS" Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Śląsk na ESKA Śląsk
38.	DR-353/2013-1/115/K	INDIGO Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio GRA Bydgoszcz na RMF MAXXX - Bydgoszcz
39.	DR-351/2013-1/108/K	Radio Inowrocław Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio GRA Inowrocław na RMF MAXXX - Inowrocław
40.	DR-352/2013-2/110/K	Radio W Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio GRA Włocławek na RMF MAXXX - Włocławek

41.	DR-381/2013-1/109/K	Radio Las Vegas Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z nazwy Radio Plus Toruń na Radio ZET Gold 92,8
42.	DR-375/2013-10/067/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z nazwy PLANETA 99,6 FM na Radio ZET Gold 99,6
43.	DR-382/2013-1/192/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA 103,9 FM na Radio ZET Gold 103,9
44.	DR-383/2013-4/361	TRAFFIC Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z TRAFFIC FM WROCŁAW na Radio ZET Gold 97,8
45.	DR-373/2013-3/054/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA FM na Radio ZET Gold
46.	DR-384/2013-4/387	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA Giżycko na Radio ZET Gold 107,0
47.	DR-380/2013-2/100/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA 106,2 FM na Radio ZET Gold 106,2
48.	DR-379/2013-2/099/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA 87,9 FM na Radio ZET Gold 87,9
49.	DR-378/2013-1/098/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu PLANETA OLSZTYN na Radio ZET Gold 90,5
50.	DR-376/2013-1/096/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA Iława na Radio ZET Gold 90,2
51.	DR-374/2013-1/066/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA 102,9 FM na Radio ZET Gold 102,9
52.	DR-372/2013-2/044/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA Poznań na Radio ZET Gold 90,6 99,4
53.	DR-371/2013-3/039/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA na Radio ZET Gold 95,1
54.	DR-377/2013-1/097/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA Mrągowo na Radio ZET Gold 104,9
55.	DR-370/2013-2/023/K	Eurozet Radio Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z PLANETA Łódź na Radio ZET Gold 104,5
56.	DR-420/2013-7/180/P	ZET Premium Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z CHILLI ZET Katowice na Radio ZET CHILLI 93,6
57.	DR-423/2013-5/010/K	ZET Premium Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z CHILLI ZET na nazwę: Radio ZET CHILLI
58.	DR-435/2013-1/156/K	Jerzy Kalisz	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Iława na ESKA Iława
59.	DR-434/2013-1/165/P	Jerzy Kalisz	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA Grudziądz na ESKA Grudziądz
60.	DR-480/2013-1/407	Radio ESKA SA	Zmiana nazwy programu z Radio ESKA 16,6 na ESKA 106,6
61.	DR-519/2013-1/154/K	BDM Media Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z Radio ALFA na KRK fm
62.	DR-592/2013-4/041/K	Nadawca Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z VOX fm na ESKA ROCK

63.	DR-591/2013-8/020/K	ESKA ROCK SA	Zmiana nazwy programu z ESKA Rock na VOX FM
64.	DR-590/2013-2/037/K	POROZUMIENIE RADIOWE - POZNAŃ Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z 107,4 ESKA Rock na 107,4 VOX FM
65.	DR-275/2013-2/438	FONIA Sp. z o.o.	Zmiana dotycząca realizacji specjalizacji programu (po powtórnej analizie propozycji we wnioskach o udzielenie koncesji)
66.	DR-240/2013-5/358	CANAL + Cyfrowy SA	Zmiana charakteru programu z wyspecjalizowanego na uniwersalny; zmiana nazwy programu z CANAL+ GOL na CANAL+Family 2
67.	DR-241/2013-1/498	CANAL + Cyfrowy SA	Zmiana nazwy programu z CANAL+3D na CANAL+Film 2
68.	DR-242/2013-1/179/K	CANAL + Cyfrowy SA	Zmiana charakteru programu z wyspecjalizowanego na uniwersalny; zmiana nazwy programu z CANAL+POLSKA na CANAL+
69.	DR-243/2013-3/443	CANAL + Cyfrowy SA	Zmiana charakteru programu z wyspecjalizowanego na uniwersalny; zmiana nazwy programu z CANAL+WEEKEND na CANAL+Family
70.	DR-424/2013-3/306	MEDIA BIZNES Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu z TV Biznes na POLSAT BIZNES
71.	DR-521/2013-3/365	TVN SA	Zmiana nazwy programu z TVN CNBC na TVN24 Biznes i Świat, dobowego czasu nadawania i specjalizacji programu (na wyspecjalizowany w zakresie tematyki wydarzeń międzynarodowych z uwzględnieniem tematyki biznesowej)
72.	DR-053/2013-2/371	TVS Sp. z o.o.	Zmiana charakteru programu z uniwersalnego na wyspecjalizowany edukacyjno-poznawczy
73.	DR-364/2013-3/371	TVS Sp. z o.o.	Zmiana dobowego czasu rozpowszechniania programu
74.	DR-415/2013-6/188/P	NTL-TED Sp. z o.o.	Czasowe ograniczenie z 2 do 1 godziny na dobę czasu emisji programu
75.	DR-548/2013-9/300	TVN SA	Dostosowanie treści koncesji do obecnie obowiązujących przepisów w zakresie udziału specjalizacji
76.	DR-559/2013-1/435	Telewizja Polska SA	Zmiana zapisów programowych koncesji na program „TVP Seriale”, w związku z uzyskaniem koncesji na programy „TVP Dokument” i „TVP ABC”

Załącznik nr 10. Wykaz podmiotów, którym w 2013 r. udzielono zgody na rozłożenie na raty należności wynikających z udzielenia bądź zmiany koncesji (na podstawie ustawy Ordynacja podatkowa)

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji
1.	Radio PARADA Sp. z o.o. (Radio Parada)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 389.348,00 zł za decyzję Nr 193/K/2012-R
2.	Jarosław Dziemian (Radio JARD)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 6.280,00 zł za decyzję Nr DR-256/2013-2/069/K
3.	Archidiecezja Katowicka (Radio EM)	Rozłożenie na 9 rat opłaty w kwocie 337.448,50 zł za decyzję Nr DR-185/2011-1/073/K
4.	Uniwersytet Zielonogórski (Akademickie Radio INDEX)	Rozłożenie na 5 rat opłaty w kwocie 37.224,00 zł za decyzje Nr 217/K/2013-R
5.	Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)	Rozłożenie na 24 raty opłaty w kwocie 14.104,00 za decyzję Nr DR-466/2013-1/092/K
6.	Radio PARK Sp. z o.o. (RADIO PARK)	Rozłożenie na 24 raty opłaty w kwocie 10.286,00 za decyzję Nr DR-476/2013-2/092/K
7.	Adam Kamiński (Wiadomości Kwizdyńskie)	Rozłożenie na 2 raty opłaty w kwocie 2.000,00 zł za decyzję Nr 513/2013

Załącznik nr 11. Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Nazwa operatora	Lokalizacja stacji głównej/ obszar objęty siecią
1.	509/2013-TK	Spółdzielnia Mieszkaniowa „WZGÓRZE” (TVK Ożarów)	Spółdzielnia Mieszkaniowa „WZGÓRZE”	Os. Wzgórze 40 Ożarów
2.	510/2013-TK	Stanisław Grzesik (OżarówInfo)	STANSAT Stanisław Grzesik	ul. Poznańska 127a Ożarów Mazowiecki
			STANSAT Stanisław Grzesik	ul. Kasztanowa 2 Józefów
			STANSAT Stanisław Grzesik	Radzików 11 poczta Błonie
3.	511/2013-TK	Telewizja Solec Sp. z o.o. (Program lokalny TV Solec)	Telewizja Solec Sp. z o.o.	ul. Dworcowa 11 Solec Kujawski
4.	512/2013-TK	Monika Ewa Rabe-Prokopczyk (TV REGIONALNA)	VECTRA SA	ul. Poczтовая 3 Żary
			VECTRA SA	ul. Słoneczna 16 Szprotawa
			VECTRA SA	ul. 9 Maja 13 Nowogród Bobrzański
			VECTRA SA	ul. Wojska Polskiego 14 Gubin
5.	513/2013-TK	Adam Kamiński (Wiadomości Kwidzyńskie)	Multimedia Polska SA	ul. Spółdzielcza 1 Kwidzyn
6.	514/2013-TK	R.D.F. Broadcasting Sp. z o.o. (FAMILY SPORT)	SGT SA	ul. Chorzowska 50 Gliwice
7.	515/2013-TK	Remigiusz Korneliusz Warcholski (REGA TV)	VECTRA SA	ul. Słowiańska 9 Świdwin
			VECTRA SA	ul. Budowlana 9 Łobez
8.	516/2013-TK	Tomasz Pawlak (TVPM)	JARSAT J.E. Przedwojacy sp.j.	ul. Kościuszki 35 Milicz
9.	517/2013-TK	Marzena Prymas (NORDA CASSUBIA TV)	AS-SAT Marcin Dariusz Prymas	ul. Gen. Hallera 13 Władysławowo
10.	521/2013-TK	Telefony Podlaskie SA (RELIGIA SOKOŁÓW TV)	Telefony Podlaskie SA	ul. Armii Krajowej 4 Sokołów Podlaski

11.	524/2013-TK	Waldemar Bogusław Włodarczak (Telewizja Leszno)	UPC Polska Sp. z o.o.	ul. Sułkowskiego 46 Leszno
			INEA SA	ul. Klaudyny Potockiej 25 Poznań/Leszno
12.	525/2013-TK	Centrum Kultury w Ropczycach (Telewizja Ropczyce)	Multimedia Polska SA	ul. Bohaterów 5 Rzeszów/Ropczyce
13.	526/2013-TK	Robert Stanisław Utkowski (TV DAMI)	VECTRA SA	ul. Żeromskiego 75 Radom
			VECTRA SA	ul. Polna 2 Białobrzegi
			VECTRA SA	ul. Wiślana 35 Dęblin
			VECTRA SA	ul. Korczaka 27 Garwolin
			VECTRA SA	ul. Polna 9 Grójec
			VECTRA SA	ul. Radomska 4 Przysucha
			VECTRA SA	Os. XXXV-Lecia 9 Warka
			VECTRA SA	ul. Żeromskiego 75 Radom/Wierzbica
14.	527/2013-TK	Czesław Chlewicki (IMPERIUM)	IMPERIUM Telecom Czesław Chlewicki	ul. Floriańska 25 Gliwice
15.	528/2013-TK	Robert Radzik (Telewizja Miejska Stalowa Wola)	Multimedia Polska SA	ul. Ks. J. Popiełuszki 17 Stalowa Wola/Stalowa Wola, Nisko, Rudnik nad Sanem, Janów Lubelski
16.	529/2013-TK	Agnieszka Budner (Magnes.TV)	Fero - Agnieszka Budner	ul. Warszawska 14 Łuków/powiaty: łukowski, siedlecki, radzyński, rycki, lubartowski
17.	530/2013-TK	Czesław Adam Zasiński (SIERADZKA TV)	VECTRA SA	ul. Pokoju 11 B Sieradz
18.	531/2013-TK	Leon Jamrożek (Telewizja Wolne Wadowice)	INTELKOM- OZONE POLSKA Robert Zbela	Os. Kopernika 10 Wadowice

19.	532/2013-TK	Zdzisław Starzyński (TV Krapkowice)	Zakład Wielobranżowy „CATV Zarządca” Ewa Starzyńska	Os. XXX-lecia 9 Krapkowice
			VECTRA SA	ul. Sienkiewicza 9 Krapkowice
20.	533/2013-TK	Content Premium Provider Sp. z o.o. (Lech TV)	INEA SA	ul. Kludyny Potockiej 25 Poznań/teren Wielkopolski
			INOTEL SA	ul. Kludyny Potockiej 25 Poznań/teren Wielkopolski
21.	543/2013-TK	Parafia Rzymsko-Katolicka p/w Matki Bożej Nieustającej Pomocy w Tarnobrzegu (Katolicka Telewizja Serbinów)	Spółdzielnia Mieszkaniowa Siarkowiec	ul. Kopernika 20 Tarnobrzeg
			Tarnobrzaska Spółdzielnia Mieszkaniowa w Tarnobrzegu	ul. Sienkiewicza 59 Tarnobrzeg
22.	545/2013-TK	Wioletta Maria Wojciechowska- Rybczyńska (TV DAMI)	VECTRA SA	ul. Kasztelańska 86 Wałbrzych
			VECTRA SA	ul. Parkowa 6 Kamienna Góra
23.	547/2013-TK	Twoja Telewizja Morska Sp. z o.o. (Twoja Telewizja Katolicka)	TELEWIZJA KABLOWA CHOPIN Bogdan Łąga Dariusz Schmidtke Sp. jawna	ul. Przemysłowa 3 Wejherowo/ Wejherowo, Reda, Rumia, Puck, Władysławowo, Bolszewo, Gościcino, Luzino, Kębtowo, Gniewino
24.	549/2013-TK	Krzysztof Jan Kocimski (Telewizja Golub- Dobrzyń)	VECTRA SA	ul. Żeromskiego 1/2 Golub-Dobrzyń
			VECTRA SA	ul. Fosa Jagiellońska 10 Kowalewo Pomorskie
25.	551/2013-TK	Grupa Medialna – Wschód Sp. z o.o. (TV WSCHÓD)	VECTRA SA	ul. Batorego 3/11p Siedlce
			VECTRA SA	ul. Wolności 27 Sokołów Podlaski
			VECTRA SA	Ul. Korczaka 27 Garwolin

Załącznik nr 12. Wykaz wydanych w 2013 r. koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego

Lp.	Nr koncesji	Data wydania	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
1.	194/K/2013-TK	16.01.2013	Joanna Krystyna Osiak-Kazanowska (TV DAMI)
2.	195/K/2013-TK	16.01.2013	Agencja Reklamy i Promocji „DAMI” Sp. z o.o. (TV DAMI)
3.	197/K/2013-TK	05.02.2013	Sylwester Ulanowski (MEDIA-GOS Telewizja Gostynin)
4.	198/K/2013-TK	20.03.2013	Program Lokalny TV Polkowice Sp. z o.o. (TV Polkowice)
5.	202/K/2013-TK	13.05.2013	Adam Roman Pachura (Telewizja Sudecka)
6.	216/K/2013-TK	25.06.2013	Spółdzielnia Mieszkaniowa „Nowoczesna” (Raciborska Telewizja Kablowa)
7.	228/K/2013-TK	07.08.2013	STELLA ZIT Sp. z o.o. (Stella Telewizja Kablowa)
8.	231/K/2013-TK	30.09.2013	Gmina Kozenice (Kronika Kozenicka)
9.	233/K/2013-TK	30.09.2013	Krzysztof Marian Wencki (TV Kaszuby)

Załącznik nr 13. Wykaz decyzji w sprawie uchylenia, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego

Lp.	Nr uchylanej koncesji	Nazwa nadawcy	Nr decyzji	Data decyzji
1.	TK-0013/07	Jan Kusina	DR-438/2013-TK	2013-08-08
2.	TK-0028/11	Telewizja Miejska Stalowa Wola Sp. z o.o.	DR-477/2013-TK	2013-09-04
3.	525/2013-TK	Centrum Kultury w Ropczycach	DR-506/2013-TK	2013-10-09

Załącznik nr 14. Wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie zmian, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego lub rozsiewczego satelitarnego

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy	Treść decyzji
1.	DR-040/2013-1/0012/08-TK	Piotr Krzysztof Kramnik	Zmiana nazwy firmy na „Telewizja Kłodzka”, zmiana nazwy programu na „Telewizja Kłodzka”
2.	DR-049/2013-1/0021/09-TK	Medialne Centrum Kujaw Sp. z o.o.	Zmiana nazwy Koncesjonariusza na „Medialne Centrum Kujaw” Sp. z o.o.
3.	DR-050/2013-1/0009/10-TK	Miejski Ośrodek Kultury w Piotrkowie Trybunalskim	Zmiana nazwy programu na „Telewizja Piotrków”
4.	DR-304/2013-TK	Kamil Ceranowski	Zmiana nazwy firmy na Produkcja Telewizyjna „KONART” Kamil Ceranowski
5.	DR-305/2013-TK	TOMKÓW Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu na „Telewizja Tomków” (oznaczonego w skrócie „TVT”)
6.	DR-306/2013-TK	Spółdzielnia Mieszkaniowa „Nowoczesna”	Uaktualnienie danych operatora sieci VECTRA SA
7.	DR-334/2013-5/0019/04-TK	Krzysztof Marian Wencki	Uaktualnienie danych operatora sieci VECTRA SA
8.	DR-337/2013-1/0008/04-TK	STELLA ZIT Sp. z o.o.	Uaktualnienie danych operatora sieci STELLA ZIT
9.	DR-385/2013-1/0029/04-TK	Gmina Kozienice	Uaktualnienie danych operatora sieci Multimedialna Sieć Kablowa Promontel Sp. z o.o.
10.	DR-560/2013-1/0032/04-TK	Młodzieżowa Spółdzielnia Mieszkaniowa	Zmiana nazwy programu na „Telewizja Toruń”
11.	561/2013-1/0030/04-TK	Elżbieta Zjawiona	Uaktualnienie danych operatora sieci „TVK” Elżbieta Zjawiona

Załącznik nr 15. Wykaz wydanych w 2013 r. decyzji w sprawie przejścia uprawnień dla podmiotów rozpowszechniających program w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego

Lp.	Nr koncesji	Dotychczasowy koncesjonariusz	Obecny koncesjonariusz
1.	TK-0022/10	Adam Paweł Stachecki	„TELE-MEDIA” Sp. z o.o.
2.	531/2013-TK	Leon Jamrozek	Leon Jamrozek „MEDIA” Sp. z o.o.
3.	512/2013-TK	Monika Ewa Rabe-Prokopczyk	TV-REGIONALNA Sp. z o.o.

MEDIA PUBLICZNE
Aneks do sprawozdania
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z działalności w 2013 roku

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	6
MEDIA PUBLICZNE – CYFRYZACJA	7
Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	7
Emisja cyfrowa – DAB+ w rozgłoszeniach nadawców publicznych	8
TELEWIZJA POLSKA SA	10
Władze spółki	10
Programy ogólnopolskie - TVP1 i TVP2	11
Realizacja planów programowych	11
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	13
Monitoring programów TVP1 i TVP2	15
TVP Polonia	16
TVP INFO	16
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	18
Monitoring programu TVP INFO	19
Programy regionalne TVP SA	20
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	29
Monitoring programów regionalnych TVP SA	31
Pasma wspólne programów regionalnych TVP SA	32
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	33
TVP Historia	34
Monitoring programu TVP Historia	34
TVP Kultura	35
Monitoring programu TVP Kultura	36
TVP Seriele	36
TVP SPORT	37
TVP Rozrywka	37
TVP HD	38
Pozycja TVP SA na rynku	38
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	40
POLSKIE RADIO SA	43
Władze spółki	43
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programów Polskiego Radia SA	44
Realizacja planów programowych	46
Polskie Radio dla Zagranicy	49
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	50
Monitoring programów Polskiego Radia SA	52
Pozycja Polskiego Radia SA na rynku	52
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	53

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO	55
Radio Białystok SA	55
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Białystok SA	56
Realizacja planów programowych	56
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	58
Monitoring programu	59
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	61
Radio Pomorza i Kujaw SA (Bydgoszcz)	63
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Pomorza i Kujaw SA	64
Realizacja planów programowych	64
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	66
Monitoring programu	67
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	69
Radio Gdańsk SA	71
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Gdańsk SA	72
Realizacja planów programowych	72
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	74
Monitoring programu	75
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	77
Radio Katowice SA	79
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Katowice SA	80
Realizacja planów programowych	80
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	82
Monitoring programu	83
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	85
Radio Kielce SA	87
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kielce SA	88
Realizacja planów programowych	88
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	90
Monitoring programu	91
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	93
Radio Koszalin SA	95
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Koszalin SA	96
Realizacja planów programowych	96
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	98
Monitoring programu	99
Miejskie pasmo w regionalnym programie Radio Koszalin - Radio Słupsk	102
Monitoring pasma miejskiego w regionalnym programie Radio Koszalin	103
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	104

Radio Kraków SA	106
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kraków SA	107
Realizacja planów programowych	107
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	109
Monitoring programu	110
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	113
Radio Lublin SA	115
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Lublin SA	116
Realizacja planów programowych	116
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	118
Monitoring programu	119
Program miejski – Radio Freee	121
Monitoring programu	123
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	124
Radio Łódź SA	126
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Łódź SA	127
Realizacja planów programowych	127
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	129
Monitoring programu	130
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	133
Radio Olsztyn SA	134
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Olsztyn SA	135
Realizacja planów programowych	135
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	137
Monitoring programu	138
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	140
Radio Opole SA	142
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Opole SA	143
Realizacja planów programowych	143
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	145
Monitoring programu	146
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	148
Radio Merkury SA (Poznań)	150
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Merkury SA	151
Realizacja planów programowych	151
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	153
Monitoring programu	154
Program miejski – MC RADIO	157
Monitoring programu	158
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	159

Radio Rzeszów SA	161
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Rzeszów SA	162
Realizacja planów programowych	162
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	164
Monitoring programu	165
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	167
Radio Szczecin SA	169
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Szczecin SA	170
Realizacja planów programowych	170
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	172
Monitoring programu	173
Program miejski – Radio 94,4 Szczecin FM	176
Monitoring programu	177
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	178
Radio dla Ciebie SA (Warszawa)	180
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia dla Ciebie SA	181
Realizacja planów programowych	181
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	183
Monitoring programu	184
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	187
Radio Wrocław SA	188
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Wrocław SA	189
Realizacja planów programowych	189
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	191
Monitoring programu	192
Program miejski – Radio RAM	195
Monitoring programu	196
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	197
Radio Zachód SA (Zielona Góra)	199
Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Zachód SA	200
Realizacja planów programowych	200
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji	202
Monitoring programu	203
Program miejski – Radio Zielona Góra 97,1 FM	205
Monitoring programu	207
Program miejski – Radio Gorzów 95,6 FM	209
Monitoring programu	210
Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej	211

Wprowadzenie

Zgodnie z zadaniami określonymi w ustawie o radiofonii i telewizji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontroluje działalność programową nadawców publicznych, tj. ocenia nadane programy oraz ich wartość pod kątem ich zgodności z uzgodnionymi na dany rok planami finansowo-programowymi, przepisami ustawy o radiofonii i telewizji, postanowieniami koncesji. Kontrola ta odbywa się w granicach obowiązującego prawa, z poszanowaniem zasady samodzielności nadawców w kształtowaniu programów. Stałymi narzędziami kontroli programów jest analiza sprawozdawczości nadawców z rocznej działalności programowej oraz prowadzony przez KRRiT monitoring.

W 2013 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła kontrolę działalności programowej nadawców publicznych – radiowych i telewizyjnych, badając, w odniesieniu do ustawy o radiofonii i telewizji oraz uzgodnionych planów finansowo-programowych, następujące kwestie szczegółowe:

- strukturę gatunkową programów w rocznym czasie emisji, odzwierciedlającą sposób realizacji zadań radiofonii i telewizji (art. 1 ust. 1 ww. ustawy) oraz sposób realizacji misji publicznej (art. 21. ust. 1);
- udział w programach audycji realizujących szczególne powinności mediów publicznych określone w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych (art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8), upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (art.21 ust. 1a pkt 8), służących edukacji medialnej i odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców (art. 21 ust. 2, pkt. 6 i 10);
- udział w programach aspektu obywatelskiego, m.in. audycji popularyzujących działalność organizacji pożytku publicznego (art. 23 a), prezentujących stanowiska partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców dotyczące ważnych spraw społecznych (art. 23);

- udział w programach audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym (art. 21 ust. 1a pkt 8a).

W roku 2013 KRRiT przeprowadziła procedurę uzgodnień planów finansowo-programowych na 2014 rok. KRRiT oceniała koncepcje 53 programów. Uruchomiła konsultacje społeczne, zwracając się m.in. do środowisk dziennikarskich, twórczych i producenckich z prośbą o ich stanowiska w sprawie planów programowych. W proces ten włączyła rady programowe mediów publicznych. W oparciu o zebrane opinie Krajowa Rada przekazała nadawcom sugestie dotyczące przygotowanych przez nich projektów. Chcąc podnieść jakość i zwiększyć atrakcyjność nadawanych programów KRRiT zaproponowała większy udział słuchowisk, reportaży, dokumentów, problematyki poświęconej nowym technologiom (przede wszystkim audycji edukacyjnych zapobiegających wykluczeniu cyfrowemu), audycji umożliwiających udział w kulturze, w szczególności ułatwiających odbiór dzieł kultury i sztuki, audycji o problemach młodzieży (m.in. kształceniu, drodze zawodowej, relacjach międzyludzkich).

KRRiT uznała, że w dobie szybko rozwijających się technologii należy preferować takie działania nadawców, których efektem jest rozwój nowej oferty oraz dystrybucja programów na różnych polach (Internet, usługi mobilne i hybrydowe).

Działając na rzecz zmniejszenia kosztów funkcjonowania spółek mediów publicznych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zachęcała nadawców do podejmowania wspólnych przedsięwzięć programowych.

Wyniki przeprowadzonych analiz zawiera prezentowany Aneks.

MEDIA PUBLICZNE – CYFRYZACJA

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

W roku 2013 Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po rocznych pracach analitycznych w których uczestniczyli przedstawiciele wszystkich nadawców publicznych zainicjowała budowę jednolitego systemu – Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych (w skrócie BCMP), który umożliwi wyszukiwanie materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej radiofonii i telewizji.

BCMP – to system wymiany informacji o zdigitalizowanych materiałach audiowizualnych (aktualnie rozproszonych w różnych jednostkach radiofonii publicznej oraz telewizji publicznej), który będzie prezentować w formatach przeglądowych wraz z opisami (metadanymi) zbiór zgromadzony przez media publiczne.

W przedsięwzięciu tym uczestniczą i kontrolują wdrażany system wszystkie spółki mediów publicznych, tj.: Telewizja Polska SA, Polskie Radio SA oraz 17. rozgłośni regionalnych radia publicznego. Ich zadaniem będzie systematyczne tworzenie bazy danych materiałów audiowizualnych w formie plików o ustalonych metadanych i formatach. Podmiotem wiodącym i koordynatorem prac w roku 2014 i w latach następnych – w zakresie przygotowania dokumentacji technicznej i funkcjonalnej jak i dalszych działań będzie Telewizja Polska SA, która otrzymała na realizację zadania środki abonamentowe.

Zakłada się, że w pierwszym etapie system BCMP będzie przeznaczony do wewnętrznej wymiany programowej nadawców publicznych, co pozwoli na szybszą wymianę oraz uzupełnianie informacji.

W drugim etapie, system – po uregulowaniu spraw związanych z prawami autorskimi i prawami pokrewnymi, zwłaszcza do zbiorów zgromadzonych przed rokiem 1994 – zostanie udostępniony

użytkownikom zewnętrznym. Pozwoli to na szersze upowszechnienie programów i audycji nadawców publicznych w nowych mediach.

Ideą BCMP jest również uzupełnianie tradycyjnej oferty mediów o treści interaktywne oraz docieranie do użytkownika za pomocą nowych kanałów dystrybucji. Nowe możliwości dotarcia dają obecnie Internet, technologie telewizji cyfrowej, w tym szczególnie hybrydowej, radiofonii cyfrowej DAB+.

Większe oczekiwania mają też odbiorcy, którzy stali się bardziej wymagający i poszukują w nowych mediach profesjonalnych, sprawdzonych i interesujących ich informacji najczęściej uzupełnionych o treści multimedialne (filmy, dźwięki). BCMP będzie im dostarczać unikalną treść, która m.in. będzie łączyć wartościową wiedzę z różnych dziedzin z rozrywką. W archiwach mediów publicznych znajdują się bowiem interesujące audycje o charakterze naukowym, edukacyjnym, społeczno-politycznym, rozrywkowym, kulturalnym czy sportowym, które zagregowane i dostępne w BCMP będą stanowiły kompleksowy pakiet treści, zaspokajający oczekiwania użytkowników nowych mediów. Tego typu cyfrowa platforma wymiany programowej służyć będzie dalszemu rozwojowi społeczeństwa informacyjnego oraz wzrostowi kapitału intelektualnego i kulturowego w Polsce.

Projekt jest również odpowiedzią na prace Komisji Europejskiej, która zmierza do stworzenia ram prawnych i obowiązków dla krajów członkowskich UE w zakresie udostępniania zasobów mediów publicznych. Kraje europejskie sukcesywnie realizują podobne programy przy udziale nadawców publicznych i innych instytucji. Udział w przedsięwzięciu jest poparty zapisem w ustawie o radiofonii i telewizji, który wskazuje, że media publiczne powinny służyć

rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego.

18 listopada 2013 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji i 19 spółek mediów publicznych podpisały List intencyjny w sprawie utworzenia Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych (BCMP) – platformy wymiany scyfryzowanych materiałów audiowizualnych. KRRiT powołała również Komitet Opiniujący, w skład którego weszli przedstawiciele Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Zadaniem Komitetu będzie nadzór nad realizacją tego projektu.

Emisja cyfrowa – DAB+ w rozgłoszeniach nadawców publicznych

Radio pozostaje ważnym elementem krajo-brazu kulturowego, społecznego i gospodarczego w Polsce. Mimo obszernej i stale powiększającej się oferty multimedialnej oferowanej przez Internet, a także rozszerzającej się oferty kanałów telewizyjnych, Polacy coraz więcej czasu spędzają w towarzystwie radia. W pierwszej połowie 2012 r. Polacy słuchali radia średnio 263 minuty, a w pierwszej połowie 2013 wskaźnik ten wzrósł do 270 minut. Dominującym odbiornikiem pozostaje tradycyjny odbiornik z którego korzysta 22,5 mln słuchaczy. Nie ulega jednak wątpliwości, że radio ewoluuje, stając się cyfrowym medium multimedialnym odbieranym na wielu platformach.

Te właśnie potrzeby są w centrum dalszych działań rozwoju radia. Działania cyfryzacyjne nadawcy publiczni rozpoczęli już w latach 90., w pierwszej kolejności związane z tokiem produkcji programu, a następnie z testami emisji cyfrowej.

Pierwsza emisja testowa radiofonii cyfrowej w „tradycyjnym DAB” prowadzona przez Polskie Radio SA (emisja 4 ustawowych programów) została uruchomiona w kwietniu 1996 r. i trwała 2,5 roku. Następny test miał miejsce w roku 2003. Kolejne emisje testowe, już w standardzie DAB+, rozpoczęły się w 2009 roku, najpierw we Wrocławiu, a następnie

w Warszawie. Emisję wrocławską po kilku miesiącach wyłączono ze względów ekonomicznych, emisja w Warszawie trwała do uruchomienia emisji stałej. W roku 2012 Polskie Radio SA, chcąc rozpocząć, podczas Mistrzostw Świata w piłce nożnej, stałą emisję cyfrową otrzymało decyzję (DZC-WRF-5154-2/11 (21) z dnia 24 lutego 2012 r.) podjętą przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, o rezerwacji częstotliwości w ramach multipleksu nr 3. Była to podstawa procesu uruchomienia wieloletniego planu stałej emisji DAB+ przez Polskie Radio SA. Niestety, ze względów finansowych projektu nie udało się uruchomić. Nadal zatem trwały testy. W tej fazie multipleks eksploatowany był wyłącznie przez Polskie Radio SA i dwie rozgłośnie regionalne (Radio dla Ciebie i Radio Kielce). Radio Kielce rozpoczęło w 2013 r. testy w woj. świętokrzyskim. Z początkiem 2013 r. emisję testową rozpoczęło również Radio Szczecin. Kolejna spółka, Radio Pomorze i Kujaw w Bydgoszczy, zgłaszała chęć dołączenia do tych rozgłoszeń, które rozpoczęły swoje doświadczenia z DAB+. Sytuacja zatem wymagała koordynacji.

Analiza przeprowadzona przez KRRiT (*Konceptcja uruchomienia radiofonii cyfrowej – DAB+ przez spółki radiofonii publicznej z wiodącą rolą Polskiego Radia SA na tle problemów implementacji radiofonii cyfrowej*) dały asumpt Krajowej Radzie na wyrażenie zgody na rozpoczęcie stałej emisji cyfrowej przez rozgłośnie publiczne. 1 października 2013 r. Polskie Radio SA oraz Regionalne Rozgłoszenie w Warszawie (RDC) i w Katowicach rozpoczęły nadawanie sygnału cyfrowego.

Tym samym rozgłoszenie publiczne rozpoczęły pierwszą fazę budowy wspólnego systemu emisji cyfrowej DAB+ wszystkich rozgłoszeń radiofonii publicznej z wiodącą rolą Polskiego Radia SA, jako operatora multipleksu.

Faza ta polegać będzie na uruchomieniu stacji nadawczych zapewniających pokrycie sygnałem cyfrowym obszarów wokół siedzib regionalnych spółek radia publicznego – stolic województw. Na tę fazę implementacji składać się będzie 5 etapów:

Plan wdrażania zakłada, iż w początkowym okresie oferta programowa powinna być tożsama

z ofertą nadawaną w emisji FM, czyli 5 ogólnopolskich programów PR SA, oraz programów regionalnych rozgłośni radiowych, a także powinna zawierać nowe treści. Dlatego Polskie Radio SA złożyło wnioski koncesyjne na uruchomienie programów tematycznych. Krajowa Rada przyznała koncesję na rozpowszechnianie dwóch programów wyspecjalizowanych:

- Polskie Radio 24 – program o charakterze muzyczno-informacyjno-publicystycznym
- Radio Rytm – program o charakterze muzyczno-informacyjnym.

Kolejne działania związane z rozwojem publicznej radiofonii cyfrowej będą uzależnione od wielu elementów. W 2016 r. KRRiT przewiduje publikację „Zielonej Księgi” dotyczącej rozwoju radiofonii cyfrowej w Polsce, która powinna stać się elementem strategii rządowej w tym zakresie.

etap	data	miejsce
1.	1 października 2013	Polskie Radio SA (makroaglomeracja warszawska) oraz Rozgłośnia Regionalna „RDC” Radio Katowice (makroaglomeracja śląska)
2.	1 sierpnia 2014	Radio Gdańsk, Radio Kielce, Radio Kraków, Radio Wrocław, Radio Szczecin
3.	1 października 2014	Radio Merkury (Poznań), Radio Łódź, Radio Opole
4.	1 stycznia 2015	Radio (PiK) Bydgoszcz, Radio Koszalin, Radio Olsztyn, Radio Zachód (Zielona Góra)
5.	1 kwietnia 2015	Radio Białystok, Radio Lublin, Radio Rzeszów

TELEWIZJA POLSKA

Władze spółki

Zarząd:

Juliusz Braun – prezes

Marian Zalewski, Bogusław Piwowar – członkowie

Rada Nadzorcza:

Stanisław Jekielek – przewodniczący

Grzegorz Borowiec – wiceprzewodniczący

Henryk Cichecki, Tadeusz Kowalski, Barbara Misterna-Dragan,
Leszek Rowicki, Wojciech Roszkowski, – członkowie

Rada Programowa:

Iwona Śledzińska-Katarasińska – przewodnicząca

Andrzej Krajewski – wiceprzewodniczący

Bożena Walewska – wiceprzewodnicząca

Barbara Bubula, Jacek Fedorowicz, Piotr Gadzinowski,
Grzegorz Sowula, Aleksander Łuczak,
Krzysztof Magowski, Robert Matejuk,
Elżbieta Misiak-Bremer, Marcin Przeciszewski,
Anna Sobecka, Jan Wolek, Marek Wójcik – członkowie

Programy ogólnopolskie – TVP1 i TVP2

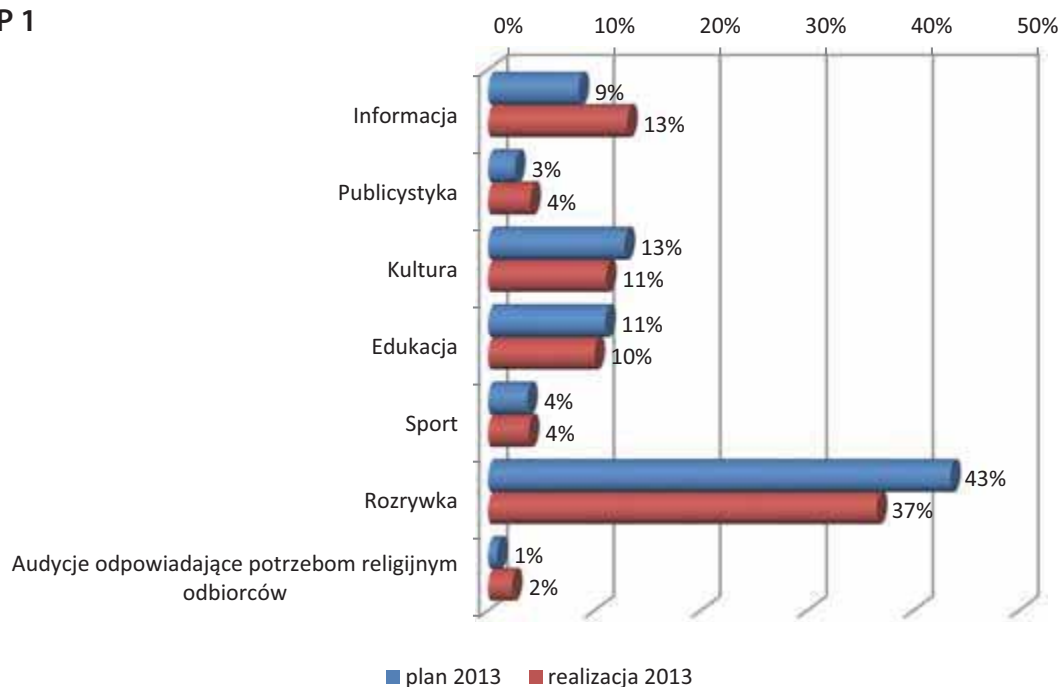
Realizacja planów programowych

W 2013 r. udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w dwóch programach ogólnopolskich Telewizji Polskiej był zgodny z planami i wyniósł w każdym z nich 81%. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu. W TVP1 zmiana ta wpłynęła korzystnie na jakość nadawanego programu oraz

sposób realizacji zadań misyjnych. Znacznie niższy od planowanego był udział audycji w kategorii rozrywka (o 560 godzin), przy jednoczesnym zwiększeniu udziału audycji w kategorii informacja (o 349 godzin) i publicystyka (o 111 godzin). Zwiększono także udział audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców (o 106 godzin).

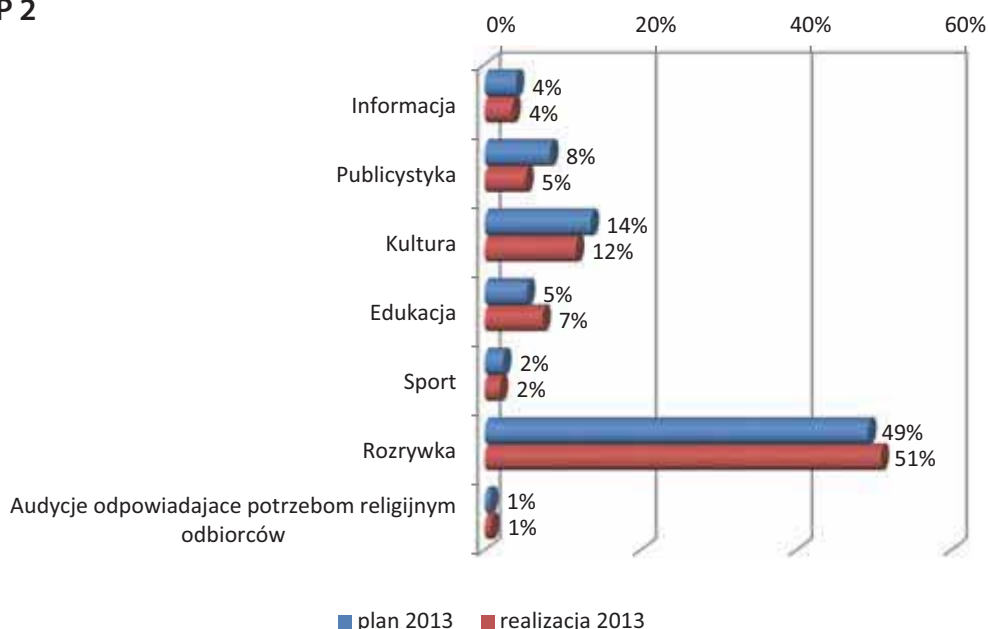
Wykres 1. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Programie TVP 1

TVP 1



Wykres 2. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Programie TVP 2

TVP 2



W TVP2 w stosunku do planów zwiększono udział audycji rozrywkowych (o 64 godzin) i audycji edukacyjnych (o 79 godzin) oraz zmniejszono udział audycji poświęconych kulturze (mniej o 213 godzin) i audycji publicystycznych (mniej o 298 godzin).

W programie TVP1, oprócz codziennych audycji informacyjnych (*Wiadomości i Teleexpress*) dotyczących polityki krajowej i międzynarodowej, spraw społecznych i ekonomicznych, od września widzowie mieli możliwość na bieżąco śledzić wydarzenia krajowe emitowane w *Poranku TVP INFO* w TVP1. Ponadto, oprócz publicystyki politycznej (cykle: *Polityka przy kawie, Na pierwszym planie, Po prostu, Tydzień*), nadawano publicystykę społeczną (cykle: *Sprawa dla reportera oraz Polska non stop*). Obraz współczesnego świata uzupełniały w TVP1 reportaże i dokument – *Oglądaj z Andrzejem Fidykiem, Operacja życie, Uwikłani, Małżonkowie, Komornicy, Prawnicy, Prawdziwe życie*.

TVP1 od lat wspiera rozwój kultury, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego (art. 21 ust. 2 pkt 5 urt). Wśród audycji dotyczących kultury najbardziej uni-

katową formą jest Teatr Telewizji. Premiery Teatru TV mają często rangę szeroko komentowanych wydarzeń artystycznych, stanowią istotny element polskiego życia kulturalnego. W 2013 r. nadano łącznie 19 spektakli, w tym 11 premierowych. W TVP1 omawiano też nowości i wydarzenia wydawnicze, teatralne, kinowe i muzyczne (*Weekendowy magazyn filmowy, Kawa czy herbata, Blaski i wrzaski*). Nadawano relacje i transmisje z najważniejszych wydarzeń w świecie kultury (m.in. *Stadion Kultury w Rzeszowie, Galę Festiwalu Dwa Teatry*), reportaże i filmy dokumentalne prezentujące różnorodność polskiej kultury oraz popularyzujące wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki (*Jedna scena, Blaski i wrzaski*).

Emitowano również cykle edukacyjne (*BBC w Jedynce, Natura w Jedynce, Zwierzęta świata, Las bliżej nas, Dzika Polska, Nie ma jak Polska, Klimaty i smaki, Rok w ogrodzie, Jak to działa?, Dlaczego, po co, jak?, Wszechświat, który znamy, Czy wiecie, że...*). W ofercie tej znalazły się także audycje służące upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (art. 21 ust. 1a pkt 8 urt) z cyklu: *Słownik polsko@polski*. Ponadto, w 2013 r. kontynuowano emisję *Wielkich Testów*. Były to: *Wielki Test*

Wiedzy Ekonomicznej, Wielka Matura Polaków, Wielki Test o Polskim Filmie, Wielki Test o Zdrowiu, Wielki Test z Historii, Wielki Test o Europie, Wielki Test o Żywności. Polska smakuje.

W TVP1 nadawano audycje dla dzieci (*Domisie, Ziarno, Wieczorynka*) oraz filmy animowane przeznaczone dla tej części widowni. Program TVP 1, spośród innych programów telewizyjnych, wyróżniała obecność audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców, ukazujących życie Kościoła Katolickiego, takich jak: *My, Wy, Oni, Między ziemią a niebem, oraz transmisji, m.in. Mszy Świętej, Drogi Krzyżowej, Błogosławieństwa Wielkanocnego „Urbi et Orbi”, Pasterki, modlitwy Anioł Pański.* W 2013 r. istotne miejsce zajęły w programie transmisje m.in.: z zakończenia pontyfikatu papieża Benedykta XVI oraz z inauguracji pontyfikatu papieża Franciszka. Oprócz przybliżania spraw kościoła rzymskokatolickiego, w TVP1 prezentowano także wydarzenia istotne dla innych wyznań, np. relacje ze świąt grekokatolickich.

W ramach oferty o tematyce sportowej nadawano transmisje z imprez sportowych (konkursy skoków narciarskich, relacje z rajdów samochodowych, z Mistrzostw Świata w Piłce Piżmowej, z Mistrzostw Świata w Lekkoatletyce).

W 2013 r. w TVP 2 kontynuowano emisję cykli i audycji kulturalnych (*Kultura, głupcze!, Kocham kino, WOK – wszystko o kulturze, Art Noc, Rozmowy poSzczególne*), seriali filmowych (*Czas honoru, Głęboka woda, Na dobre i na złe, M jak miłość, Barwy szczęścia*), teleturniejów wiedzy (*Jeden z dziesięciu, Postaw na milion*), i cykli rozrywkowych (*The Voice of Poland*) a także audycje publicystycznych (*Tomasz Lis na żywo*), repor-

taży społeczno-interwencyjnych (Magazyn Expressu Reporterów, Reporter Polski) i kulturalnych (relacje z wydarzeń, festiwali, koncertów) oraz dokumentów o charakterze cywilizacyjno-społecznym czy artystyczno-kulturalnym (cykle: *Czy świat oszalał?, Świat bez fikcji, Świat bez tajemnic, Rodzinne oglądanie*).

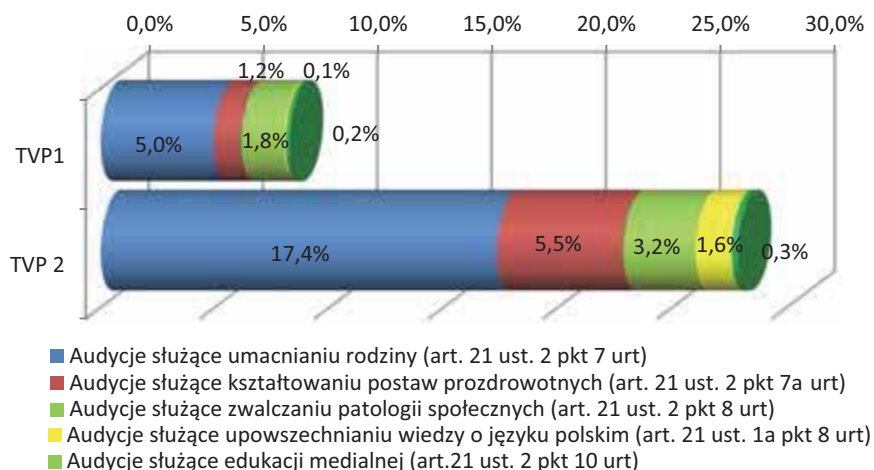
TVP2, jak co roku, uczestniczył w wielu wydarzeniach ze świata kultury, sztuki czy rozrywki transmitując *Noworoczny Koncert z Wiednia, Festiwal Kultury Kresowej, Międzynarodowy Festiwal Piosenki i Kultury Romów, Festiwal Piosenki Rosyjskiej, galę wręczenia Polskich Nagród Filmowych – „Orły 2013”, galę Paszporty Polityki, galę Nagrody Literackiej NIKE, galę wręczenia nagród muzycznych – Fryderyk 2013, koncert finałowy Szalom na Szerokiej, festiwal Warszawska Jesień, XIII Festiwal Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej „Dwa Teatry” – Sopot 2013.*

W 2013 r. na antenie TVP2 nie zabrakło także wydarzeń sportowych, w tym transmisji z: meczów polskiej kobiecej reprezentacji w *Mistrzostwach Świata w Piłce Ręcznej* (grudzień 2013) czy *Pucharu Świata w biegach narciarskich* z udziałem Justyny Kowalczyk

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

W 2013 r. 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.

Wykres 3. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Programie TVP 1 i w Programie TVP 2 w 2013 r.



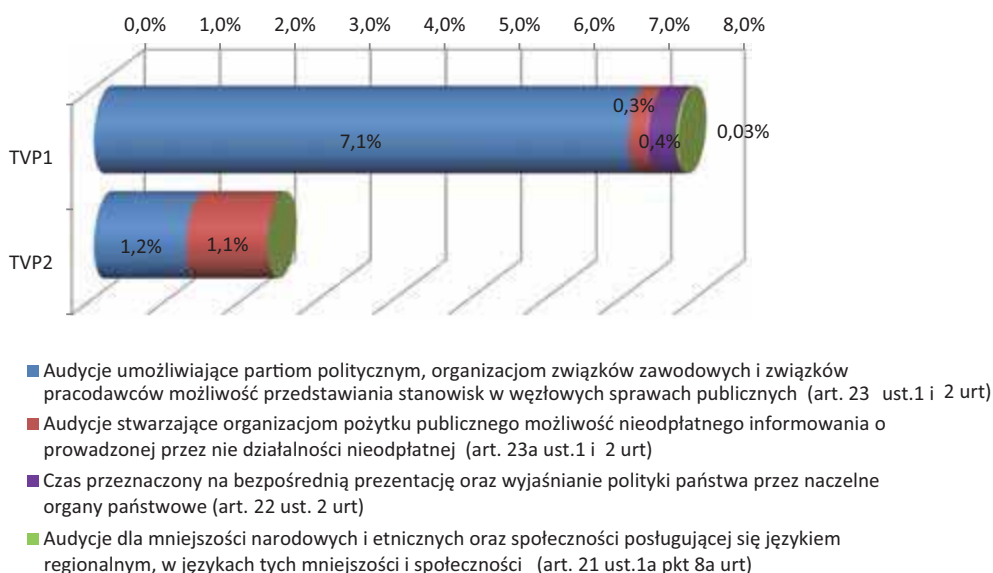
* Podstawą procentowania jest łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

W porównaniu do 2012 r. w obu programach zwiększono liczbę godzin audycji służących umacnianiu rodziny (ze 115 do 417 godz. rocznie w TVP1 i z 1308 do 1452 godz. rocznie w TVP2) oraz służących zwalczaniu patologii społecznych (z 20 do 154 godzin rocznie w TVP1 i ze 170 do 264 godz. rocznie w TVP2), przy jednoczesnym zmniejszeniu w TVP1 udziału

audycji służących edukacji medialnej (z 59,5 do 15 godz. rocznie).

Warto dodać, że w porównaniu z 2012 r. udział opisanych wyżej audycji w obu programach wzrósł łącznie o 7% rocznej emisji programu (w TVP1 z 3,7% do 8,3% a w TVP2 z 25,6% do 28% programu).

Wykres 4. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Programie TVP 1 i Programie TVP 2 w 2013 r.



W ubiegłym roku, podobnie jak w latach poprzednich zostały zachowane ogólnie wysokie tendencje w ilości rocznego czasu audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związkom pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. W porównaniu z 2012 r. udział audycji tej kategorii zwiększył się w TVP 1 z 245 do 595 godzin, a w TVP2 – z 90 do 103 godzin.

W programach ogólnokrajowych obecne były również audycje informujące o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności: w TVP 1 udział tych audycji zwiększył się z 5 godzin w roku 2012 do 21,5 godziny w roku 2013, a w TVP 2 pozostał na tym samym poziomie 89 godzin rocznie.

W roku 2013 na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe przeznaczono 31 godzin w programie TVP1.

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 ich 2,5 godziny. W TVP 2 nie nadawano tych audycji.

Należy podkreślić, iż TVP2 wyemitował ponad 3600 godzin (43% rocznej emisji programu), a TVP1 blisko 2600 godzin (31% rocznej emisji programu) audycji realizujących określone w ustawie zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art.22, 23, 23a urt).

Monitoring programów TVP1 i TVP2

Przeprowadzone każdorazowo na tygodniowej próbie (16-22 września 2013 r.) monitoringi programów TVP1 i TVP2 wykazały, że w stosunku do planu w obydwu programach wprowadzono modyfikacje, które nie miały wpływu na jakość ich oferty programowej. W TVP1 nastąpiło przesunięcie akcentów z programu o charakterze rozrywkowym na program

z większą zawartością informacyjno-publicystyczną. Z kolei, w programie TVP2 wzmocniono ofertę edukacyjną, głównie dzięki dwóm nie ujętym w planie programowym, serialom edukacyjnym adresowanym do młodzieży. W porze najwyższej oglądalności w programie TVP1 główny nacisk był położony na serwisy informacyjne i tak zwane lekkie formy telewizyjne (seriale, magazyny kulinarne, teleturnieje muzyczne, sport). Natomiast w programie TVP2 nadawano rozrywkę oraz fabularne formy edukacyjne dla młodych widzów.

W programie TVP1 więcej uwagi niż w programie TVP2 poświęcono na zadania nadawcy publicznego polegające na prezentowaniu różnorodnych poglądów i stanowisk, prezentowaniu różnorodnych poglądów i stanowisk, służące swobodnemu kształtowaniu się opinii widzów i udostępniające czas antenowy na swobodne wyrażanie tych opinii. W programie TVP2 politycy gościli tylko sporadycznie, a wydarzenia społeczne, gospodarcze, polityczne, zagraniczne nie były przedstawiane przez pryzmat opinii elit politycznych. Punkt ciężkości położony był na warstwę kulturalno-edukacyjno-rozrywkową. W programie TVP2 w większym stopniu niż w TVP1 popularyzowano ambitne nurty współczesnej kultury i sztuki. Oprócz omówień bieżących wydarzeń kulturalnych w kraju i na świecie, specjalną promocję miała sztuka filmowa, w tym kino autorskie i niezależne. Obecne były koncerty muzyki jazzowej i reggae, a także wartościowy, multimedialny spektakl o tematyce historycznej. Oferta adresowana bezpośrednio dla małych dzieci była obecna tylko w programie TVP1. W programie TVP2 były obecne audycje edukacyjne i edukacyjno-rozrywkowe. Były one przeznaczone dla grupy wiekowej powyżej dwunastu lat.

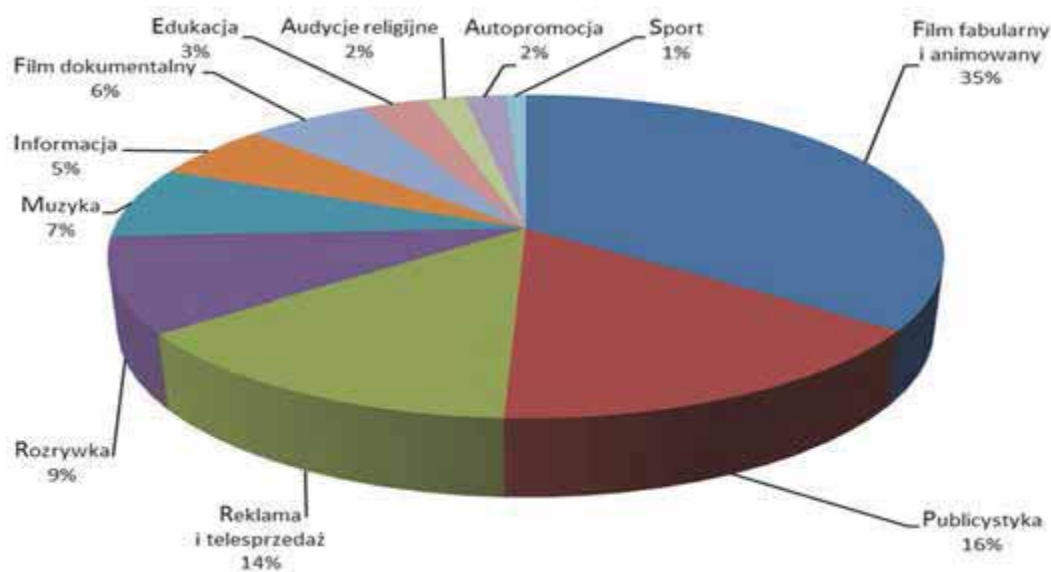
TVP Polonia

Audycje realizujące zadania ustawowe zajęły 84% rocznego czasu emisji programu, z czego 14% stanowiły przekazy i audycje zrealizowane specjalnie dla środowisk polonijnych. Na tego rodzaju audycje złożyły się: magazyny informacyjno-publicystyczne oraz kulturalne przedstawiające najważniejsze wydarzenia społeczne oraz artystyczne z życia Polonii i

Polaków mieszkających poza granicami kraju, transmisje mszy świętych, teleturnieje, polonijne koncerty życzeń, informator pogodowy i kroniki światowych igrzysk polonijnych.

Program pod względem struktury gatunkowej, form realizacji i charakteru nie różnił się od nadawanego w 2012 r.

Wykres 5. Struktura programu TVP Polonia w 2013 r.

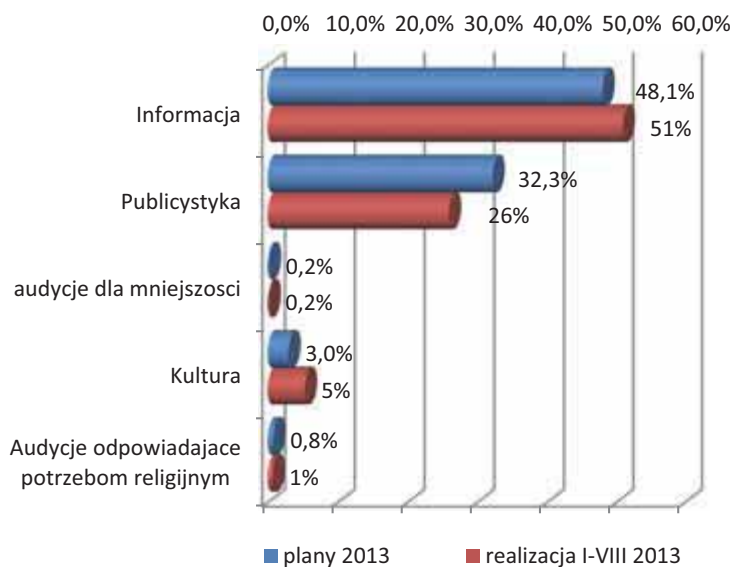


TVP INFO

W okresie od stycznia do sierpnia 2013 r. udział audycji realizujących zadania misyjne w programie TVP INFO był zgodny z planami i wyniósł 83% programu rocznego. W niektórych kategoriach

audycji wprowadzono pewne modyfikacje w stosunku do planu. Nieznacznie zwiększono udział informacji i kultury, przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału publicystyki.

Wykres 6. Plan programowy i jego realizacja w okresie I-VIII 2013 r. w TVP INFO

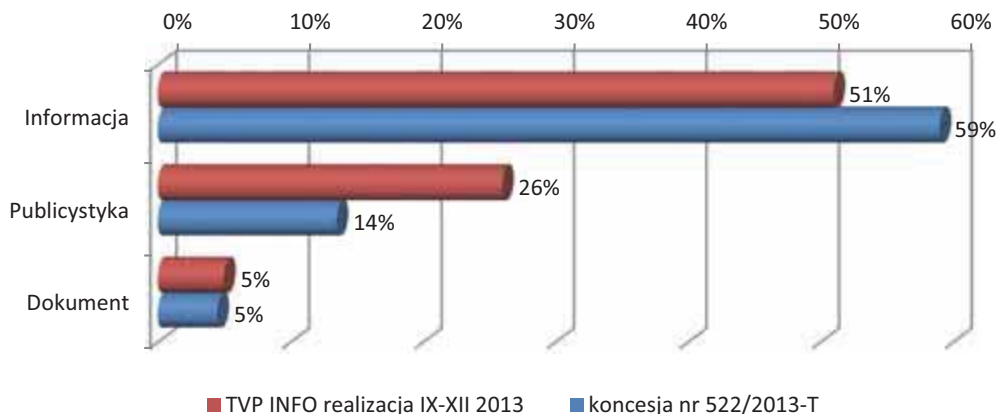


Na ofertę programową TVP INFO w okresie I-VIII 2013 r. składały się bieżące informacje krajowe, lokalne, publicystyka oraz cykle dokumentalne. Podstawowym zadaniem TVP INFO było, tak jak w latach minionych, dostarczanie informacji - stanowiły one ponad połowę ogółu emisji programu ubiegłorocznego. W okresie I - VIII 2013 r., tak jak do tej pory, prezentowano różnorodność wydarzeń w kraju, tj. serwisy i magazyny informacyjno-publicystyczne. Obok publicystyki politycznej, regularnie obecna była 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 informowano o różnorodnych kampaniach społecznych.

Od września 2013 r. TVP SA rozpoczęła emisję programu TVP INFO na podstawie koncesji nr 522/2013-T. Ocenę realizacji tej koncesji przedstawiono poniżej.

Wykres 7. Koncesja nr 522/2013-T i jej realizacja w okresie IX-XII 2013 r. w TVP INFO



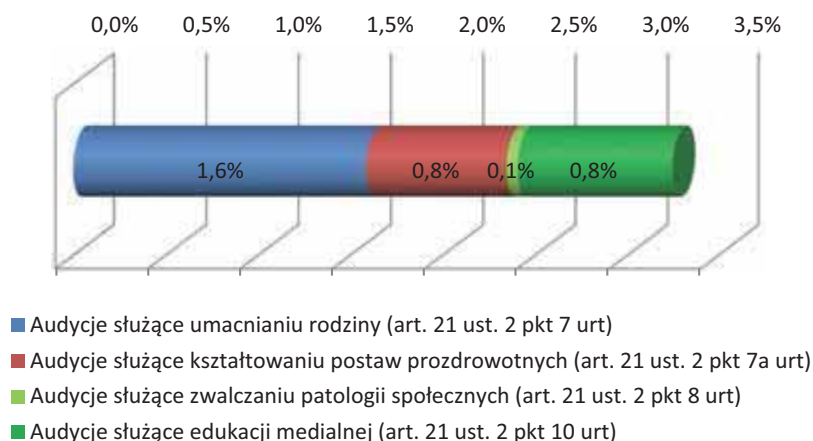
Struktura koncesjonowanego programu TVP INFO nadawanego od września do grudnia 2013 r. była taka sama, jak struktura programu TVP INFO emitowanego od stycznia do sierpnia.

W początkowym okresie nadawania (IX-XII 2013 r.) trzon programu stanowiły audycje publicystyczne, niższe od wymaganego udziału audycji informacyjnych był wynikiem nowej organizacji TVP INFO jako programu wyspecjalizowanego.

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

W 2013 r. w programie TVP INFO nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny (79 godz.), kształtowaniu postaw prozdrowotnych (37 godz.), zwalczaniu patologii społecznych (3 godz.), a także audycje służące edukacji medialnej (41,5 godz.).

Wykres 8. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w okresie I-VIII w TVP INFO

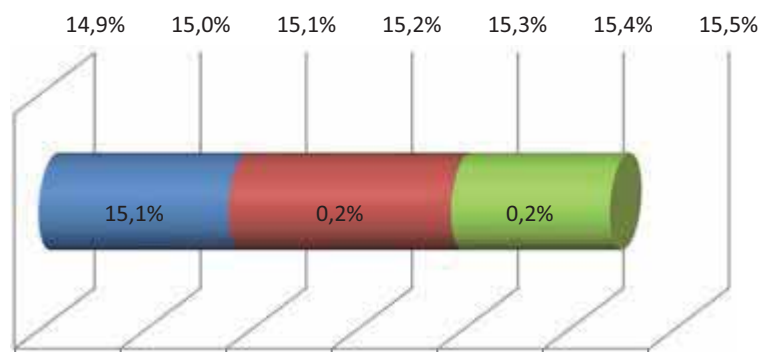


*Podstawą procentowania jest łączna liczba godzin programu nadanego w ciągu roku

W porównaniu z rokiem 2012, niższy wymiar miały audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – ich udział w programie zmniejszył się z 1007 do 744,5 godziny w roku. Podobnie było w przypadku audycji informujących o nieodpłatnej działalności prowadzonej przez

organizacje pożytku publicznego – ich udział spadł z 31 do 10 godz. w roku. Tak jak w latach poprzednich, w TVP INFO nadawano audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym. Realizacja tych audycji przebiegała zgodnie z uzgodnionym planem na rok 2013.

Wykres 9. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w TVP INFO w okresie I-VIII 2013r.



- Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania 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)

Monitoring programu TVP INFO

Monitoring przeprowadzony na tygodniowej próbie programu TVP INFO nadanego między 16 a 22 września 2013 r. wykazał, że – zgodnie z koncesją – trzon programu stanowiły audycje informacyjne i publicystyczne, głównie polityczne i społeczne. Jedną dziesiątą część tygodniowego programu zajęły audycje sportowe i dotyczące kultury.

Program spełniał jakościowe standardy niezależnego dziennikarstwa. Informacje i relacje z wydarzeń były przedstawiane w sposób przejrzysty i przystępny. Dostarczano rzetelne i bezstronne, pogłębione analizy prezentowanych wydarzeń i zachodzących procesów.

W informacjach innych audycjach o charakterze politycznym, gwarantowano sprawiedliwy i równoważny dostęp do wypowiedzi różnych konkurentów politycznych, organizacji, stowarzyszeń i środowisk naukowych w celu wyrażania swoich opinii i punktów widzenia na istotne sprawy krajowe i zagraniczne. W ten sposób widzowie mogli kształtować

własne opinie, bez dominującego wpływu jednego ośrodka opiniotwórczego. Dziennikarze zaś zachowywali neutralność światopoglądową i zapewniali równowagę politycznych wypowiedzi i stanowisk.

Znaczący głos w programie rezerwowano dla odbiorców, dla których w audycjach o tematyce społecznej tworzono platformę dla reprezentacji własnych opinii, krytyki i forum obywatelskiej debaty publicznej na ważne tematy społeczne, socjalne, zagrażające poczuciu bezpieczeństwa jednostkowego i społecznego. W ten sposób program również zachęcał do włączenia się w jego nurt odbiorców nawet z najbardziej odległych zakątków kraju.

W nadawanej codziennie, oprócz niedzieli, audycji reporterskiej, program pobudzał zainteresowanie lokalnymi wspólnotami oraz dyskusję na temat ich codziennych, często jednostkowych problemów, wynikających w dużej części ze złych przepisów prawa, czy też indolencji lokalnych urzędników.

Program TVP INFO w niewielkim zakresie ukazywał różnorodność religijną i wyznaniową w Polsce. Koncentrowano się głównie na sprawach wiary i działalności Kościoła Katolickiego w Polsce. Tylko w jednym z reportaży pokazano działalność Kościoła Chrześcijan Baptystów na rzecz seniorów.

Programy regionalne TVP SA

W okresie od 1 stycznia do 31 sierpnia 2013 r. każdy z 16 oddziałów terenowych TVP S.A. rozpowszechniał program regionalny średnio przez 3,5 godziny dziennie. W pozostałym czasie – przez 20 godzin – nadawany był program pn. TVP INFO.

Od 1 września 2013 r. nadawca wydłużył czas rozpowszechniania programów regionalnych do 5 godzin dziennie. W miejsce TVP INFO, który zaczął funkcjonować jako oddzielny program koncesjonowany, ruszyło nowe piętnastogodzinne pasmo wspólne nadawane równocześnie dla wszystkich regionów.

W każdym programie regionalnym realizowano, określone w ustawie o radiofonii i telewizji oraz w Rozporządzeniu KRRiT z 27 kwietnia 2011 r., misyjne zadania nadawcy publicznego wobec regionu. Nadawano audycje informacyjne, publicystyczne, poświęcone kulturze oraz odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców. Oferowane treści misyjne prezentowano w różnorodnych formach telewizyjnych, nie zabrakło reportaży, filmów dokumentalnych oraz fabularnych. W programach skupiano się na prezentowaniu i omawianiu aktualności z regionu – głównie dotyczących rynku pracy, samorządności, rozwoju regionalnego, ekologii, polityki, wydarzeń kulturalnych, rozrywkowych i rekreacyjno-sportowych. Był też prezentowany, choć w mniejszym stopniu dorobek kulturowy i historia regionu – dokonania osób zasłużonych, tradycje i zwyczaje lokalnych społeczności, walory architektoniczne i turystyczne regionu. Niektóre z nadanych cykli publicystycznych i kulturalnych miały wysokie walory edukacyjno-poznawcze (część dotyczyła przyrody regionu, jego historii, ochrony zdrowia, etc.).

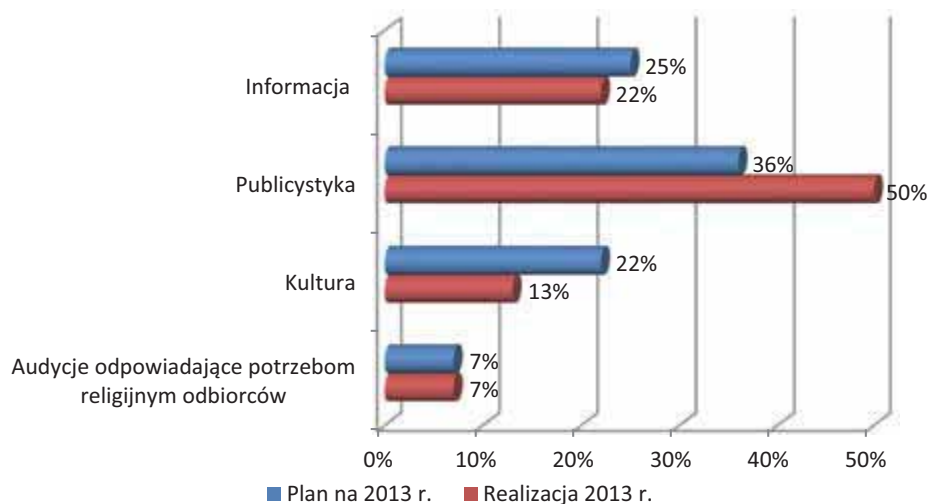
Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne w programach oddziałów stanowiły od 76% do 97% rocznego programu i w większości ich udział utrzymywał się na poziomie niezmiennym lub nawet wyższym niż w 2012 r. Podobna tendencja wzrostowa dotyczyła treści regionalnych, które zajęły od 45% do 94% w programach oddziałów.

W programach regionalnych nadanych w 2013 r. udział poszczególnych kategorii audycji różnił się częściowo od planowanego. W większości programów (w czternastu), udział nadanych audycji informacyjnych był wysoki, jednak niższy od planowanego. Jednocześnie, w wielu programach (w dziesięciu) zwiększył się, w stosunku do planowanego, udział audycji publicystycznych. Podobna tendencja dotyczyła audycji poświęconych kulturze – odsetek tych audycji był wyższy od planowanego, aż w dziesięciu programach.

Oddziały terenowe projektując programy na 2013 rok zakładały, że przede wszystkim będą spełniały funkcję informacyjną wobec społeczności regionalnych. Jednak wydłużenie dziennego czasu emisji programów regionalnych spowodowało, że w nieco większym stopniu niż planowano skupiono się na omawianiu problemów istotnych dla lokalnych społeczności oraz na prezentowaniu dziedzictwa kulturowego regionu. Nie wpłynęło to niekorzystnie na jakość oferty programowej czy na wypełnianie zadań nadawcy publicznego wobec regionu, gdyż trzonem programów pozostały zróżnicowane treści dotyczące regionu.

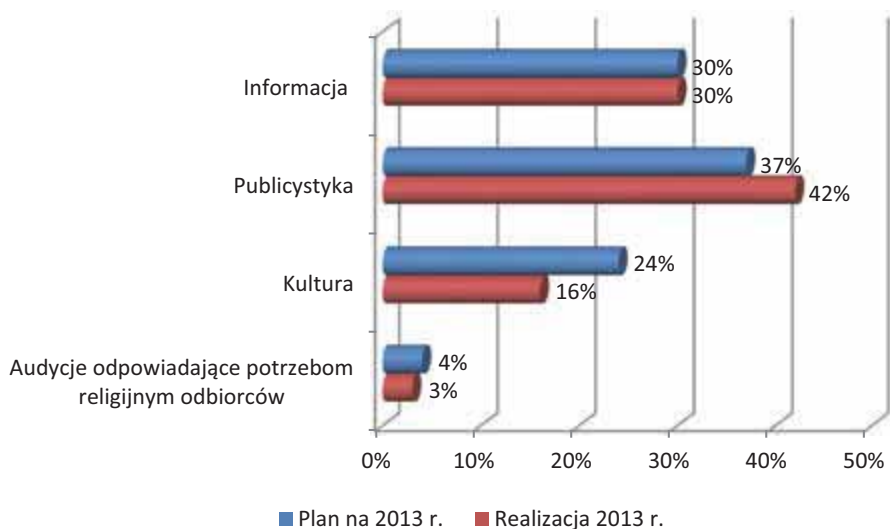
Wykres 10. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Białystok

TVP Białystok



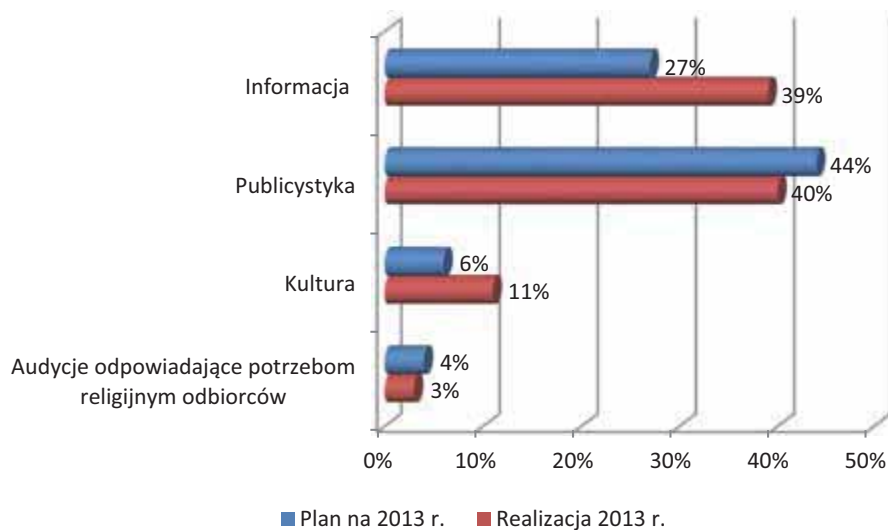
Wykres 11. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Bydgoszcz

TVP Bydgoszcz



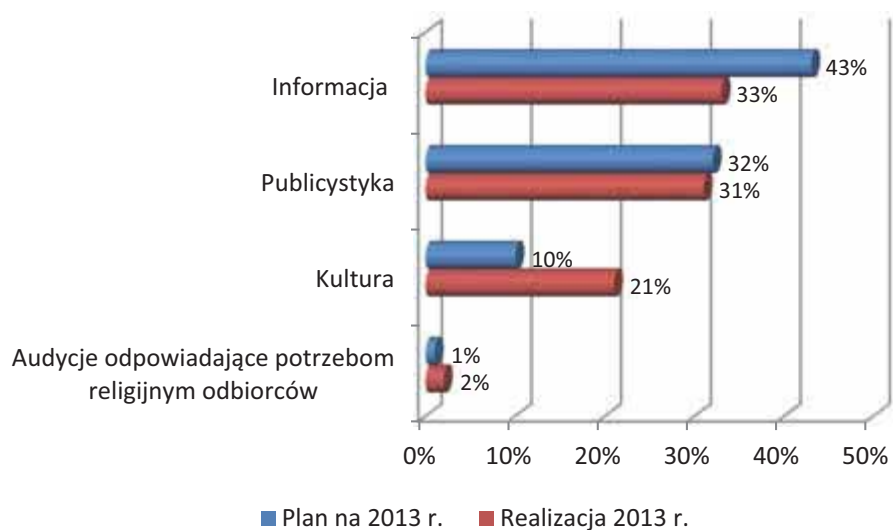
Wykres 12. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Gdańsk

TVP Gdańsk



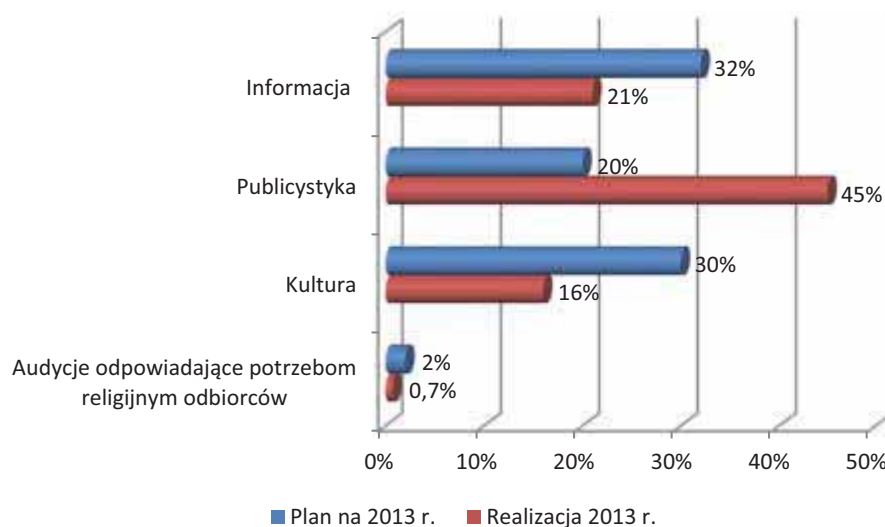
Wykres 13. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Gorzów Wlkp

TVP Gorzów Wlkp.



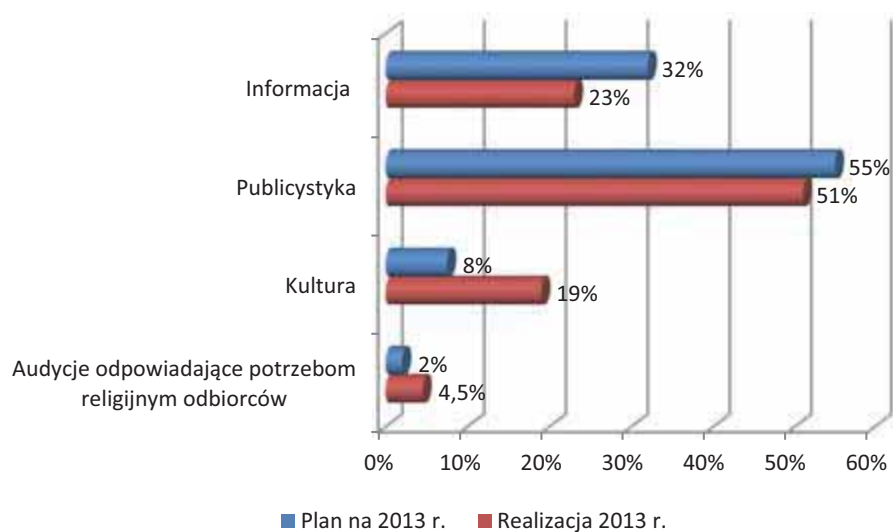
Wykres 14. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Katowice

TVP Katowice



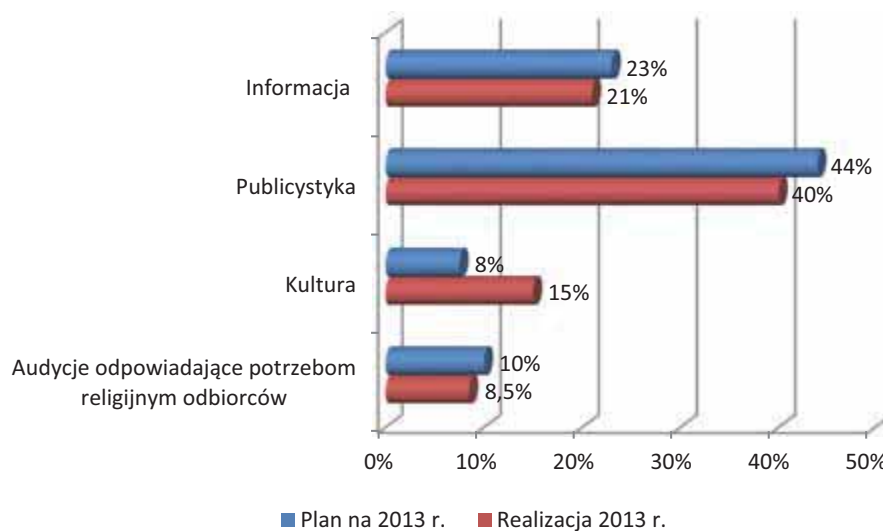
Wykres 15. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Kielce

TVP Kielce



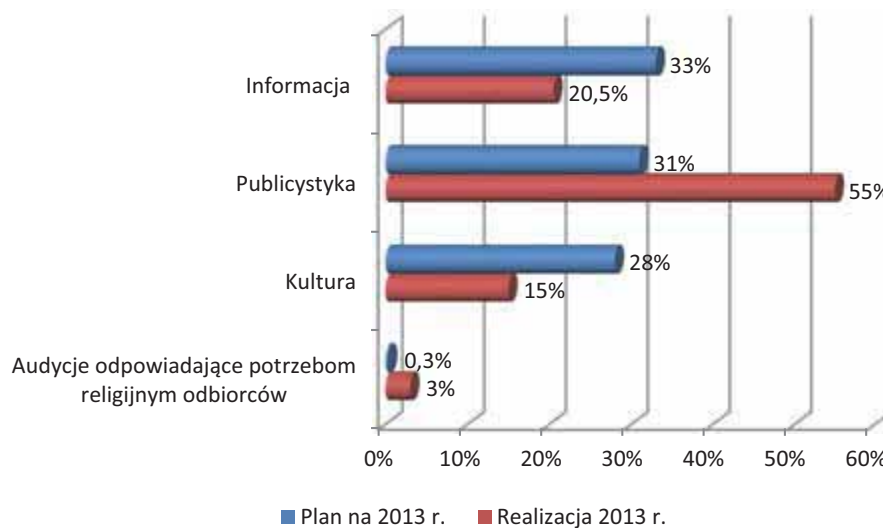
Wykres 16. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Kraków

TVP Kraków



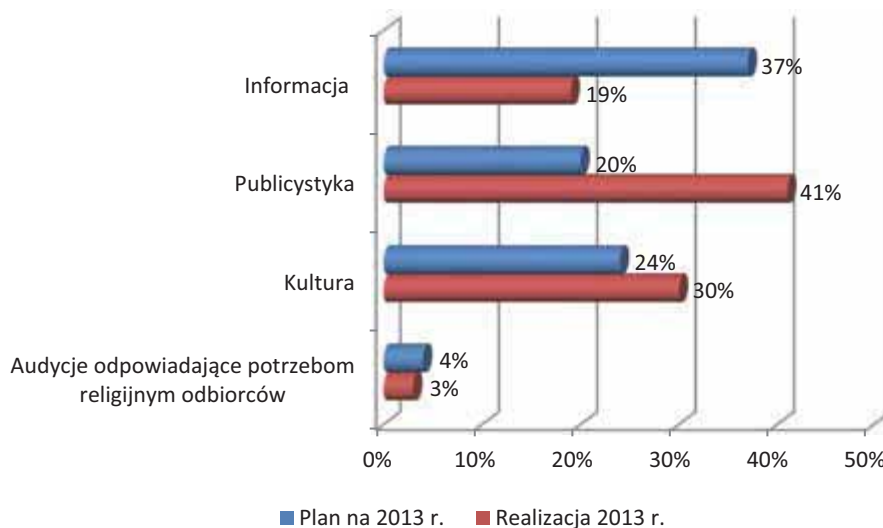
Wykres 17. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Lublin

TVP Lublin



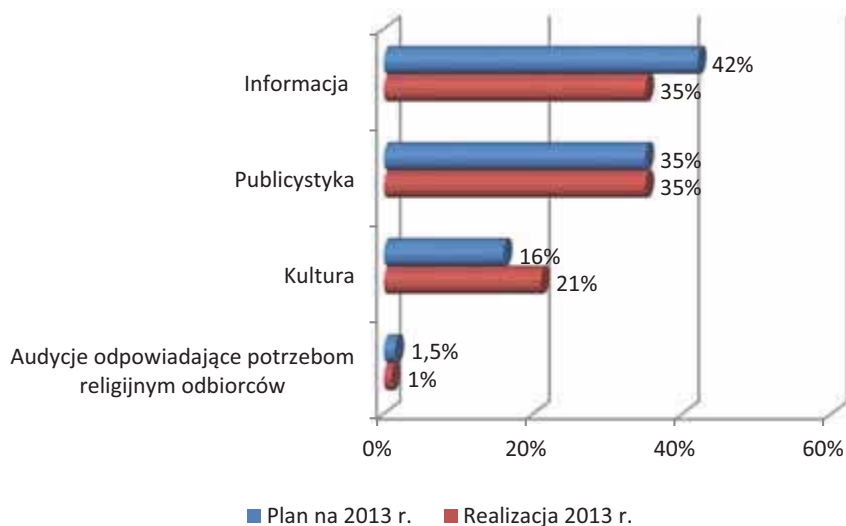
Wykres 18. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Łódź

TVP Łódź



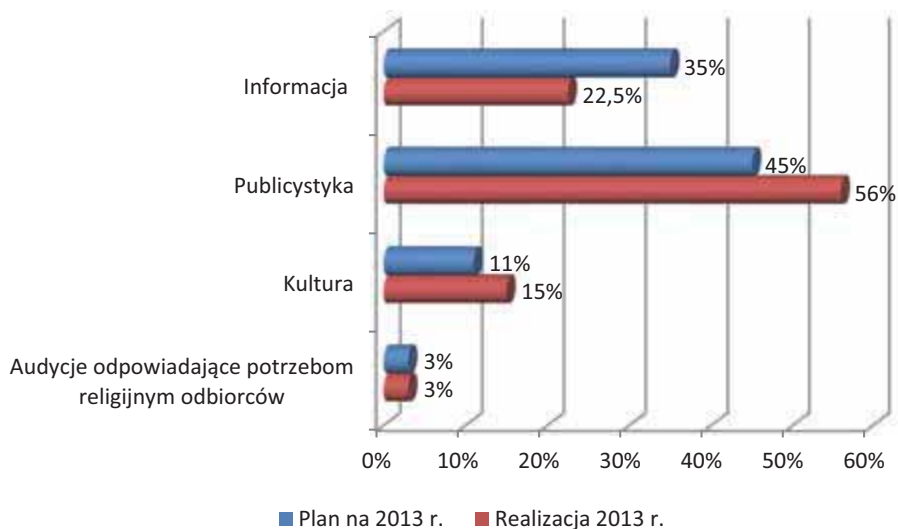
Wykres 19. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Olsztyn

TVP Olsztyn



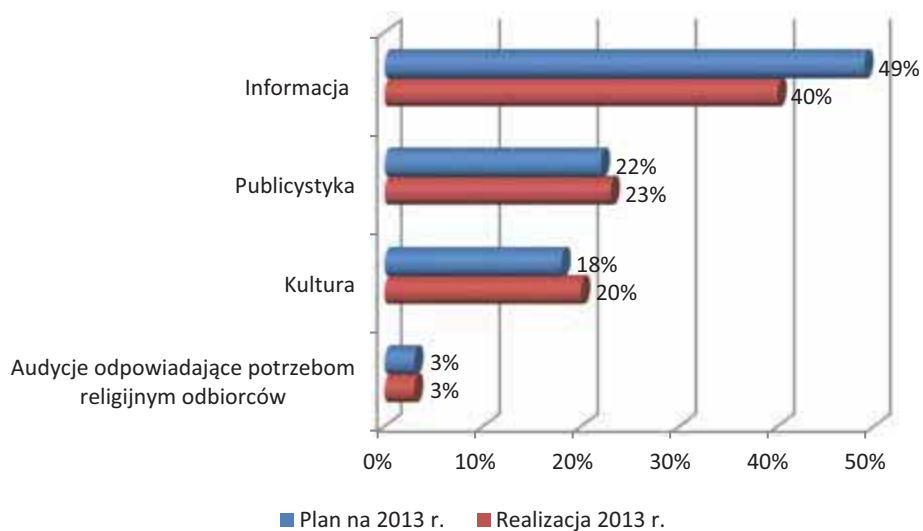
Wykres 20. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Opole

TVP Opole



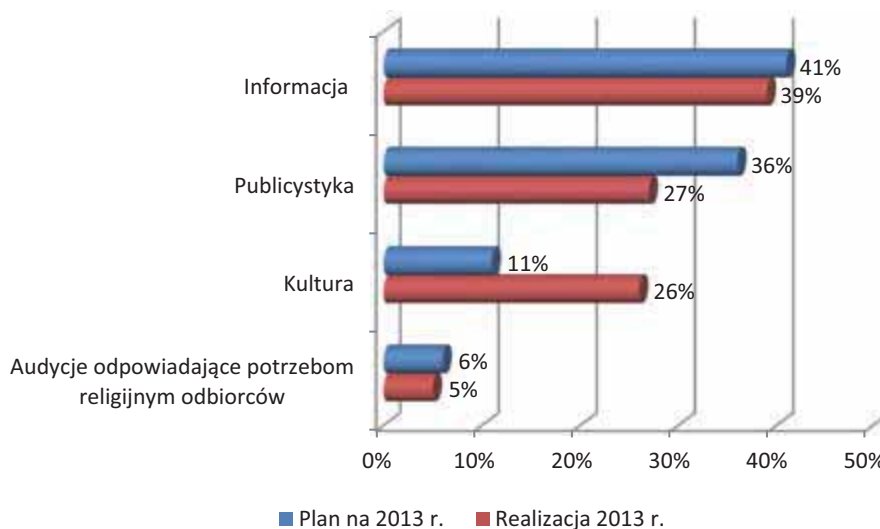
Wykres 21. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Poznań

TVP Poznań



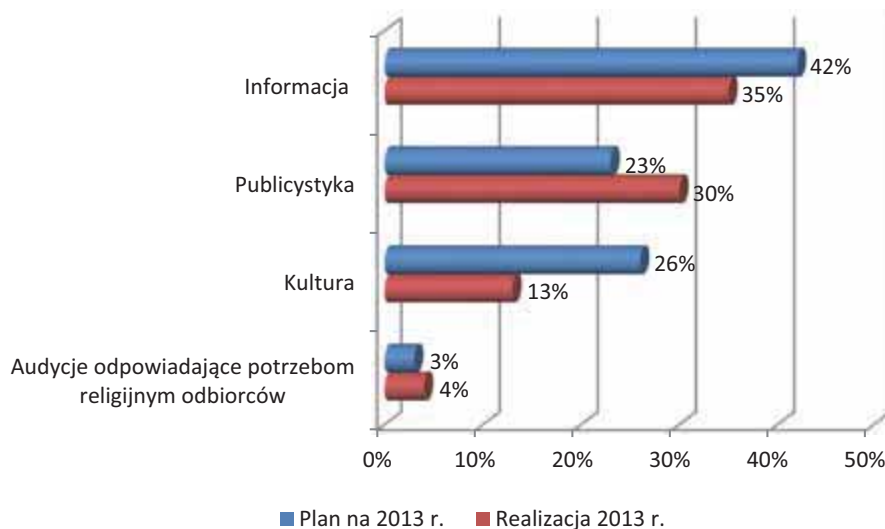
Wykres 22. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Rzeszów

TVP Rzeszów



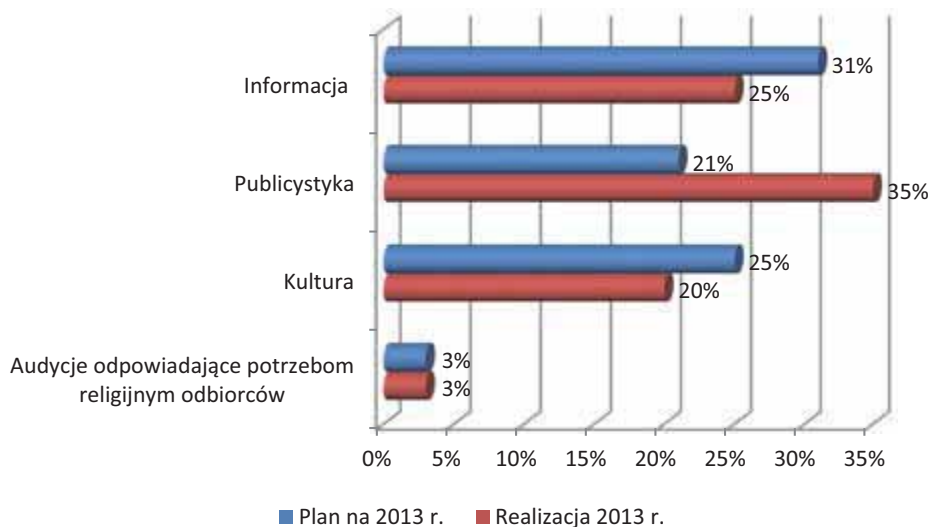
Wykres 23. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Szczecin

TVP Szczecin



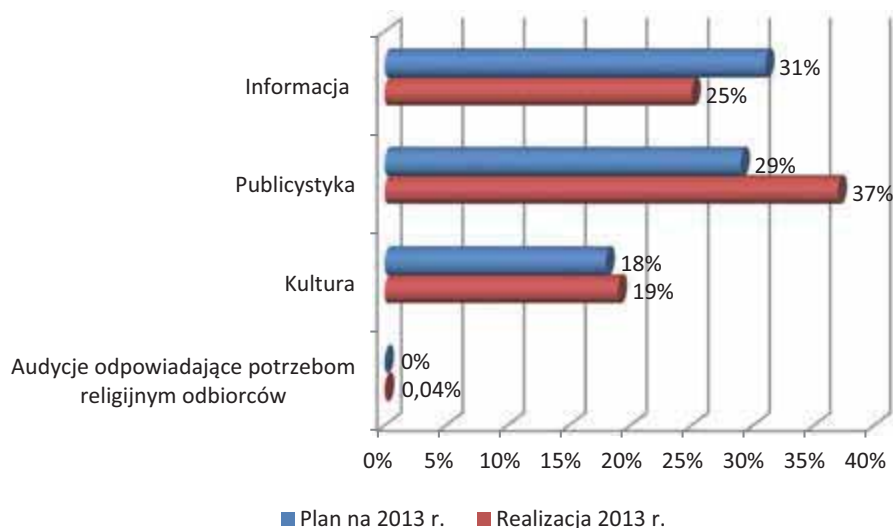
Wykres 24. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Warszawa

TVP Warszawa



Wykres 25. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w TVP Wrocław

TVP Wrocław



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

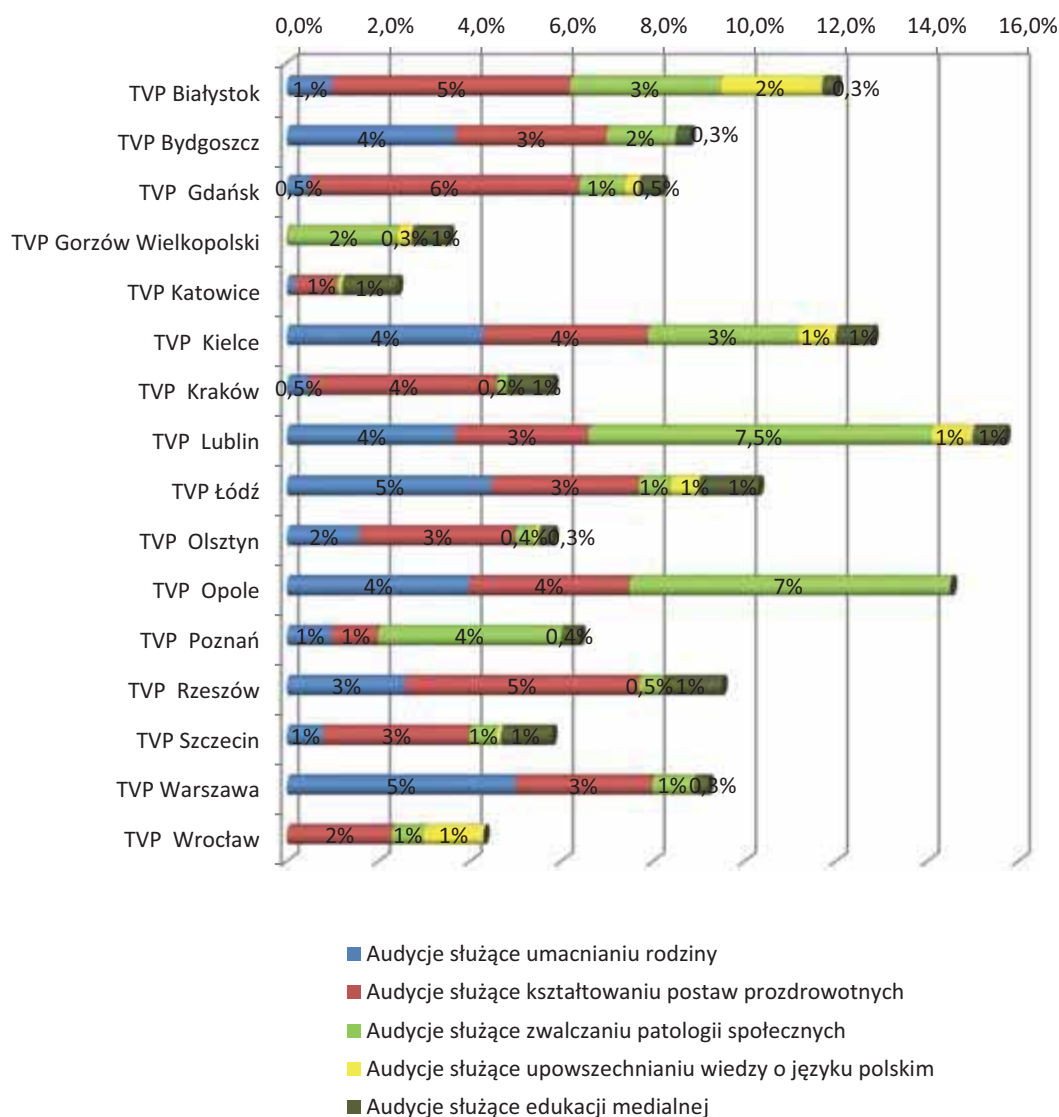
W każdym z programów regionalnych były nadawane audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych. Ich udział utrzymywał się, podobnie jak w roku 2012, na poziomie od poniżej 1% do 7,5% rocznego programu.

Niemal w każdym programie – z wyjątkiem jednego – były też nadawane audycje upowszechniające umiejętność świadomego korzystania z mediów.

Niestety ich odsetek nie przekraczał 1% rocznego programu i był niższy niż w 2012 r. Jednocześnie nastąpiło zwiększenie w stosunku do 2012 r., liczby programów, w których prezentowane były audycje służące umacnianiu rodziny (z 13 do 14 programów) i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (z 6 do 10).

Łączny udział audycji realizujących ww. powinności w programach oddziałów był zróżnicowany; wynosił od 2% do blisko 16% rocznego programu.

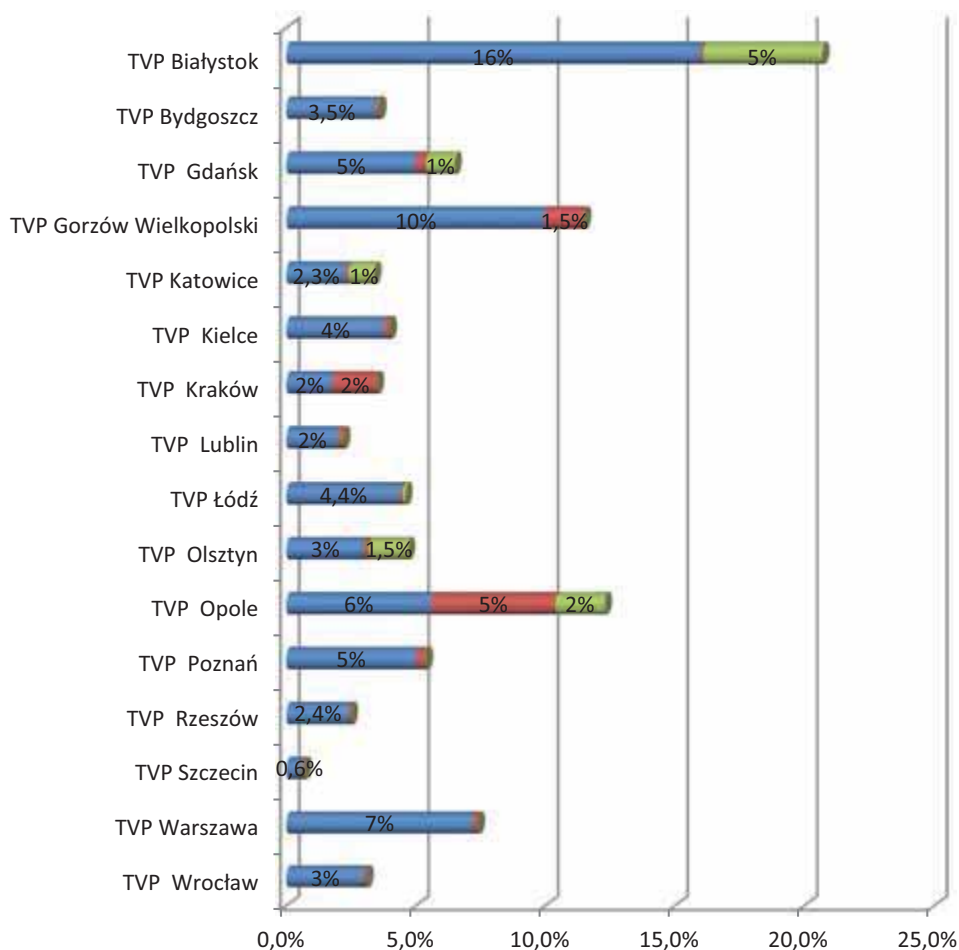
Wykres 26. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w poszczególnych programach oddziałów terenowych TVP SA.



Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługujących się językiem regionalnym były tworzone i rozpowszechniane przez 6 oddziałów terenowych TVP S.A. tj. w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Łodzi, Olsztynie i Opolu. Udział tych audycji utrzymywał się na poziomie zbliżonym do roku 2012 - od mniej niż 1% do blisko 5% rocznego programu. Audycje dla mniejszości ukraińskiej i rosyjskiej, w ich językach narodowych, prezentowano w programach oddziałów terenowych w Białymstoku i w Olsztynie.

Audycje dla mniejszości białoruskiej i litewskiej ukazywały się w programie oddziału terenowego w Białymstoku, dla niemieckiej – w Katowicach i w Opolu, dla Kaszubów – w Gdańsku. KRRiT przeprowadziła monitoring audycji adresowanych do społeczności kaszubskiej w OTV Gdańsk mający na celu sprawdzenie czy uwzględniają one potrzeby tej grupy odbiorców, tj. czy zapewniają odbiorcom bieżącą informację na temat życia społeczności kaszubskiej oraz czy integrują ją z pozostałymi mieszkańcami regionu. Wnioski z przeprowadzonej analizy zostały

Wykres 27. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w poszczególnych programach oddziałów terenowych TVP SA.



- Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania 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

opisane w Sprawozdaniu, w części dotyczącej kontroli nadawców. Audycje prezentujące stanowiska partii politycznych, organizacji związków zawodowych i związków pracodawców były nadawane w każdym z programów regionalnych. Udział tych audycji był zróżnicowany – stanowiły od poniżej 1% do blisko 16% rocznego programu.

W każdym z programów były również obecne audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności. Jednak w większości programów odsetek tych audycji utrzymał się na niezmiennym niskim poziomie – poniżej 1% rocznego czasu.

Łączny udział audycji realizujących ww. powinności w programach oddziałów był zróżnicowany; wynosił od mniej niż 1% do ponad 20% rocznego programu.

Monitoring programów regionalnych TVP SA

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła monitoring programów regionalnych Telewizji Polskiej SA na próbie z okresu 16-22 września 2013 r. Monitoring miał na celu sprawdzenie, w jakim wymiarze i poprzez jakie rodzaje oraz formy audycji oddziały terenowe TVP SA realizują zadania mediów publicznych wobec regionów.

W badanym okresie średni udział treści regionalnych w analizowanych programach był wysoki i wynosił ok. 72% tygodniowego czasu emisji. Warto podkreślić, że najwyższy udział audycji poświęconych sprawom regionu odnotowano w TVP Gorzów (zajął one 96% programu), a najmniej tego typu audycji nadano w TVP Kielce (poniżej 40%).

W monitorowanych programach najbardziej różnorodna pod względem form i treści przekazu była oferta informacyjno-publicystyczna, stanowiąca od 30% do 50% tygodniowego czasu emisji. Aktualizowane na bieżąco informacje o życiu gospodarczo-społeczno-politycznym regionów prezentowano najpierw w dziennikach, przeglądach prasy, a następnie

szeroko komentowano w codziennych rozmowach na żywo z przedstawicielami władz samorządowych, lokalnych instytucji i parlamentarzystów. W audycjach informacyjnych i publicystycznych odnoszono się również do wydarzeń krajowych, jednak najczęściej w kontekście lokalnym. Należy przy tym zaznaczyć, że całość serwisów informacyjnych dotyczyła treści regionalnych, które związane były głównie z funkcjonowaniem samorządu, władz na poziomie miasta lub gminy oraz planami inwestycyjnymi. Natomiast sprawy z poza regionu – przede wszystkim dotyczące polityki na szczeblu krajowym – omawiane były w audycjach publicystycznych incydentalnie.

Niemal wszystkie programy regionalne charakteryzował równomierny rozkład informacji dotyczących największych w danym regionie miast oraz małych gmin i terenów wiejskich. W programach, w których zaznaczała się w dziennikach przewaga treści związanych ze stolicą województwa, dysproporcja równoważona była poprzez nadawanie cyklicznych magazynów informacyjno-publicystycznych poświęconych mniejszym miastom i powiatom.

Na podstawie badanych programów można zauważyć, że nadawcy starali się być blisko lokalnych społeczności i ich problemów przede wszystkim poprzez emisję magazynów interwencyjnych. Niemal każdy ośrodek terenowy TVP miał w swojej ofercie tego typu audycje, gdzie przedstawiane były tzw. „sprawy z sąsiedztwa” – m.in. trudna sytuacja osób poszkodowanych w wypadkach na lokalnych drogach, apele o pomoc dla ciężko chorych, spory na linii władza-społeczeństwo.

Audycje poświęcone kulturze stanowiły od 3% do 28% tygodniowego czasu emisji programów. W większości były to informatory na temat najważniejszych imprez kulturalnych w regionie (festiwali, koncertów) oraz premier w lokalnych teatrach i filharmoniach. Uzupełnienie serwisów kulturalnych stanowiły reportaże o twórczości znanych w danym regionie artystów lub wywiady z organizatorami omawianych w serwisach imprez.

Spśród kategorii audycji, których udział w programach jest fakultatywny, znaczący był udział edukacji. W niektórych przypadkach przewyższał nawet udziały informacji i publicystyki łącznie (OTV Kielce – 39% i OTV Opole – 45%). Tak duży udział treści edukacyjnych wynikał z popularyzacji w programach walorów turystycznych i potencjału inwestycyjnego województw, historii poszczególnych miast, czy też regionalnych zwyczajów i tradycji. Nie bez znaczenia jest także rosnący udział w programach audycji edukacyjno-poradniczych z zakresu ekologii, prawa i stylu życia oraz kulinariów.

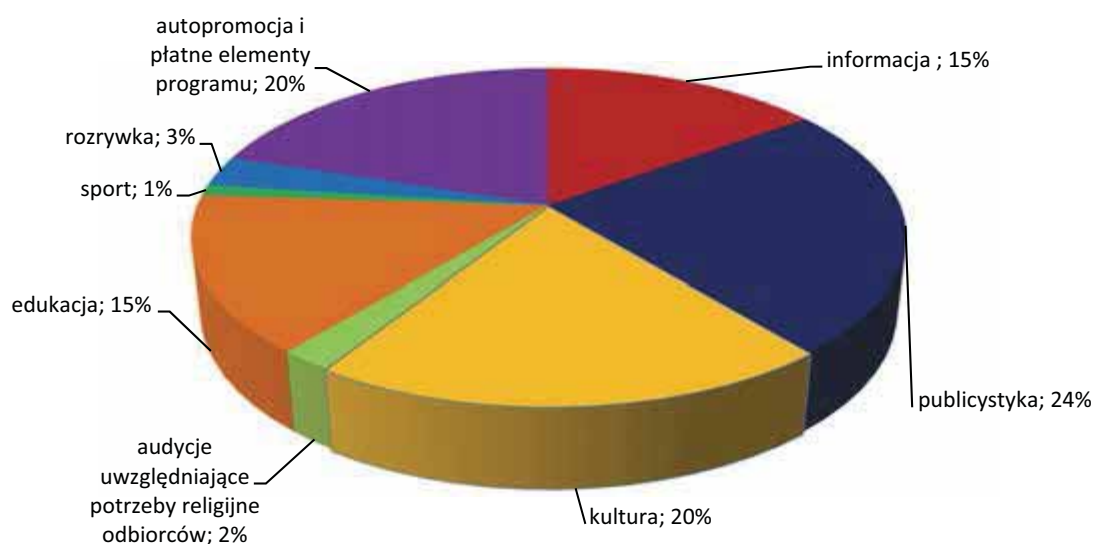
Nadawcy realizowali w programach także religijne potrzeby odbiorców za sprawą emisji informatorów z życia diecezji w danym regionie oraz reportaży, m.in. na temat funkcjonowania szkół katolickich. Udział tego rodzaju audycji wynosił w poszczególnych programach od 2% do 9% tygodniowego czasu nadawania.

Specjalnym rodzajem audycji regionalnych były audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych, nadawane w programach oddziałów, na terenie których mniejszości te zamieszkują. Ich udział w badanym okresie wynosił ok. 5% tygodniowego czasu emisji.

Pasma wspólne programów regionalnych TVP SA

Pasma wspólne, funkcjonujące od 1 września 2013 r., było rozpowszechniane równocześnie we wszystkich regionach przez piętnaście godzin dziennie. W części wspólnej przede wszystkim koncentrowano się na kwestiach istotnych dla społeczności lokalnych. Większość emitowanych audycji była produkowana przez oddziały terenowe TVP. Oferta programowa była różnorodna, a mianowicie nadawano audycje informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, rozrywkowe, poświęcone kulturze, sportowi, w tym także formy reportażowe i dokumentalne, zwłaszcza o tematyce społecznej i kulturalnej. Były to niemal wyłącznie audycje realizujące zadania misyjne – stanowiły 80% części wspólnej, a treści dotyczące regionów aż 67% co wskazuje, że nadawca rzetelnie realizował zadania ustawowe. Szczególną uwagę w części wspólnej przykładano do spraw ważnych dla lokalnych społeczności jak rynek pracy, samorządność, rozwój regionalny czy ekologia. Nie zabrakło również oferty adresowanej do konkretnych grup odbiorców: seniorów, osób niepełnosprawnych, mniejszości narodowych czy osób religijnych. Strukturę gatunkową części wspólnej programów regionalnych przedstawia poniższy wykres:

Wykres 28. Struktura gatunkowa części wspólnej programów regionalnych (nadawanej od 1 września do 31 grudnia 2013 r.).

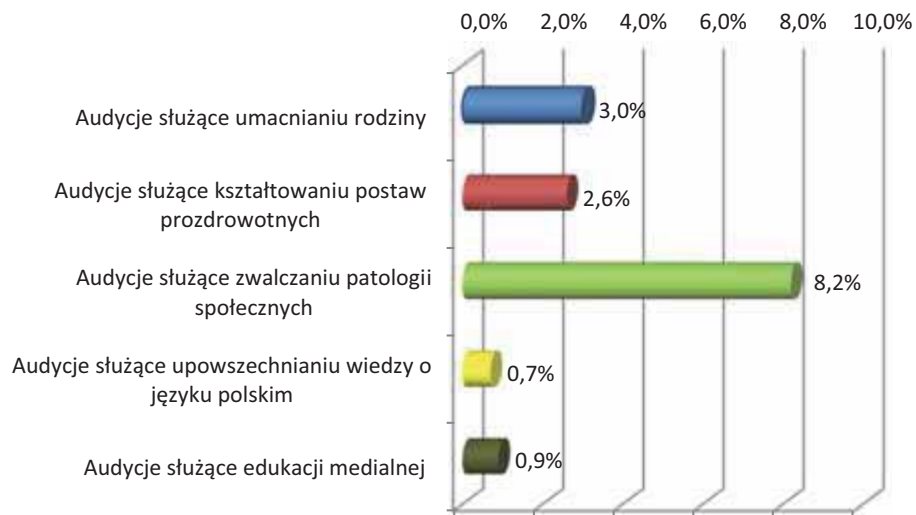


Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W części wspólnej były też nadawane audycje realizujące wybrane powinności nadawcy publicznego, a mianowicie służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu

patologii społecznych, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim i edukacji medialnej. Audycje tego rodzaju zajęły łącznie ponad 15% czasu nadawania; ich udział był zróżnicowany co obrazuje poniższy wykres:

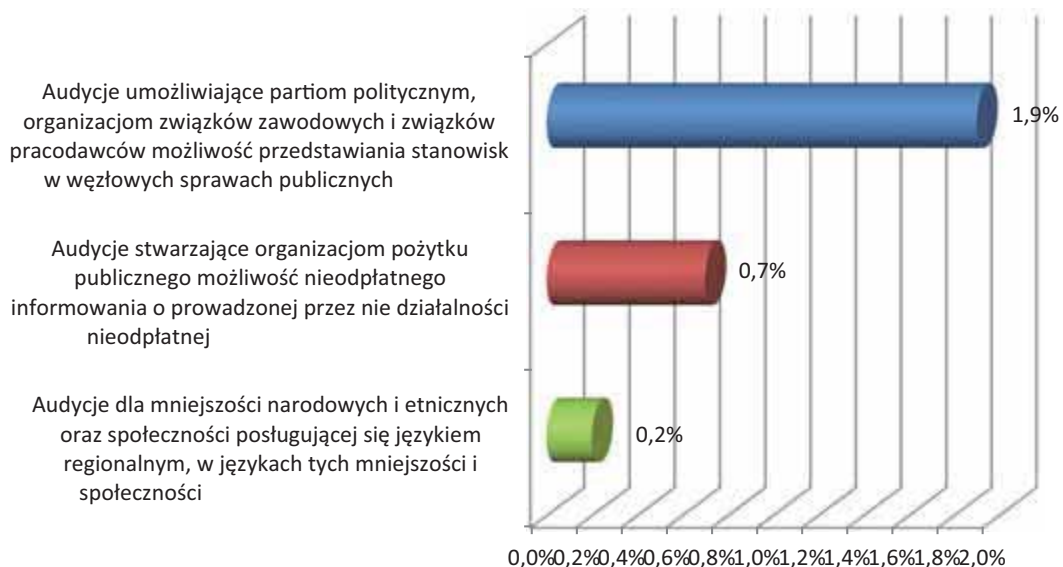
Wykres 29. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w części wspólnej programów regionalnych (nadawanej od 1 września do 31 grudnia 2013 r.).



Emitowano również audycje prezentujące stanowiska organizacji pozarządowych oraz audycję adresowaną do mniejszości ukraińskiej pt. Telenowyny

(która wcześniej była obecna w programie TVP INFO). Audycje tego rodzaju łącznie zajęły ok. 3% czasu nadawania; a ich udział kształtował się następująco:

Wykres 30. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w części wspólnej programów regionalnych (nadawanej od 1 września do 31 grudnia 2013 r.).

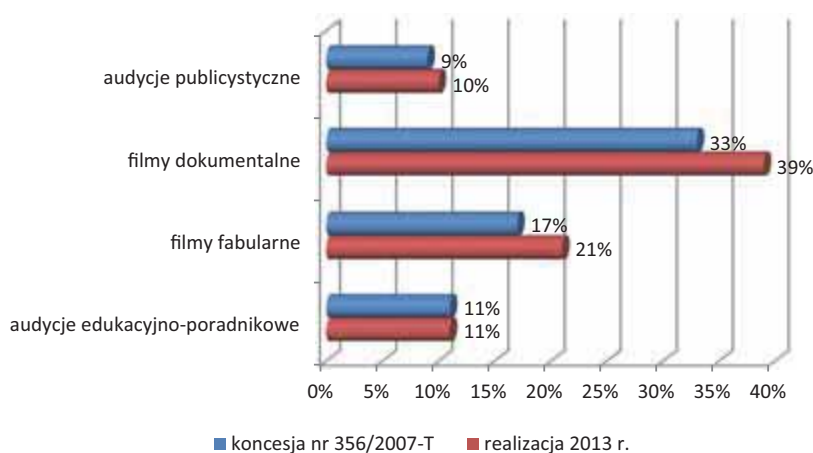


TVP Historia

W 2013 r. program TVP Historia nadawano średnio przez 20 godz. na dobę (7277 godz. w ciągu roku). Program, zgodnie z koncesją, popularyzował wiedzę o historii Polski i historii powszechnej. Udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 81% rocznego czasu nadawania programu. Zawartość

programu była zgodna z planem jak i z koncesją, tzn. nadawano wszystkie zaplanowane zgodnie z koncesją kategorie audycji. Dokonano pewnych modyfikacji: nadano niezaplanowane wcześniej audycje edukacyjno-poradnicze.

Wykres 31. Koncesja i jej realizacja w 2013 r. w TVP Historia



Monitoring programu TVP Historia

Monitoring programu TVP Historia przeprowadzony na tygodniowej próbie (4-10 listopada 2013 r.) wykazał, że nadawane treści były prezentowane w różnorodnych formach. Do osób interesujących się tematyką historyczną adresowano filmy dokumentalne oraz szczegółowe omówienia i analizy wybranych wydarzeń historycznych. Natomiast do tzw. „przeciętnych widzów” kierowano liczne filmy fabularne z historią w tle (adaptacje klasyki literackiej takie, jak „Wrota Europy” i „Dama Kameliowa”) oraz audycje edukacyjne (prezentujące walory poszczególnych miast i regionów Polski).

Koncentrowano się na prezentowaniu historii powszechnej oraz historii Polski, głównie XX wieku – zwłaszcza jego pierwszej połowy. Należy podkreślić, że mogło to mieć związek z przypadającymi

bezpośrednio po terminie monitoringu obchodami Dnia Niepodległości 11 listopada. Najczęściej tego okresu dotyczyły filmy dokumentalne i reportaże, w tym biografie wybitnych Polaków. Pomimo zbliżającej się rocznicy odzyskania przez Polskę suwerenności, w ofercie programowej nie zabrakło audycji dotyczących innych okresów historycznych, m.in. zmagania wojsk Unii i Konfederacji podczas amerykańskiej wojny domowej w latach 1861-1865, czy wydarzeń z lat 1572-1632, gdy po wygaśnięciu dynastii Jagiellonów Rzeczpospolitą zaczęli władać królowie elekcyjni.

Podsumowując, program wyróżniało nie tylko zróżnicowanie pod względem prezentowanych form realizacji, ale także staranność w doborze audycji pod kątem pełnionej funkcji edukacyjno-poznawczej i opiniotwórczej. Poruszana problematyka prezen-

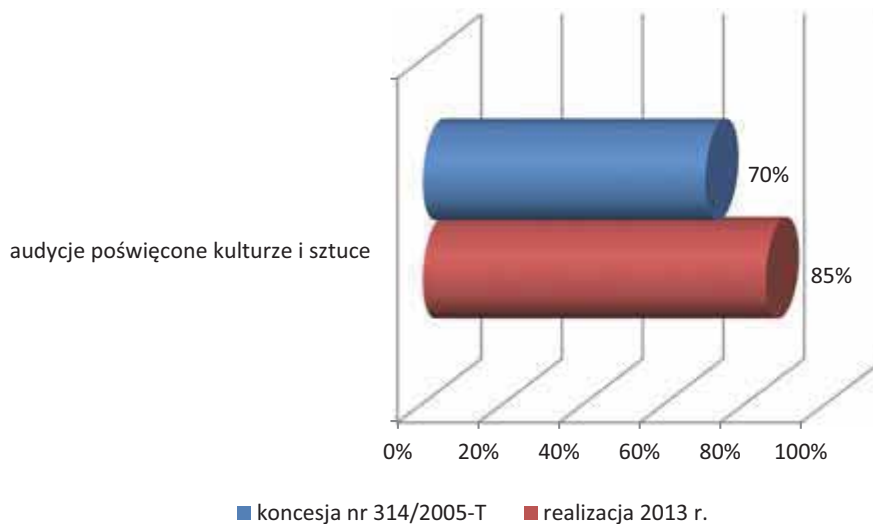
wana była w sposób wyważony i z różnych punktów widzenia. Widzowie mogli zapoznać się z opiniami historyków specjalizujących się w danym okresie, ale nierzadko również ze zdaniem zwykłych ludzi – świadków minionych zdarzeń.

Słabą stroną programu był niewielki udział audycji dotyczących wydarzeń i procesów historycznych zachodzących w Europie. W programie zabrakło także spojrzenia na historię Polski z perspektywy innych nacji oraz audycji edukacyjnych tworzonych z myślą o młodych odbiorcach (dzieci i młodzież w wieku szkolnym).

TVP Kultura

W 2013 r. program TVP Kultura nadawano średnio 19,5 godz. na dobę (7128 godz. w ciągu roku). Miał charakter wyspecjalizowany, poświęcony popularyzacji i upowszechnianiu różnych dziedzin kultury i sztuki oraz edukacji w zakresie znajomości dzieł kultury i sztuki i umiejętności ich odbioru. Łączny udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 85% rocznej emisji programu. Zgodnie z koncesją była nadawana publicystyka kulturalna, informacje o wydarzeniach kulturalnych, artystyczne filmy fabularne, filmy dokumentalne poświęcone różnym dziedzinom sztuki oraz sylwetkom twórców, przedstawienia teatralne, operowe i baletowe, muzyka poważna i jazz.

Wykres 32. Koncesja i jej realizacja w 2013 r. w TVP Kultura



Zawartość programu była generalnie zgodna z planem, tzn. nadawano wszystkie zaplanowane kategorie audycji. Dokonano jednak pewnych modyfikacji, w stosunku do planu, polegających na zwiększeniu udziału filmu fabularnego (o 236,5 godziny

w roku) i rozrywki (o 74 godziny w roku). Zmniejszono natomiast udział w programie filmu dokumentalnego (o 242 godziny), publicystyki kulturalnej i edukacji (o 466 godzin).

Monitoring programu TVP Kultura

Monitoring programu TVP Kultura przeprowadzony na tygodniowej próbie (4-10 listopada 2013 r.) wykazał, że głównym atutem programu była różnorodna oferta filmowa popularyzująca tzw. ambitne filmy nagradzane na rodzimych i międzynarodowych festiwalach, a szczególnie dorobek współczesnej polskiej kinematografii (większość nadanych tytułów powstała po 2000 r.).

Program nie ograniczał się jedynie do prezentowania sztuki filmowej, ale upowszechniał także inne dziedziny, takie jak: muzyka poważna i jazzowa, teatr, opera, balet, sztuki plastyczne i literatura.

Szczególnie różnorodna była oferta koncertów prezentujących muzykę niszową – klasykę, piosenkę poetycką i aktorską, rock alternatywny i jazz, a także filmów dokumentalnych poświęconych artystom (zwłaszcza aktorom i muzykom).

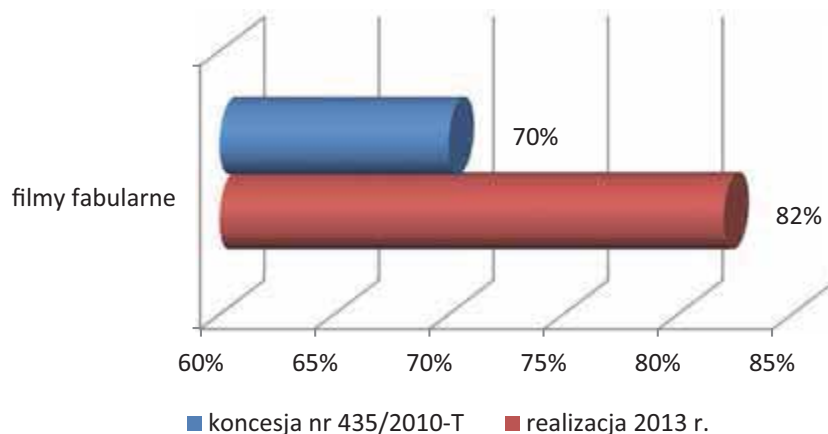
Warto podkreślić, że program miał aktualną ofertę informacyjną i publicystyczną, która w większości pochodziła z roku 2013 i nie była emitowana w innych programach TVP. Dzięki nadawanym maga-

zynom, wywiadom, debatom i informatorom kulturalnym widz miał stały dostęp do bieżących informacji kulturalnych i jednocześnie – za sprawą dyskusji z udziałem krytyków i twórców – mógł wyrobić sobie opinię na temat wydarzeń kulturalnych, dzieł oraz zjawisk zachodzących we współczesnym świecie. Niedostatkami programu w monitorowanym okresie był niewielki udział spektakli teatralnych oraz audycji adresowanych do dzieci i młodzieży.

TVP Seriale

W 2013 r. program TVP Seriale nadawany był średnio 22 godz. na dobę. Miał charakter wyspecjalizowany, serialowo-filmowy. Zawartość programu była zgodna z uzgodnionymi planami. Łączny udział audycji realizujących specjalizację stanowił 82% rocznego programu. Nadawano, tak jak w latach poprzednich, przede wszystkim polskie serie współczesne, tzw. serie kultowe, pochodzące z zasobów archiwalnych TVP SA oraz telenowele i serie zagraniczne, nadawane wcześniej w TVP1 i TVP2.

Wykres 33. Koncesja i jej realizacja w 2013 r. w TVP Seriale

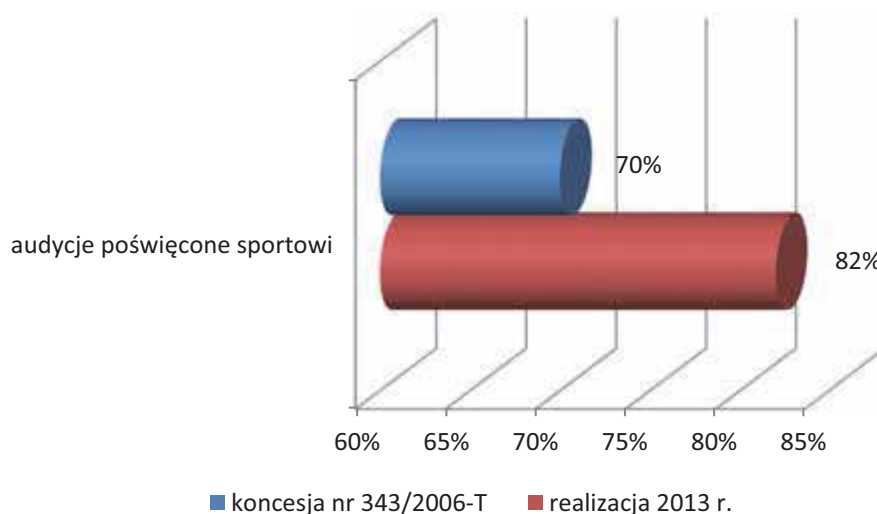


TVP SPORT

W 2013 r. program TVP Sport nadawany był średnio 17,6 godz. na dobę (6415 godz. emisji rocznej). Prezentował i upowszechniał różne dyscypliny sportowe oraz dostarczał informacji o najważniejszych wydarzeniach i zjawiskach związanych ze sportem. Struktura zawartości programu była zgodna z planami. Łączny udział audycji realizujących specjalizację stanowił 82% rocznego programu. Nadawano przede wszystkim transmisje i relacje z wydarzeń sportowych (mistrzostw świata w piłce ręcznej, hokeju na lodzie,

lekkiej atletyce, narciarstwie, wioślarstwie, biathlonie, piłce nożnej i plażowej) oraz serwisy informacyjne (Sportowy wieczór, Sportowa niedziela), magazyny (magazyn poświęcony sportowi osób niepełnosprawnych Pełnosprawni, magazyn piłkarski Zwarcie, magazyny komentujące wydarzenia w polskim sporcie 4-4-2 i W przerwie), dokumenty i audycje archiwalne związane ze sportem (cykle Złote transmisje i Z archiwum TVP).

Wykres 34. Koncesja i jej realizacja w 2013 r. w TVP Sport

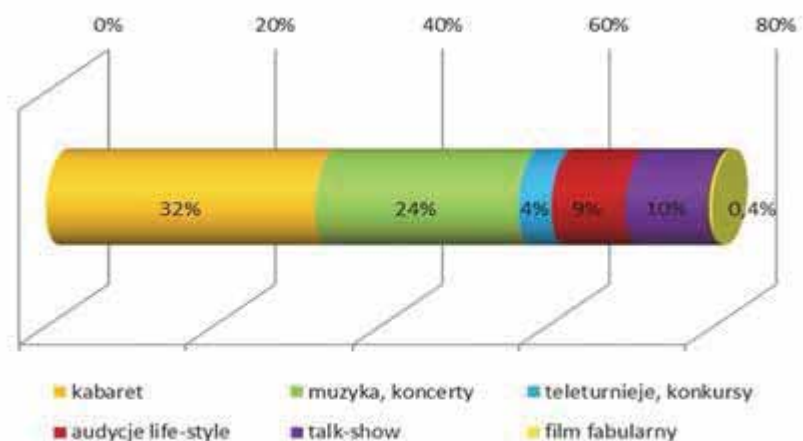


TVP Rozrywka

TVP SA rozpoczęła emisje programu TVP Rozrywka w kwietniu 2013 r. Program nadawano średnio 21 godz. na dobę (5458 godz. w ciągu roku). Udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 80% rocznego czasu nadawania programu. Zawartość programu była zgodna z koncesją, tzn. nadawano wszystkie wymienione w koncesji rodzaje audycji.

Były to studyjne audycje kabaretowe, kabaretony realizowane w plenerze, widowiska muzyczne, festiwale piosenki, audycje typu talk-show, teleturnieje, audycje typu life - style, filmy komediowe. TVP Rozrywka jest jedynym kanałem o profilu rozrywkowym, który emituje tylko rodzimy repertuar.

Wykres 35. Struktura gatunkowa programu TVP Rozrywka nadanego w 2013 r.

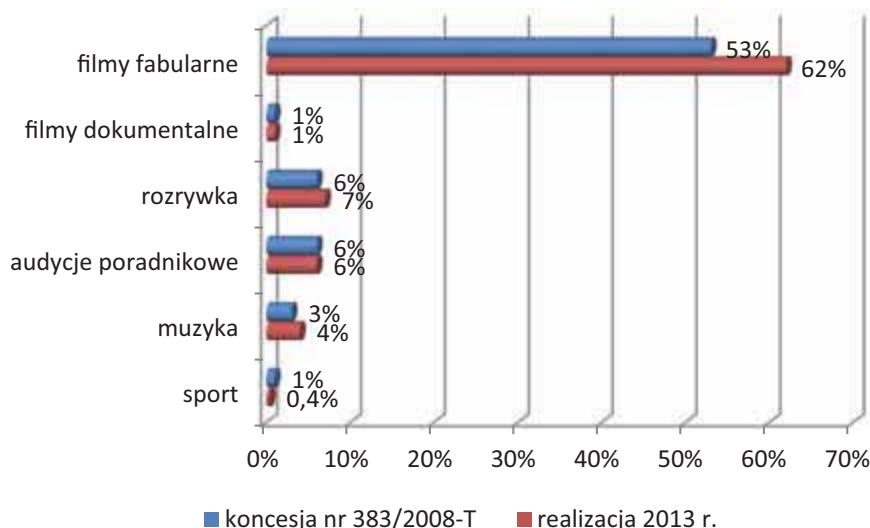


TVP HD

W ubiegłym roku program nadawany był średnio przez 19,8 godz. w ciągu doby (w ciągu roku 7209 godz.). Charakter programu był zgodny z określonym w koncesji, tj. uniwersalny. Program wypełniały głównie seriale, filmy fabularne, dokumenty, audycje rozrywkowe i poradnikowe. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne wyniósł 80% całości programu rocznego.

Nieco inny od zaplanowanego był sposób realizacji specjalizacji. W stosunku do planów zwiększono udział filmu (o 677 godz.) i audycji rozrywkowych (o 466 godz.), zmniejszono zaś udział audycji o tematyce sportowej (o 425 godz.) oraz dokumentu (o 1072 godz.).

Wykres 36. Koncesja i jej realizacja w 2013 r. w TVP HD

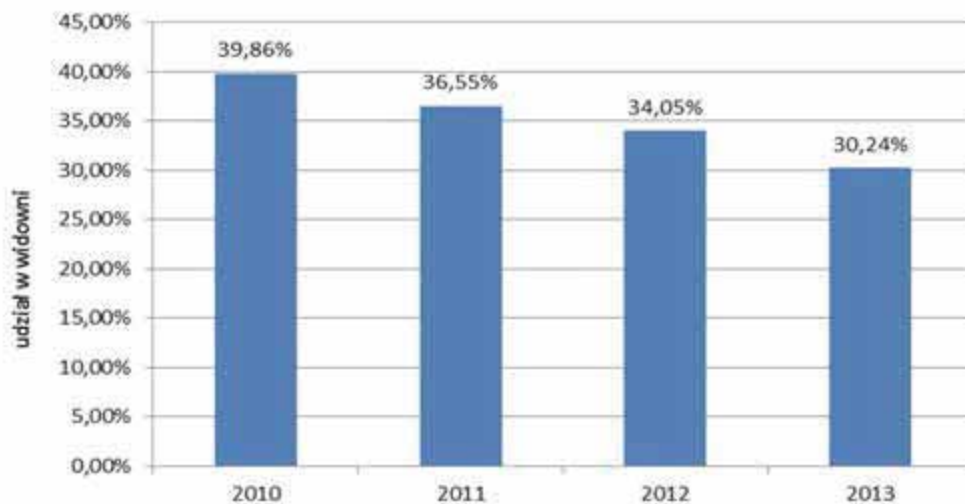


Pozycja TVP SA na rynku

W 2013 r. do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało 30,2% rynku (przed rokiem

34,1%, dwa lata temu 36,6%, trzy lata temu 39,9%). Było to mniej o blisko 4 punkty proc. w stosunku do roku ubiegłego.

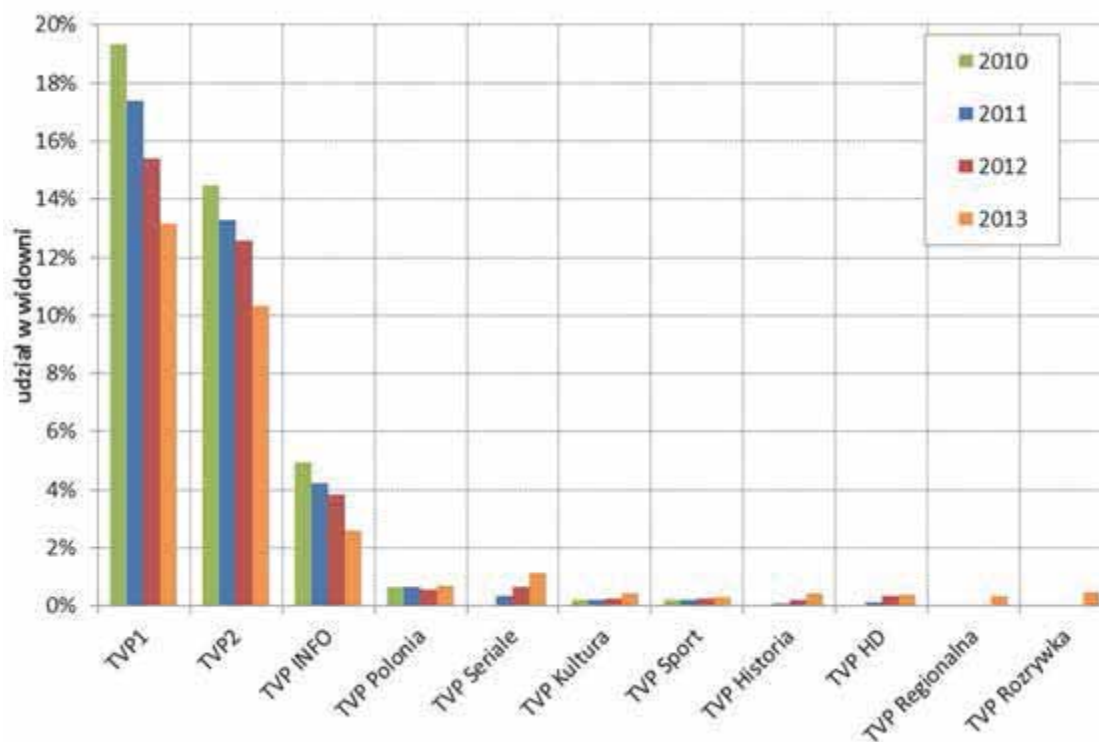
Wykres 37. Łączne udziały rynkowe telewizji publicznej w latach 2010 – 2013



Podobnie jak w latach ubiegłych traciły udziały uniwersalne programy ogólnopolskie i TVP INFO. Zyskiwały natomiast publiczne programy tematyczne, zwłaszcza nowe. Spośród nich największy udział w widowni odnotował program TVP Seriale (1,1%) oraz pod koniec roku nowe programy telewizji

publicznej TVP Regionalna - w ostatnim kwartale 1,1% i TVP Rozrywka - w ostatnim kwartale roku - 0,9%. Szczegółowe dane dotyczące udziałów wszystkich programów publicznych w ostatnich latach zestawiono na wykresie poniżej.

Wykres 38. Udziały programów telewizji publicznej w latach 2010 – 2013



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Telewizja Polska otrzymała środki abonamentowe w kwocie 282 374 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały w spółce wpływy abonamentowe w kwocie 50 tys. zł, z tego na: zadania programowe – 33 tys. zł oraz digitalizację (dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych) – 17 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Telewizji Polskiej zostały pokryte w 20,7% z abonamentu, w 4,4% z innych przychodów publicznych (m.in. dotacje budżetowe) oraz w 74,9% z dochodów własnych Spółki (głównie ze sprzedaży czasu reklamowego).

Ze środków abonamentowych nie były finansowane następujące programy: TVP Białoruś, TVP Sport, TVP HD, TVP Seriale, TVP Rozrywka. Program TV Białoruś był finansowany z dochodów własnych Spółki oraz dotacji budżetowych, natomiast pozostałe programy wyspecjalizowane zostały sfinansowane z dochodów własnych Spółki.

Do kosztów innych usług realizujących misję zostały zaliczone koszty związane m.in. z działalnością: Ośrodka TVP Technologie (15,2 mln zł), Ośrodka iTVP HD (7,8 mln zł), Ośrodka Administracji – w części dotyczącej Wydziału Eksploatacji (5,3 mln zł), Redakcji Internetowej TVP Info (1,1 mln zł) oraz kosztów Agencji Produkcji Telewizyjnej i Filmowej w zakresie przeglądów technicznych i emisyjnych, budowy scenografii, dosyłu sygnału, usług transmisyjnych (5,2 mln zł). Ponadto do tej grupy zaliczono koszty przekazów teletekstowych, portalu parlament.pl., koszty przegrań materiałów, digitalizacji, obsługi emisji, koszty konserwacji czy koszty organizacji Dnia Otwartego TVP.

Tabela 1. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Telewizji Polskiej SA.

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 i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych w tym: <i>produkcja i koprodukcja krajowych i zagranicznych filmów fabularnych i seriali</i>	884 365	64,8
	5 947	x
z tego:		
1.1) Program 1	474 086	x
1.2) Program 2	410 279	x
2. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP INFO	109 495	8,0
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych (OTV) <i>w tym: audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym</i>	154 481	11,3
	1 081	x
4. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Regionalna (pasmo wspólne)	24 923	1,8
5. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Polonia	31 038	2,3
6. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Białsat	25 509	1,9
7. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Kultura	26 403	1,9
8. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Historia	14 485	1,1
9. Tworzeni i rozpowszechnianie TVP Sport	25 091	1,9
10. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP HD	6 799	0,5
11. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Seriale	4 675	0,3
12. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Rozrywka	8 633	0,6
13. Inne zadania realizujące misję	48 465	3,6
w tym: dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	12	x
RAZEM	1 364 362	100

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki sfinansowane z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	180 000	282 374	282 324
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych Program 1 i Program 2	61 110	x	138 161
w tym: produkcja filmowa zgodnie z art. 19 ust. 7 ustawy z dnia 30 czerwca 2005 r. o kinematografii	2700	x	4 554
2. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych w oddziałach terenowych	86 000	x	90 798
w tym: koszty audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym w oddziałach terenowych	1 072	x	269
3. Koszty bezpośrednie rozpowszechniania programu dla odbiorców za granicą - TVP Polonia	2 900	x	4 745
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu TVP INFO	15 360	x	27 074
5. Tworzenie i rozpowszechnianie programu wyspecjalizowanego TVP Historia	3 500	x	4 873
6. Tworzenie i rozpowszechnianie programu wyspecjalizowanego TVP Kultura	3 500	x	7 469
7. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji	7 630	x	9 204
z tego: 1) prawa autorskie i pokrewne	7 600	x	9 192
2) dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	12

POLSKIE RADIO SA

Władze spółki

Zarząd

Andrzej Siezieniewski – prezes

Henryk Cichecki, Jolanta Wiśniewska – członkowie

Rada Nadzorcza

Stanisław Jędrzejewski – przewodniczący

Jan Wypych – wiceprzewodniczący

Janusz Adamowski – sekretarz

Artur Andrysiak, Janusz Antoni Andrzejowski,

Marzenna Wojciechowska, Katarzyna Zielińska

– członkowie

Rada Programowa

Maciej Wojtyszko – przewodniczący

Jerzy Bralczyk – wiceprzewodniczący

Krzysztof Czabański – wiceprzewodniczący

Teresa Maria Bochwic, Rafał Grupiński, Andrzej Halicki,

Stanisław Janecki, Krzysztof Knittel, Wojciech Kurdziel,

Małgorzata Muzoń, Zbigniew Nosowski, Edward Pałasz,

Jan Poprawa, Piotr Węgleński, Bożena Żelazowska

– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programów Polskiego Radia SA

Program 1

Pokrycie ludnościowe:	35 958 844 osób	92,97 %
Pokrycie powierzchniowe:	286 883 km ²	91,75 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 31.12.2013 r.

Program 2

Pokrycie ludnościowe:	27 617 175 osób	71,40 %
Pokrycie powierzchniowe:	178 099,4 km ²	56,96 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 31.12.2013 r.

Program 3

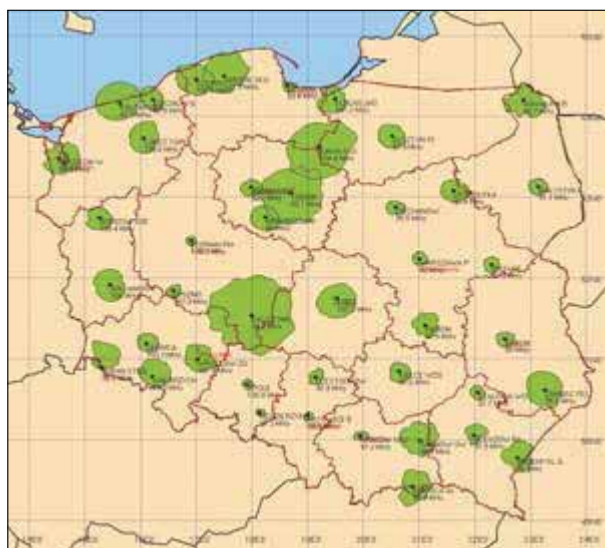
Pokrycie ludnościowe:	36 336 847 osób	93,95 %
Pokrycie powierzchniowe:	292 043,9 km ²	93,39 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 31.12.2013 r.

Program 4

Pokrycie ludnościowe:	13 416 039 osób	34,69 %
Pokrycie powierzchniowe:	53 694,8 km ²	17,17 %



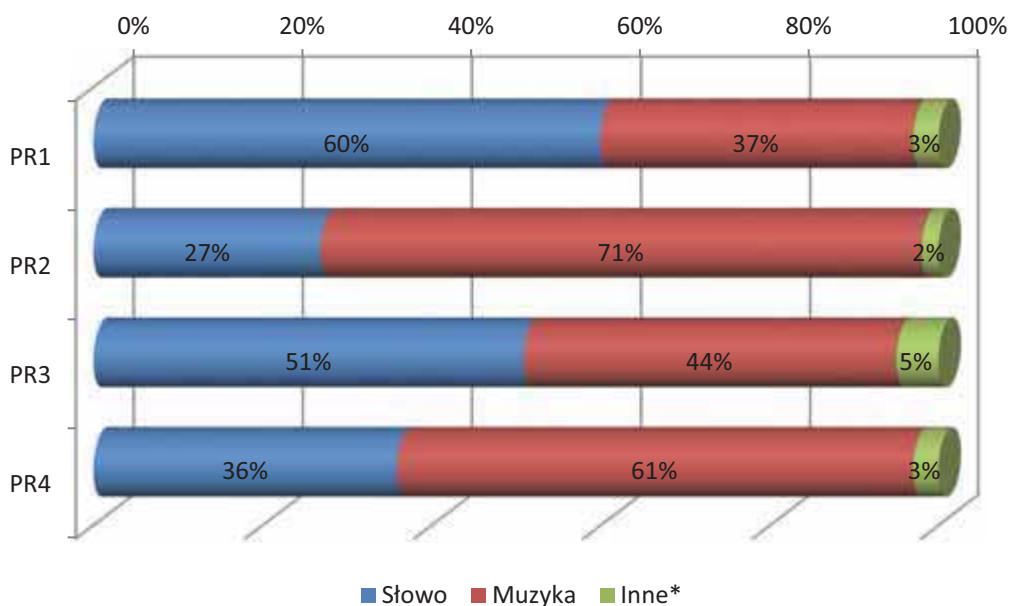
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 31.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w czterech programach ogólnopolskich Polskiego Radia był zgodny z planami i wyniósł 96-98% całości programu rocznego (najmniej w Programie 3, najwięcej w Programach: 2 i 4). W każdym z programów wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu, dotyczące udziału procentowego niektórych rodzajów audycji.

Tak jak w poprzednich latach najwyższy udział słowa był w Programie 1 oraz w Programie 3 (zajął ponad połowę rocznego czasu emisji). W pozostałych programach ogólnopolskich przeważała w 2013 r. muzyka (w Programie 2 – m.in. klasyczna, w Programie 4 – rozrywkowa różnych gatunków – rock, folk, elektroniczna, hip-hop).

Wykres 39. Udział słowa i muzyki w programach ogólnopolskich Polskiego Radia w 2013 r. Podstawą procentowania dla każdego z programów PR SA jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godz.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

W Programie 1 niższy w stosunku do planów był udział informacji (o 263 godz.), publicystyki (o 89 godz.), edukacji i sportu (odpowiednio – o 57 godz. i 56 godz.). Nadawca zwiększył natomiast w stosunku do planów liczbę godzin audycji z kategorii kultura (o 372 godz.) oraz w rozrywce (więcej o 113 godz.). Nadano więcej niż wynika to z planu, audycji prezentujących dzieła i popularyzujących wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki. Więcej czasu w rocznym programie zajęły także informacje

o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury oraz magazyny kulturalne. Planowaną na 2013 r. ofertę rozrywki poszerzono o tytuły audycji muzycznych skierowane do seniorów.

W Programie 2 nadano więcej niż planowano audycji publicystycznych (aż o 336 godzin), audycji o tematyce społecznej i kulturalnej. Program także zawierał reportaże i inne formy dokumentalne, które nie zostały ujęte w planach. W stosunku do planu zmniejszono (o 1-2 pkt. proc.) udział innych rodzajów

audycji: informacji – o 189 godz.; kultury – o 100 godz. oraz edukacji – o 140 godz.

Także w Programie 3 dokonano zmian w liczbie godzin poszczególnych rodzajów audycji (choć łączny udział audycji misyjnych był zgodny z planowanym na 2013 r.). Zmniejszono znacznie wobec zaplanowanej liczbę godzin informacji (o 462 godz.) oraz – w mniejszym stopniu – edukacji (o 107 godz.). Wzrósł z kolei w porównaniu z planami czas trwania rozrywki (o 318 godz.), publicystyki (o 272 godz.), a także – kultury (o 32 godz.) i sportu (o 11 godz.).

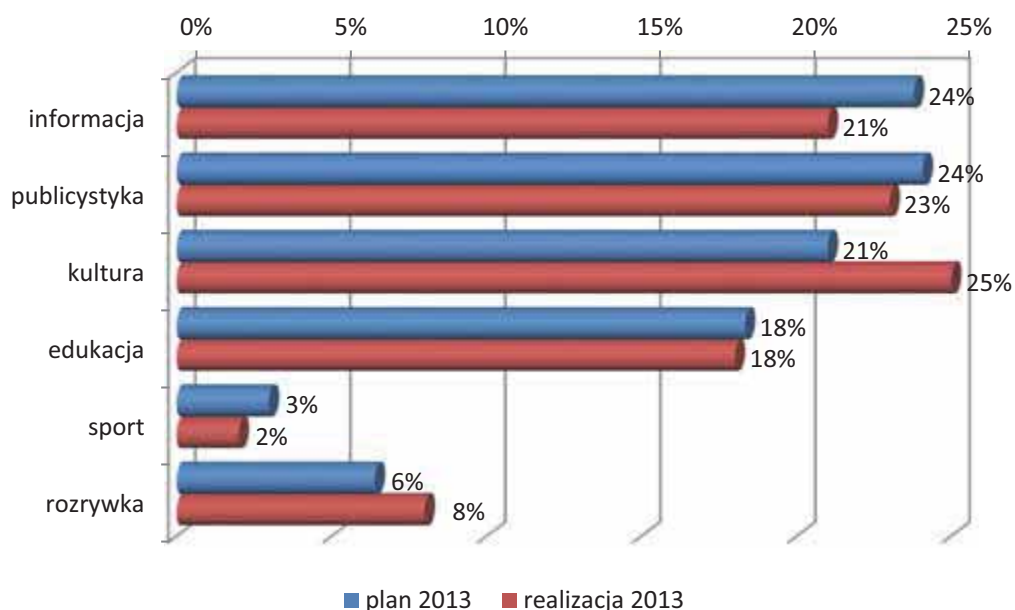
W Programie 4 różnice pomiędzy liczbą godzin niektórych rodzajów audycji planowanych i nadanych były największe (wyniosły nawet 10 pkt. proc. – nadano o 855 godzin mniej edukacji niż planowano). W stosunku do planu mniejsza była także liczba godzin audycji o kulturze (o 627 godz.). Z kolei w 2013 r. nadano więcej publicystyki

(aż o 801 godz. – głównie tematyka społeczna oraz reportaże) oraz rozrywki (o 660 godz. – nowe audycje muzyczne z muzyką rozrywkową różnych nurtów, w tym folk i funk).

W programach Polskiego Radia, podobnie jak w ubiegłych latach, nadawano artystyczne formy radiowe: słuchowiska, spektakle przygotowywane przez Teatr Polskiego Radia oraz reportaże i dokumenty. Najwięcej nadano ich w Programie 2 (301 godz. reportaży i dokumentów i 203 godz. słuchowisk), nieco mniej – w Programie 1 (129 godz. reportaży i dokumentów oraz 132 godz. słuchowisk – w tym 8 godz. słuchowisk dla dzieci). W Programach: 3 i 4 reportaże i słuchowiska miały podobny udział w rocznym czasie emisji. W Programie 3 zajęły 67 godzin (w tym 52 godz. reportaży i 15 godz. słuchowisk), w Programie 4 – 65 godz. (jedynie reportaże).

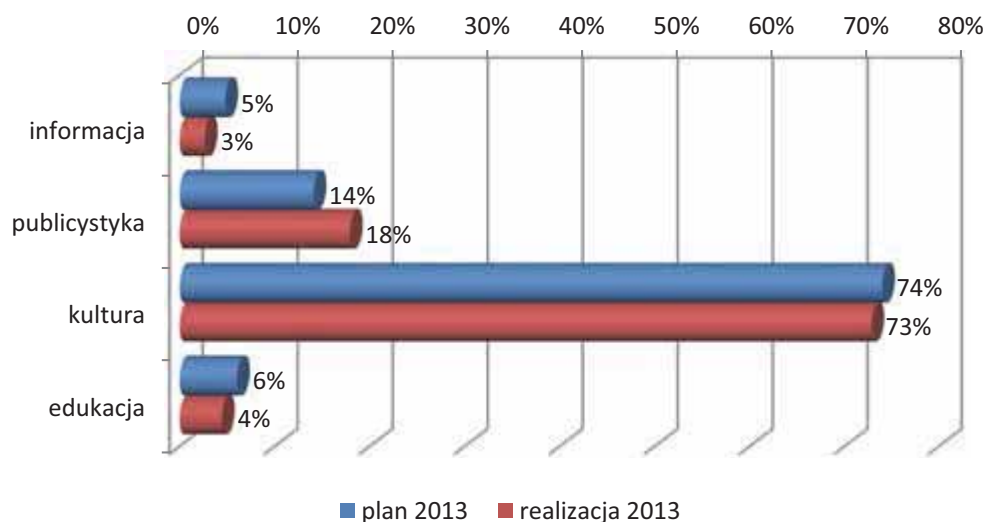
Wykres 40. Plany programowe i ich realizacja w 2013 r. w Programie 1 w Polskim Radiu SA.

Program 1



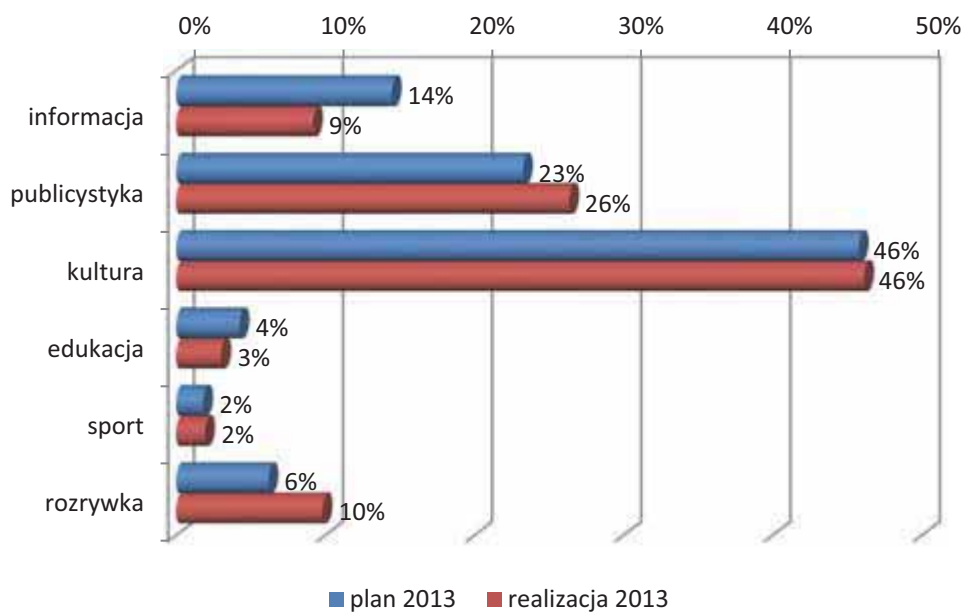
Wykres 41. Plany programowe i ich realizacja w 2013 r. w Programie 2 w Polskim Radiu SA.

Program 2



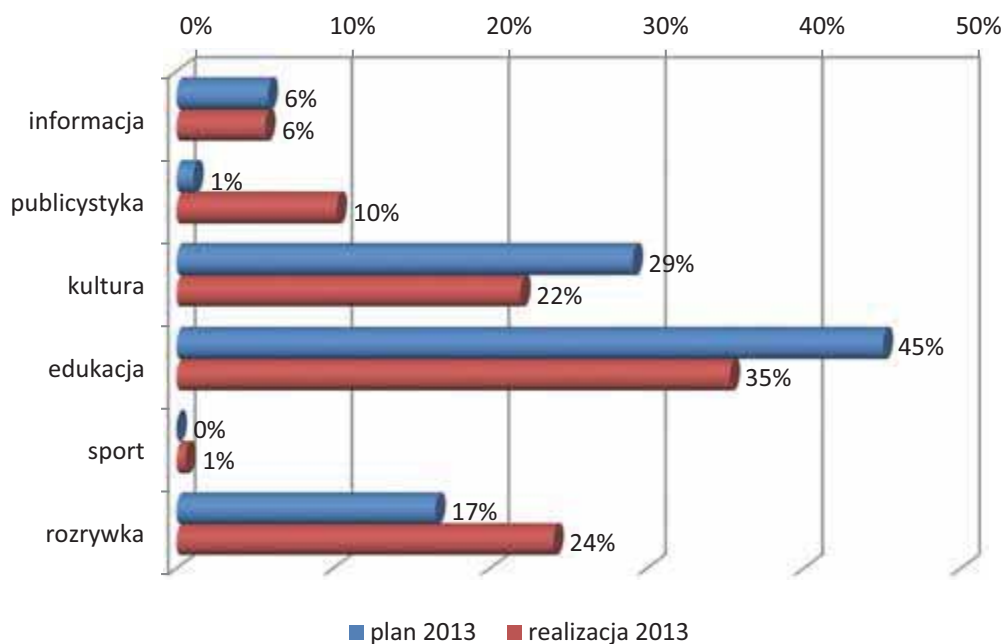
Wykres 42. Plany programowe i ich realizacja w 2013 r. w Programie 3 w Polskim Radiu SA.

Program 3



Wykres 43. Plany programowe i ich realizacja w 2013 r. w Programie 4 w Polskim Radiu SA.

Program 4



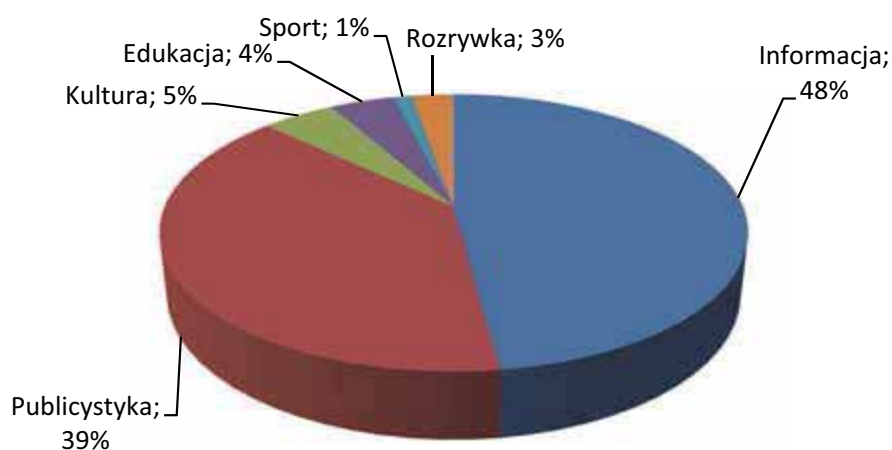
Polskie Radio dla Zagranicy

Audycje realizujące zadania ustawowe zajęły całość programu nadanego w 2013 r. Ofertę tworzono z myślą o Polakach zamieszkujących poza granicami kraju oraz słuchaczach niepolskojęzycznych, zainteresowanych Polską. Koncentrowano się na bieżących informacjach oraz komentarzach i omówieniach problemów aktualnych wydarzeń (społecznych,

politycznych, gospodarczych) w naszym kraju. Polskie Radio dla Zagranicy produkowało w minionym roku – podobnie jak w latach poprzednich - audycje w siedmiu językach: polskim, angielskim, ukraińskim, białoruskim, rosyjskim, hebrajskim i niemieckim. Program wyróżniał się bardzo wysokim udziałem słowa w rocznym czasie nadawania.

Wykres 44. Struktura programu Polskiego Radia dla Zagranicy w 2013 r.

Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



Wykres 45. Udział słowa i muzyki w programie Polskiego Radia dla Zagranicy w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.

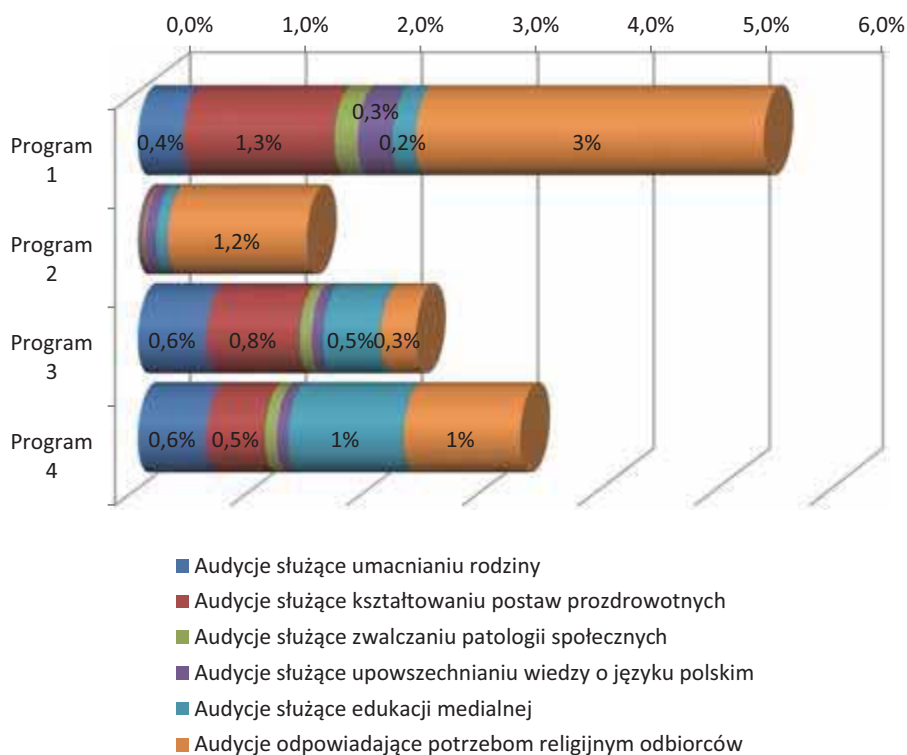


Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W 2013 r. w czterech programach ogólnopolskich Polskiego Radia nadawano audycje realizujące zadania służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii

społecznych, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, audycje służące edukacji medialnej oraz audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców.

Wykres 46. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w: Programie 1, Programie 2, Programie 3, Programie 4 Polskiego Radia SA.

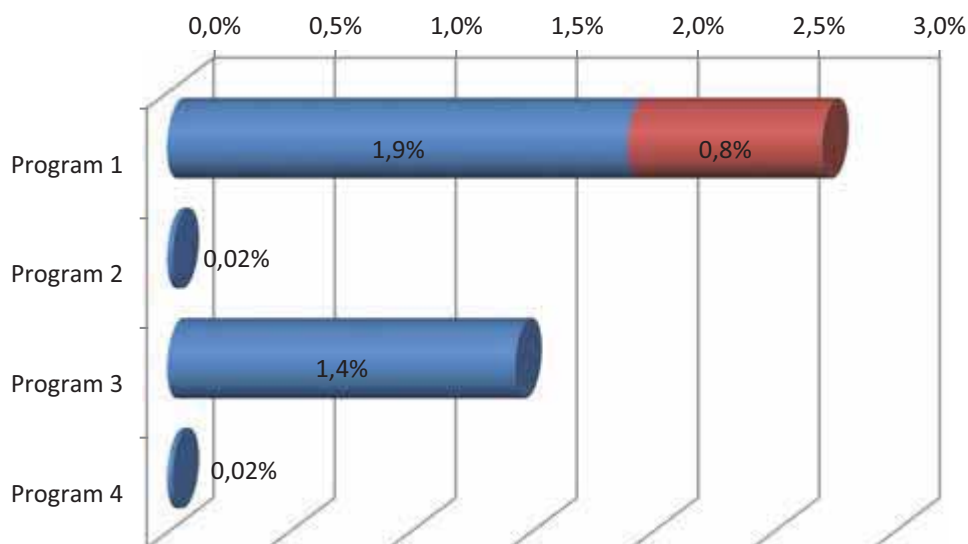


W większości udział audycji realizujących wybrane powinności nadawcy publicznego był w ubiegłym r. porównywalny do r. 2012. Zwiększono w Programie 1 liczbę godzin audycji służących edukacji medialnej (z 6 godz. w 2012 r. do 21 godz. w 2013 r.) oraz w Programie 3 – audycji służących umacnianiu rodziny (z 38 do 48 godz.). Z kolei w dwóch programach: Programie 3 i Programie 4 nadano w ubiegłym roku mniej audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych (spadek 84 do 73 godz. w PR3 i z 54 godz. do 46 godz. w PR4).

W 4 ogólnopolskich programach Polskiego Radia udział audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych

i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych był nieco niższy niż w roku 2012 (łącznie w czterech opisywanych programach PR zajęły 322 godziny w 2012 r. i 297 godzin – w 2013 r.). Ta niższa nieco liczba godzin nie miała wpływu na realizację zapisów Rozporządzenia KRRiT z dnia 24 kwietnia 2003 r. Polskie Radio SA w 2013 r. przestrzegało postanowień w nim zawartych. W ubiegłorocznym programie audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności nadawane były w Programie 1 (zajęły 70 godz. rocznej emisji programu).

Wykres 47. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w: Programie 1, Programie 2, Programie 3, Programie 4 Polskiego Radia SA.



- Audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych
- Audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej

Monitoring programów Polskiego Radia SA

Monitoring przeprowadzono na tygodniowych próbach (20-26 maja) 4 ogólnopolskich programów Polskiego Radia.

Analiza wykazała, że w Programie 1 koncentrowano się na prezentowaniu i omawianiu bieżących wydarzeń. Czyniono to w sposób obiektywny, z zachowaniem zasad pluralizmu. Zachowywano równowagę pomiędzy podejmowanymi obszarami tematycznymi, a prezentowane zagadnienia ukazywano z różnych perspektyw.

Atutem Programu 1 była obecność reportaży oraz słuchowisk. W monitorowanej próbie przeważały audycje słowne (58%; muzyka zajęła 36% tygodniowego czasu emisji). Nadawano różnorodną muzykę, często archiwalną. Program adresowany był do szerokiego grona odbiorców, w tym – do dzieci. W analizowanej próbie obecne były także audycje uwzględniające potrzeby religijne odbiorców (transmisja mszy św. oraz magazyny informacyjne dotyczące Kościoła w Polsce i na świecie).

Oferta Programu 2 związana była głównie z prezentacją oraz omawianiem wydarzeń związanych z kulturą. Muzyka zajmowała ponad połowę analizowanej próby programu (63%). Nadawano utwory wartościowe, wysoki udział miała muzyka klasyczna oraz etniczna i folkowa. Podobnie jak w Programie 1, również w Dwójce nadawano audycje uwzględniające potrzeby religijne odbiorców.

Program 3 miał charakter informacyjno-rozrywkowy. Ponad połowę programu (56%) zajęła różnorodna muzyka (również nadawana „na żywo”), w większości opatrzona fachowym i rzetelnym komentarzem prowadzących. Wysoki poziom miały treści rozrywkowe – prezentowano felietony satyryczne, piosenki oraz skecze kabaretowe (również archiwalne). Ważny element programu stanowiły: publicystyka i informacja, dotyczące przede wszystkim bieżących wydarzeń w Polsce, ale także tematów międzynarodowych. Treści te były ukazywane w sposób rzetelny, z różnych perspektyw, opatrzone komentarzem polityków, ekspertów i dziennikarzy reprezentujących różne poglądy i środowiska. Monitorowany program zawierał audycje literackie prezentujące polską powieść współczesną. Wśród audycji edukacyjnych podejmowano tematykę związaną z rozwojem nowych technologii.

Ponad połowę analizowanej próby Programu 4 zajęła muzyka (63%). Atutem była jej różnorodność: od rocka, poprzez folk, muzykę elektroniczną i klubową, po hip-hop. W warstwie słownej programu realizowano misję nadawcy publicznego przede wszystkim poprzez edukację oraz informację i publicystykę. Obecne były reportaże. Edukacja dotyczyła m.in. miejsca technologii w życiu człowieka oraz nowych rozwiązań technologicznych. W programie nadano także audycję publicystyczną, uwzględniającą potrzeby religijne odbiorców.

Pozycja Polskiego Radia SA na rynku

Tabela 2. Wskaźniki słuchalności w 2013 r. programów Polskiego Radia SA.

	Udział w czasie słuchania (%)	Zasięg dzienny (%)	Dzienny czas słuchania(%)
Program 1 PR SA	10,5	11,0	3:00:31
Program 2 PR SA	0,5	0,8	1:53:08
Program 3 PR SA	7,4	7,5	3:05:40
Program 4 PR SA	0,5	0,6	2:15:30
ŁĄCZNIE	18,7%	18,1	3:25:45

Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Polskie Radio otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 193 701 tys. zł. Na koniec 2013 r. w spółce pozostały środki abonamentowe w kwocie 524 tys. zł, z tego na: zadania programowe – 82 tys. zł, inne zadania misyjne: Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim – 140 tys. zł, digitalizacja – 22 tys. zł oraz zadanie inwestycyjne – budowa zapasowego centrumprzetwarzania bazy danych – 280 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Polskiego Radia zostały pokryte w 80,3% z abonamentu, w 4,9% z innych przychodów publicznych oraz w 14,8% z dochodów własnych.

Koszty innych zadań realizujących misję obejmują przede wszystkim: Portal internetowy - mojepolskieradio.pl (8 397 tys. zł), Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim (6 244 tys. zł), Studio Reportażu i Dokumentu (428 tys. zł), Teatr PR (628 tys. zł), Piknik Naukowy (493 tys. zł).

Tabela 3. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Polskiemu Radiu SA

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 programów ogólnokrajowych, z tego:	138 783	57,5
- Program 1	48 869	x
- Program 2	35 846	x
- Program 3	32 051	x
- Program 4	22 017	x
2. Bezpośrednie koszty rozpowszechniania programów ogólnokrajowych	43 431	18,0
3. Koszty praw autorskich i pokrewnych programów ogólnokrajowych	17 483	7,3
4. Tworzenia i rozpowszechniania Radia dla Zagranicy, z tego:	17 721	7,4
- Koszty tworzenia	15 144	x
-Bezpośrednie koszty rozpowszechniania	2 577	x
5. Programy nadawane w systemie DAB+ - Radio Rytm	340	0,1
6. Inne zadania realizujące misję	23 493	9,7
RAZEM	241 251	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki sfinansowane z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	120 000	193 701	193 176
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych Program 1, Program 2, Program 3 i Program 4, z tego:	110 534	x	168 385
1) rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych	36 300	x	32 020
2) koszty całkowite zadań programowych w programach ogólnokrajowych w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	58 054	x	122 549
3) prawa autorskie i pokrewne	16 180	x	13 816
2. Koszty bezpośrednie rozpowszechniania programu dla odbiorców za granicą - Radio dla Zagranicy	2 000	x	3 204
3. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji:	4 866	x	19 267
1) na koszty działalności Radiowego Centrum Nadawczego PR w Solcu Kujawskim	4 836	x	5 007
2) dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	9
3) portal mojepolskieradio.pl	x	x	9 611
4) Studio Reportażu i Dokumentu	x	x	46
5) Teatr, Festiwal Dwa Teatry	x	x	768
6) archiwum – zbiór użyczony	x	x	2 983
7) Polskie Radio 24	x	x	843
4. Zadania inwestycyjne, z tego:	2 600	x	2 320
1) budowa zapasowego Centrum Przetwarzania Danych	500	x	220
2) modernizacja bazy nadawczej	900	x	900
3) budowa platform produkcji radiowej i udostępnienia w sieci Internet	1 200	x	1 200

ROZGLOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO

Radio Białystok SA

Władze spółki

Zarząd

Władysław Prochowicz – prezes

Rada Nadzorcza

Piotr Fiedorczyk – przewodniczący

Maria Niedźwiecka – wiceprzewodnicząca

Monika Wróblewska – sekretarz

Piotr Niczyporuk, Marek Proniewski – członkowie

Rada Programowa

Mirosław Hanusz – przewodniczący

Joanna Tomalska – wiceprzewodnicząca

Andrzej Romańczuk – sekretarz

Szczepan Barszczewski, Leszek Cieślík, Andrzej Ciszewski,

Adam Dębski, Magdalena Godlewska-Siwerska,

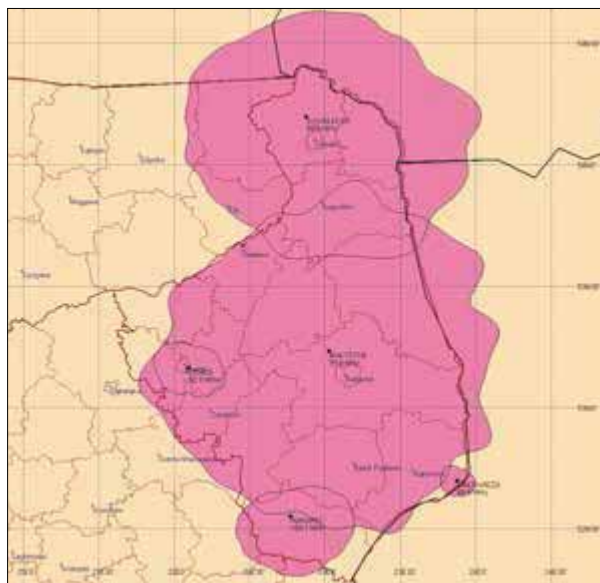
Władysław Jagiełło, Krzysztof Matys, Rafał Rudnicki,

Grażyna Serafin, Marcin Szczudło, Robert Winnicki,

Bartosz Wojda – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Białystok SA

Pokrycie ludnościowe:	1 318 545 osób	3,41 %
Pokrycie powierzchniowe:	15 759,8 km ²	5,04 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

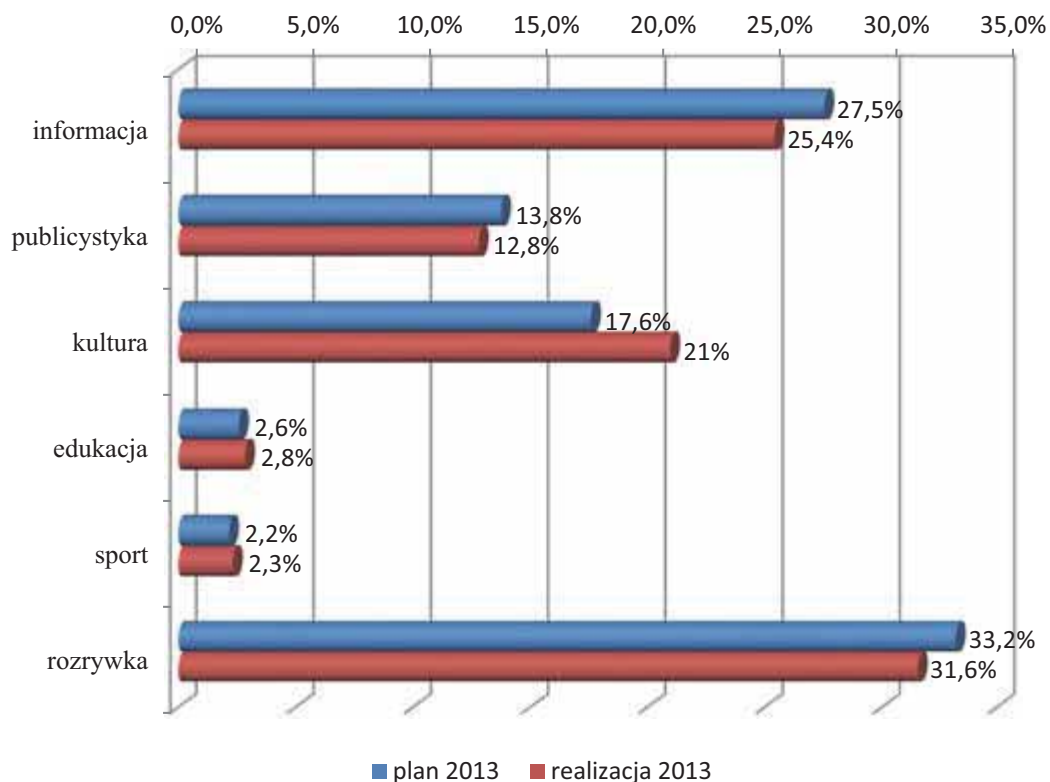
Realizacja planów programowych

W programie Radia Białystok zrealizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie rodzajów nadawanych audycji, jak również ich wymiaru czasowego. Niewielki spadek udziału audycji informacyjno-publicystycznych skutkowało, co warto podkreślić, wzrostem obecności pozycji programowych poświęconych kulturze. Audycje dotyczące tematyki regionalnej realizowane poprzez słowo, miały wysoki udział w programie i stanowiły 37% rocznego czasu nadawania. Obok audycji informacyjnych poświęconych bieżącym wydarzeniom w regionie, oferta zawierała również treści edukacyjne (w tym dla dzieci), spektakle

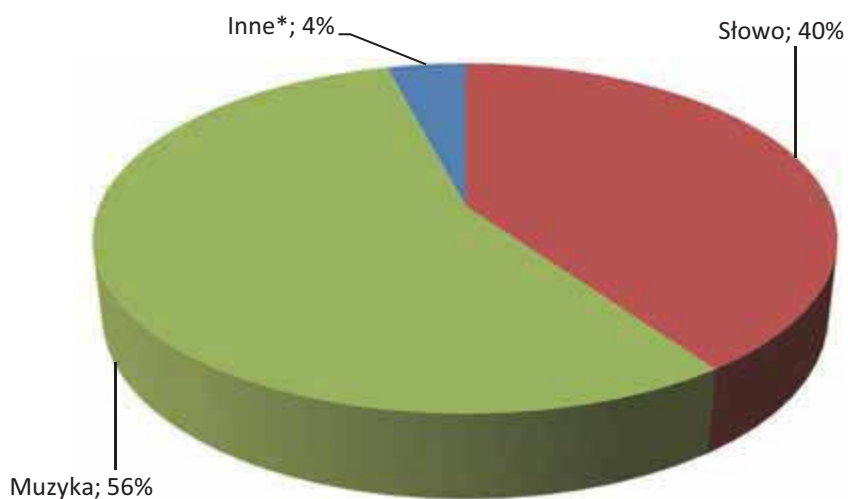
Radiowego Teatru Sensacji, reportaże, prezentacje utworów literackich (prozy i poezji). Spółka wypełniała szczególne zadania misyjne wobec żyjących w regionie mniejszości narodowych i etnicznych, do których kierowała audycje w języku: litewskim, białoruskim i ukraińskim. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 96% rocznego programu. Ofertę cechowała duża różnorodność gatunkowa.

Słowo miało wysoki udział w programie; w jego warstwie muzycznej prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 48. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Białystok SA.



Wykres 49. Udział słowa i muzyki w programie Radia Białystok w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



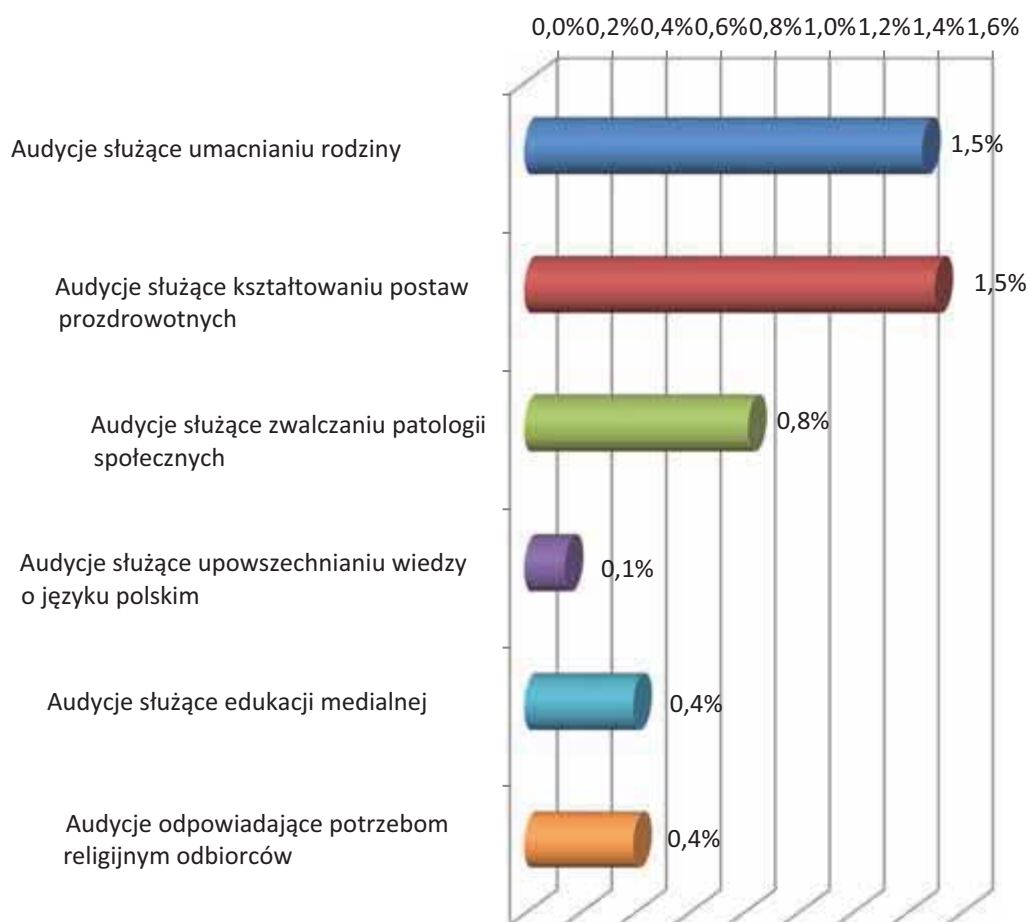
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W stosunku do roku 2012, na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny (128 godz.), kształtujących postawy prozdrowotne (132 godz.) oraz odpowiadających potrzebom religijnym (32 godz.). Obecność audycji służących zwalczaniu patologii społecznych

spadła o 1/4 (do 72 godz.). Zwiększono natomiast czas emisji audycji dotyczących edukacji medialnej (z 20 godz. do 31 godz.) oraz upowszechniających wiedzę o języku polskim (z 2 godz. do 14 godz.). Łączny czas trwania w 2013 r. wyróżnionych audycji realizujących ustawowe powinności spadł nieznacznie (o 22 godz.) i wyniósł 408 godz.

Wykres 50. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Białystok S.A.

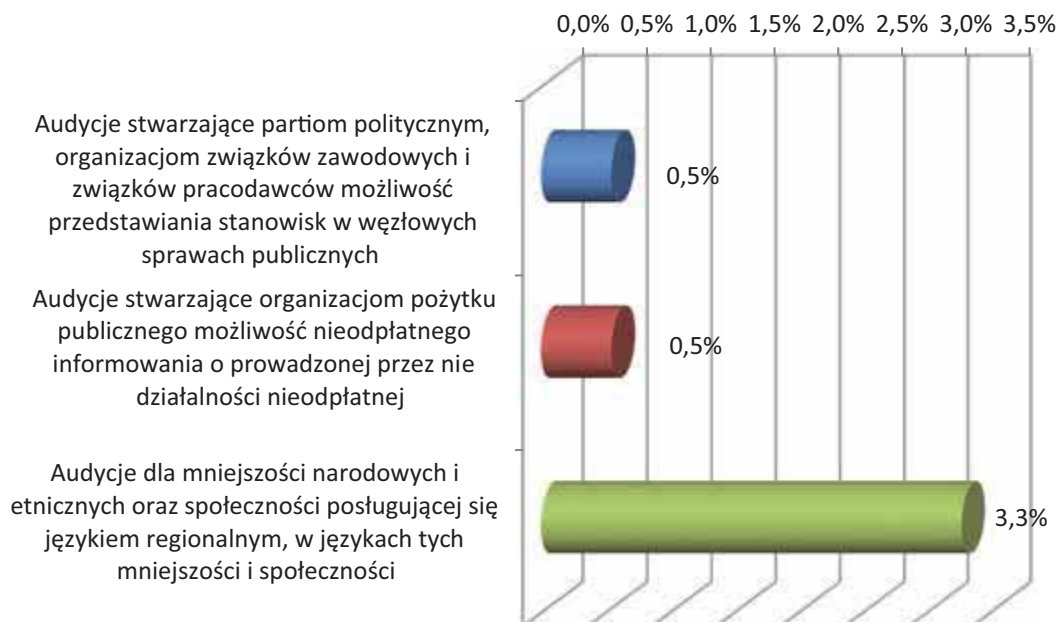


Radio Białystok nadało 287 godzin (tyle co w 2012 r.) audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. Oznacza to realizację planów programowych w tym zakresie.

Czas emisji (48 godz.) audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związkowym

zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych utrzymano na poziomie porównywalnym z 2012 rokiem i zgodnym z rozporządzeniem KRRiT. Audycje informujące o działalności organizacji pożytku publicznego zajęły łącznie 48 godz.

Wykres 51. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Białystok S.A.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Białystok na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Monitoring wykazał, że udział warstwy słownej w programie wyniósł 27% tygodniowego czasu emisji. Ponad połowa audycji i przekazów słownych (59%) dotyczyła tematyki związanej z regionem. Problematyka regionalna dominowała w takich

kategoriach ustawowych jak: informacja, publicystyka i sport. Znaczący był również jej udział w kulturze (blisko 41%). W audycjach informacyjnych i publicystycznych dominowały relacje o Białymstoku. Natomiast treści dotyczące pozostałych ośrodków w regionie najczęściej prezentowane były w audycjach poświęconych kulturze.

Na podkreślenie zasługuje stała obecność w ofercie kulturalnej programu audycji poświęconych reportażowi artystycznemu (Reportaż w Polskim Radiu Białystok oraz Czas na reportaży), a także słuchowisk w ramach „Radiowego teatru sensacji”.

Ponadto, walorem programu było uwzględnienie specyfiki regionu związanej z jego wielokul-

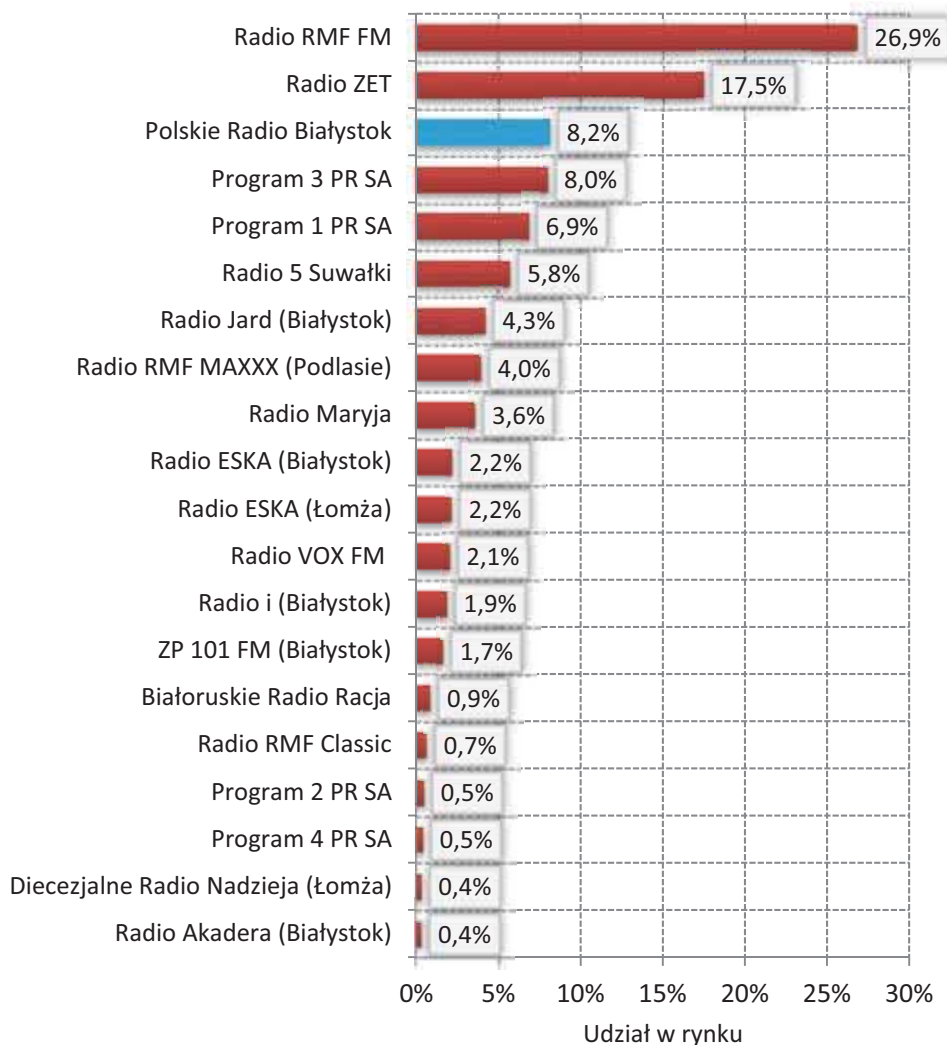
turowością, tj. nadawanie audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych (ukraińskiej, białoruskiej, litewskiej) zamieszkujących w zasięgu nadawania Radia Białystok.

Udział muzyki w monitorowanej próbie wyniósł 66% tygodniowego programu. Złożyła się na nią

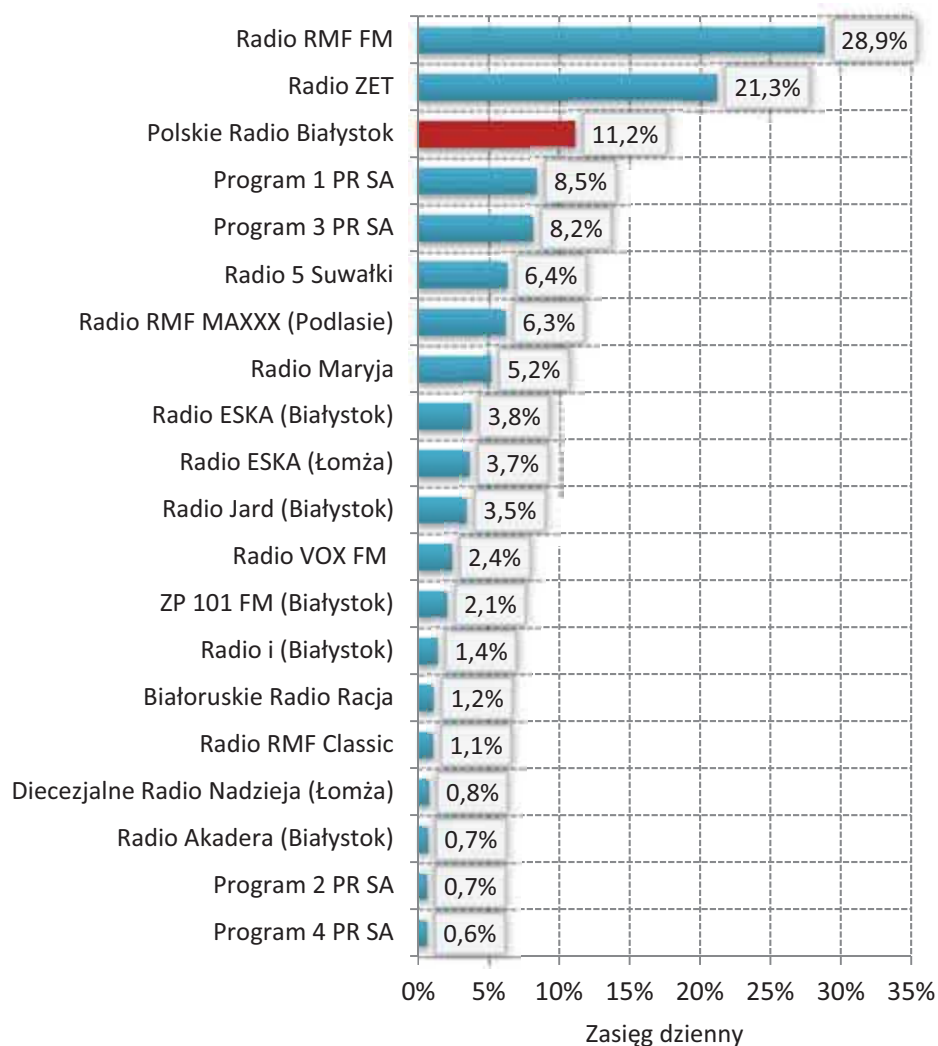
głównie muzyka rozrywkowa, a także, choć w mniejszym stopniu, jazz. Nadawano również piosenki wykonywane w języku białoruskim i ukraińskim. Stanowiły one integralną część oferty muzycznej programu i były nadawane poza audycjami adresowanymi do mniejszości narodowych.

Pozycja Radia Białystok na rynku radiowym w województwie podlaskim

Wykres 52. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa podlaskiego w 2013 r.



Wykres 53. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa podlaskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Białystok otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 611 tys. zł. Na koniec roku pozostały w Spółce środki abonamentowe w kwocie 84 tys. zł, z przeznaczeniem na: audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych – 21 tys. zł, dostosowanie zdigitali-

zowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych – 30 tys. zł oraz remont dachu budynku rozgłośni – 33 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Radia Białystok zostały pokryte w 96% z abonamentu i w 4% ze środków własnych.

Tabela 4. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Białystok S.A.

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	8 116	83,1
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	834	8,6
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	811	8,3
RAZEM	9 761	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 177	9 611	9 527
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 253	x	7 550
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	884	x	1 021
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	810	x	789
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	0
5. Zadania związane z remontem dachu oraz elewacji zewnętrznej budynku radia	200	x	167

Radio Pomorza i Kujaw SA (Bydgoszcz)

Władze spółki

Zarząd

Michał Jagodziński – prezes

Rada Nadzorcza

Roman Bäcker – przewodniczący

Jan Montowski – wiceprzewodniczący

Sylwester Bejger – sekretarz

Kazimierz Kozłowski

Jolanta Kuligowska-Roszak – członkowie

Rada Programowa

Grzegorz Kaczmarek – przewodniczący

Marcin Czyżniewski – wiceprzewodniczący

Katarzyna Rodziewicz – sekretarz

Janusz Borkowski, Dominika Gościmińska,

Marek Kornacki, Paweł Korzestański, Maciej Krzemiński,

Sławomir Młodzikowski, Krzysztof Niesłuchowski,

Zbigniew Ostrowski, Teresa Stępień-Nowicka,

Bogdan Ściesiński, Karol Wojtasik – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Pomorza i Kujaw SA

Pokrycie ludnościowe:	2 185 287 osób	5,65 %
Pokrycie powierzchniowe:	18 549,1 km ²	5,88 %



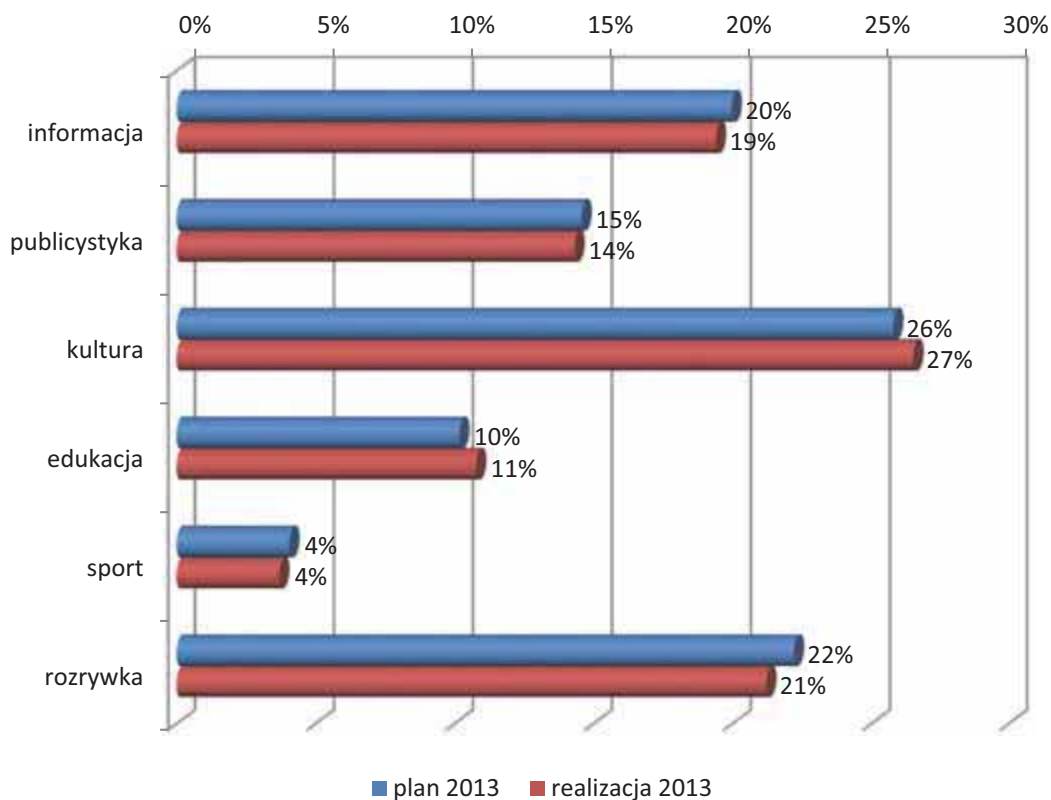
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie Radia PiK wyniósł 96% programu nadanego w 2013 r. Uzgodnione plany były realizowane, zarówno w zakresie kategorii nadawanych audycji, jak również ich wymiaru czasowego (w poszczególnych kategoriach audycji modyfikacje w stosunku do planu były minimalne – na poziomie 1 punktu procentowego). Tematyki regionalnej,

realizowanej poprzez słowo, dotyczyła niemal połowa programu (45%). Sprawy regionu poruszano w bieżących informacjach i publicystyce, w serwisach i magazynach sportowych, audycjach dotyczących wydarzeń kulturalnych, reportażach i dokumentach poświęconych różnorodnej problematyce, audycjach prezentujących dorobek twórczości ludowej w regionie oraz w różnego typu edukacji.

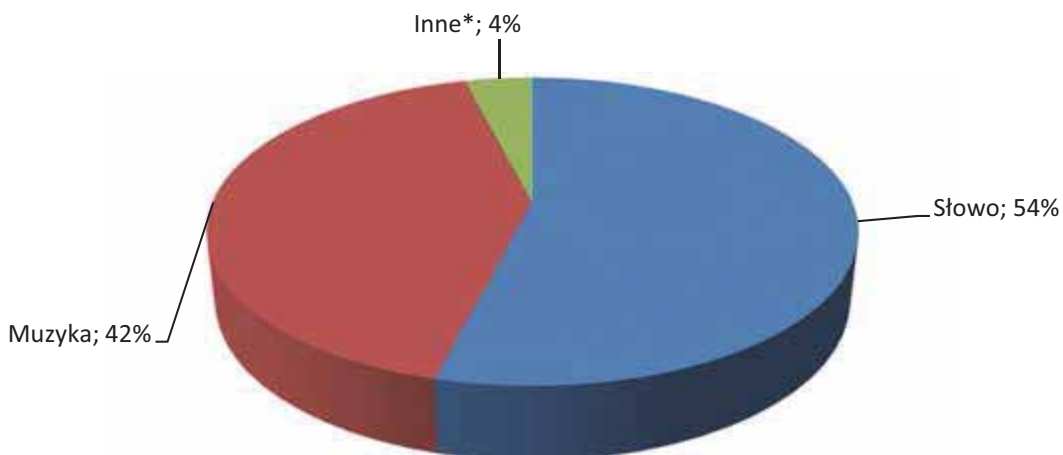
Wykres 54. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Pomorza i Kujaw S.A.



Audycje słowne zajęły ponad połowę programu – 54%, a muzyka 42% ubiegłorocznego czasu nadawania. Dominowała współczesna muzyka

rozrywkowa, choć nadawano także stałe codzienne cykle z muzyką klasyczną i cotygodniowe z muzyką ludową.

Wykres 55. Udział słowa i muzyki w programie Radia PiK S.A. w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



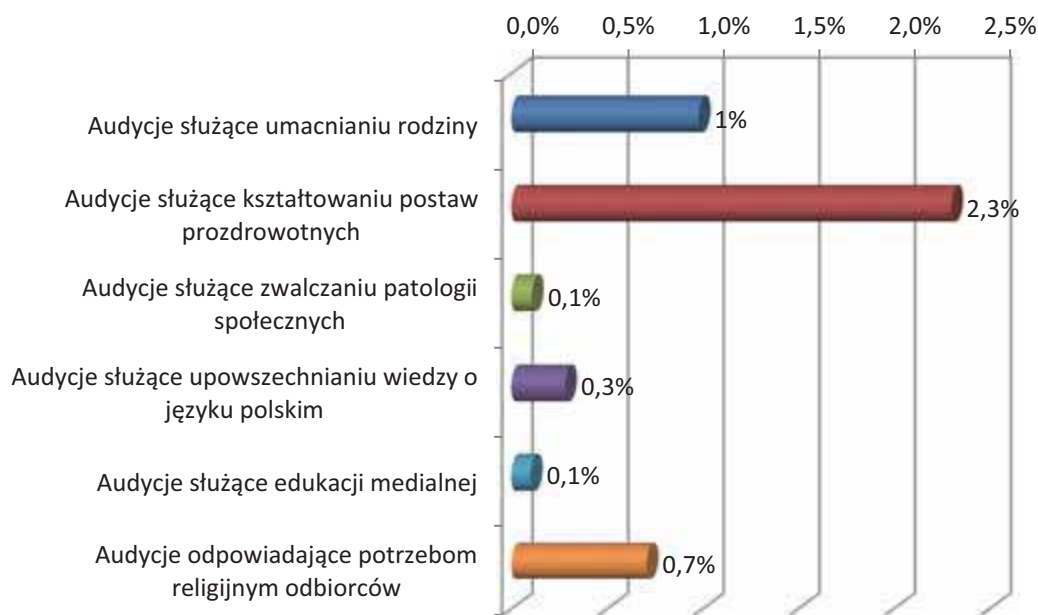
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W porównaniu z 2012 r. znacznie zmniejszono udział audycji służących umacnianiu rodziny (ponad dwukrotnie: w 2012 r. – 267 godz., w 2013 r. – 86 godz.) i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (kilkakrotnie: w 2012 r. – 197 godz., w 2013 r.

– 25 godz.). Udziały audycji wypełniających pozostałe powinności realizowano na porównywalnym poziomie. Łącznie audycje realizujące wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji zajęły 392 godziny (4,5% rocznego czasu emisji programu).

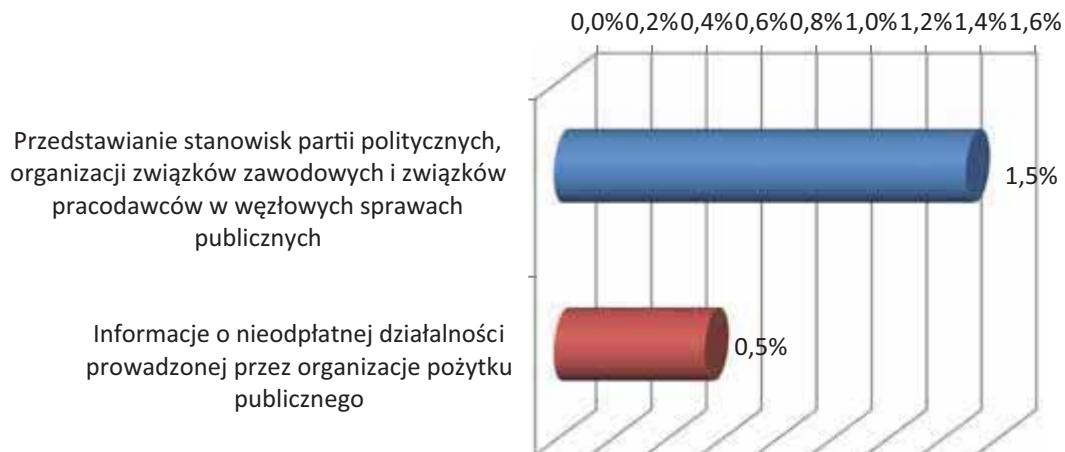
Wykres 56. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Pomorza i Kujaw SA.



Radio PiK przeznaczyło wymaganą rozporządzeniem KRRiT ilość czasu na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach

publicznych (zajęły one 131 godzin). Audycje informujące o nieodpłatnej działalności prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego zajęły 48 godzin w ciągu roku.

Wykres 57. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Pomorza i Kujaw SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia PiK na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa był wysoki i wyniósł 42% tygodniowego czasu emisji, a tematyka dotycząca regionu zajęła ok. 40% wszystkich wyemitowanych audycji i przekazów słownych. Najczęściej realizowano ją poprzez sport, następnie informację, publicystykę oraz edukację. W mniejszym wymiarze przekazy związane z regionem były obecne w audycjach poświęconych kulturze, a w minimalnym stopniu w rozrywce.

Niewątpliwym walorem programu była jego oferta edukacyjna, zawierająca szerokie spektrum audycji, w szczególności: popularnonaukowe, oma-

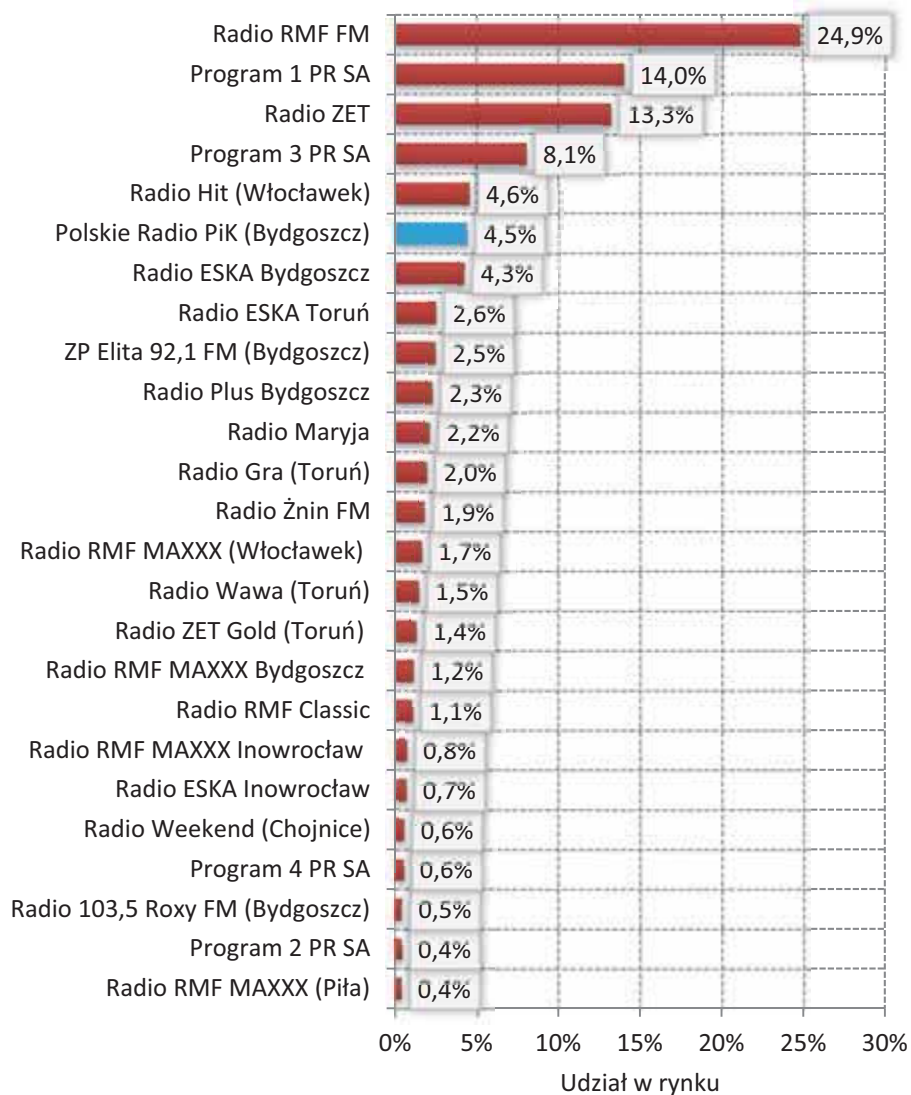
wiające nowe technologie, poradnicze, upowszechniające wiedzę o języku polskim, poświęcone edukacji obywatelskiej, w tym poszerzające wiedzę w zakresie prawa wyborczego i kompetencji wybieranych władz oraz audycje poradnicze z zakresu ekologii i zdrowia. Natomiast niedostatkami programu w monitorowanym tygodniu był brak audycji edukacyjnych dotyczących regionu, np. jego historii.

Atutem programu była także oferta kulturalna, zwłaszcza w zakresie prezentacji artystycznych form udratyzowanych dla dzieci i młodzieży, w tym bajek i słuchowisk, prozy i poezji, utworów muzyki klasycznej i współczesnej. Oprócz popularnej muzyki rozrywkowej nadawano stałe cykle poświęcone muzyce klasycznej oraz audycje kształtujące kompetencje odbiorcze w zakresie muzyki poważnej.

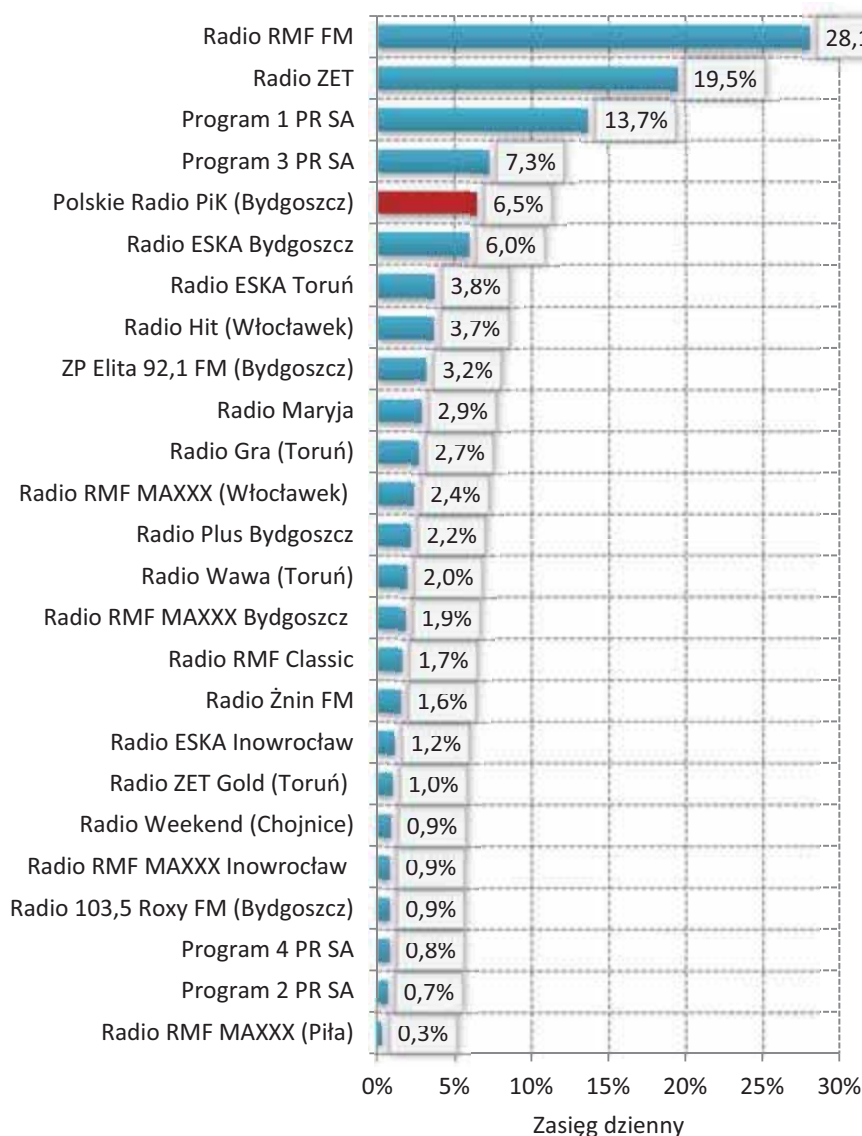
Muzyka zajęła 52% programu. Nadawano popularną muzykę rozrywkową, a także, choć w mniejszym stopniu tzw. muzykę alternatywną, rock, blues, jazz oraz wspomnianą już muzykę poważną.

Pozycja Radia PiK na rynku radiowym w województwie kujawsko-pomorskim

Wykres 58. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego w 2013 r.



Wykres 59. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Pomorza i Kujaw otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 11 276 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały do wykorzystania w 2014 r. środki abonamentowe w wysokości 756 tys. zł, z tego na: zadania programowe – 241 tys. zł, zadania inwestycyjne

(zakup systemu planowania i emisji programu oraz systemu obsługi redakcji dzienników) – 500 tys. zł oraz digitalizację archiwum – 15 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Radia PiK zostały pokryte w 97% z abonamentu i w 3% z dotacji.

Tabela 5. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Pomorza i Kujaw S.A.

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	8 902	82,7
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 740	16,2
3. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, z tego:	116	1,1
– dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	48	x
– pozostałe	68	x
RAZEM	10 758	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Wykaz przedsięwzięć finansowanych ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 111	11 276	10 520
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 570	x	8 531
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 511	x	1 511
3. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	15
4. Zadania inwestycyjne	x	x	463

Radio Gdańsk S.A.

Władze spółki

Zarząd

Lech Parell – prezes

Zdzisław Koszlak – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Jan Kreft – przewodniczący

Donat Paliszewski – wiceprzewodniczący

Zbigniew Jasiewicz, Małgorzata Niezgoda,

Andrzej Trojanowski – członkowie

Rada Programowa

Jerzy Karpiński – przewodniczący

Andrzej Krzysztofiak – wiceprzewodniczący

Danuta Makowska – wiceprzewodnicząca

Jerzy Boj, Tomasz Bojar-Fijałkowski,

Henryka Dobosz-Kinaszewska, Adam Grzybowski,

Sławomir Klupś, Krzysztof Łodziński,

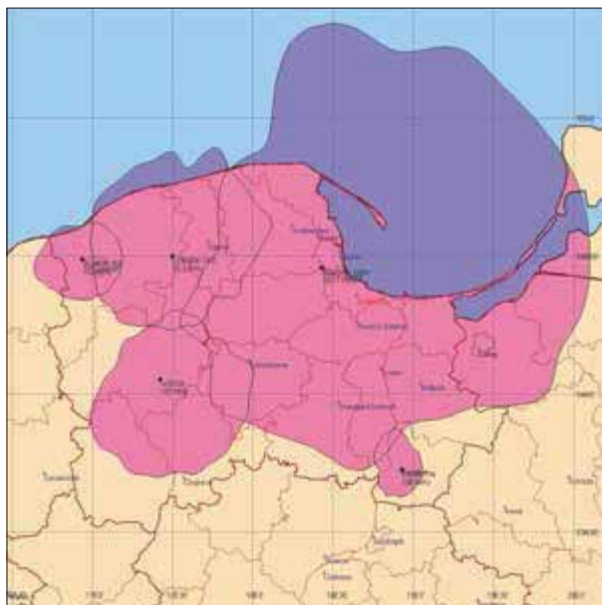
Magdalena Marszałkowska, Jarosław Milewczyk,

Andrzej Młot, Piotr Niedźwiecki, Andrzej Różański,

Jacek Rybicki – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Gdańsk SA

Pokrycie ludnościowe:	2 152 861 osób	5,56 %
Pokrycie powierzchniowe:	14 086,4 km ²	4,50 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

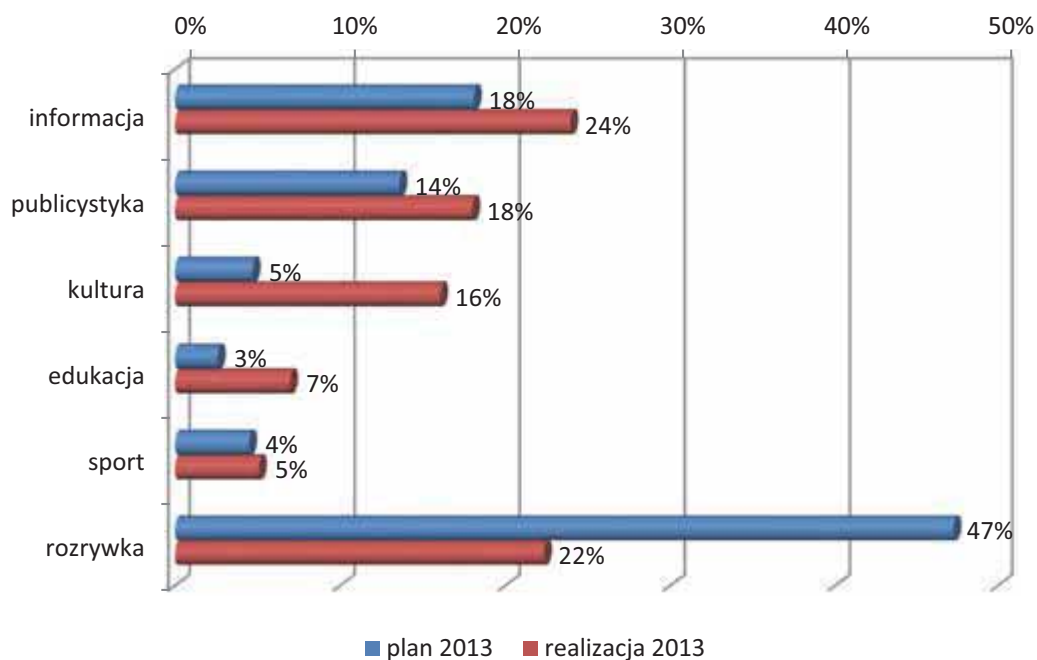
Realizacja planów programowych

Spółka realizowała uzgodnione plany – łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 91% programu. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu. Jednak była to zmiana, która wpłynęła pozytywnie na jakość nadawanego programu oraz sposób realizacji zadań misyjnych. O połowę niższy od planowanego był udział audycji w kategorii rozrywka (o 2179 godzin), przy jednoczesnym zwiększeniu udziału audycji w pozostałych kategoriach: kultura (o 994 godziny), informacja (o 512 godzin), publicystyka (o 386 godzin), edukacja (o 384 godziny) i sport (o 51 godzin).

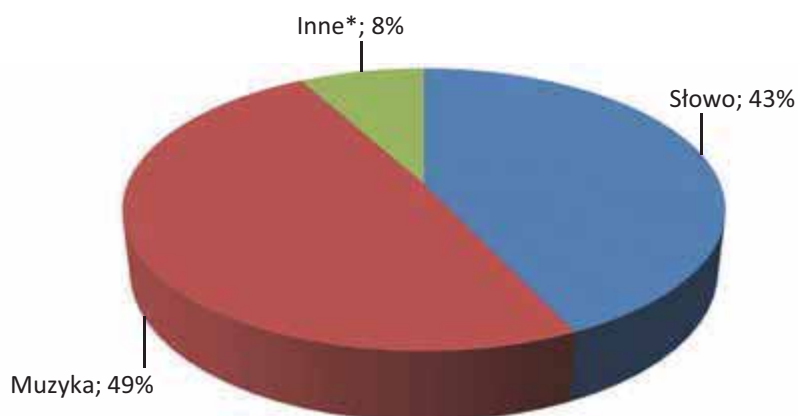
Treści regionalnych realizowanych poprzez różne rodzaje audycji słownych dotyczyło ponad 40% ubiegłorocznego programu. Obok informacji i omówień problemów dotyczących regionu, serwisów i transmisji regionalnych wydarzeń sportowych, oferta zawierała również treści edukacyjne oraz związane z kulturą. Spółka realizuje szczególne zadania misyjne wobec społeczności kaszubskiej stale wzbogacając ofertę programu w języku kaszubskim.

Audycje słowne miały dość wysoki udział w programie (43%). Muzyka zajęła niemal połowę programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 60. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Gdańsk S.A.



Wykres 61. Udział słowa i muzyki w programie Radia Gdańsk S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



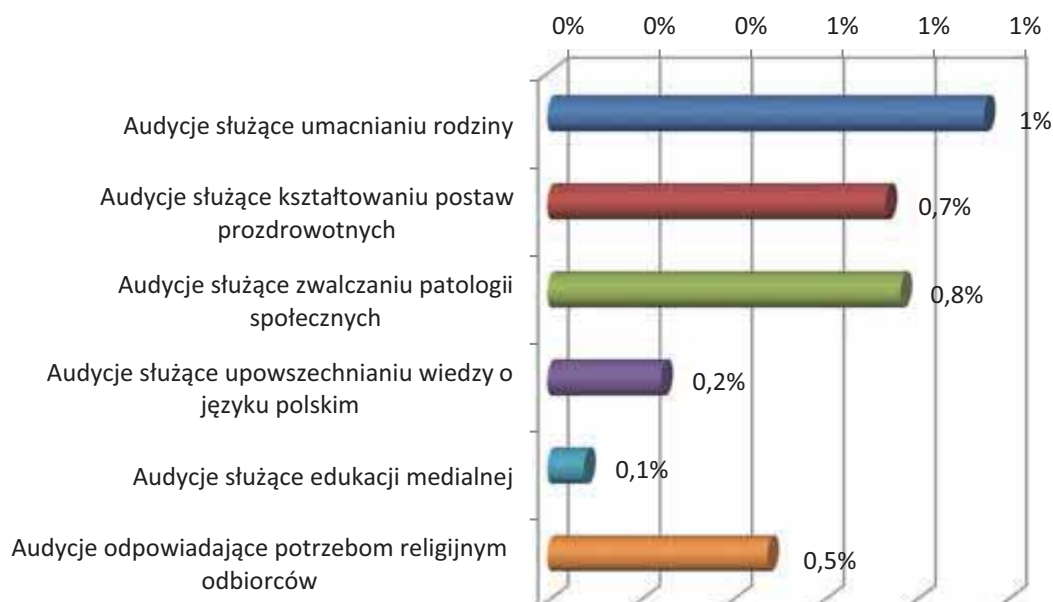
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

Udział audycji służących umacnianiu rodziny kształtował się na poziomie nieco wyższym niż rok wcześniej (w 2013 r. – 83 godz.), w 2012 r. – 62 godz.). Na niezmiennym poziomie utrzymano natomiast

udział audycji realizujących pozostałe powinności. Audycje te zajęły łącznie 286 godzin (3% rocznego czasu emisji programu).

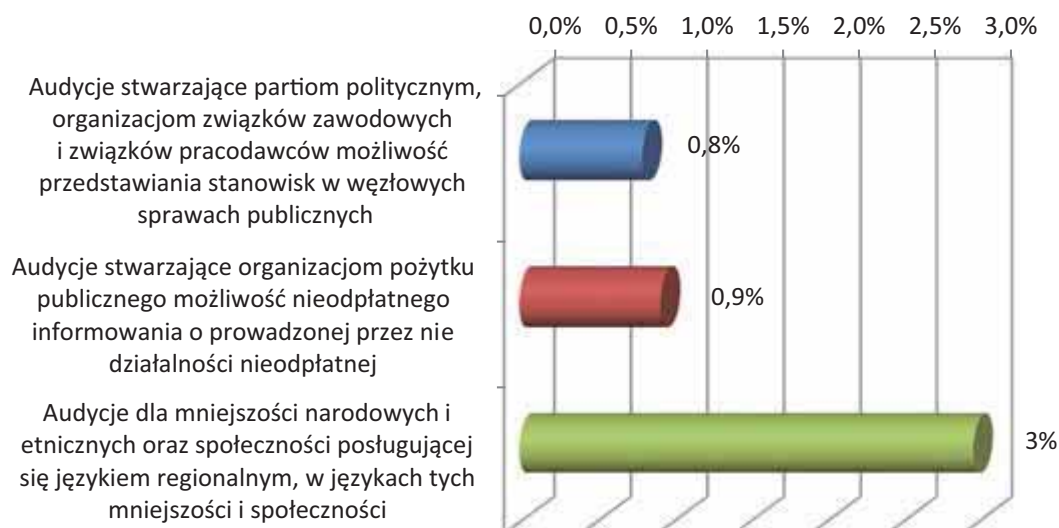
Wykres 62. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Gdańsk S.A.



Radio Gdańsk w 2013 r. po raz kolejny znacząco zwiększyło (o 80 godz. w stosunku do 2012 r.) liczbę godzin audycji uwzględniających potrzeby mniejszości kaszubskiej zamieszkującej w zasięgu nadawania tego programu. W ubiegłym roku nadano 260 godz. tego typu audycji, realizując plany w tym zakresie.

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 (70 godz.). Audycje informujące o działalności organizacji pożytku publicznego zajęły 81 godzin w ciągu roku.

Wykres 63. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Gdańsk S.A.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Gdańsk na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa wyniósł 44%, a treści regionalne stanowiły ponad połowę tygodniowego czasu emisji audycji i przekazów słownych (52%). Tematyka związana z regionem była obecna we wszystkich ustawowych kategoriach, a dominowała w informacji i sporcie.

Jej walorem była różnorodność. W programie prezentowano najważniejsze informacje regionalne o charakterze politycznym, gospodarczym, społecznym i kulturalnym – często uzupełniając je rozległym komentarzem w rozmowach z udziałem przedstawicieli instytucji samorządowych i lokalnych organizacji

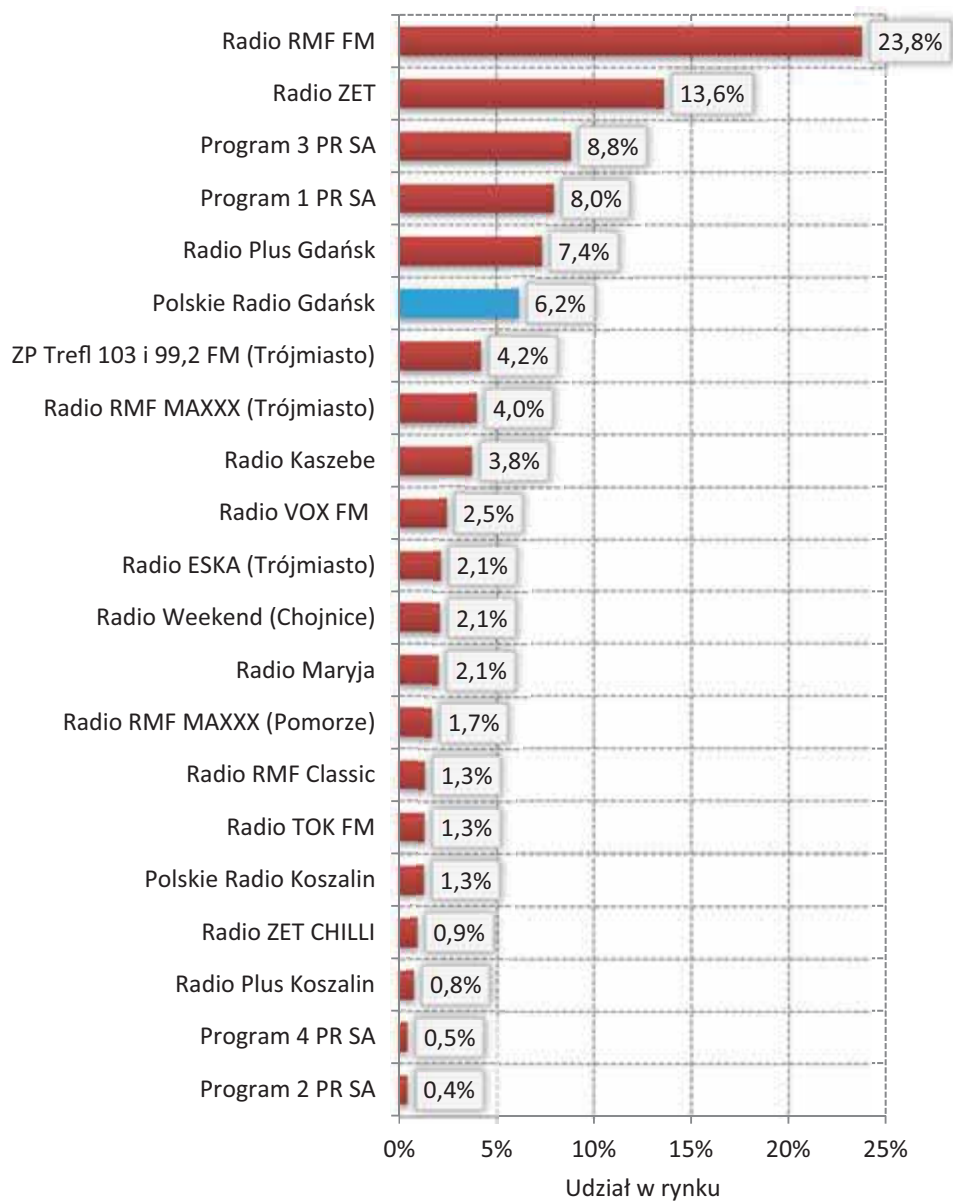
obywatelskich. Na szczególną uwagę zasługują audycje informacyjne i publicystyczne skierowane do społeczności kaszubskiej („Kleka” i „Magazyn kaszubski”). KRRiT przeprowadziła monitoring tych audycji, którego celem było sprawdzenie, jak realizują one potrzeby Kaszubów, tj. czy zapewniają odbiorcom bieżącą informację o życiu społeczności kaszubskiej. Wnioski z przeprowadzonej analizy zostały opisane w Sprawozdaniu, w części dotyczącej kontroli nadawców.

Prezentowana tematyka regionalna nie ograniczała się jedynie do Gdańska, ale dotyczyła także innych miejscowości w regionie.

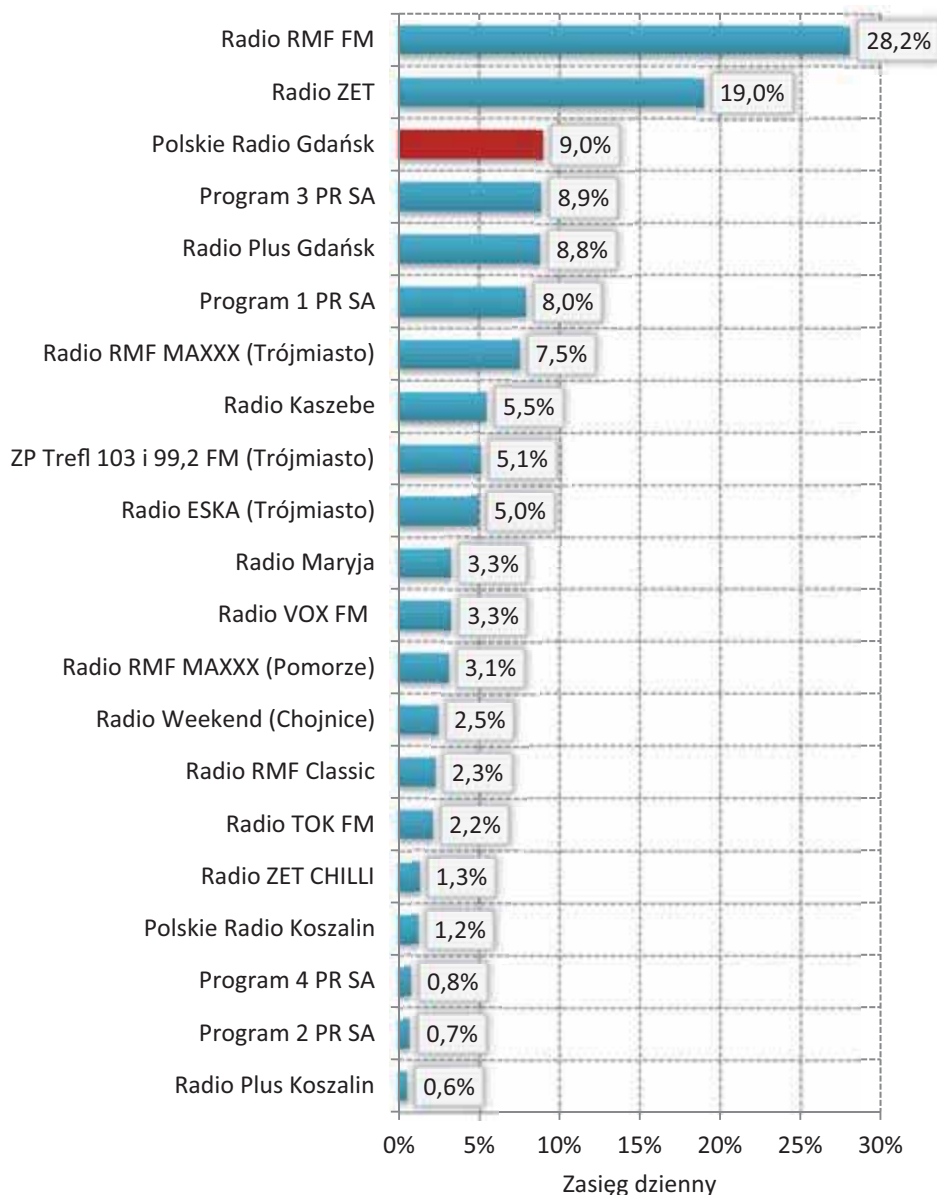
Ponadto, monitoring wykazał wysoką jakość realizacji i wartość poznawczą audycji poświęconych kulturze – nie tylko przeglądów najważniejszych wydarzeń z różnych dziedzin sztuki (np. „Przegląd kulturalny”), ale także artystycznych reportaży radiowych. Niedostatkiem oferty kulturalnej był natomiast brak form udratyzowanych adresowanych do dzieci, w tym bajek i słuchowisk.

Pozycja Radia Gdańsk na rynku radiowym w województwie pomorskim

Wykres 64. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2013 r.



Wykres 65. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Gdańsk otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 569 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały do wykorzystania w 2014 r. środki abonamentowe w wysokości 500 tys. zł, z tego na: digitalizację zbiorów archiwalnych – 30 tys. zł oraz inne zadania

misyjne (art. modernizacja budynku rozgłośni) – 470 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Spółka pokryła w 74% z abonamentu oraz z dochodów własnych w 26%.

Tabela 6. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Gdańsk SA.

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	10 260	83,6
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 621	13,2
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	397	3,2
RAZEM	12 278	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 964	9 569	9 069
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 004	x	7 139
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 533	x	1 533
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	397	x	397
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	0

Radio Katowice SA

Władze spółki

Zarząd

Henryk Grzonka – prezes

Rada Nadzorcza

Wiesław Rola – przewodniczący

Rafał Blicharz, Mirosław Czerwiński,
Bogdan Marcinkowski,
Mariola Skłodowska-Hończar
– członkowie

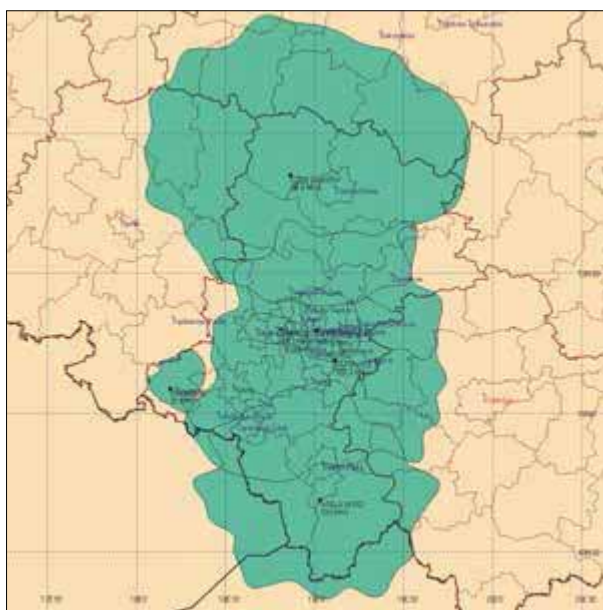
Rada Programowa

Andrzej Barczak – przewodniczący
Maciej Sablik – wiceprzewodniczący
Marek Szczerbowski – wiceprzewodniczący
Monika Matl – sekretarz

Beata Białowąs, Józef Buszman, Hanna Jarosz-Jałowicka,
Bronisław Korfanty, Tomasz Niedziela, Piotr Pietrasz,
Leonard Smolarski, Tomasz Szymborski,
Wojciech Zamorski, Konrad Zych, Andrzej Zydorowicz
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Katowice SA

Pokrycie ludnościowe:	5 800 922 osób	14,99 %
Pokrycie powierzchniowe:	29 985,4 km ²	9,59 %



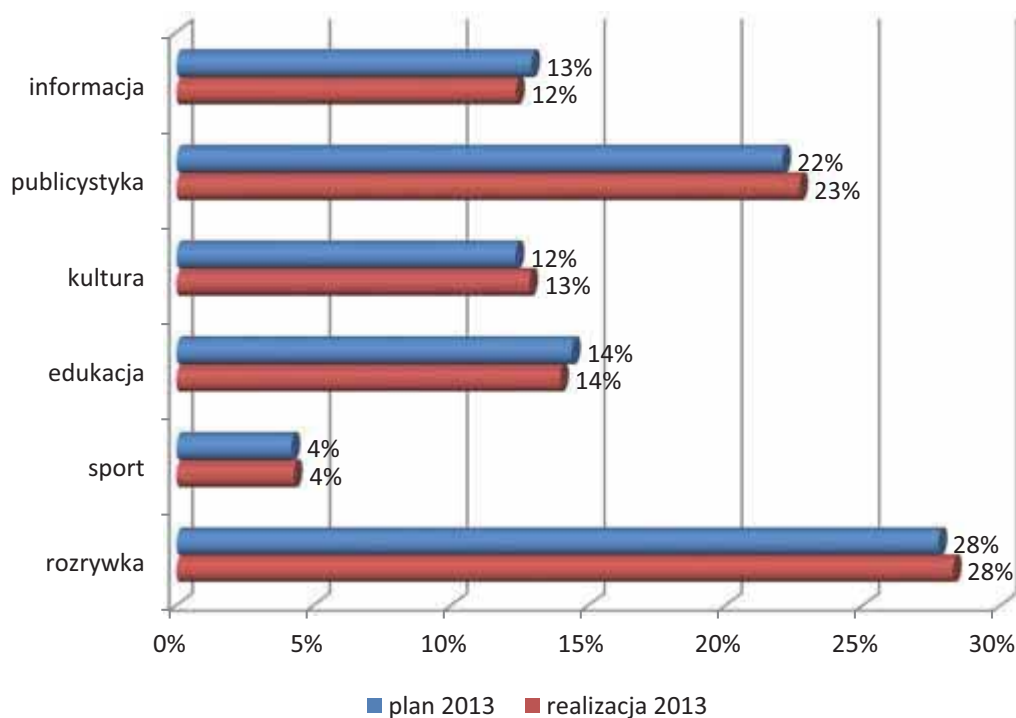
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

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 94% rocznego programu), a modyfikacje w stosunku do planu w poszczególnych kategoriach audycji były minimalne (na poziomie 1 pkt. procentowego). Niemal połowa programu dotyczyła treści regionalnych (48%) realizowanych poprzez zróżnicowane gatunkowo audycje słowne. Obok informacji

oraz omówień kwestii społecznych, politycznych i gospodarczych, tematy regionalne obecne były także w audycjach edukacyjnych, poświęconych kulturze, a także w serwisach i transmisjach sportowych. W programie obecne były ponadto audycje skierowane do różnych grup odbiorców i społeczności mieszkających na Śląsku: w gwarze śląskiej oraz w gwarze lwowskiej (poświęcone historii, kulturze i tradycji Kresów Wschodnich).

Wykres 66. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Katowice SA.



W ubiegłym roku wzrósł udział słowa w programie – zajęło ono ponad połowę rocznego czasu emisji (o ponad 10 pkt. procentowych więcej niż w roku 2012). Zmniejszył się natomiast udział muzyki

(44% programu w roku 2013, a 55% w roku 2012). Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 67. Udział słowa i muzyki w programie Radia Katowice S.A. w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



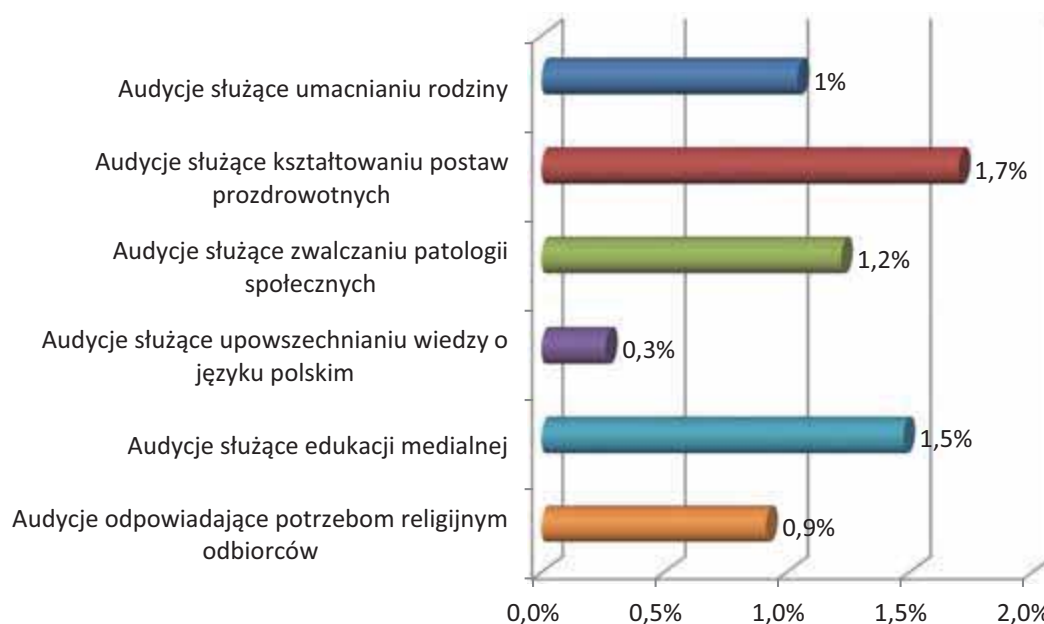
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W stosunku do roku 2012, zmniejszono znacznie udział audycji służących umacnianiu rodziny (dwukrotnie: w 2013 r. – 92 godz., w 2012 r. – 198 godz.), zwiększono natomiast udział audycji kształtujących postawy prozdrowotne (w 2013 r. – 149 godz., w 2012 r. – 122 godz.) oraz służących

edukacji medialnej (w 2013 r. – 129 godz., w 2012 r. – 82 godz.). Natomiast na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Audycje realizujące ww. powinności zajęły 6,6% rocznego czasu emisji programu.

Wykres 68. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Katowice SA.

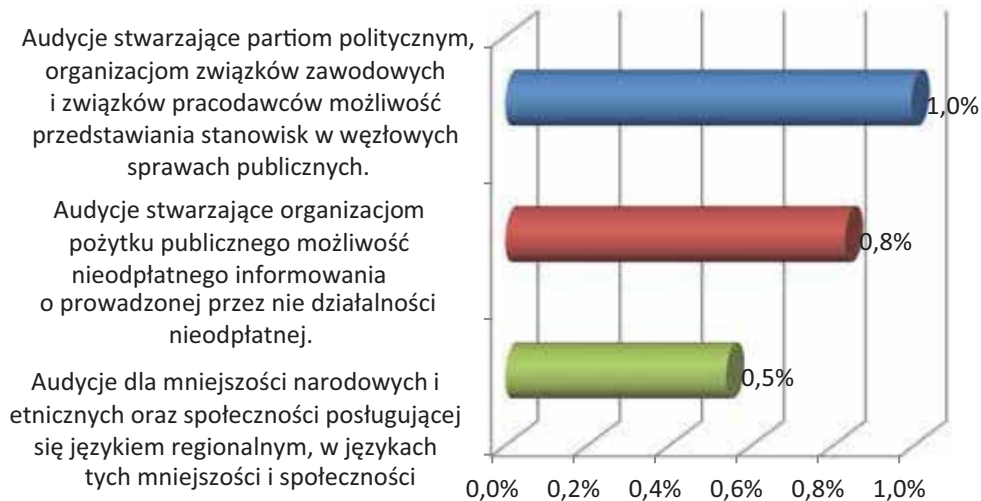


Radio Katowice w 2013 r. przeznaczyło na audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych 47 godz., jednocześnie realizując plan w tym zakresie.

Roczny czas emisji audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych,

nadawany w wymiarze zgodnym z rozporządzeniem, utrzymano na podobnym jak w roku 2012 poziomie (2012 r. – 84 godz., 2013 r. – 87 godz.). Więcej niż w 2012 r. przeznaczono natomiast czasu na audycje dla organizacji pożytku publicznego (2013 r. – 73 godz., 2012 – 53 godz.).

Wykres 69. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Katowice SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Katowice na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Monitoring wykazał, że udział słowa w programie Radia Katowice był wysoki – wyniósł 38% tygodniowego czasu emisji. Muzyka zajęła natomiast 57% programu.

Walorem programu była różnorodność tematyki regionalnej, której udział w warstwie słownej

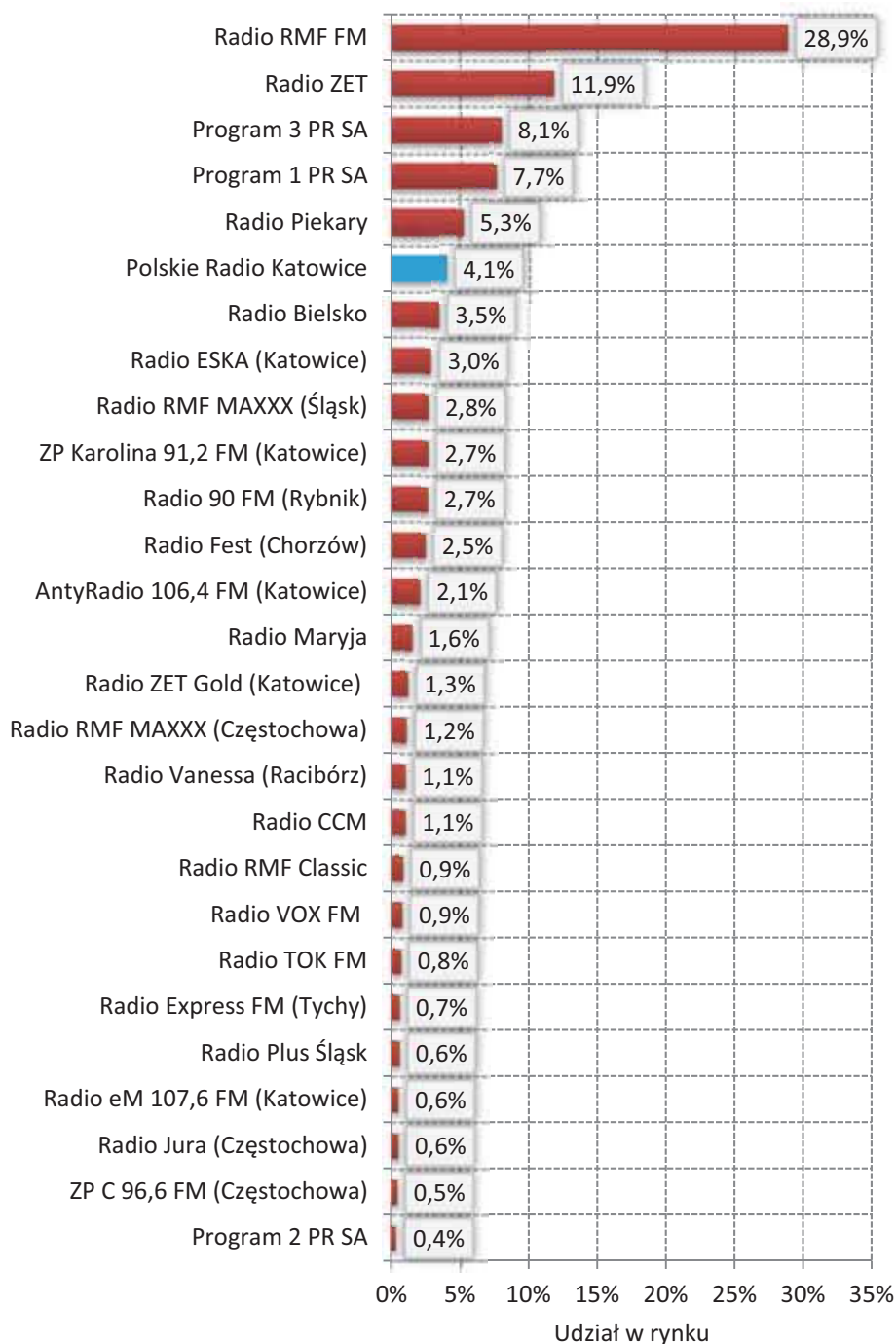
wyniósł ponad 50%. Obecna była ona w różnych rodzajach audycji: edukacyjnych, poświęconych kulturze, sportowi oraz rozrywkowych, a zdecydowanie dominowała w informacji i publicystyce.

W programie nie tylko dostarczano bieżących informacji na temat regionu, poświęconych zarówno problematyce politycznej dotyczącej województwa, jak również ekonomicznej, gospodarczej i społecznej, ale analizowano także procesy i zjawiska zachodzące na terenie Śląska. Najwięcej uwagi poświęcono stolicy regionu, choć nie brakowało przekazów dotyczących innych miast, przede wszystkim Częstochowy, Bytomia, Gliwic i Zabrza.

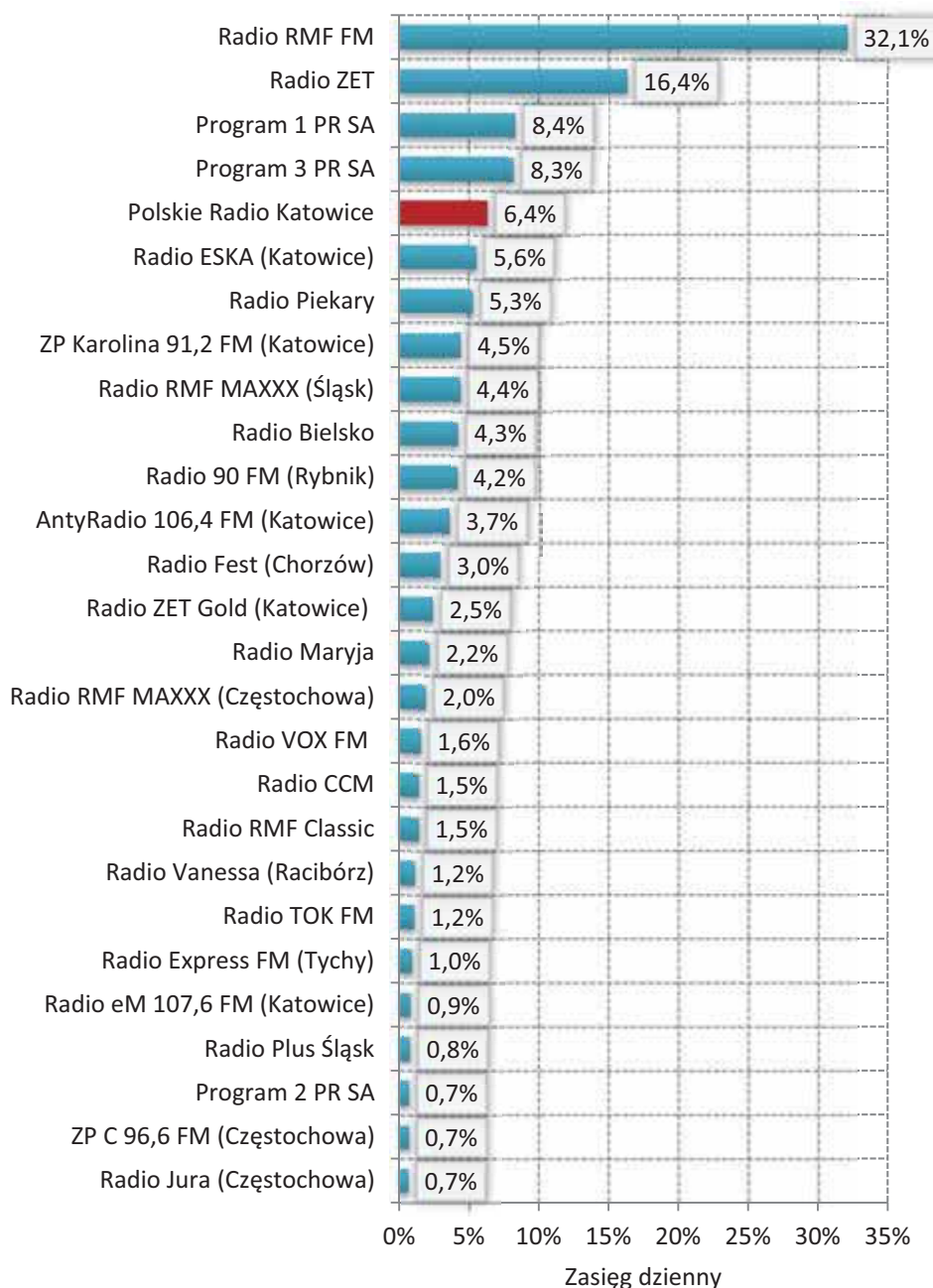
Niedostatkim monitorowanego programu był brak słuchowisk i bajek adresowanych do dzieci.

Pozycja Radia Katowice na rynku radiowym w województwie śląskim

Wykres 70. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa śląskiego w 2013 r.



Wykres 71. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa śląskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Katowice otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 11 179 tys. zł

Koszty działalności misyjnej Spółka pokryła z abonamentu w 86%, z innych przychodów o charakterze publicznym w 8% oraz z własnych dochodów w 6%.

Tabela 7. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Katowice

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	11 591	89,0
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 402	10,8
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	17	0,1
4. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	19	0,1
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	19	x
RAZEM	13 029	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 926	11 179	11 179
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 481	x	9 438
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 393	x	1 701
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	22	x	10
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30

Radio Kielce SA

Władze spółki

Zarząd

Jarosław Kusto - prezes

Rada Nadzorcza

Ryszard Czarny

Paweł Gągorowski

Roman Ostrowski

Jerzy Zięba

Rada Programowa

Gerard Pedrycz – przewodniczący

Teresa Wołczyk-Rosołowska – wiceprzewodnicząca

Michał Braun – sekretarz

Marcin Chłodnicki, Andrzej Dąbrowski, Renata Długosz,
Bartłomiej Dorywalski, Stanisława Gawlik, Agnieszka Migoń,
Paweł Ramiączek, Agnieszka Rogalińska, Dariusz Skiba,
Leszek Ślusarczyk, Waldemar Wiedeński, Andrzej Wysocki
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kielce SA

Pokrycie ludnościowe:	1 897 013 osób	4,905 %
Pokrycie powierzchniowe:	17 154,4 km ²	5,84 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

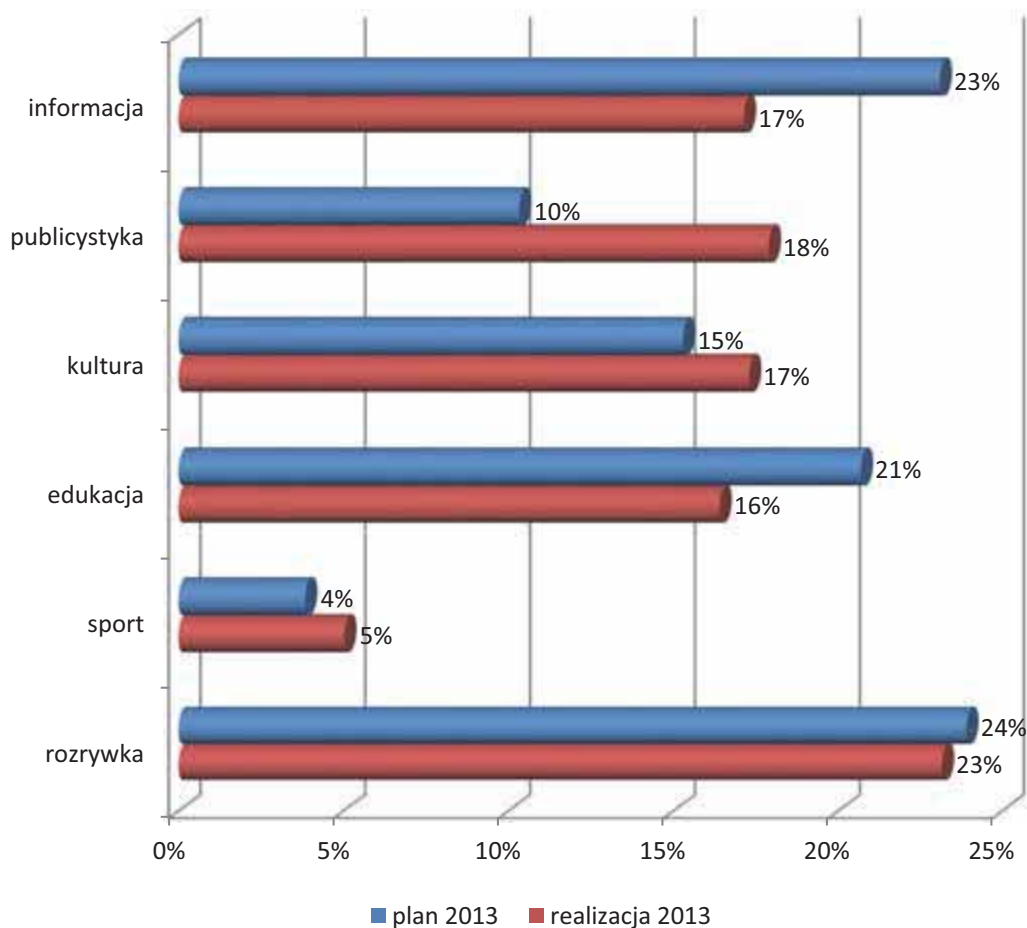
Realizacja planów programowych

W ubiegłorocznym programie Radia Kielce realizowano uzgodnione plany – łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 97% programu. W poszczególnych kategoriach audycji wprowadzono znaczące modyfikacje w stosunku do planu, które wpłynęły na proporcje poszczególnych kategorii audycji. Niższy od planowanego był udział audycji informacyjnych (o 521 godzin), przy jednoczesnym zwiększeniu udziału audycji w kategorii publicystyka (o 664 godz.). Mniej nadano także

edukacji (o 376 godz.) i rozrywki (o 66 godz.), zwiększając jednocześnie udział audycji w kategorii kultura (o 175 godzin) oraz sport (o 104 godz.).

Treści regionalnych realizowanych w różnych rodzajach audycji słownych dotyczyło 35% ubiegłorocznego programu. Spraw regionu obok bieżących informacji i omówień problemów kielecczyzny, dotyczyły także audycje poświęcone wydarzeniom kulturalnym i sportowym w regionie oraz różnego rodzaju treści edukacyjne.

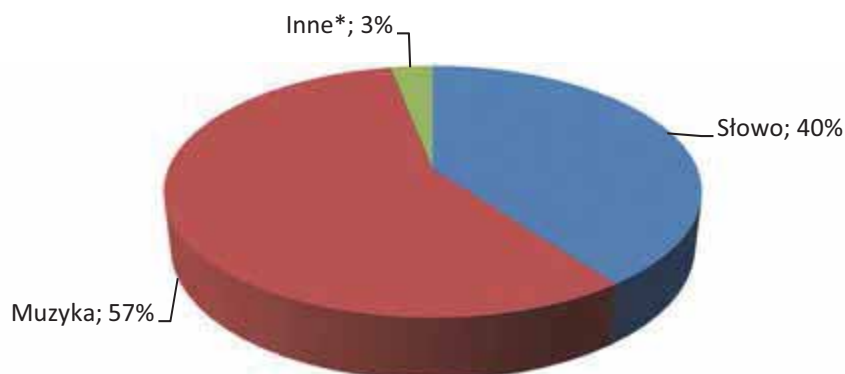
Wykres 72. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Kielce SA.



Audycje słowne zajęły 40%. Dominowała muzyka, która stanowiła ponad połowę rocznego czasu emisji. Oprócz współczesnej muzyki rozrywkowej

nadawano także muzykę klasyczną, jazzową oraz ludową muzykę regionu.

Wykres 73. Udział słowa i muzyki w programie Radia Kielce w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



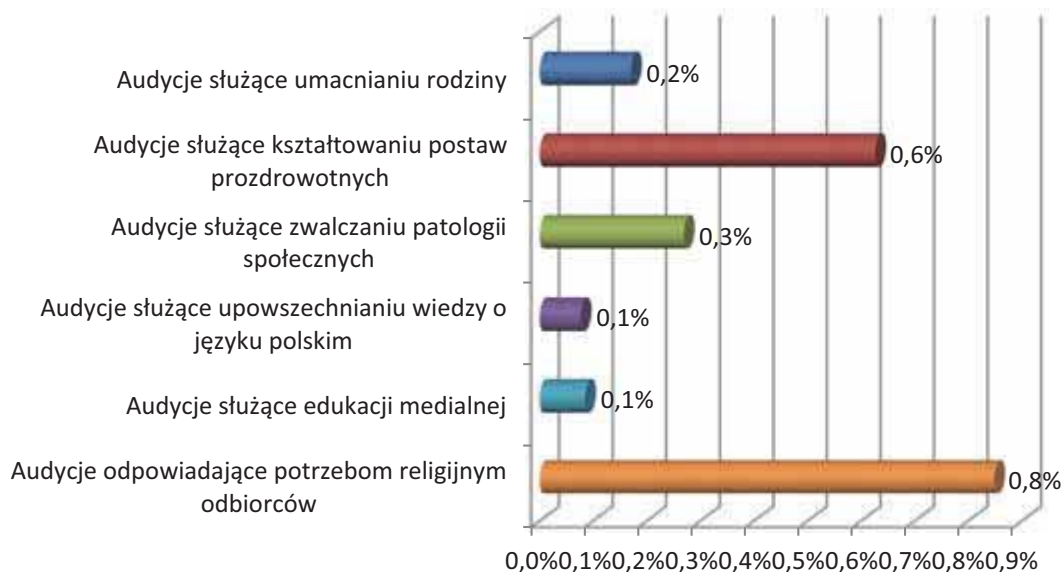
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

Udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtujących postawy prozdrowotne, służących zwalczaniu patologii społecznych, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim oraz edukacji medialnej

utrzymano na poziomie niemal identycznym jak w 2012 r. Audycje te zajęły łącznie 182 godziny (2% rocznego czasu emisji programu).

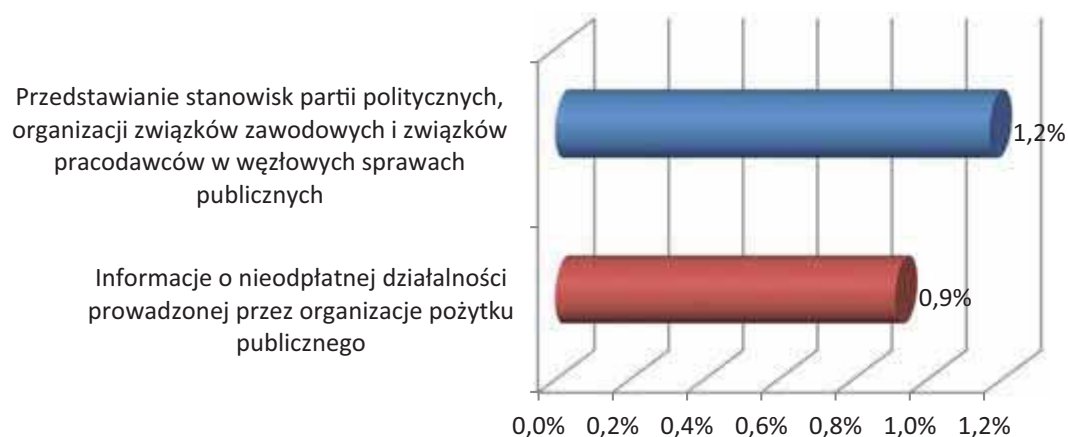
Wykres 74. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kielce SA



Roczny czas przeznaczony na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych wyniósł 102 godz. (o 42 godziny

mniej niż w roku 2012) i był zgodny z wymogami rozporządzenia w tej sprawie. Audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności zajęły w tym programie 80 godz.

Wykres 75. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kielce SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Kielce na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Monitoring wykazał, że warstwa słowna zajęła 40% tygodniowego czasu emisji, a muzyka – 54%. Większość audycji i przekazów słownych (ponad 60%) dotyczyło tematyki regionalnej. Była ona realizowana poprzez różne rodzaje audycji, a dominowała w audycjach informacyjnych, w tym w dziennikach, informatorach drogowych i poświęconych prognozie

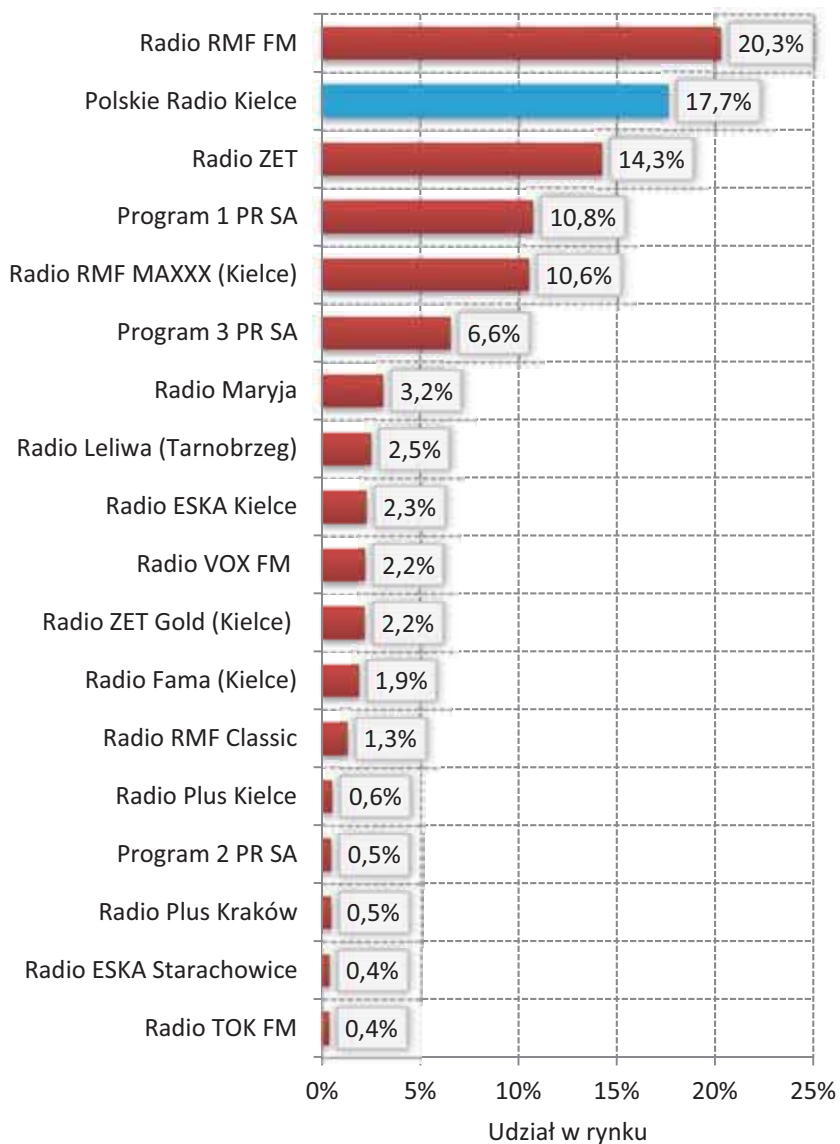
pogody oraz audycjach publicystycznych, zwłaszcza reportażach o charakterze interwencyjnym. W ramach informacji i publicystyki rozkład treści dotyczących stolicy oraz mniejszych miast, gmin i terenów wiejskich był równomierny.

Walorem programu był wysoki udział oferty kulturalnej. Audycje poświęcone tej tematyce realizowane były w różnych formach i dotyczyły wszystkich sfer życia kulturalnego w regionie (filmu, teatru, muzyki ludowej). Były to nie tylko serwisy poświęcone lokalnym wydarzeniom kulturalnym, ale także magazyny wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze.

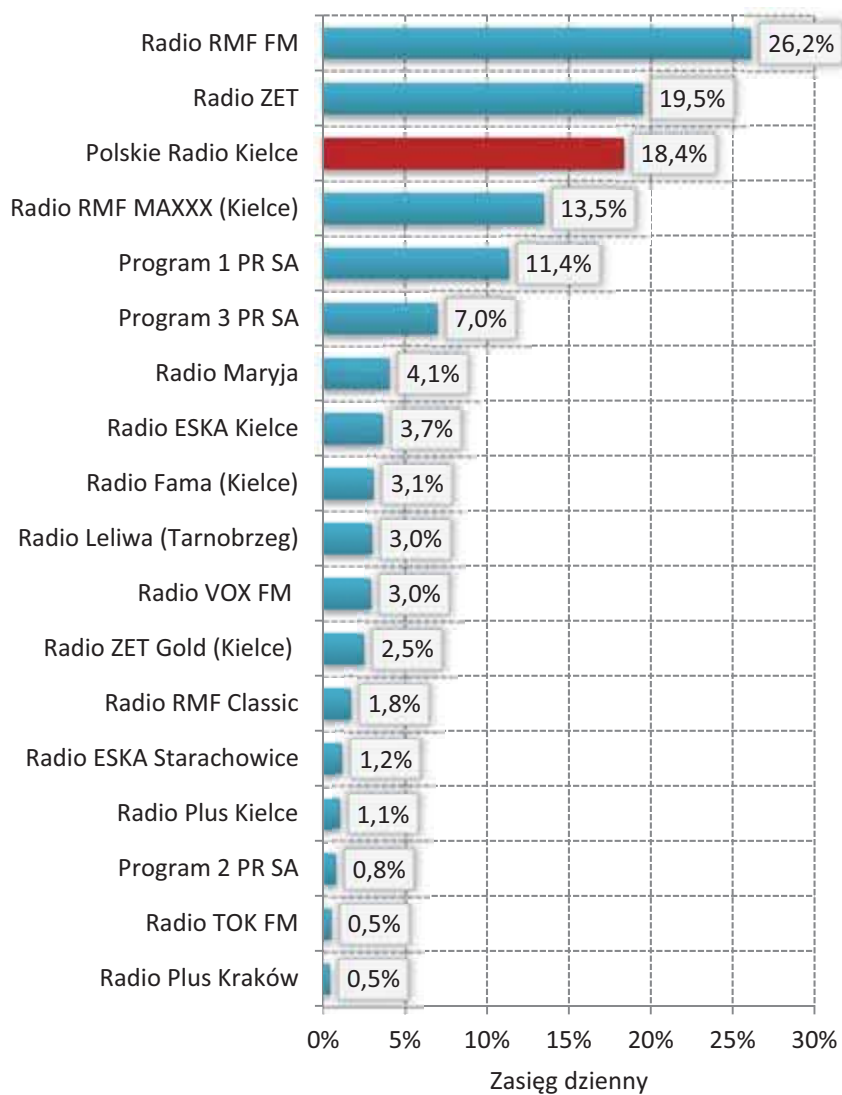
Niedostatkiem monitorowanego programu była natomiast niewielka ilość artystycznych form radiowych (m.in. reportaży i słuchowisk) oraz pora ich emisji – głównie w nocnym paśmie powtórkowym.

Pozycja Radia Kielce na rynku radiowym w województwie świętokrzyskim

Wykres 76. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa świętokrzyskiego w 2013 r.



Wykres 77. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa świętokrzyskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Kielce otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 10 508 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Spółka pokryła z abonamentu w 98% oraz z dochodów własnych w 2%.

Tabela 8. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kielce SA

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	9 879	92,6
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	763	7,1
3. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	32	0,3
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	32	x
RAZEM	10 674	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 296	10 508	10 508
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 596	x	9 808
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	670	x	670
3. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30

Radio Koszalin SA

Władze spółki

Zarząd

Piotr Ostrowski – prezes

Cezary Szewczyk – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Marek Pysz – przewodniczący

Adriana Kwiecińska-Kucharczyk – wiceprzewodnicząca

Monika Kaczmarek-Śliwińska – sekretarz

Jan Kania, Roman Radziwonowicz – członkowie

Rada Programowa

Marcin Waszkiewicz – przewodniczący

Roman Biłas – wiceprzewodniczący

Tadeusz Sznajderski – sekretarz

Robert Dziemba, Antoni Górkiewicz, Krzysztof Legun,

Robert Lepa, Andrzej Leśniewicz, Anna Makarewicz,

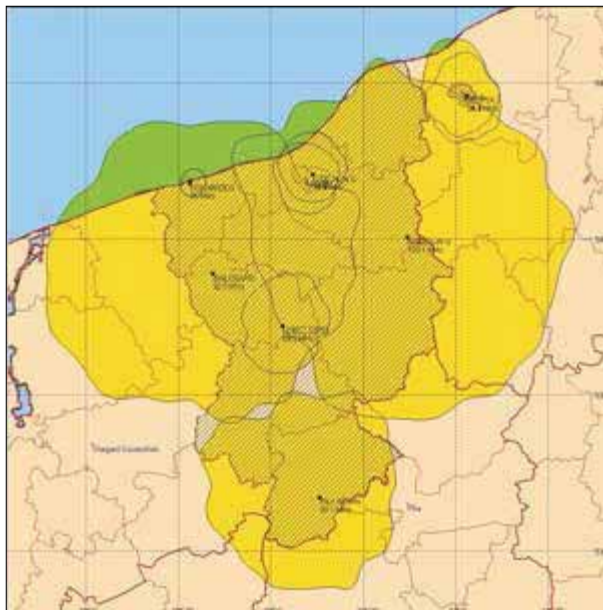
Ireneusz Markanicz, Michał Mętiewicz, Daniel Odija,

Andrzej Pancewicz, Zygmunt Szultka,

Maria Śliwińska-Ulicka – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Koszalin SA

Pokrycie ludnościowe:	1 084 027 osób	2,80 %
Pokrycie powierzchniowe:	11 296,8 km ²	3,61 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

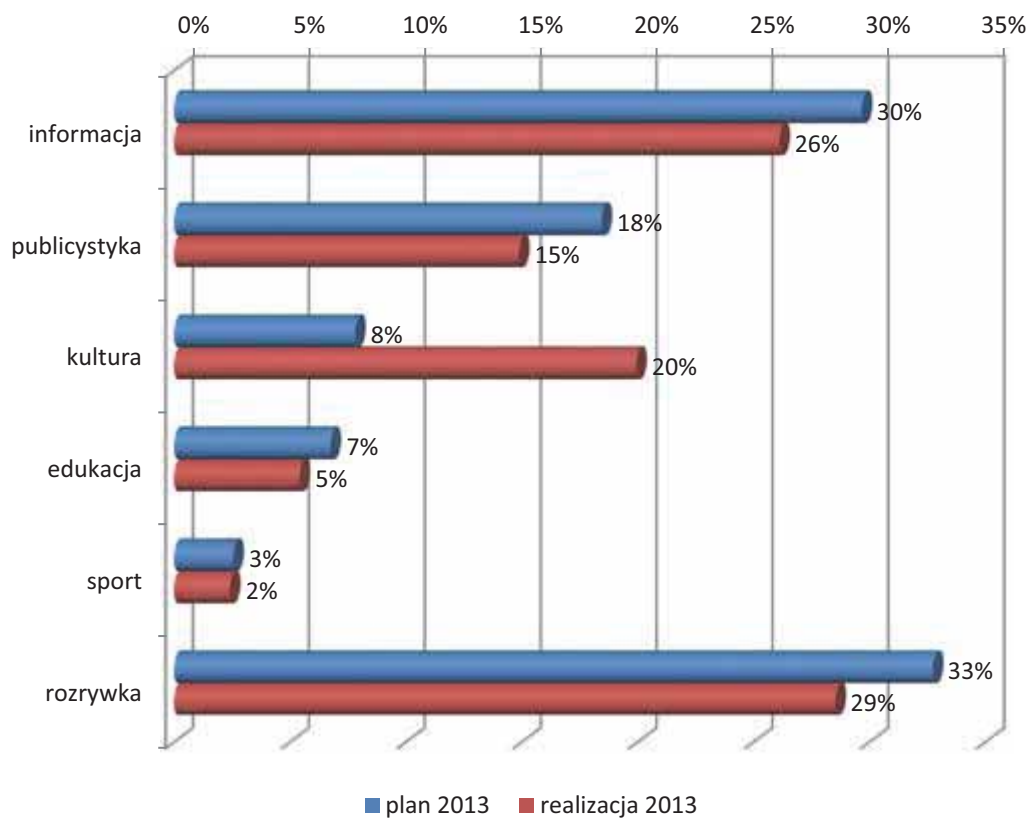
Realizacja planów programowych

Spółka realizowała w swym programie uzgodniony plan w zakresie rodzajów nadawanych audycji oraz proporcji ich udziału w rocznym czasie nadawania. Nieznaczna modyfikacja planu polegająca na kilkuprocentowym spadku udziału w nim głównie kategorii: informacja oraz publicystyka – co warto podkreślić – wiązała się ze wzrostem obecności audycji poświęconych kulturze. Tematyka regionalna zajęła 28% rocznego programu. Problemy związane z regionem podejmowano we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych: informacjach i omówieniach do bieżących wydarzeń, audycjach kulturalnych (m.in. bieżące informacje i komentarze, reportaże, prezentacja twórców z regionu), w edukacji (m.in.

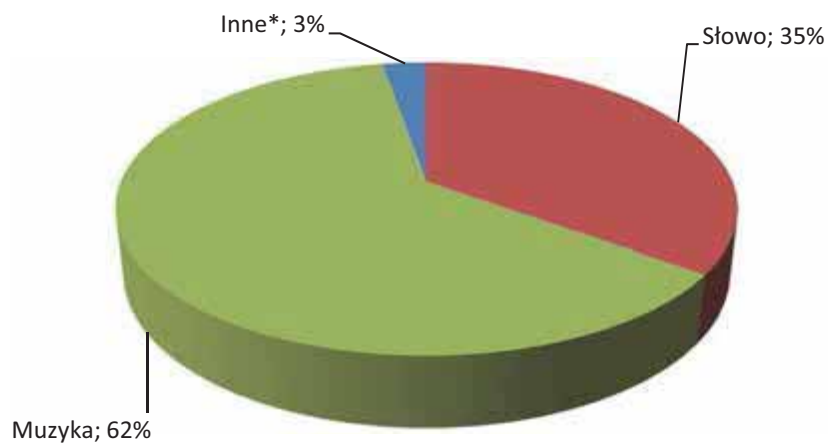
stałe cykle dotyczące historii regionu, audycje poradnicze oraz skierowane do młodzieży), serwisach, magazynach i transmisjach z wydarzeń sportowych w regionie. Radio Koszalin od lat wypełnia szczególne zadania misyjne wobec obecnych w regionie mniejszości narodowych i etnicznych (m.in. serwisy informacyjne i magazyny w języku kaszubskim, romskim, i ukraińskim). Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 97% rocznego programu. Ofertę charakteryzowała duża różnorodność gatunkowa.

Audycje słowne zajęły ponad 1/3 czasu emisji programu. Warstwę muzyczną stanowiła głównie współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 78. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Koszalin SA



Wykres 79. Udział słowa i muzyki w 2013 r. w Radiu Koszalin SA



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

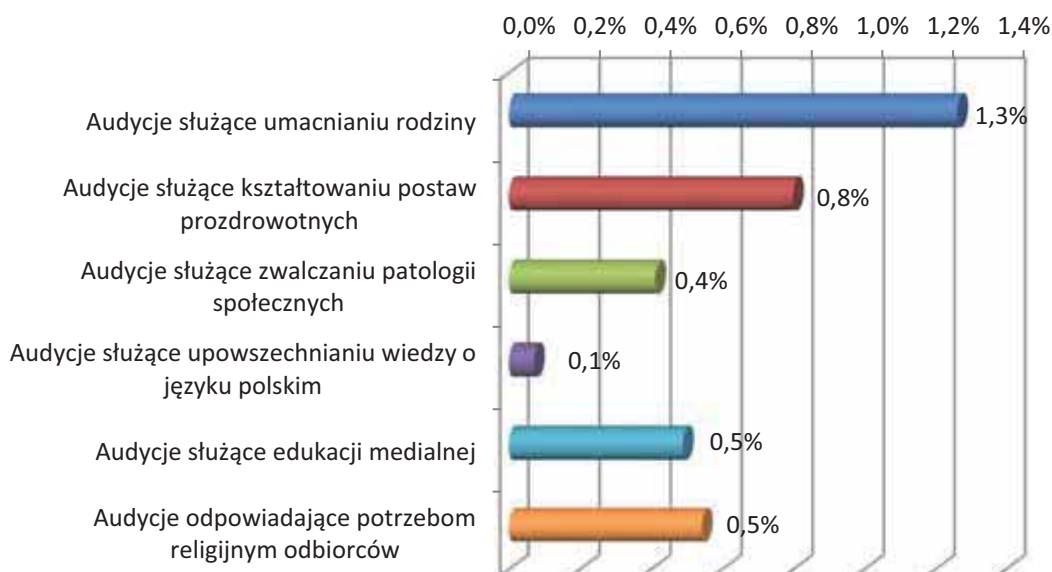
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W odniesieniu do roku 2012, na niezmiennym poziomie utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny (111 godz.), odpowiadających potrzebom religijnym (48 godz.) i upowszechniających wiedzę o języku polskim (6 godz.). Dwukrotnie zwiększono udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (z 19 godz. do 36 godz.) oraz o 1/4 - audycji dotyczących edukacji medialnej

(z 32 godz. do 43 godz.). Obecność audycji kształtujących postawy prozdrowotne spadła o 1/4 (z 91 godz. do 70 godz.).

Łączny czas trwania w 2013 r. wyróżnionych audycji realizujących ustawowe powinności utrzymał się na poziomie 2012 r. i wyniósł 313 godz.

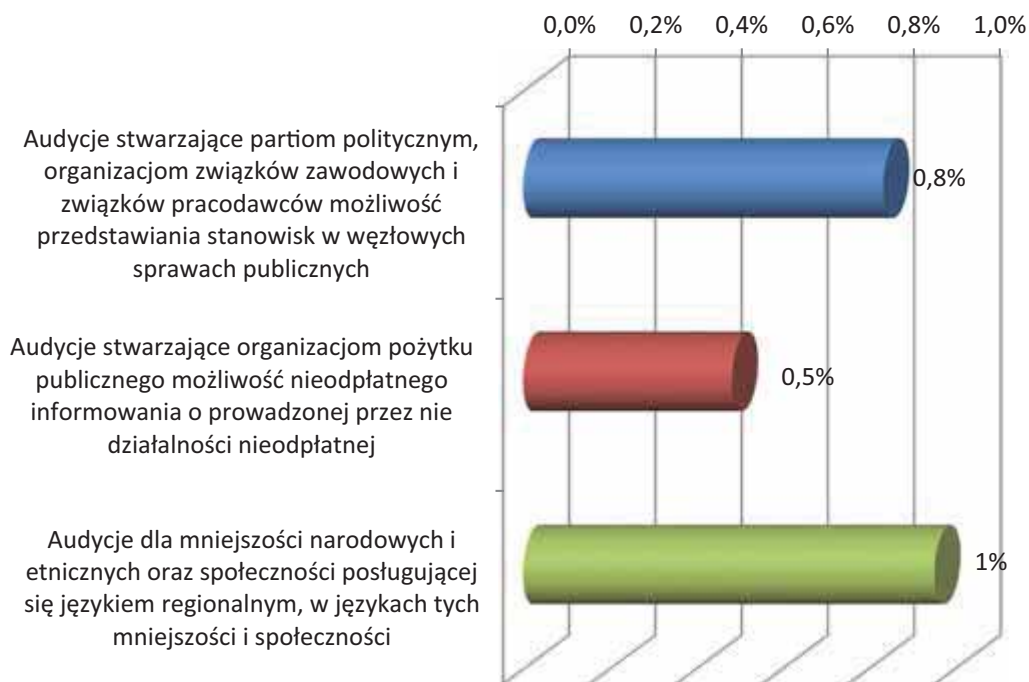
Wykres 80. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Koszalin SA.



Łączny czas przeznaczony na audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych, kolejny rok utrzymał się na poziomie ok. 83 godzin i był zgodny z planem. Udział audycji informujących o działalności organizacji pożytku publicznego, nieznacznie wzrósł w porównaniu do 2012 r. (o 5 godzin, do 43 godzin

w roku). Czas nadawania (73 godz.) audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych, w stosunku do 2012 r. wzrósł o 9 godz. i był zgodny z rozporządzeniem KRRiT.

Wykres 81. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Koszalin SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Koszalin na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Warstwa słowna zajęła 33% tygodniowego czasu nadawania, z czego ponad połowa była poświęcona tematyce związanej z regionem (55%). Problematyka regionalna dominowała w informacji, publicystyce i sporcie. Natomiast w mniejszym stopniu poświęcone jej były audycje z zakresu kultury, edukacji i rozrywki.

Atutem programu były serwisy informacyjne dostarczające na bieżąco aktualizowanych informacji

o najważniejszych sprawach w regionie. Ponadto, wyróżniało je równomierne rozłożenie omawianych problemów dotyczących stolicy województwa oraz pozostałych jego obszarów. Integralną częścią oferty informacyjnej Radia Koszalin były nadawane regularnie audycje informacyjne w językach mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących na terenie Pomorza.

Zaletą audycji publicystycznych było prezentowanie szerokiego spektrum opinii i tematów istotnych dla społeczności lokalnej w ramach wywiadów, reportaży i magazynów.

Udział kultury w programie był realizowany głównie w formie przeglądów najważniejszych wydarzeń kulturalnych w regionie. Należy jednak podkreślić, że w monitorowanym okresie w programie obecne były także prezentacje literatury (w formie powieści w odcinkach) i muzyki ludowej.

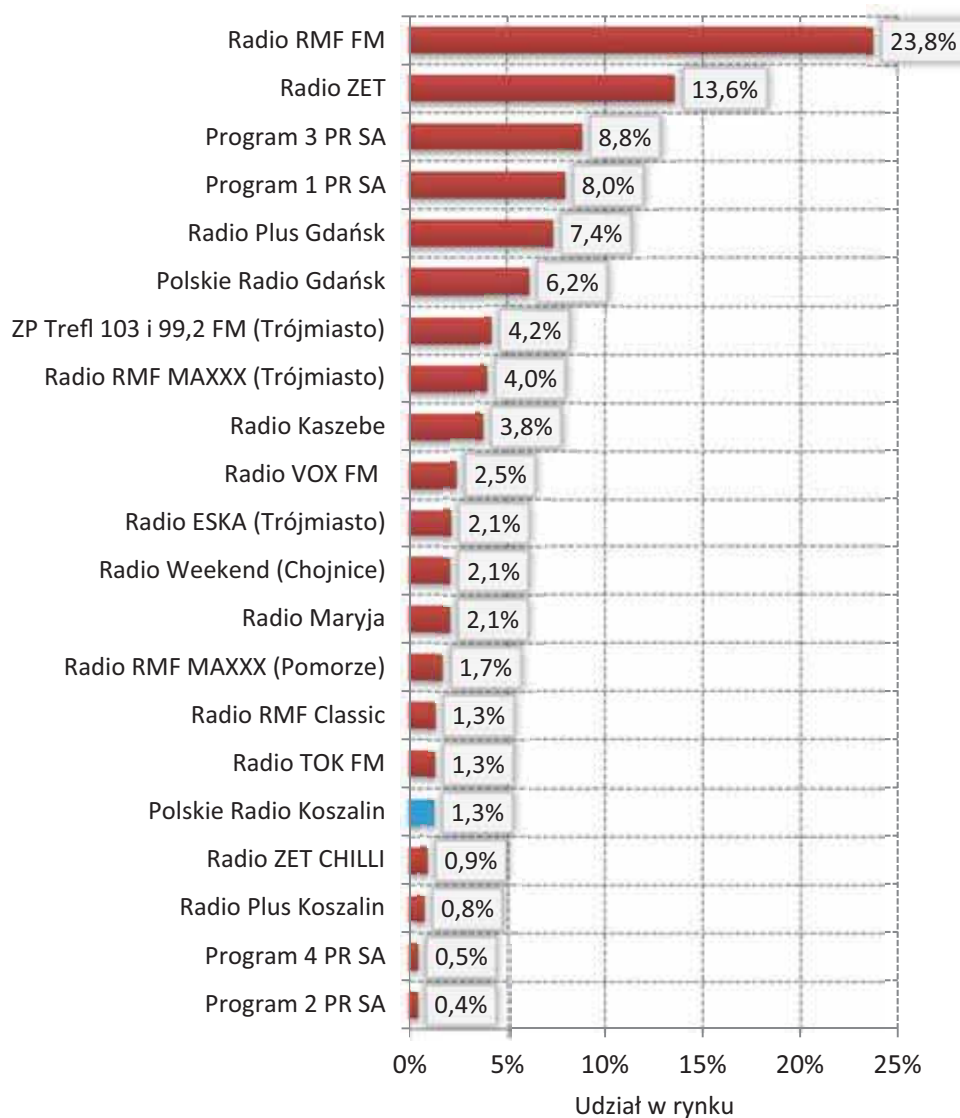
Muzyka stanowiła 66% tygodniowego czasu emisji. W programie, choć dominowała popularna muzyka rozrywkowa, obecne były także inne gatunki muzyki: blues, jazz, muzyka klasyczna i wspomniana już muzyka ludowa.

Ponadto, KRRiT przeprowadziła dodatkowy monitoring audycji adresowanych w programie do

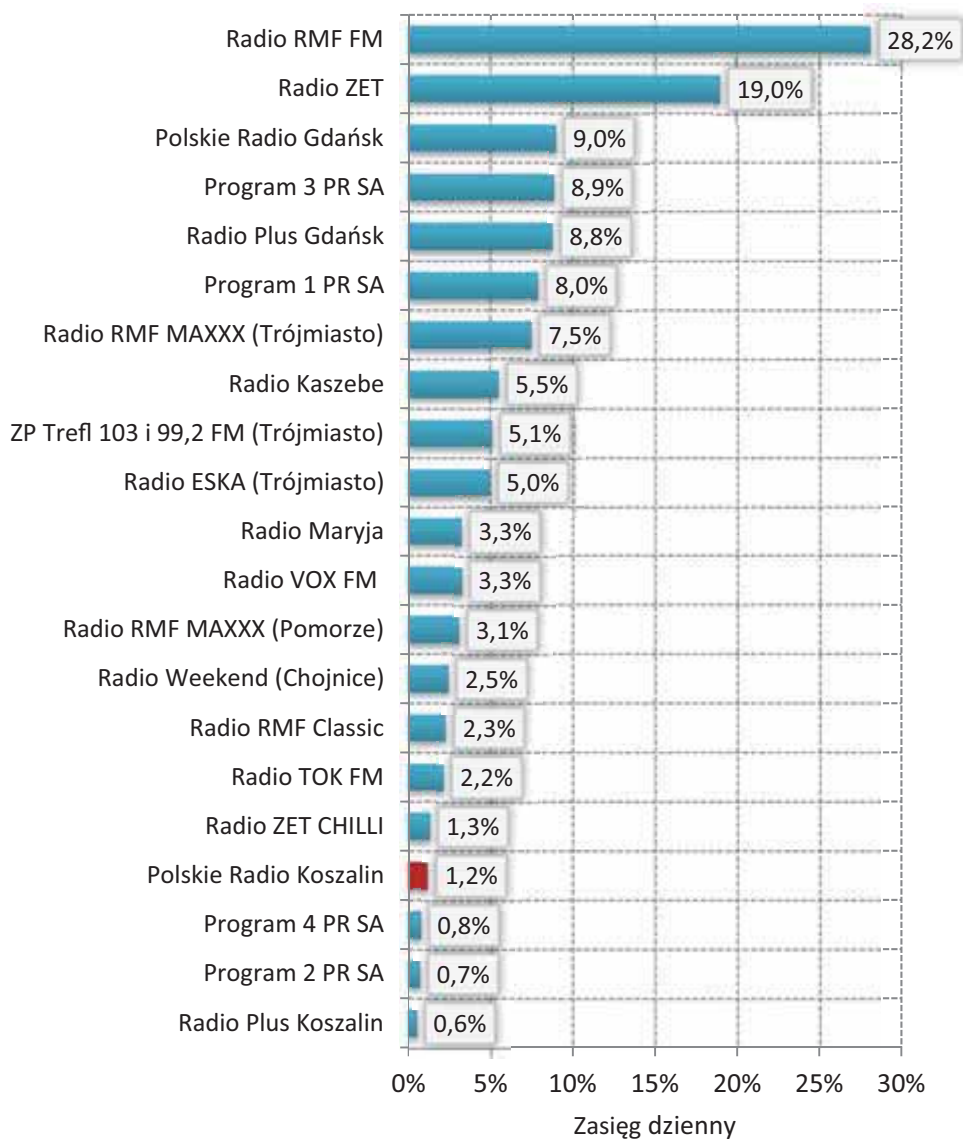
społeczności kaszubskiej. Jego celem było sprawdzenie, jak te audycje realizują potrzeby Kaszubów, tj. czy zapewniają odbiorcom bieżącą informację o życiu społeczności kaszubskiej. Wnioski z przeprowadzonej analizy zostały opisane w Sprawozdaniu, w części dotyczącej kontroli nadawców.

Pozycja Radia Koszalin na rynku radiowym w województwie pomorskim

Wykres 82. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2013 r.



Wykres 83. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2013 r.



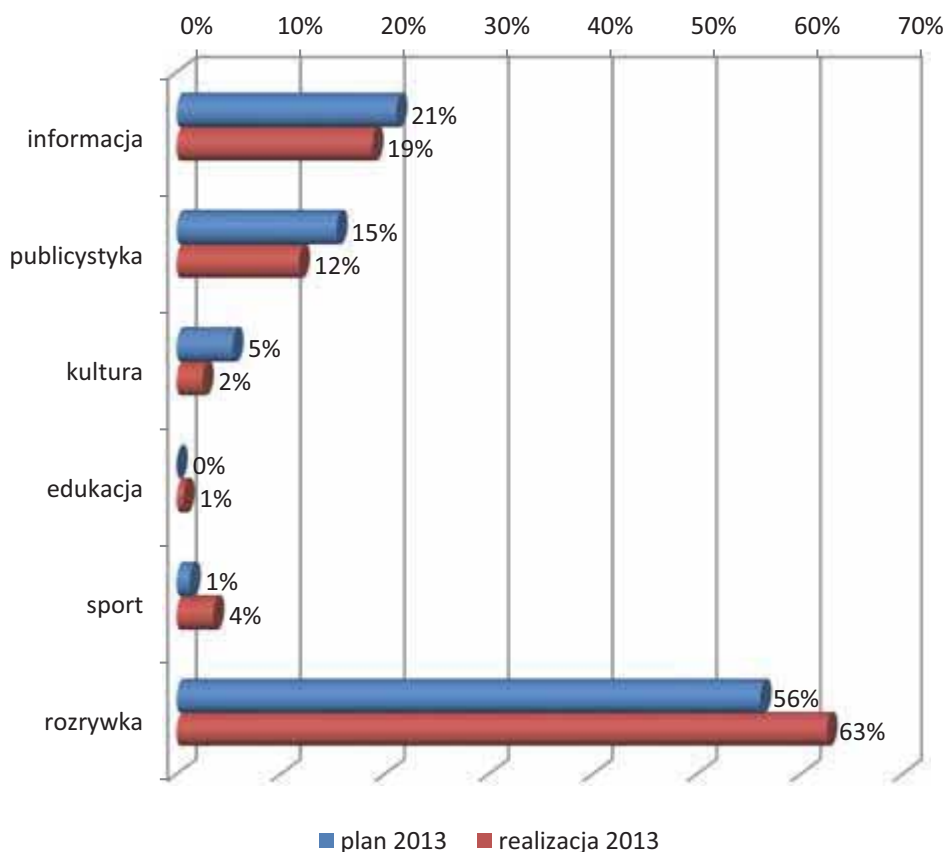
Miejskie pasmo w regionalnym programie Radio Koszalin – Radio Słupsk

W ofercie programowej pasma adresowanego do mieszkańców Słupska zasadniczo zrealizowano przedstawione KRRiT plany programowe, nadając wszystkie zaplanowane rodzaje audycji. Roczny czas trwania pasma zrealizowano w 95% – planowano przeznaczyć na nie 800 godz., a wyemitowano 758,5 godz. Wymiar czasowy informacji, publicystyki i kultury zmodyfikowano zmniejszając o 2-3 punkty procentowe udział tych kategorii w rocznym programie. Należy podkreślić natomiast wprowadzenie, nieobecnych dotąd, audycji edukacyjnych (5 godzin w roku) oraz 4-krotny wzrost (do 27 godzin) audycji dot. sportu (serwisy i relacje z rozgrywek). Oferta

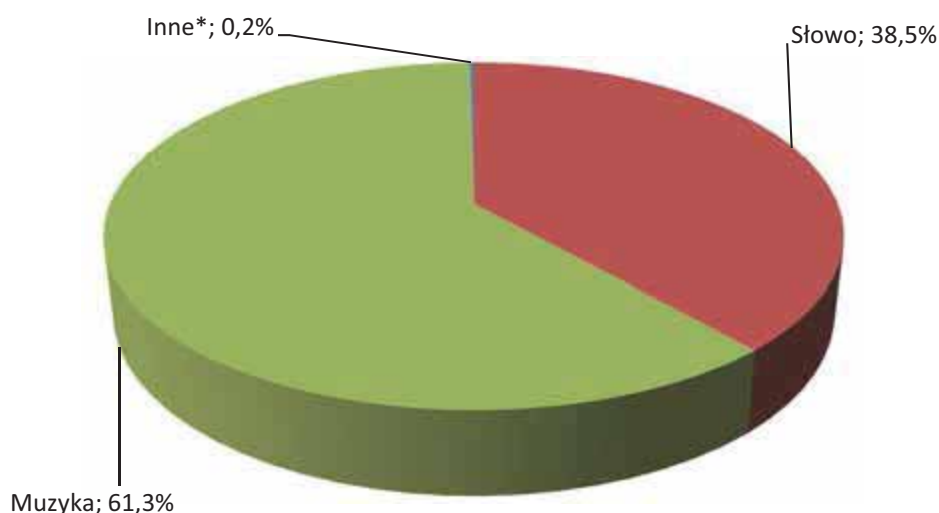
programowa (nadawanego przez 3 godziny w dni powszednie) miejskiego pasma dla Słupska, to nadal przede wszystkim bieżąca informacja i publicystyczny komentarz do wydarzeń w Słupsku, w tym z zakresu kultury. Warto zaznaczyć, że wszystkie przekazy słowne obecne w paśmie odnoszą się wyłącznie do tematyki miejskiej Słupska i okolic objętych zasięgiem nadawania.

Słowo stanowiło dużą część nadawanego w Radiu Koszalin pasma miejskiego dla słuchaczy w Słupsku. W warstwie muzycznej program ten składał się głównie ze współczesnej piosenki rozrywkowej.

Wykres 84. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w słupskim paśmie miejskim Radia Koszalin (tzw. Radio Słupsk). Podstawa procentowania – 758 godz.



Wykres 85. Udział słowa i muzyki w paśmie „Radio Słupsk” w 2013 r.
Podstawa procentowania – 758 godz.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring pasma miejskiego w regionalnym programie Radio Koszalin

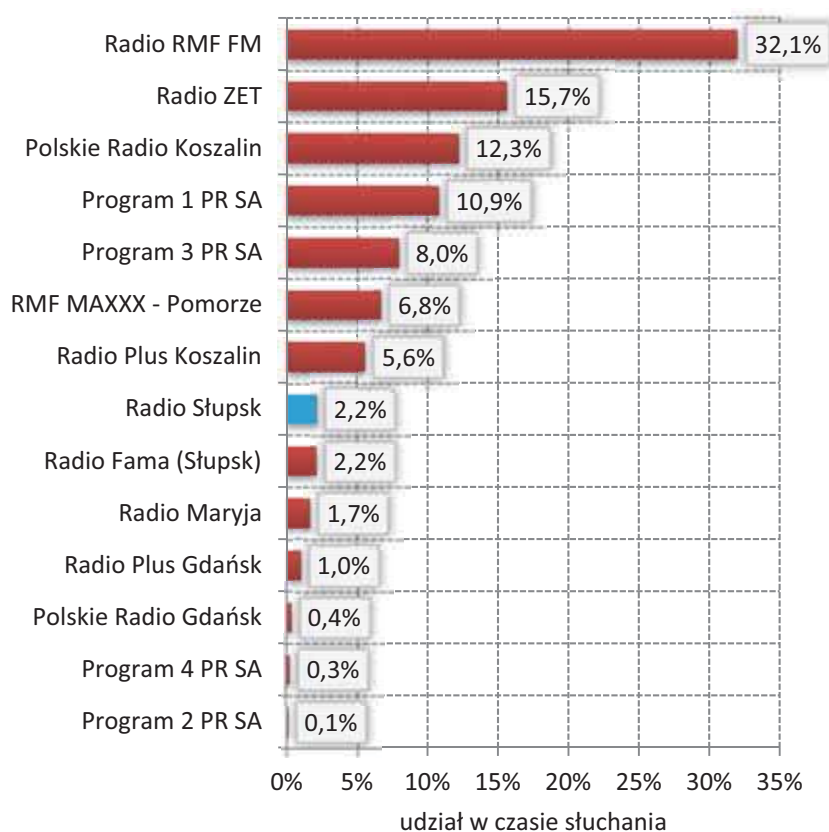
Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring pasm miejskich emitowanych przez Radio Koszalin SA, rozszczepianych dla Słupska, na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w pasmach zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy uwzględniane są „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Pasma adresowane do mieszkańców Słupska nadawane były przez ok. 3,5 godziny dziennie. Nadawca starał się pełnić, w ramach tematyki miejskiej, nie tylko funkcje informacyjne, ale także opinio-twórcze, a udział treści dotyczących miasta i słowa w czasie nadawania pasm był bardzo wysoki i wynosił odpowiednio – 43% i 51%.

Bieżące informacje były prezentowane głównie w dziennikach, a następnie uzupełniane i poszerzane w relacjach reporterskich, rozmowach na żywo z gośćmi, reportażach, pogłębionych wywiadach oraz felietonach. Warto podkreślić, że nadawca tworzył przestrzeń do debaty publicznej o sprawach miejskich nie tylko poprzez emisję wyżej wymienionych audycji, ale także starał się umożliwić aktywny udział w debacie mieszkańcom Słupska. Dzięki telefonicznemu kontaktowi z miejską redakcją mogli oni – w trakcie trwania audycji na żywo - zadawać ekspertom pytania dotyczące różnych aspektów funkcjonowania miasta. Zagadnienia poruszane w ramach tematyki miejskiej były różnorodne. Dotyczyły głównie spraw gospodarczo-społeczno-politycznych, ale także: akcji społecznych i funkcjonowania miejscowej policji, planów zagospodarowania przestrzennego i remontów dróg, wydarzeń sportowych i kultury.

Pozycja Radia Słupsk – miejskiego pasma w regionalnym programie Radio Koszalin – na rynku radiowym w Słupsku

Wykres 86. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Słupsku w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Koszalin otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 539 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 417 tys. zł, z tego na: tworzenie i rozpowszechnianie programu regionalnego – 383 tys. zł, digitalizację zbiorów archiwalnych – 30 tys. zł oraz tworzenie i rozpowszechnianie audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym – 4 tys. zł.

Radio Koszalin sfinansowało koszty działalności misyjnej z wpływów abonamentowych w 92%, z innych przychodów o charakterze publicznym w 1% oraz z dochodów własnych w 7%.

Tabela 9. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Koszalin SA

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	8 996	84,9
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	995	10,6
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	130	1,4
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych - Radio Miejskie Słupsk	286	3,1
RAZEM	10 407	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 092	9 539	9 121
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 426	x	7 348
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 311	x	1 215
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	145	x	141
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych - Radio Słupsk	180	x	180
5. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	0
6. Zadania inwestycyjne	x	x	237

Radio Kraków SA

Władze spółki

Zarząd

Mariusz Marcin Pulit – prezes

Janusz Andrzejowski – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Krzysztof Gurba – przewodniczący

Włodzimierz Okrajek – wiceprzewodniczący

Iwona Karasek-Wojciechowicz – sekretarz

Stanisław Młyński, Dominik Skoczek – członkowie

Rada Programowa

Jakub Kwaśny – przewodniczący

Renata Ropska – wiceprzewodnicząca

Zbigniew Krzysztyniak – wiceprzewodniczący

Michał Ciechowski, Tadeusz Janusz,
Andrzej Kaczmarczyk, Maciej Klima, Piotr Lachowicz,
Wiesław Musiał, Izabela Pieczara, Paweł Piszczek,
Magdalena Szczerbowska, Bartosz Szydłowski,
Bogdan Tosza, Piotr Wasilewski – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kraków SA

Pokrycie ludnościowe:	2 780 484 osób	7,19 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 641,1 km ²	6,60 %



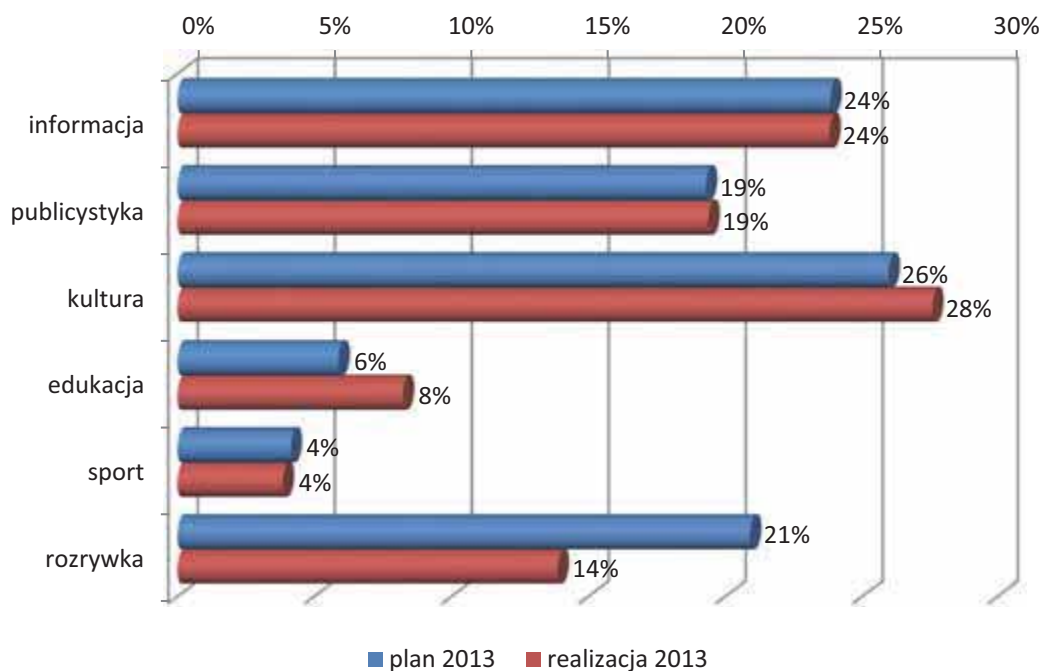
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

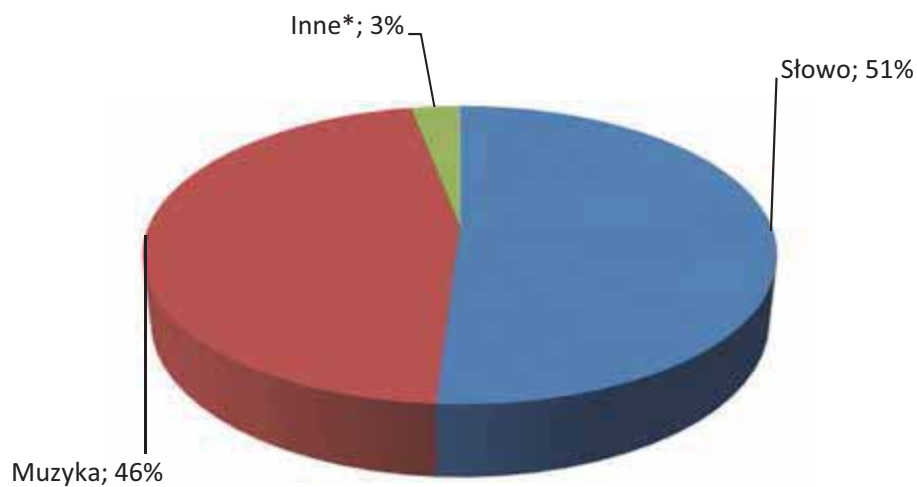
W programie realizowano uzgodniony plan w zakresie udziału i rodzajów nadawanych audycji. Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne stanowiły 97% programu. Wprowadzono nieznaczne modyfikacje w stosunku do planów, dotyczące trzech kategorii audycji: kultury, edukacji oraz rozrywki. Zmiana polegała na zwiększeniu liczby godzin edukacji (o 206 godz.) oraz kultury (o 141 godz.) przy jednoczesnym znaczącym zmniejszeniu udziału rozrywki (mniej o 615 godz.). Audycje poświęcone tematyce regionalnej realizowane poprzez słowo, miały wysoki udział w programie i stanowiły blisko połowę (48% rocznego czasu nadawania). Problemy związane z regionem były podejmowane we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych – zarówno w bieżących

informacjach i omówieniach zagadnień dotyczących Małopolski, jak i w edukacji (m.in. reportaże dotyczące historii regionu, audycje poradnicze oraz skierowane do młodzieży), kulturze (nadawane cyklicznie słuchowiska - w tym również adresowane do dzieci, reportaże artystyczne) oraz w transmisjach, serwisach i magazynach sportowych dotyczących rozgrywek w regionie. Spółka wypełniała szczególne zadania misyjne wobec mniejszości etnicznej (Łemków). Nadawała audycje w języku łemkowskim (zajęły one 0,5% programu). W ubiegłorocznym programie wysoki udział miały audycje słowne - ponad połowę rocznego czasu jego emisji. Muzyka zajęła 46% programu – głównie współczesna muzyka rozrywkowa; nadawano także muzykę klasyczną.

Wykres 87. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Kraków SA



Wykres 88. Udział słowa i muzyki w programie Radia Kraków S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

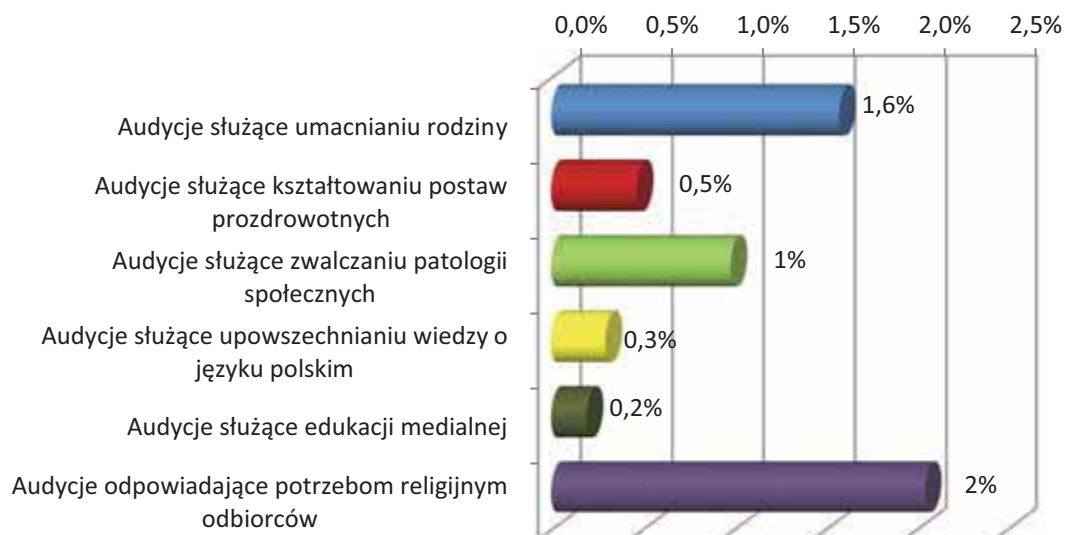
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

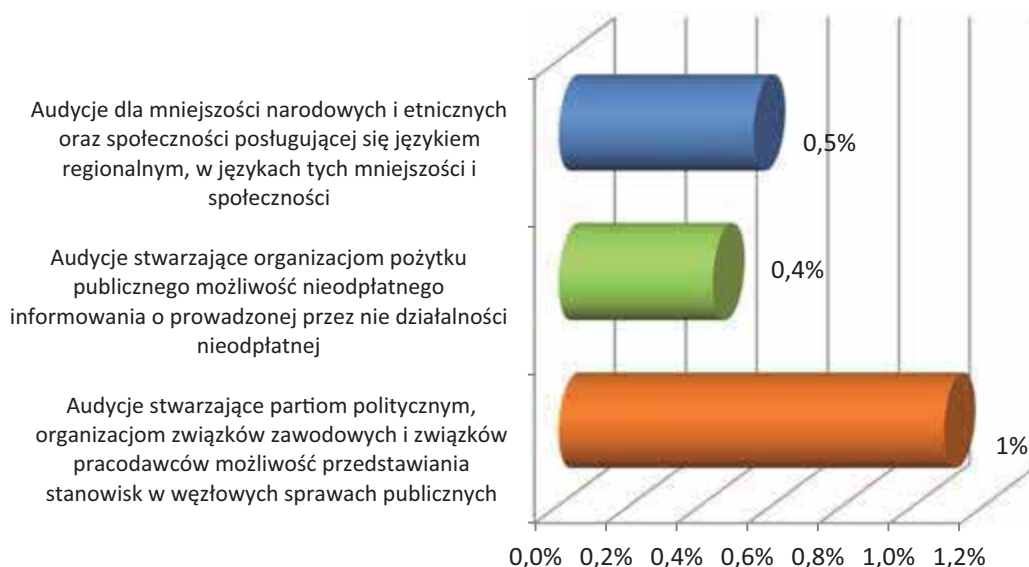
W porównaniu z rokiem 2012 radykalnie zmniejszono udział audycji służących umacnianiu rodziny (o ponad 7 pkt. proc.; w 2012 r. – 782 godz., w 2013 r. – 138 godz.). Udziały audycji wypełniających pozostałe powinności realizowano na porównywalnym poziomie. Łącznie zajęły one 487 godzin (tj. 6%) rocznego czasu emisji programu.

W 2013 r. udziały audycji dla mniejszości łemkowskiej nie zmieniły się w porównaniu z rokiem 2012. Realizowano zapisy Rozporządzenia KRRiT w zakresie czasu przeznaczanego na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (95 godz., tj. 1%). Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 38 godz. audycji.

Wykres 89. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kraków SA.



Wykres 90. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Kraków SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Kraków na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa w programie był wysoki i stanowił 46% tygodniowego programu. Tematyka dotycząca regionu zajęła ok. 39% czasu emisji audycji i przekazów słownych. Obecna była głównie w serwisach informacyjnych i audycjach publicystycznych, w których starano się prezentować treści dotyczące nie tylko Krakowa, ale także mniejszych miast, takich, jak: Nowy Sącz, Zakopane, Tarnów, Bochnia, Gorlice, Krynica Zdrój.

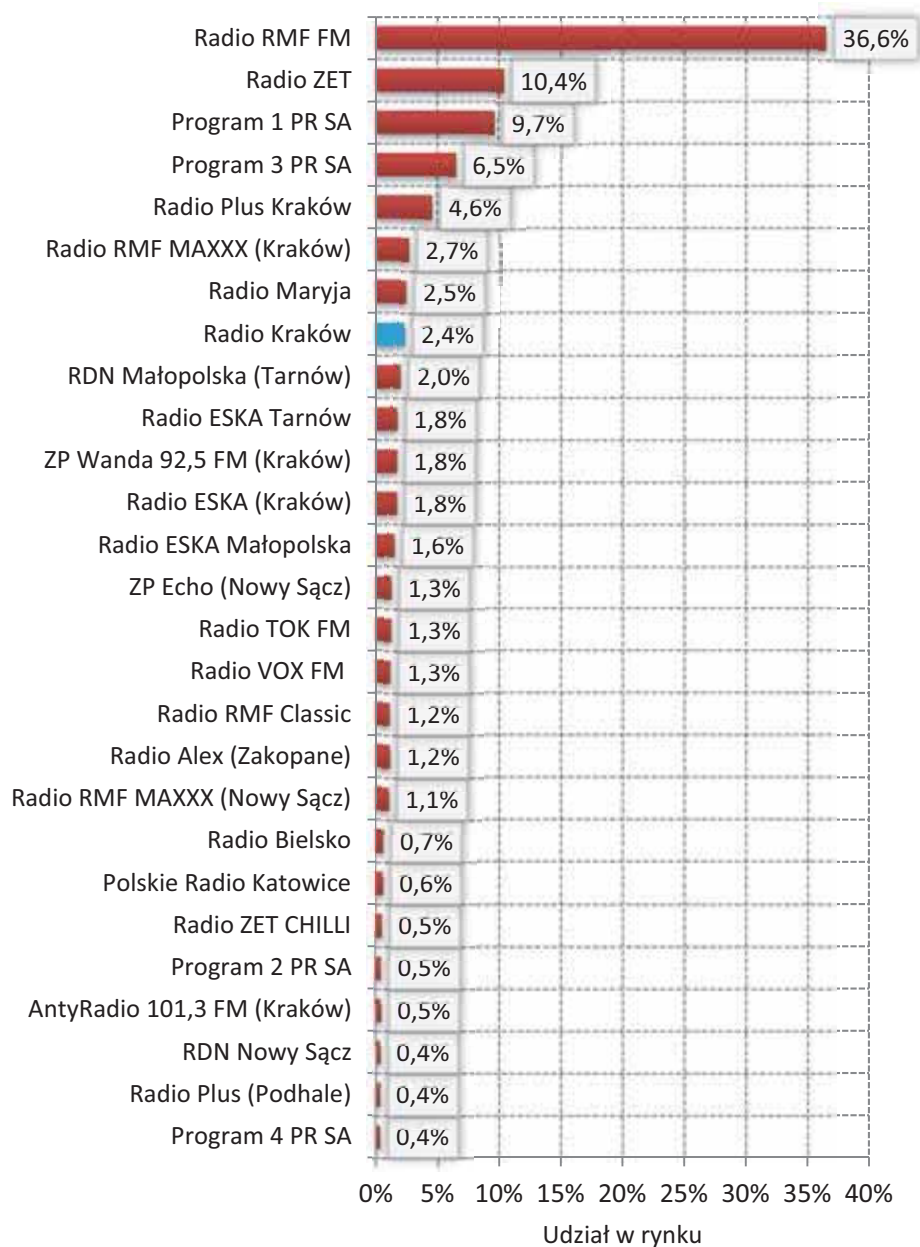
W programie podkreślano wielokulturowość regionu poprzez emisję audycji skierowanych do mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących województwo i nadawanych w ich językach (łemkowski i ukraiński). Walorem programu była także obecność tzw. kultury wysokiej, w tym prezentacji literatury (m.in. prozy i poezji czytanej na antenie), bajek i słuchowisk dla dzieci, muzyki klasycznej.

Muzyka zajęła 51% programu. Prezentowano różne jej gatunki – oprócz wspomnianej klasyki, także pop, blues i jazz.

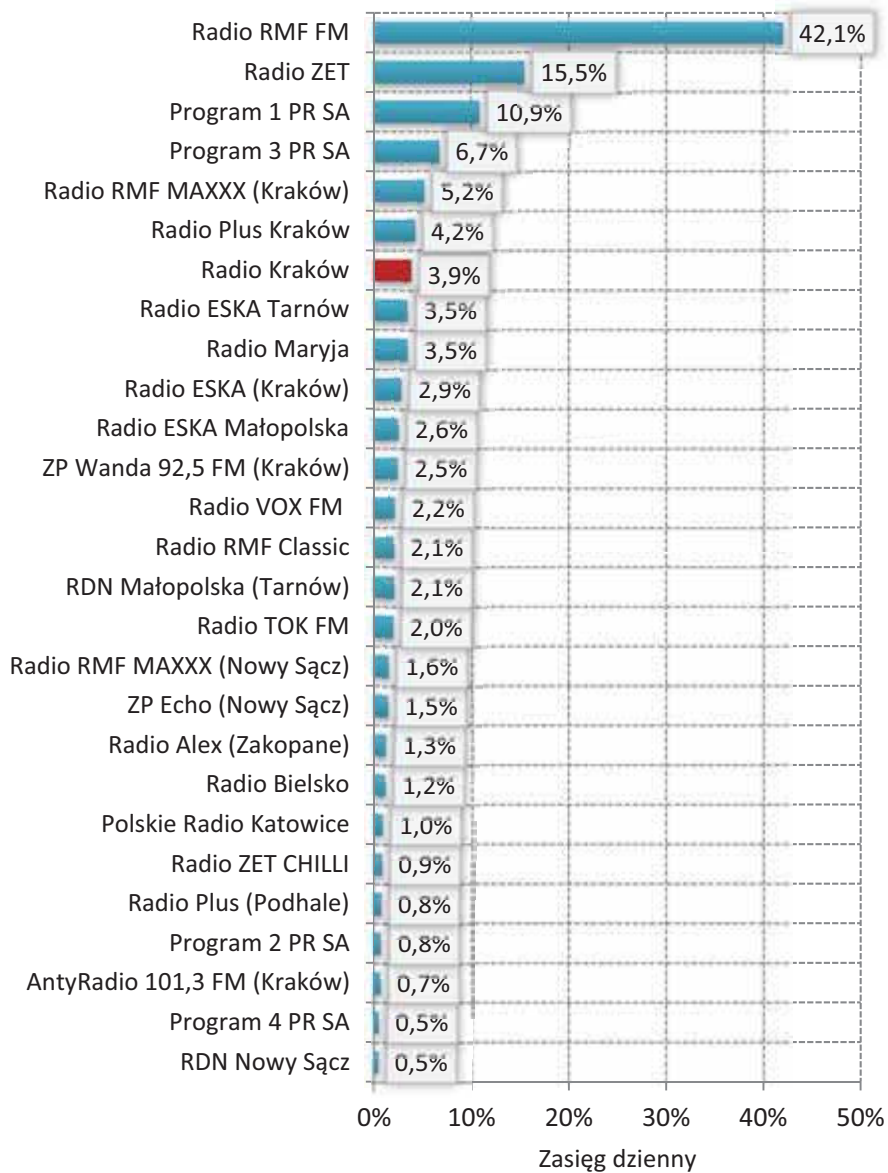
Niedostatkami programu była znikoma ilość treści edukacyjnych mających wymiar regionalny oraz audycji z zakresu nowych technologii i zapobiegających wykluczeniu cyfrowemu.

Pozycja Radia Kraków na rynku radiowym w województwie małopolskim

Wykres 91. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa małopolskiego w 2013 r.



Wykres 92. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa małopolskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Kraków otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 12 431 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 279 tys. zł, z tego na: cyfryzację zasobów archiwalnych 130 tys. zł, modernizację i doposażenie studiów

produkcyjnych, reporterskich i zespołu transmisyjnego – 28 tys. zł oraz modernizację infrastruktury zespołu emisyjnego – 121 tys. zł.

Z wpływów z abonamentu Radio Kraków pokryło koszty działalności misyjnej w 93% oraz w 7% z dochodów własnych.

Tabela 10. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kraków SA.

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	11 475	89,0
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 299	10,1
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	85	0,7
4. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	30	0,2
– dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x
RAZEM	12 889	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 764	12 431	12 152
1. Koszty całkowite zadań programowych w programie regionalnym w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 877	x	10 602
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 289	x	1 231
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	84	x	84
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30
5. Inwestycje, z tego:	484	x	205
1) cyfryzacja zasobów archiwalnych	130	x	0
2) modernizacja infrastruktury Zespołu Emisyjnego	138	x	17
3) modernizacja i wyposażenie studiów produkcyjnych, reporterskich i zespołu transmisyjnego, zakup sprzętu cyfrowego oraz instalacja klimatyzacji	216	x	188

Radio Lublin SA

Władze spółki

Zarząd

Andrzej Szwabe – prezes

Krzysztof Komorski – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Antoni Pieniążek – przewodniczący

Bogusław Wróblewski – wiceprzewodniczący

Lech Bartkow – sekretarz

Maria Król, Magdalena Najdyhor

– członkowie

Rada Programowa

Jerzy Gryz – przewodniczący

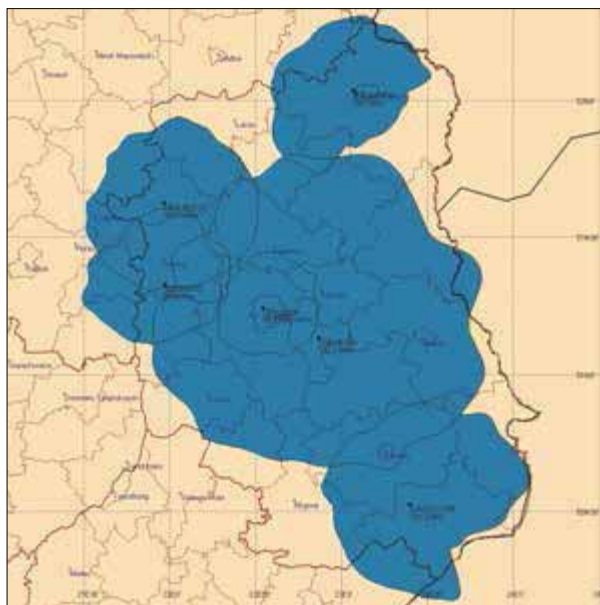
Barbara Wybacz – wiceprzewodnicząca

Stanisław Wojnarowicz – sekretarz

Marzenna Arteczka-Wichlaj, Artur Gorzel,
Krzysztof Karman, Jan Łopata, Ireneusz Materńko,
Marian Przylepa, Jerzy Rębek, Artur Soboń,
Grzegorz Wenarski, Marek Wojciechowski,
Krzysztof Wyrzykowski, Piotr Zawrotniak
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Lublin SA

Pokrycie ludnościowe:	2 027 604 osób	5,24 %
Pokrycie powierzchniowe:	24 964,6 km ²	7,98 %



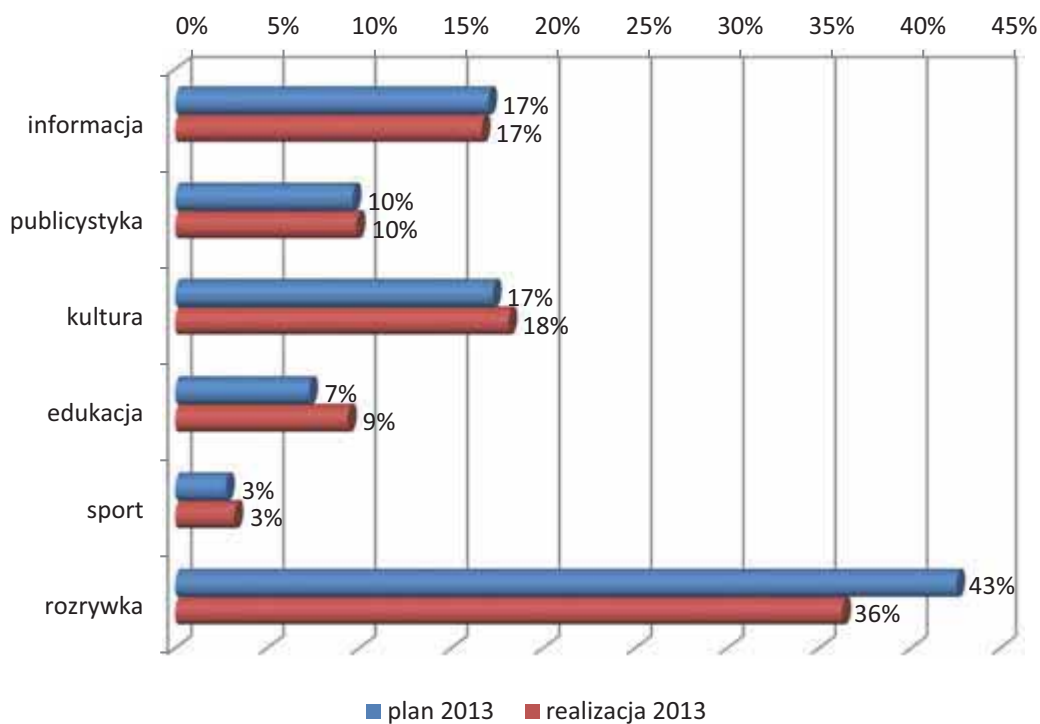
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

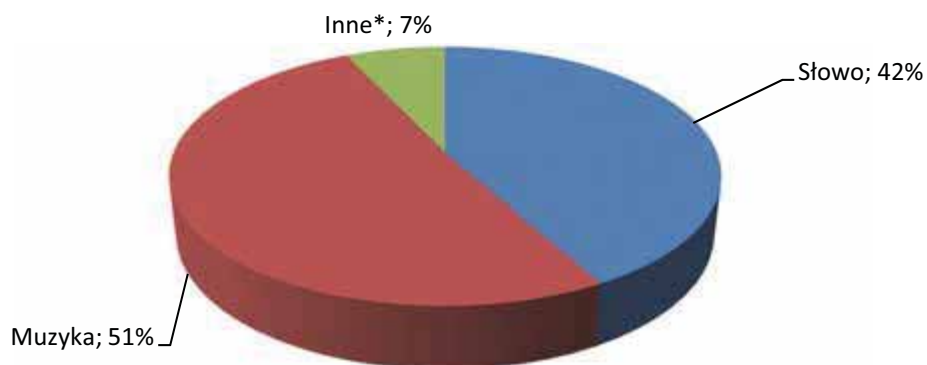
Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie był nieco niższy od zaplanowanego – o 3 pkt. proc. i wyniósł 93% programu nadanego w 2013 r. Niewielkie modyfikacje – w stosunku do planu wprowadzono w trzech kategoriach audycji. Zmniejszono udział rozrywki (mniej o 526 godzin), zwiększając jednocześnie udział edukacji (o 175 godzin) i kultury (o 88 godzin). Udział tematyki regionalnej, realizowanej poprzez słowo wyniósł 35% ubiegłorocznego programu. Obok audycji ukazujących różnorodność wydarzeń i zjawisk w regionie oraz informacji dotyczących wydarzeń politycznych, ekonomicznych, gospodarczych i społecznych, nada-

wano 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 miały dość wysoki udział w programie ubiegłorocznym, tj. 42%. Muzyka zajęła ponad połowę programu. W ramach oferty muzycznej nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 93. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Lublin SA



Wykres 94. Udział słowa i muzyki w programie Radia Lublin w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



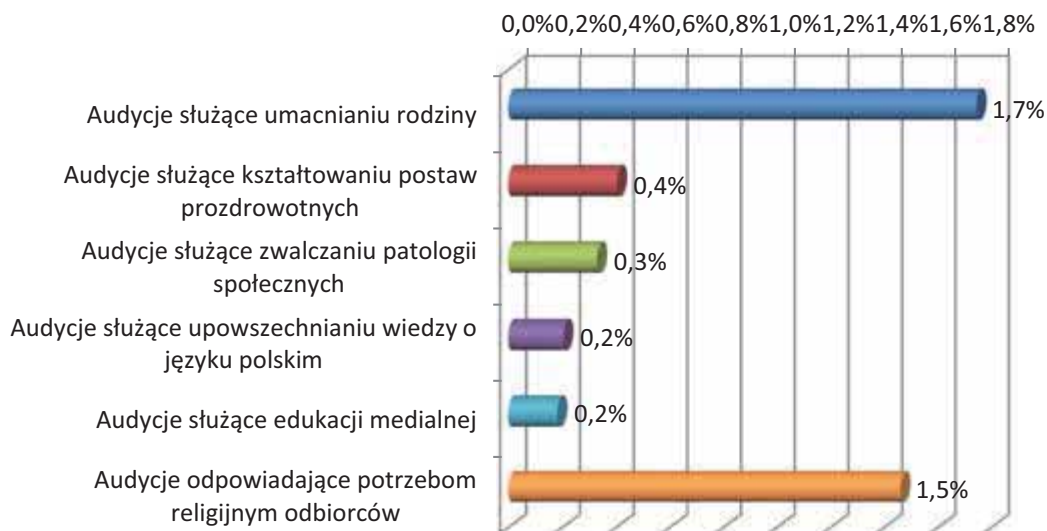
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W programie - w porównaniu z 2012 rokiem – zwiększono udział audycji służących umacnianiu rodziny (w 2013 r. – 153 godz., w 2012 r. – 129 godz.), natomiast zmniejszono udział audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (w 2013 r. – 29 godz., w 2012 r. – 57 godz.). Kilkakrotnie wzrósł także udział audycji uwzględniających potrzeby religijne

odbiorców (w 2013 r. – 128 godz., w 2012 r. – 13 godz.). Udział audycji realizujących pozostałe powinności (służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim, kształtowaniu postaw prozdrowotnych i edukacji medialnej) utrzymano na tym samym poziomie. Audycje realizujące ww. powinności zajęły łącznie 380 godzin (4,3% rocznego czasu emisji programu).

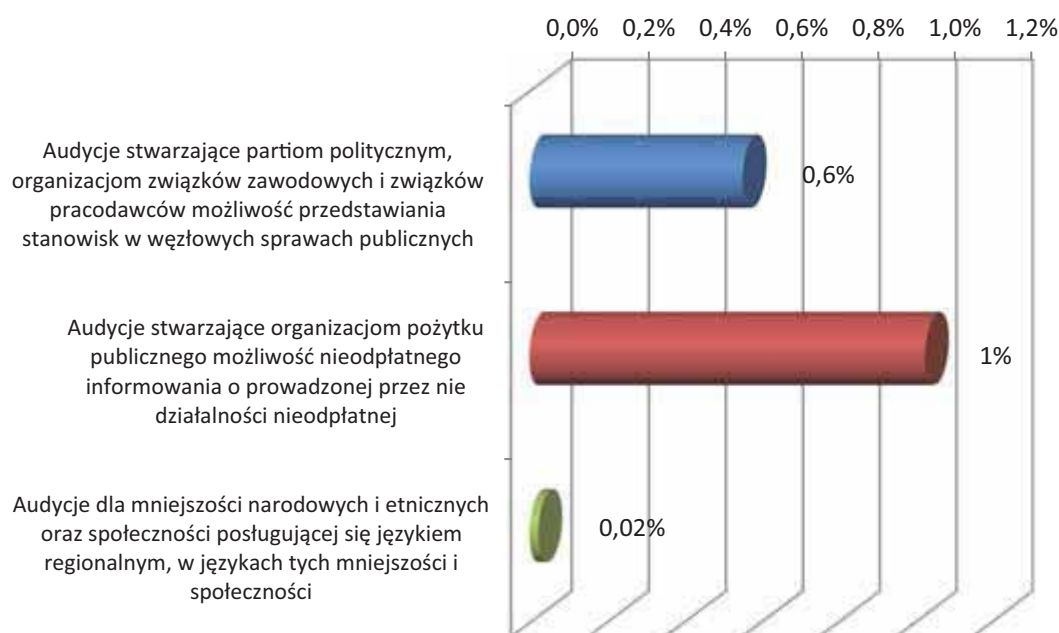
Wykres 95. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Lublin SA



Radio Lublin, które w latach wcześniejszych nie nadawało audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych, w ubiegłym roku nadało 2 godziny audycji adresowanej do mniejszości ukraińskiej. Realizowano zapisy Rozporządzenia KRRiT w zakresie czasu przeznaczanego na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych

i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (49 godz.). Na audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności Radio Lublin przeznaczyło 90 godzin w programie czyli dwa razy w więcej niż w roku 2012.

Wykres 96. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Lublin SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Lublin na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział warstwy słownej w programie wyniósł 33% tygodniowego czasu emisji, z czego ponad połowa (58%) dotyczyła tematyki ściśle związanej z regionem. Treści regionalne obecne były we wszystkich ustawowych kategoriach audycji, a ich wyraźna dominacja zaznaczyła się w informacji, publicystyce i sporcie.

Informacje dotyczące Lubelszczyzny były aktualizowane na bieżąco w serwisach informacyjnych, a następnie uzupełniane w relacjach reporterskich i szeroko komentowane w audycjach publicystycz-

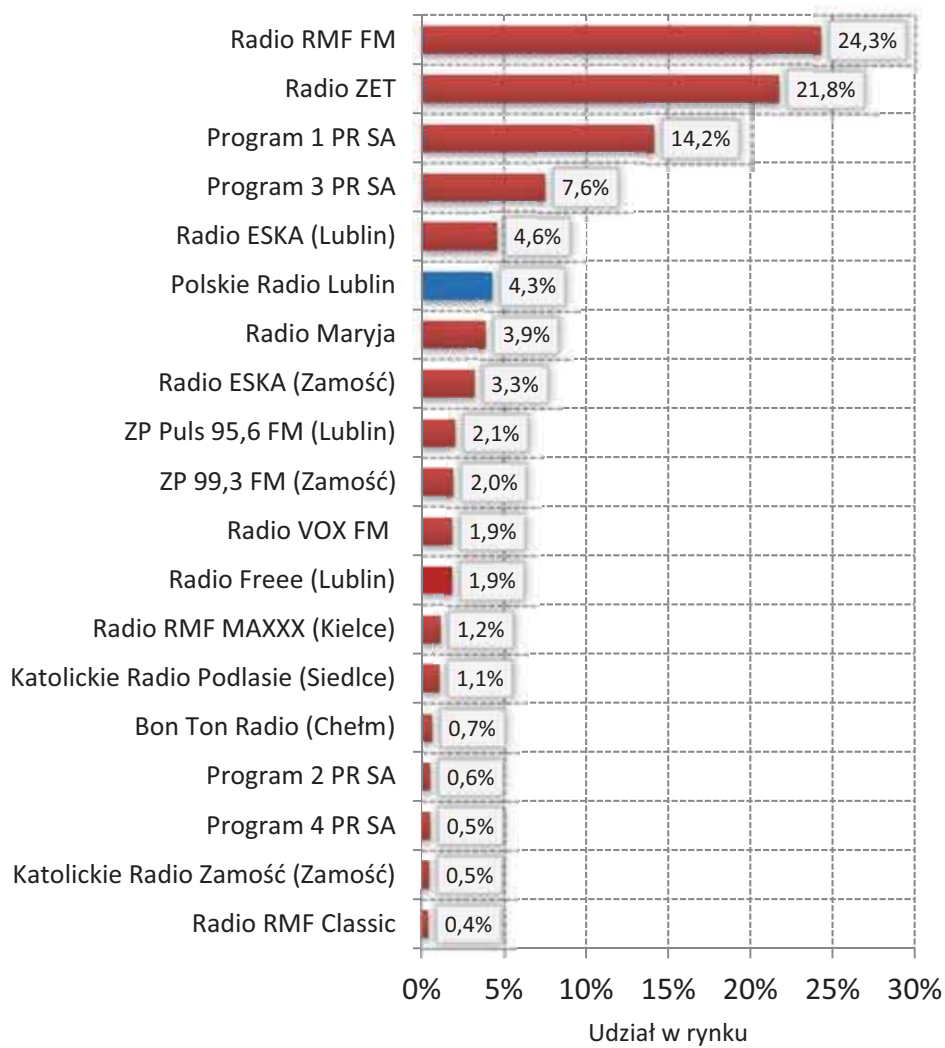
nych, głównie rozmowach z udziałem lokalnych polityków.

Oferta kulturalna Radia Lublin była różnorodna i dotyczyła niemal wszystkich aspektów życia kulturalnego w regionie, m.in. premier filmowych i teatralnych, koncertów muzyki poważnej, wystaw. Przekazywano nie tylko informacje na temat lokalnych wydarzeń kulturalnych, ale umacniano także tożsamość kulturową regionu poprzez regularną emisję muzyki ludowej oraz szerokie omówienie ludowych zwyczajów i obrzędów na Lubelszczyźnie. Ponadto nadawano, słuchowiska radiowe (Radiowy Teatr Sensacji), reportaże artystyczny, bajki dla dzieci oraz prezentowano powieść w odcinkach.

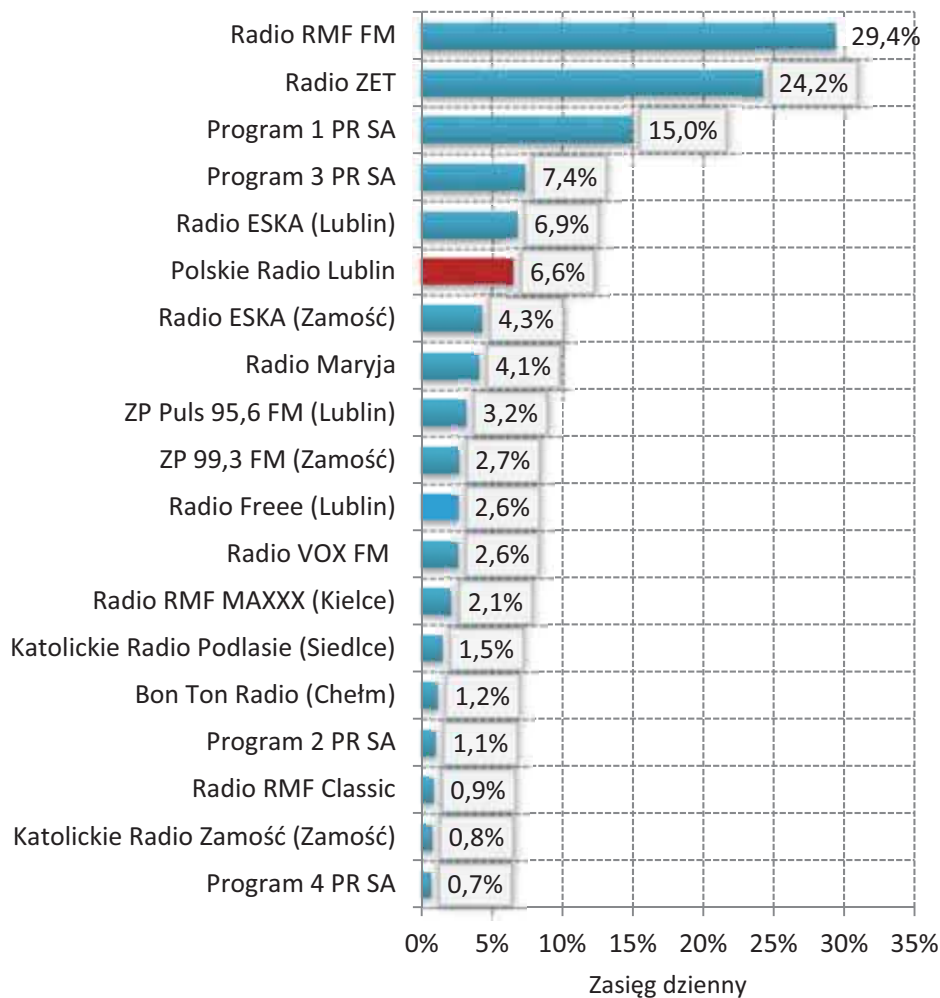
Muzyka zajęła 58% tygodniowego czasu emisji. Prezentowano różne, starannie dobrane gatunki muzyki: od jazzu i muzyki poważnej, przez rock i heavy metal, po soul, muzykę latynoską, a nawet szanty tak, aby odzwierciedlić gust muzyczny możliwie najszerszego grona odbiorców.

Pozycja Radia Lublin na rynku radiowym w województwie lubelskim

Wykres 97. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa lubelskiego w 2013 r.



Wykres 98. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa lubelskiego w 2013 r.

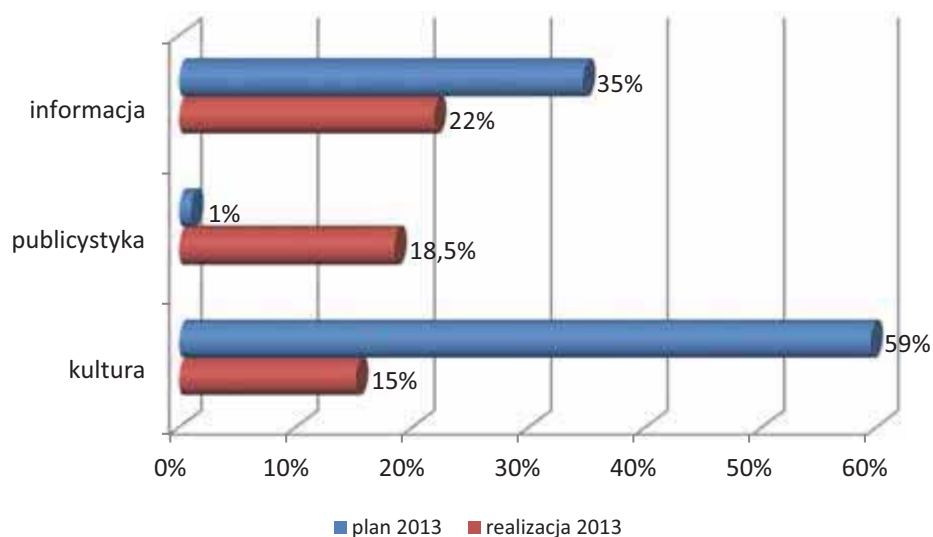


Program miejski – Radio Freee

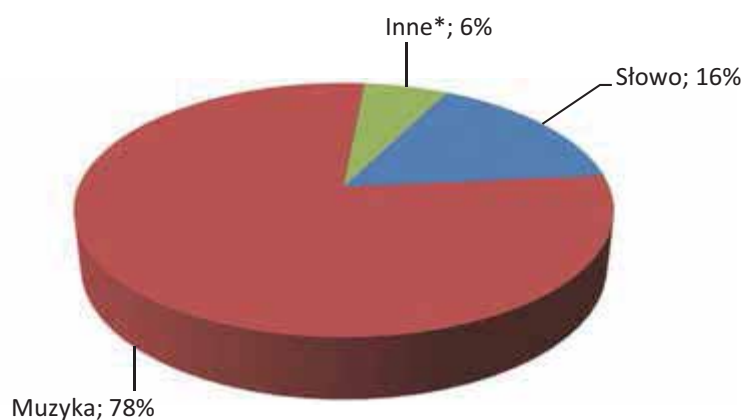
Zawartość programu Radio Freee różniła się od zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Radykalnie zmniejszono w programie udział audycji z kategorii informacja (o 1120 godzin mniej w ciągu roku niż zaplanowano) i kultura (mniej o 3884 godz.). Wyższy niż wskazano w planie był natomiast udział audycji publicystycznych (o 1527 godzin). Program ten, zgodnie z Rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 r., powinien zawierać audycje realizujące zadania lokalne wobec społeczności miasta w następujących kategoriach: informacja, publicystyka i kultura. W Radiu Freee obok obowiązkowych, wyżej wymienionych ka-

tegorii audycji, nadawano także 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 poświęcone wydarzeniom kulturalnym i sportowym w mieście oraz muzykę. Program charakteryzował się niezwykle niskim udziałem słowa (ok. 1/6 rocznego czasu emisji). Dominowała współczesna muzyka rozrywkowa, która zajęła niemal 80% programu.

Wykres 99. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w programie miejskim Radio Freee



Wykres 100. Udział słowa i muzyki w programie miejskim Radia Freee w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu Radio Freee na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Monitoring przeprowadzony na tygodniowej próbie programu wykazał, że program realizował zadania misyjne wobec społeczności lokalnej w znikomym stopniu. W analizowanym okresie miał bowiem charakter muzyczny z niewielkim udziałem słowa (6%), a wysokim udziałem muzyki (84%).

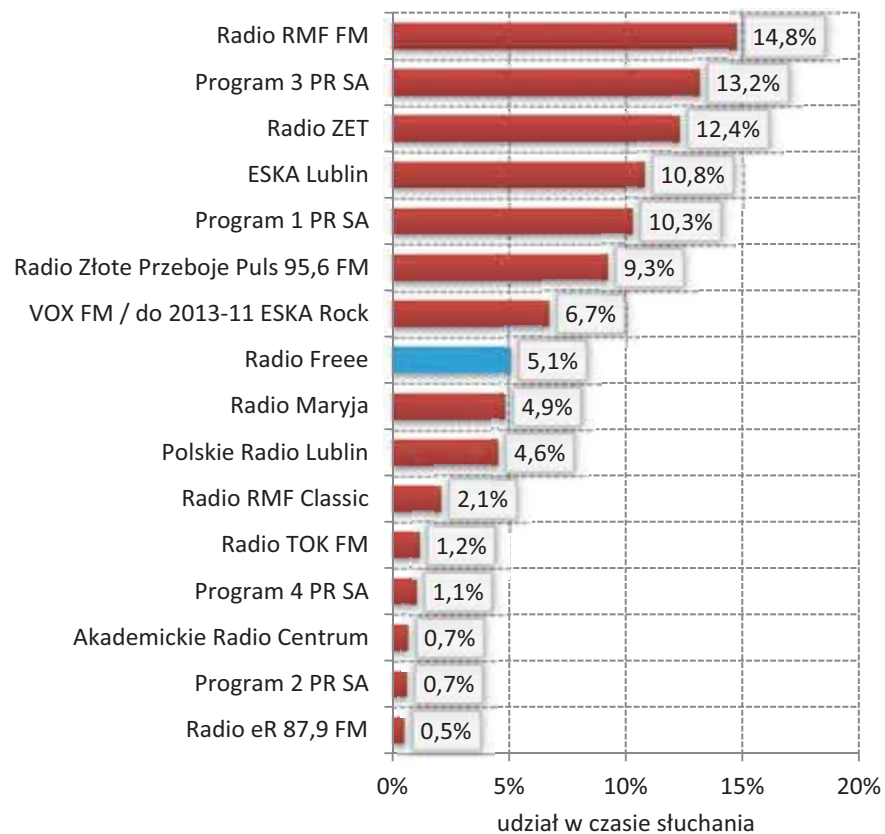
W Radiu Freee brakowało różnorodnych form prezentacji treści miejskich, szczególnie w zakresie publicystyki (jej udział w programie ograniczał się do nadawania krótkich sond ulicznych). Potwierdził to

niski udział audycji informacyjnych i publicystycznych w porze dziennej tygodniowego czasu emisji. Zajęły one łącznie 3%, co oznacza, że w badanym okresie program w niewielkim stopniu wypełniał funkcje informacyjne i opiniotwórcze wobec mieszkańców Lublina. Ponadto, porównanie wyników monitoringu z 2011 r. i 2013 r. nie wykazało znaczącej poprawy realizacji misji wobec społeczności miasta.

W wyniku przeprowadzonego monitoringu KRRiT – w ramach procesu uzgadniania planów programowo-finansowych na 2014 rok – podjęła rozmowy z nadawcą o dostosowaniu – w większym stopniu niż wskazywały plany - formuły programu do obowiązków ustawowych, tj. uwzględnienia w programie, w większym stopniu niż dotychczas, demokratycznych, społecznych oraz kulturalnych potrzeb społeczności lokalnej.

Pozycja Radia Freee na rynku radiowym w Lublinie

Wykres 101. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Lublinie w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Lublin uzyskało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 10 989 tys. zł.

Środki abonamentowe w wysokości 120 tys. zł, pozostałe w Spółce na koniec 2013 r., zostaną przeznaczone w roku 2014 r. na: digitalizację zbiorów archiwalnych – 20 tys. zł oraz zakup systemu tworzenia kopii bezpieczeństwa – 100 tys. zł.

Koszty działalności misyjnej Radio Lublin sfinansowało z wpływów z abonamentu w 84%, z pozostałych publicznych środków w 5% oraz w 11% z dochodów własnych.

Tabela 11. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Lublin SA

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	9 498	85,4
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 108	10,0
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programów dla społeczności lokalnych - Radio Freee	425	3,8
4. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	85	0,8
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	10	x
- koncerty, konkursy i inne pozaantenowe	75	x
RAZEM	11 116	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 364	10 989	10 869
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 480	x	9 043
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 254	x	1 316
3. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	10
4. Inwestycje, z tego:	600	x	500
1) wymiana urządzeń klimatyzacyjnych w taśmotece	500	x	500
2) zakup systemu tworzenia kopii bezpieczeństwa do systemu gromadzenia i udostępniania zasobów audio	100	x	0

Radio Łódź SA

Władze spółki

Zarząd

Marek Składowski – prezes

Andrzej Berut – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Andrzej Szablewski – przewodniczący

Wioletta Pawłowska – wiceprzewodnicząca

Józef Kobos – sekretarz

Wiesław Gołębiowski, Krzysztof Jędrzejczak – członkowie

Rada Programowa

Andrzej Sołtysik – przewodniczący

Małgorzata Niewiadomska-Cudak – wiceprzewodnicząca

Marian Papis – sekretarz

Krzysztof Ciebiada, Piotr Cieplucha, Krzysztof Grafiński,

Krzysztof Herod, Jolanta Kopka, Leszek Niecikowski,

Adam Owczarek, Grażyna Przanowska,

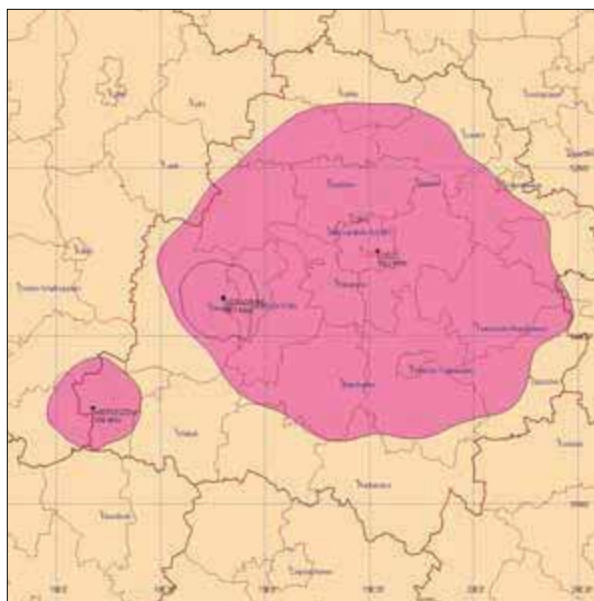
Włodzimierz Rostocki, Tadeusz Wijata,

Donat Wiśniewski, Joanna Wojtkun

– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Łódź SA

Pokrycie ludnościowe:	2 084 845 osób	5,39 %
Pokrycie powierzchniowe:	13 249,4 km ²	4,24 %



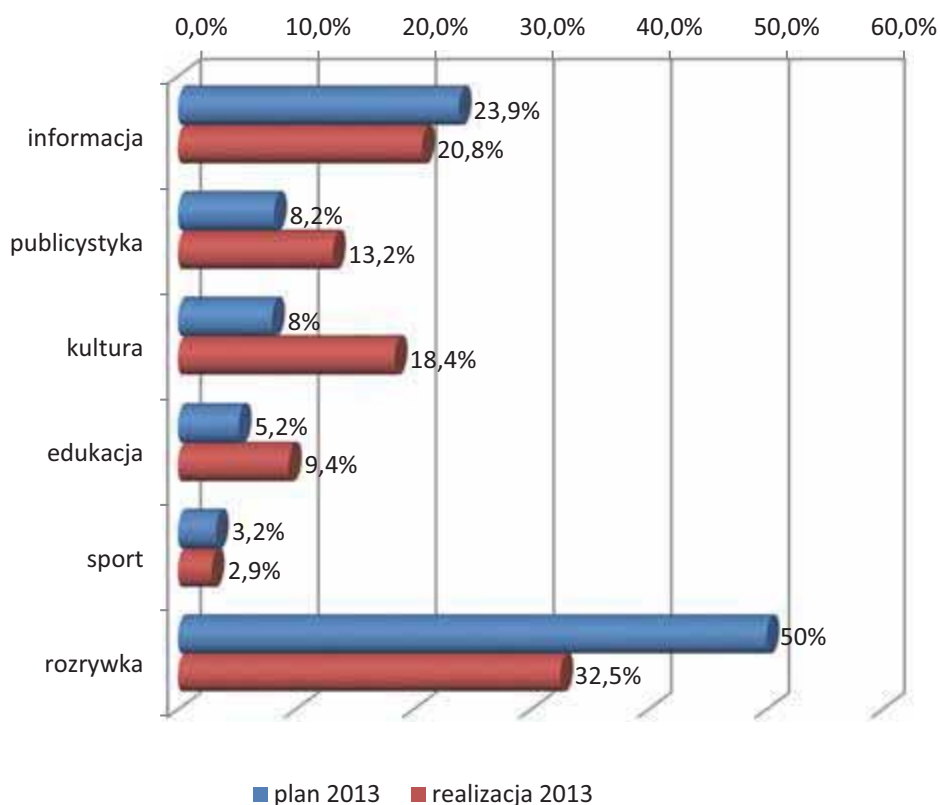
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

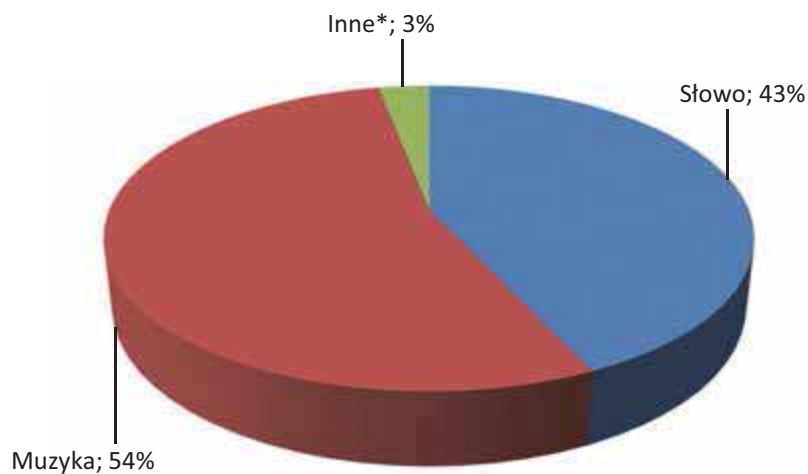
Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie Radia Łódź był nieco niższy od zaplanowanego – o 2 pkt. proc. i wyniósł 97% programu nadanego w 2013 r. Zwiększono liczbę godzin kultury (nadano więcej o 912 godz.), publicystyki (o 438 godz.) i edukacji (o 374 godz.). W pozostałych kategoriach ustawowych nadano mniejszą liczbę godzin niż planowano. Największa różnica dotyczyła rozrywki (mniej o 1535 godzin). Udział tematyki regionalnej, realizowanej poprzez słowo wyniósł 30% ubiegłorocznego programu. Problematyka regionu była obecna we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych oprócz rozrywki. Nadawano bieżące

informacje i omówienia problemów dotyczących regionu, treści edukacyjne (m.in. reportaże dotyczące historii regionu, audycje poradnicze, audycje skierowane do dzieci i młodzieży), związane z kulturą (audycje popularyzujące twórców regionalnych, reportaże artystyczne, poezja lokalnych twórców) oraz serwisy, magazyny i transmisje sportowe dotyczące rozgrywek w regionie. Program ubiegłoroczny cechował dość wysoki udział audycji słownych, tj. 43% (o pięć pkt. proc. więcej niż w 2012 r.). Muzyka zajęła ponad połowę rocznej emisji programu. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 102. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Łódź SA



Wykres 103. Udział słowa i muzyki w programie Radia Łódź S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

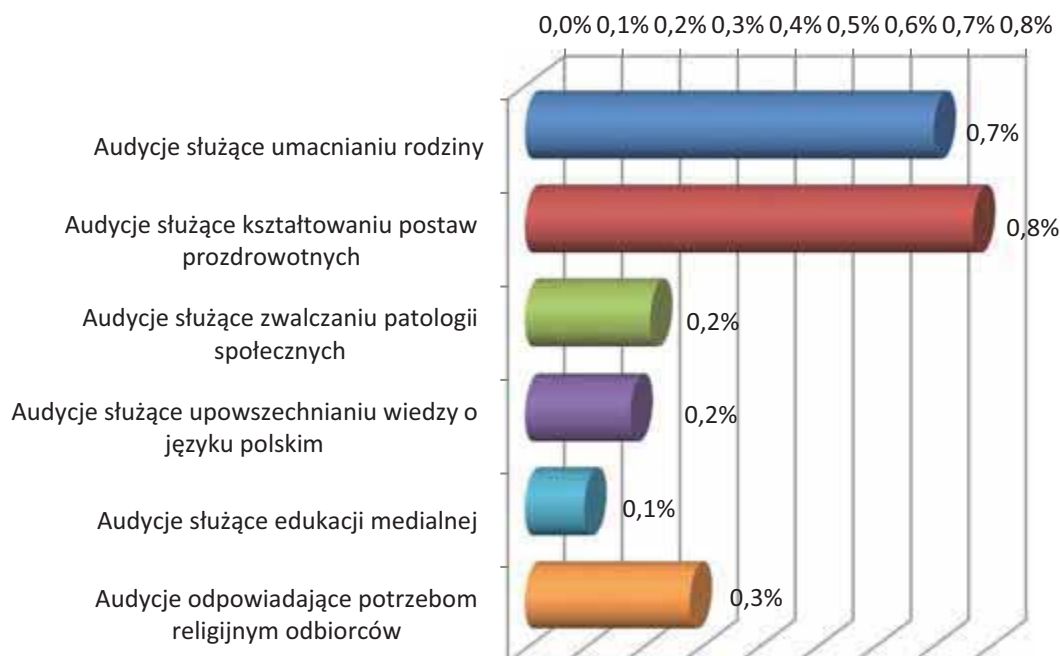
Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W programie Radia Łódź - w stosunku do roku 2012 r. – udziały audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji były w większości porównywalne. Łącznie zajęły w programie 199 godzin.

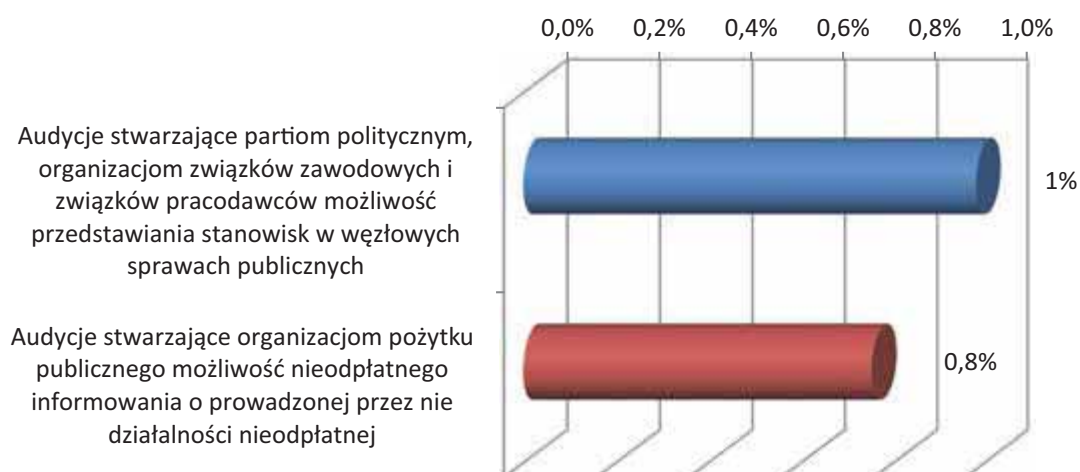
Dla audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk

w węzłowych sprawach publicznych, Radio Łódź przeznaczyło 86 godzin programu (o 4 godziny więcej niż w 2012 r.). Realizowano zatem zapisy Rozporządzenia KRRiT w tym zakresie. Dla audycji stwarzających organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności przeznaczyło 66 godzin programu (o 18 godzin więcej niż 2012 r.).

Wykres 104. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Łódź SA.



Wykres 105. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Łódź SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Łódź na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Monitoring wykazał, że słowo stanowiło 32% tygodniowego czasu nadawania, z czego 63% dotyczyło tematyki regionalnej, realizowanej w różnorodnych rodzajach audycji.

Nadawano audycje informacyjne ukazujące różnorodność wydarzeń i zjawisk w regionie, dotyczące kwestii politycznych, ekonomii oraz gospodarki w wymiarze regionalnym. W programie obecne były także informatory o sytuacji na drogach i różnego typu zagrożeniach oraz zjawiskach pogodowych. Słuchacze mieli zatem dostęp do pełnej i na bieżąco aktualizowanej wiedzy na temat najważniejszych spraw na terenie województwa.

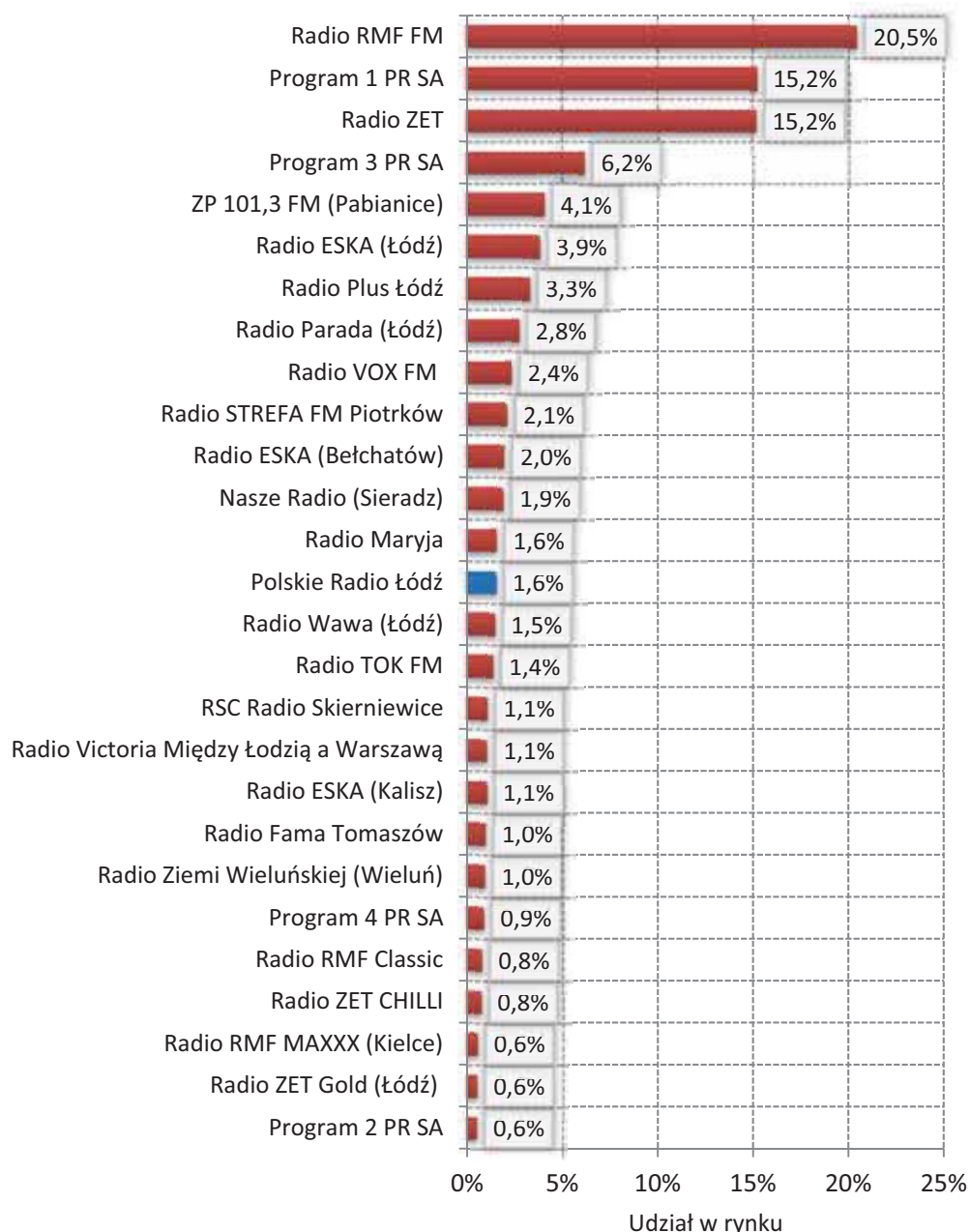
Potwierdza to również oferta publicystyczna, w ramach której informacje przekazywane uprzednio w serwisach i relacjach reporterskich były poszerzane w wywiadach i przedstawiane z różnych perspektyw – nie tylko ekspertów, ale także słuchaczy. W audycjach poruszano także problemy społeczne mające szczególną wagę dla rozwoju i funkcjonowania województwa, czego świadectwem była obecność w programie stałego cyklu „Studio reportażu i dokumentu”.

W audycjach dotyczących kultury prezentowano dzieła popularyzujące wiedzę o sztuce regionu, jak również nadawano informacje o bieżących wydarzeniach kulturalnych. Walorem programu były audycje prezentujące muzykę klasyczną, jak „Od Bacha do Góreckiego”, czy „Koncertowa niedziela”, a także magazyny kulturalne, wspomagające wybór aktywnych form udziału w kulturze („Strefa kultury”).

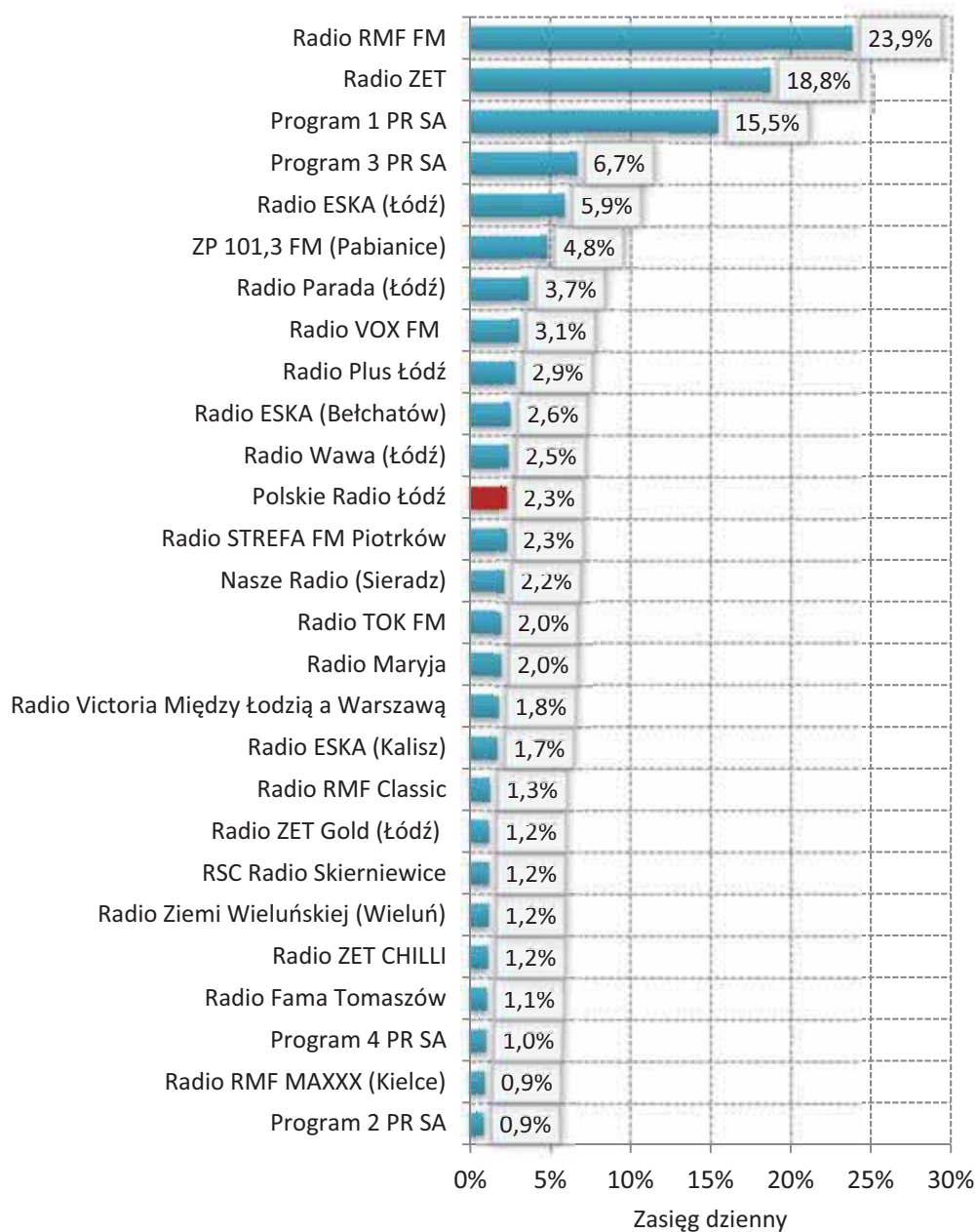
Muzyka stanowiła 65% tygodniowego programu. Była to głównie popularna muzyka rozrywkowa, choć nadawano także utwory jazzowe i muzykę klasyczną.

Pozycja Radia Łódź na rynku radiowym w województwie łódzkim

Wykres 106. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa łódzkiego w 2013 r.



Wykres 107. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa łódzkiego w 2013 r.



**Wykorzystanie środków abonamentowych
oraz koszty działalności misyjnej.**

W 2013 r. Radio Łódź na finansowanie przedsięwzięć misyjnych otrzymało środki abonamentowe w kwocie 7 526 tys. zł.

**Koszty działalności misyjnej Radio Łódź
sfinansowało z wpływów z abonamentu w 80%
oraz w 20% z dochodów własnych.**

Tabela 12. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Łódź SA

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	8 681	92,8
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	671	7,2
RAZEM	9 352	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 045	7 526	7 526
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 390	x	6 825
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	625	x	671
3. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30

Radio Olsztyn SA

Władze spółki

Zarząd

Mariusz Bojarowicz – prezes

Henryk Łańko – członek zarządu

Rada Nadzorcza

Krzysztof Krukowski – przewodniczący

Bogumił Osiński – wiceprzewodniczący

Agnieszka Kazalska – sekretarz

Władysław Bogdanowski, Czesław Hołdyński
– członkowie

Rada Programowa

Ireneusz Iwański – przewodniczący

Zbigniew Szczypiński – wiceprzewodniczący

Dorota Wcisła – sekretarz

Zbigniew Ciechomski, Rafał Gozdur, Adam Hołub,
Tomasz Miętkiewicz, Paweł Pietnoczka,
Leszek Sobański, Marek Sokołowski, Witold Strzelec,
Piotr Sułkowski, Zbigniew Szmurło, Irena Telesz-Burczyk,
Bożenna Ulewicz – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Olsztyn SA

Pokrycie ludnościowe:	1 443 754 osób	3,73 %
Pokrycie powierzchniowe:	14 783,5 km ²	4,73 %



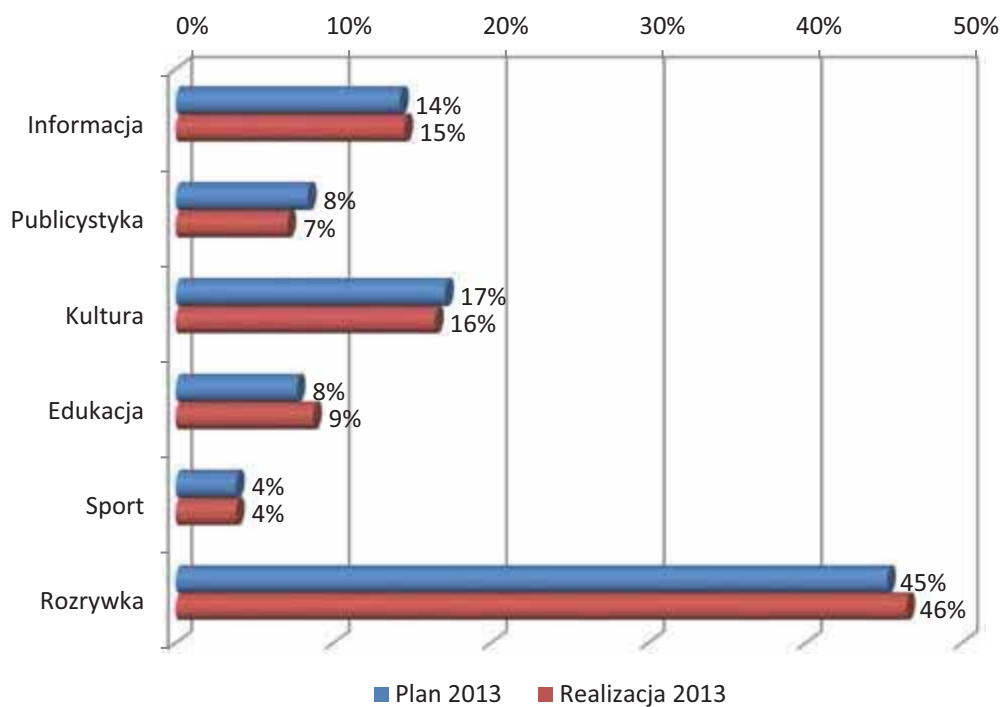
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

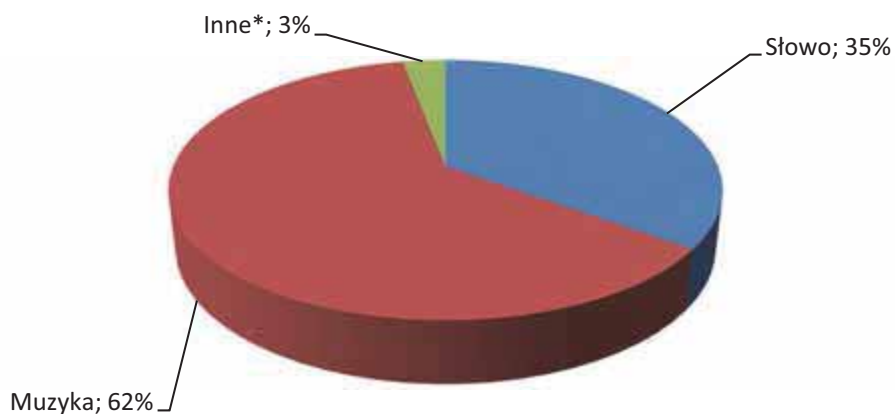
Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie Radia Olsztyn był nieco wyższy od zaplanowanego – o 1 pkt. proc. i wyniósł 97% programu nadanego w 2013 r. Niewielkie modyfikacje w stosunku do planu wprowadzono we wszystkich kategoriach poza sportem. Zwiększono udziały informacji (o 24 godziny), edukacji (o 92 godziny) i rozrywki (o 110 godzin). Nadano natomiast mniej niż planowano audycji z zakresu publicystyki (o 113 godzin) i kultury (o 57 godzin). Udział tematyki regionalnej, realizowanej poprzez słowo wyniósł 25% rocznego czasu emisji. Tematy związane z regionem były obecne we wszystkich ustawowych kategoriach audycji – serwisach informacyjnych, audycjach publicystycznych i dotyczących kultury (w tym reportażach artystycznych, słuchowiskach i prezentacjach poezji śpiewanej), a także audycjach edukacyjnych (m.in.

reportażach dotyczących historii regionu) i relacjach sportowych (transmisje z rajdów i rozgrywek ligowych). Ponadto, spółka wypełniała szczególne zadania misyjne wobec mniejszości narodowych i etnicznych, nadając codzienny program w języku ukraińskim (z nadajnika w Miłkach), obejmujący zasięgiem północną część województwa warmińsko-mazurskiego. Program ten koncentrował się na informacjach dotyczących wydarzeń w środowiskach ukraińskich w regionie, współpracy polsko-ukraińskiej, a także najważniejszych wydarzeniach na Ukrainie. W 2013 r. Radio Olsztyn wyemitowało 138,5 godziny programu adresowanego do mniejszości ukraińskiej. Program Radia Olsztyn cechował dość wysoki udział słowa. Muzyka zajęła ponad 60% rocznego czasu nadawania programu. Była to głównie współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 108. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Olsztyn SA



Wykres 109. Udział słowa i muzyki w programie Radia Olsztyn S.A. w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



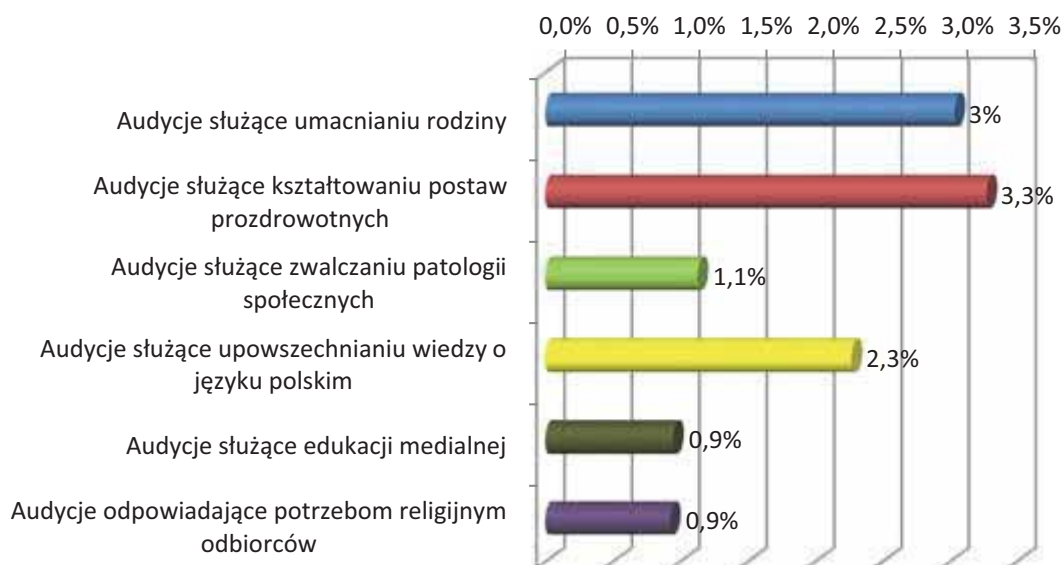
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W 2013 r. czas nadawania audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji wyniósł 1015 godzin – o 135 godz. więcej niż w roku 2012. Wyraźnie zwiększono czas nadawania audycji służących upowszechnianiu

wiedzy o języku polskim (ze 141 godz. do 199 godz.) oraz służących edukacji medialnej (z 22 godz. do 81 godz.). W przypadku pozostałych rodzajów audycji nie odnotowano znaczących zmian ich udziału w programie i czasu nadawania.

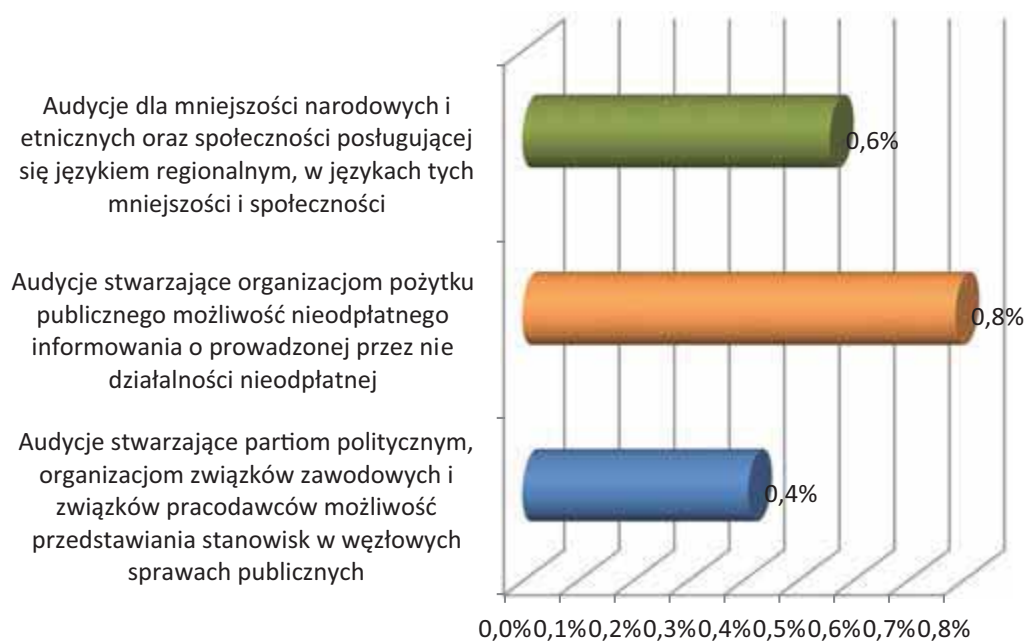
Wykres 110. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Olsztyn SA.



Roczny czas nadawania przeznaczony na emisje audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych był w programie Radia Olsztyn o godzinę dłuższy niż w 2012 r. Czas przeznaczony na audycję stwarzającą partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych

sprawach publicznych wydłużono w programie Radia Olsztyn – w porównaniu z rokiem 2012 – o 4 godziny. Realizowano zatem zapisy Rozporządzenia KRRiT w tym zakresie. Dla organizacji pożytku publicznego przeznaczono 69 godz. audycji – o 32 godz. więcej niż w 2012 r.

Wykres 111. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Olsztyn SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Olsztyn na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa w tygodniowym czasie emisji wyniósł 32%, a tematyka regionalna zajęła ok. 52% czasu nadawania wszystkich audycji i przekazów słownych w programie. Tematyka regionalna w największym stopniu realizowana była poprzez publicystykę i informację, gdzie stanowiła od 60% do 70% nadawanych treści.

Informacje dotyczące województwa warmińsko-mazurskiego przekazywane w dziennikach, przeglądach prasy, czy też wiadomościach ekonomicznych i rolniczych były zazwyczaj obszernie analizowane w audycjach publicystycznych (wywiadach z zaproszonymi do studia gośćmi, relacjach reporterskich i reportażach). W programie koncentrowano się przede wszystkim na tematyce społeczno-gospodarczej, a kwestie polityczne były rzadziej poruszane. Udział treści regionalnych cechował równomierny rozkład, tj. nadawca nie faworyzował stolicy regionu kosztem mniejszych ośrodków miejskich, małych gmin, czy wsi.

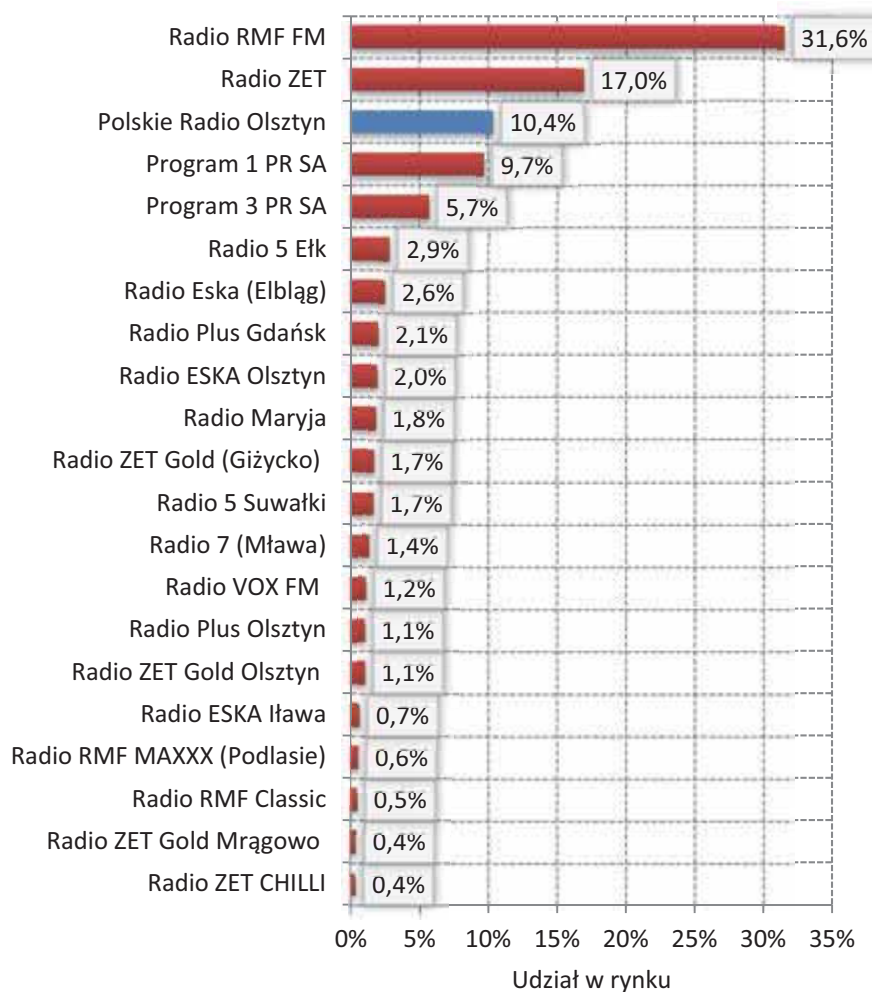
Audycje kulturalne w programie najczęściej dotyczyły muzyki, która zajęła 64% tygodniowego czasu emisji. Popularyzowano różne jej gatunki: jazz,

rock, blues, muzykę poważną, ludową. W programie nadano również audycje w całości poświęcone innym dziedzinom kultury: filmowi, teatrowi i literaturze. W ramach oferty kulturalnej promowano także inicjatywy o charakterze społeczno-kulturalnym, zarówno poprzez relacje reporterskie, jak też wywiady z osobami bezpośrednio zaangażowanymi we wspomniane projekty. Nierzadko byli to artyści z regionu.

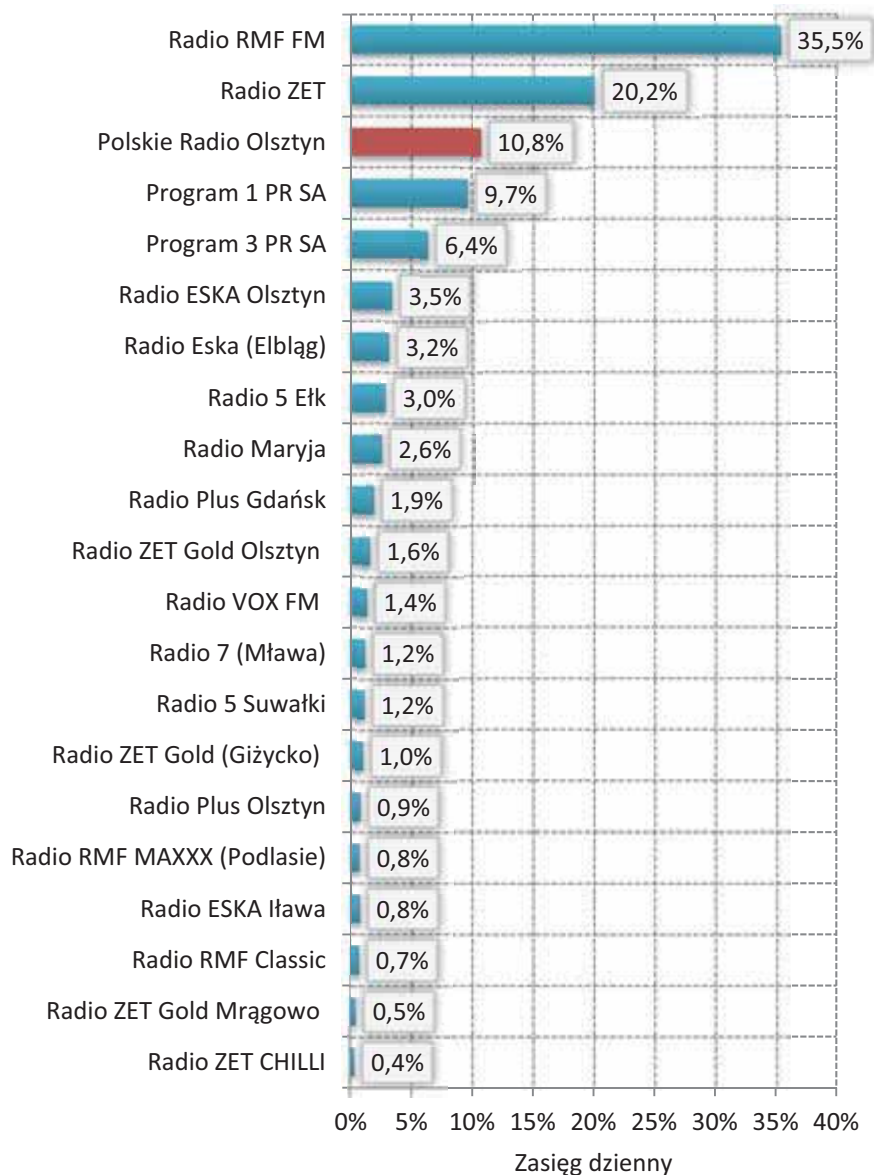
Ponadto, w programie regularnie emitowano słuchowisko „Zew oceanu” oraz nadawano powieść w odcinkach. Odnotowano także obecność wartościowych form radiowych o charakterze edukacyjnym – cykl reportaży dotyczących historii regionu pn. „Niedziela odkrywców”.

Pozycja Radia Olsztyn na rynku radiowym w województwie warmińsko-mazurskim

Wykres 112. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w 2013 r.



Wykres 113. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Olsztyn otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 104 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały środki w wysokości 30 tys. zł przeznaczone na dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych

do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych

Koszty misji Spółka pokryła z abonamentu w 78%, z innych przychodów publicznych w 5% oraz z dochodów własnych w 17%.

Tabela 13. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Olsztyn SA

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	9 509	88,9
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	957	8,9
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	63	0,6
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu dla mniejszości ukraińskiej	168	1,6
RAZEM	10 697	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 478	9 104	9 074
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 278	x	7 726
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 003	x	1 177
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	60	x	60
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu dla mniejszości ukraińskiej	107	x	111
5. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	0

Radio Opole SA

Władze spółki

Zarząd

Paweł Frącz – prezes

Rada Nadzorcza

Andrzej Toll – przewodniczący

Kazimierz Szczygielski – wiceprzewodniczący

Lech Rubisz – sekretarz

Bogusław Nierenberg, Waldemar Skomudek – członkowie

Rada Programowa

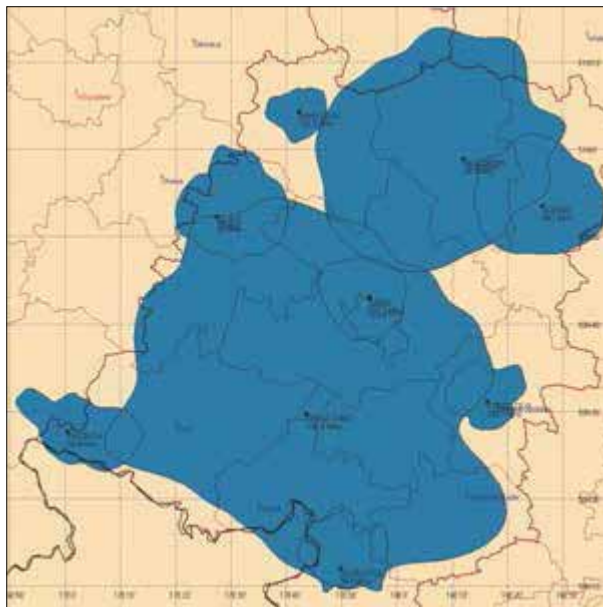
Andrzej Mazur – przewodniczący

Zdzisław Krzysztofka – wiceprzewodniczący

Zbigniew Bitka, Edward Gondecki, Piotr Karmański,
Teresa Maria Karol, Apolonia Klepacz Waldemar Mirecki,
Jerzy Niedźwiecki, Szymon Ogłaza, Katarzyna Płoszaj,
Krzysztof Puszczewicz, Piotr Semak, Paweł Stępkowski,
Krzysztof Wysdak – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Opole SA

Pokrycie ludnościowe:	989 572 osób	2,56 %
Pokrycie powierzchniowe:	8 507,5 km ²	2,72 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

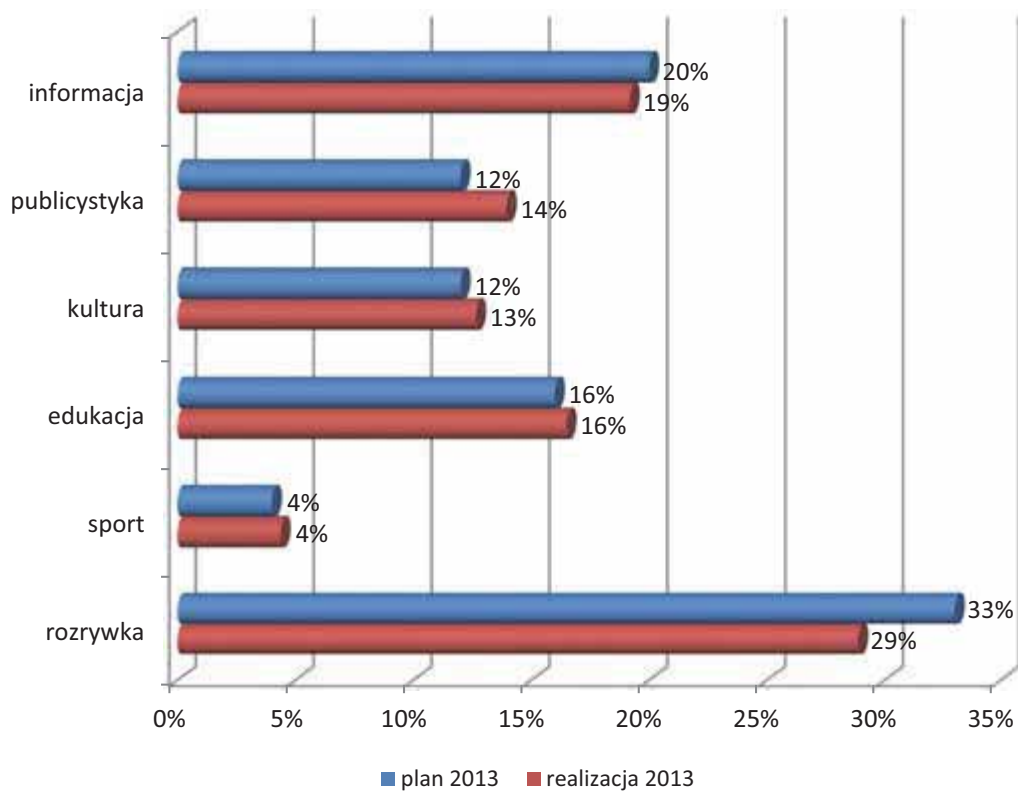
Realizacja planów programowych

Spółka 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 2013 r. 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 publicystyki (więcej o 175 godzin) oraz kultury (o 88 godzin), przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału rozrywki (mniej o 350 godzin) i informacji (o 87 godz.). Niemal połowa programu dotyczyła tematyki regionalnej realizowanej w audycjach słownych (46%). Ważne wydarzenia polityczne,

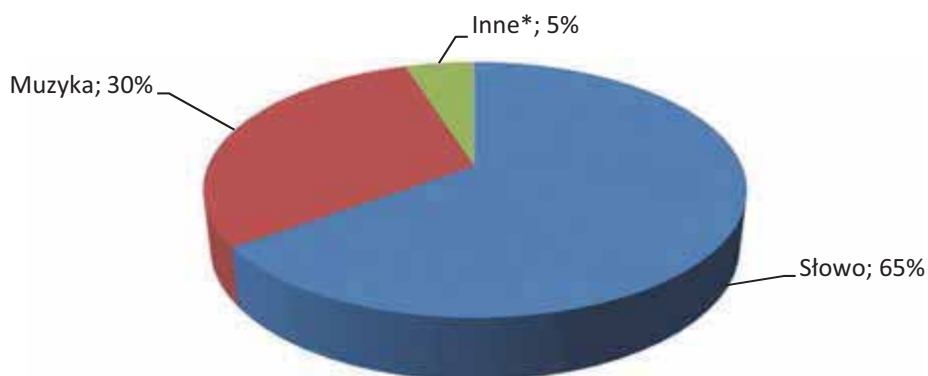
społeczne i kulturalne w regionie prezentowano w informacji i publicystyce. Kulturę przybliżano w serwisach poświęconych najważniejszym wydarzeniom kulturalnym regionu, w audycjach popularyzujących regionalnych twórców oraz prezentujących regionalne dzieła. Treści regionalne prezentowane były również w edukacji i sporcie. Radio Opole nadawało również audycje dla mniejszości narodowych – niemieckiej i romskiej.

Audycje słowne zajęły aż 65%, a muzyka zaledwie 30% rocznego programu. W programie dominowała współczesna muzyka rozrywkowa, nadawano także muzykę klasyczną i jazzową.

Wykres 114. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Opole SA



Wykres 115. Udział słowa i muzyki w programie Radia Opole w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



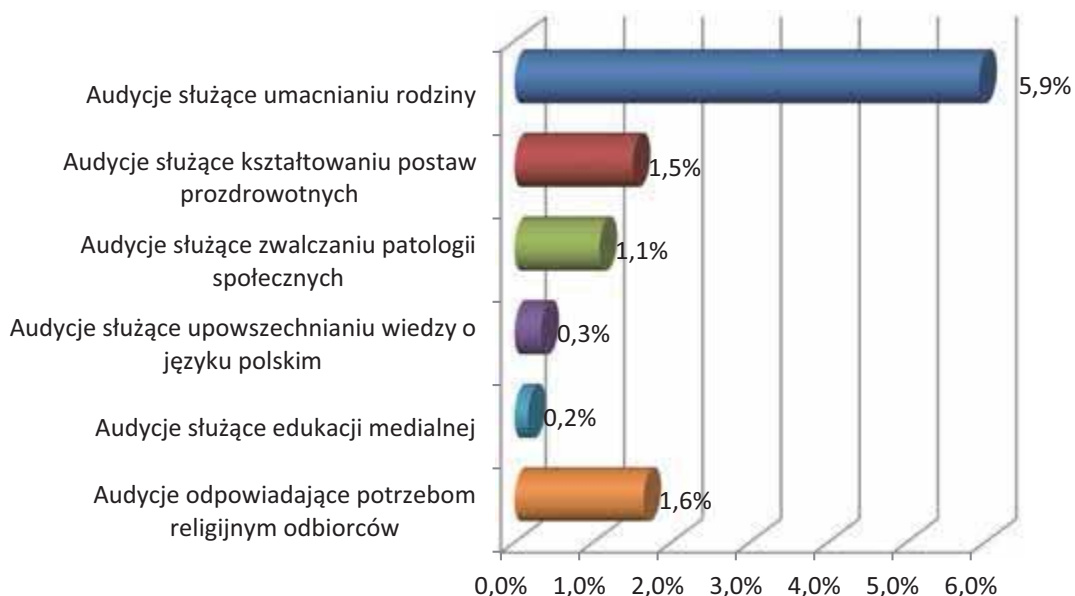
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W porównaniu z rokiem 2012 zwiększono udział audycji służących umacnianiu rodziny (w 2013 r. – 519 godz., w 2012 r. – 384 godz.) oraz edukacji medialnej (w 2013 r. – 15 godz., w 2012 r. – 3 godz.). Udział audycji realizujących inne powin-

ności ustawowe (kształtowanie postaw prozdrowotnych, zwalczanie patologii społecznych, upowszechnianie wiedzy o języku polskim) utrzymano na niezmiennym poziomie. Audycje te zajęły łącznie 935 godzin (11% rocznego czasu emisji programu).

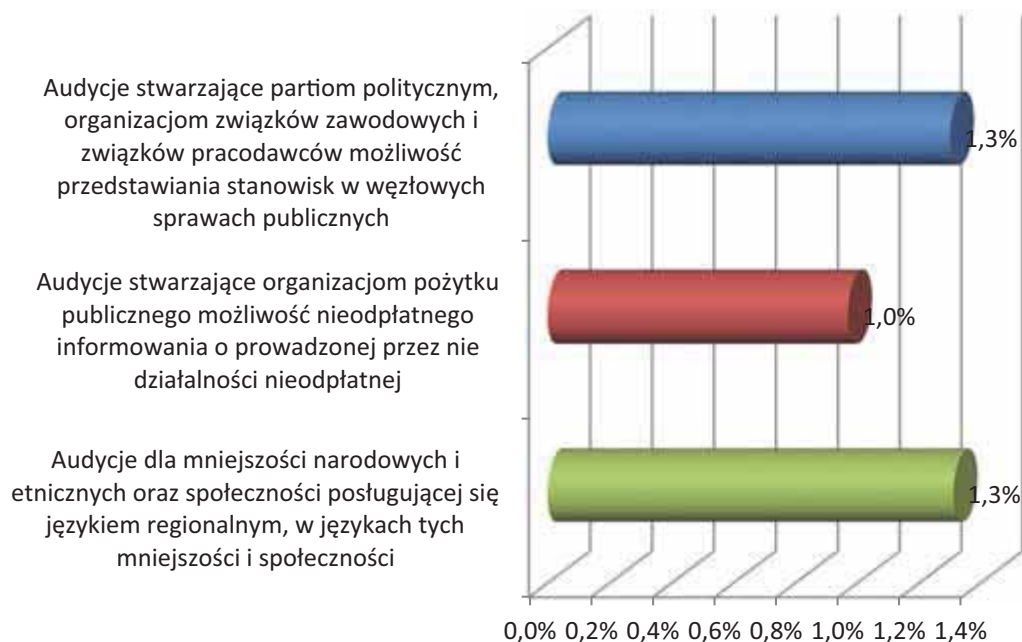
Wykres 116. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Opole SA



Czas emisji audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych w Radiu Opole był zgodny z planem w tym zakresie (115 godzin). W ubiegłym roku na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pra-

codawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych, nadawane w wymiarze zgodnym z rozporządzeniem, poświęcono 114 godz. Na audycje informujące o działalności organizacji pożytku publicznego przeznaczono 85 godzin.

Wykres 117. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Opole SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Opole na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa był stosunkowo wysoki i wyniósł 50% tygodniowego czasu emisji. Treści regionalne zajęły natomiast ponad połowę nadanych w programie audycji i przekazów słownych (58%). Obecne były we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych poza rozrywką, a największy ich udział odnotowano w informacji, publicystyce i sporcie.

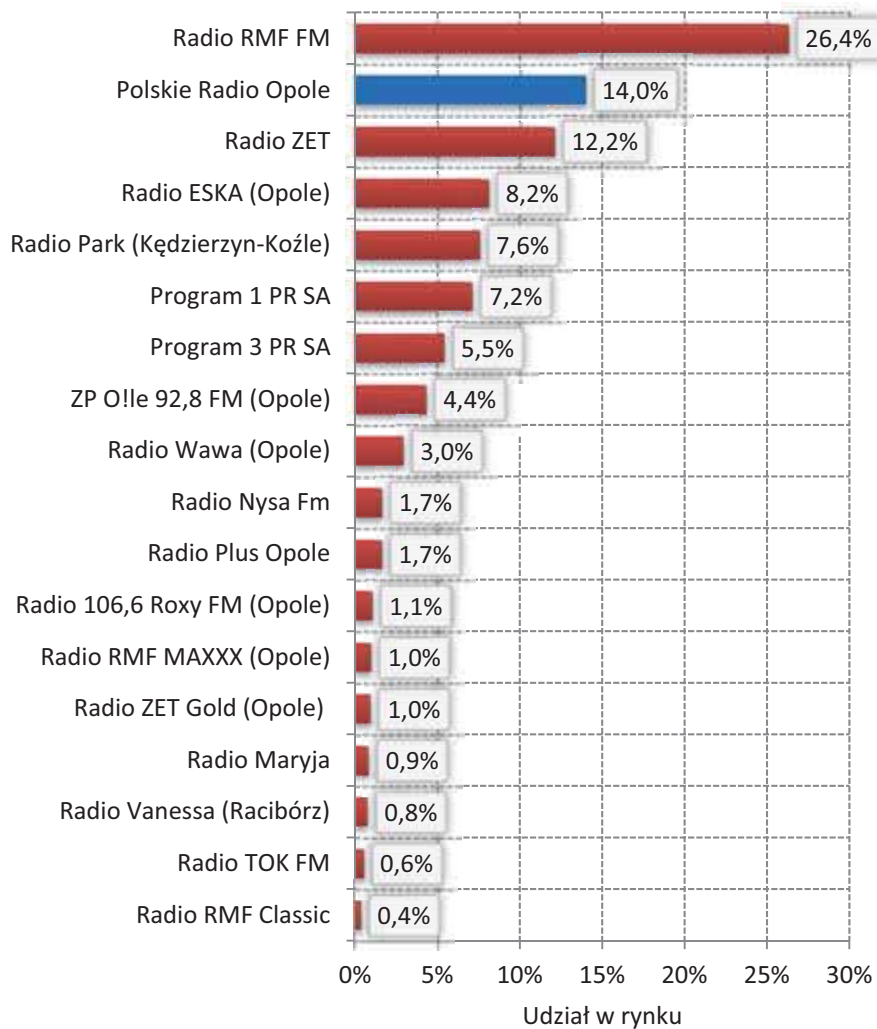
Prezentowane treści regionalne nie ograniczały się jedynie do Opola, ale dotyczyły wielu miejscowości w regionie oraz różnych obszarów tematycznych, w tym: rolnictwa w regionie, funkcjonowania regionalnych ośrodków akademickich, lokalnego rynku pracy i sytuacji mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących region (mniejszość niemiecka i romska).

Audycje wartościowe ze względu na ich formę i treść nadawano w ramach publicystyki (emisja archiwalnych reportaży), edukacji (audycja językoznawcza z udziałem eksperta) i kultury (głównie prezentacje muzyki ludowej).

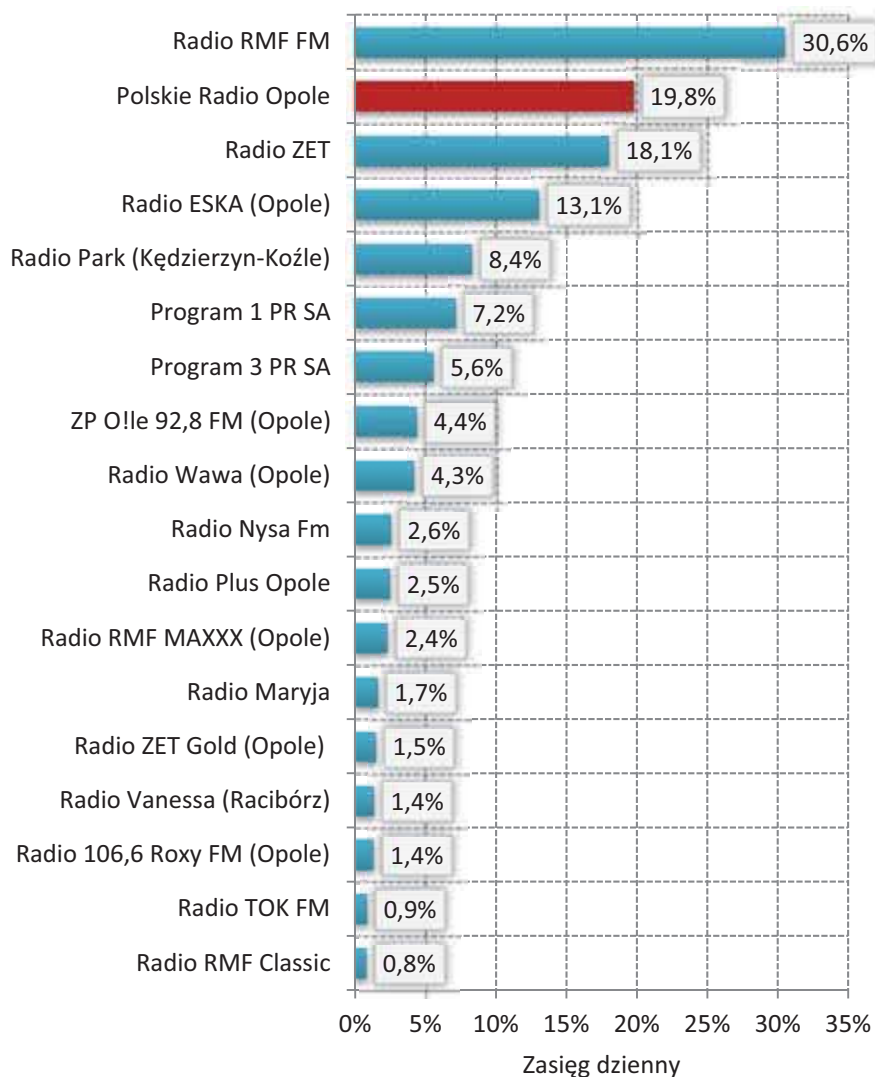
Muzyka zajęła 44% tygodniowego czasu emisji. W większości była to popularna muzyka rozrywkowa.

Pozycja Radia Opole na rynku radiowym w województwie opolskim

Wykres 118. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa opolskiego w 2013 r.



Wykres 119. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa opolskiego w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Opole otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 10 400 tys. zł.

Koszty misji Spółka pokryła z abonamentu w 99,97% oraz z dochodów własnych w 0,03%.

Tabela 14. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Opole SA.

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	10 527	86,5
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 466	12,0
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	173	1,5
RAZEM	12 166	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 067	10 400	10 400
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 414	x	7 823
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 454	x	1 454
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	169	x	169
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30
5. Zadania inwestycyjne (m.in. modernizacja routera, sieci komputerowej, zakup komputerów)	x	x	924

Radio Merkury SA (Poznań)

Władze spółki

Zarząd

Mariusz Szymyślik – prezes, redaktor naczelny
Ryszard Ćwirlej – członek zarządu, zastępca redaktora
naczelnego

Rada Nadzorcza

Piotr Frydryszek – przewodniczący
Piotr Michalak, Tomasz Naganowski, Leszek Podosek-Przygoda,
Jędrzej Skrzypczak – członkowie

Rada Programowa

Michał Marzec – przewodniczący
Andrzej Przyłębski – wiceprzewodniczący
Ryszard Sławiński – wiceprzewodniczący
Maria Magdalena Kacprzak – sekretarz

Przemysław Basiński, Grzegorz Ganowicz, Alicja Kobus,
Dariusz Lipiński, Stanisław Nowak, Piotr Nycz,
Krzysztof Paluszyński, Adam Podsiadły, Filip Suś,
Szymon Szynkowski vel Sęk, Andrzej Wróblewicz
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Merkury SA

Pokrycie ludnościowe:	4 338 594 osób	11,22 %
Pokrycie powierzchniowe:	40 306,0 km ²	12,89 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

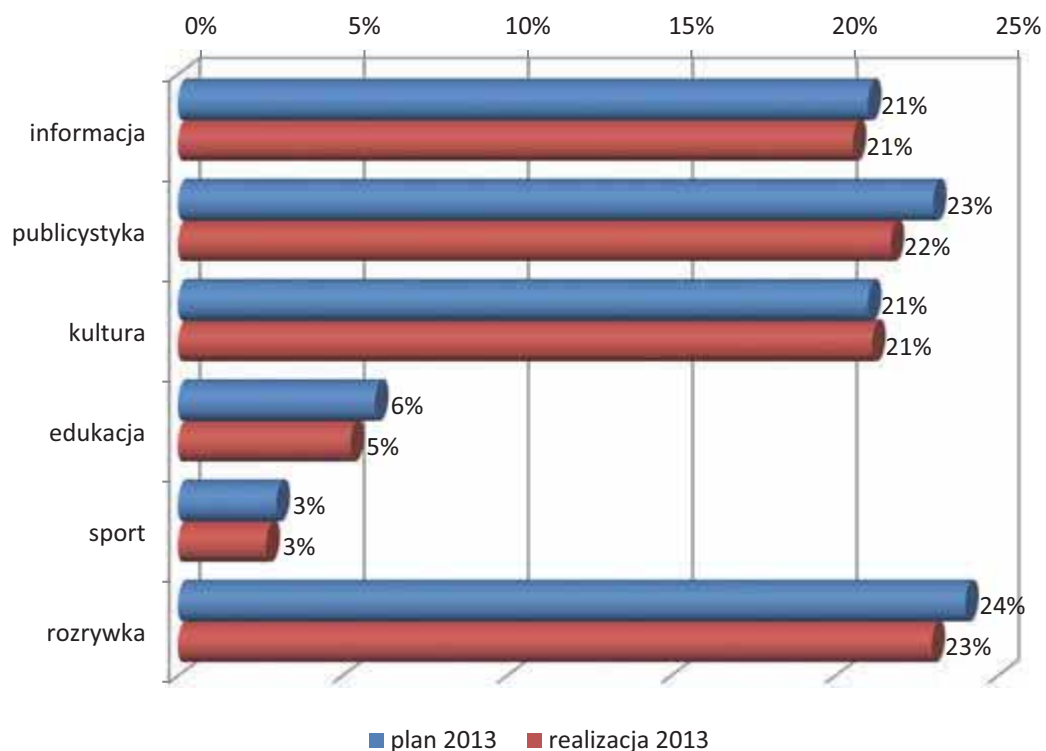
Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie był nieco niższy od zaplanowanego – o 3 pkt. proc. i wyniósł 95% programu nadanego w 2013 r. Niewielkie modyfikacje - w stosunku do planu (w granicach jednego pkt. proc.) wprowadzono w trzech kategoriach audycji. Zmniejszono udział publicystyki (mniej o 105 godzin), edukacji (o 65 godzin) i rozrywki (o 104 godziny). Minimalne modyfikacje w stosunku do planu nastąpiły także w pozostałych kategoriach audycji, jednak nie miało to wpływu na zmiany udziałów audycji w programie. Nadano nieco mniej niż planowano godzin informacji (o 21 godzin) oraz sportu (o 46 godzin). Zwiększono natomiast w stosunku do planów liczbę godzin w kategorii kultura (o 44 godziny). Udział tematyki regionalnej, realizowanej poprzez słowo wyniósł 32% ubiegłorocznego programu. O sprawach regionu

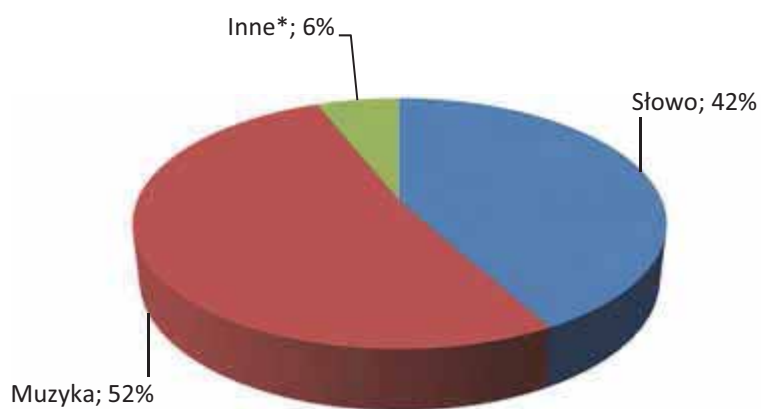
mówiono w bieżących informacjach (w tym w serwisach, przeglądach prasy i informatorach użytkowych) i w publicystyce, a także w serwisach, magazynach i transmisjach sportowych i audycjach dotyczących wydarzeń i przedsięwzięć kulturalnych oraz w cyklach edukacyjno-poradniczych (z zakresu historii i kultury ludowej regionu oraz dotyczących m.in. ekonomii, zdrowia, ekologii). Tematykę regionu poruszały nadawane w programie reportaże, a na twórczości regionalnej były oparte słuchowiska. Prezentowano także literaturę regionalnych twórców.

Ubiegłoroczny program cechował dosyć wysoki udział słowa (42% rocznego czasu emisji). Muzyka zajęła ponad połowę programu nadanego w 2013 r. Prezentowano głównie współczesną muzykę rozrywkową, ale nadawano także stałe cykle z muzyką klasyczną, jazzową i bluesem.

Wykres 120. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Merkury SA



Wykres 121. Udział słowa i muzyki w programie Radia Merkury S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



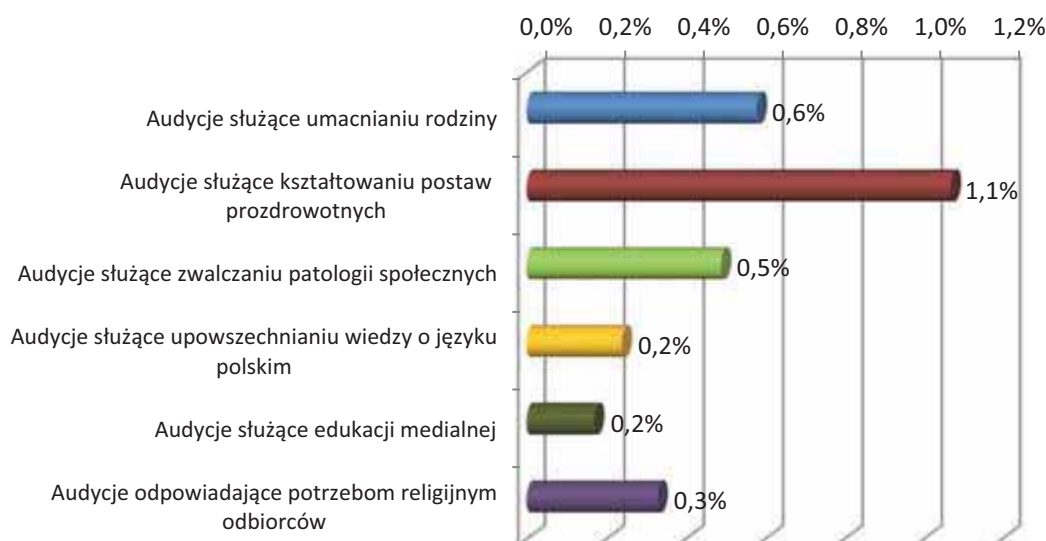
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

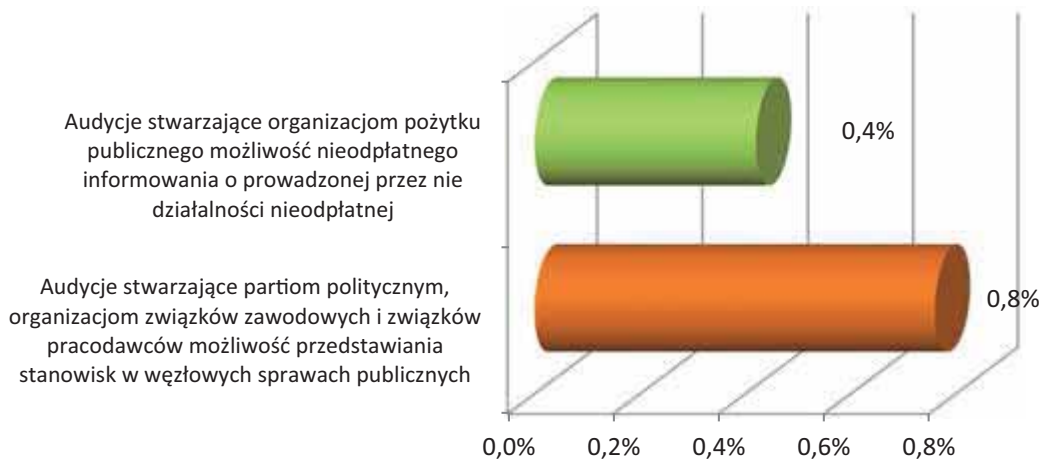
W programie Radia Merkury nadanym w 2013 r. udział audycji realizujących wybrane powinności, określone w ustawie o radiofonii i telewizji, był niemal identyczny jak w roku 2012. Łącznie zajęły one 253 godziny.

Spółka przeznaczyła wymaganą Rozporządzeniem KRRiT liczbę godzin na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (67 godzin). Dla audycji o organizacjach pożytku publicznego przeznaczono 37 godz. w ciągu roku.

Wykres 122. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Merkury SA.



Wykres 123. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Merkury SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Merkury na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Słowo zajęło 38% tygodniowego czasu emisji. Warstwa słowna w większości (66%) dotyczyła tematyki regionalnej. Treści regionalne dominowały w audycjach informacyjnych, publicystycznych, edukacyjnych oraz dotyczących sportu, stanowiąc od 60% do 80% czasu nadawania tych rodzajów audycji. Mniej odnotowano ich w audycjach dotyczących kultury i – w znikomym procencie – w audycjach rozrywkowych.

Walorem programu były na bieżąco aktualizowane informacje z regionu – zazwyczaj najlepiej wyeksponowane w dziennikach oraz pogłębiane o dodatkowe konteksty i relacje w ramach audycji publicystycznych – rozmów z gośćmi, czy też reportaży. W monitorowanym programie treści regionalne

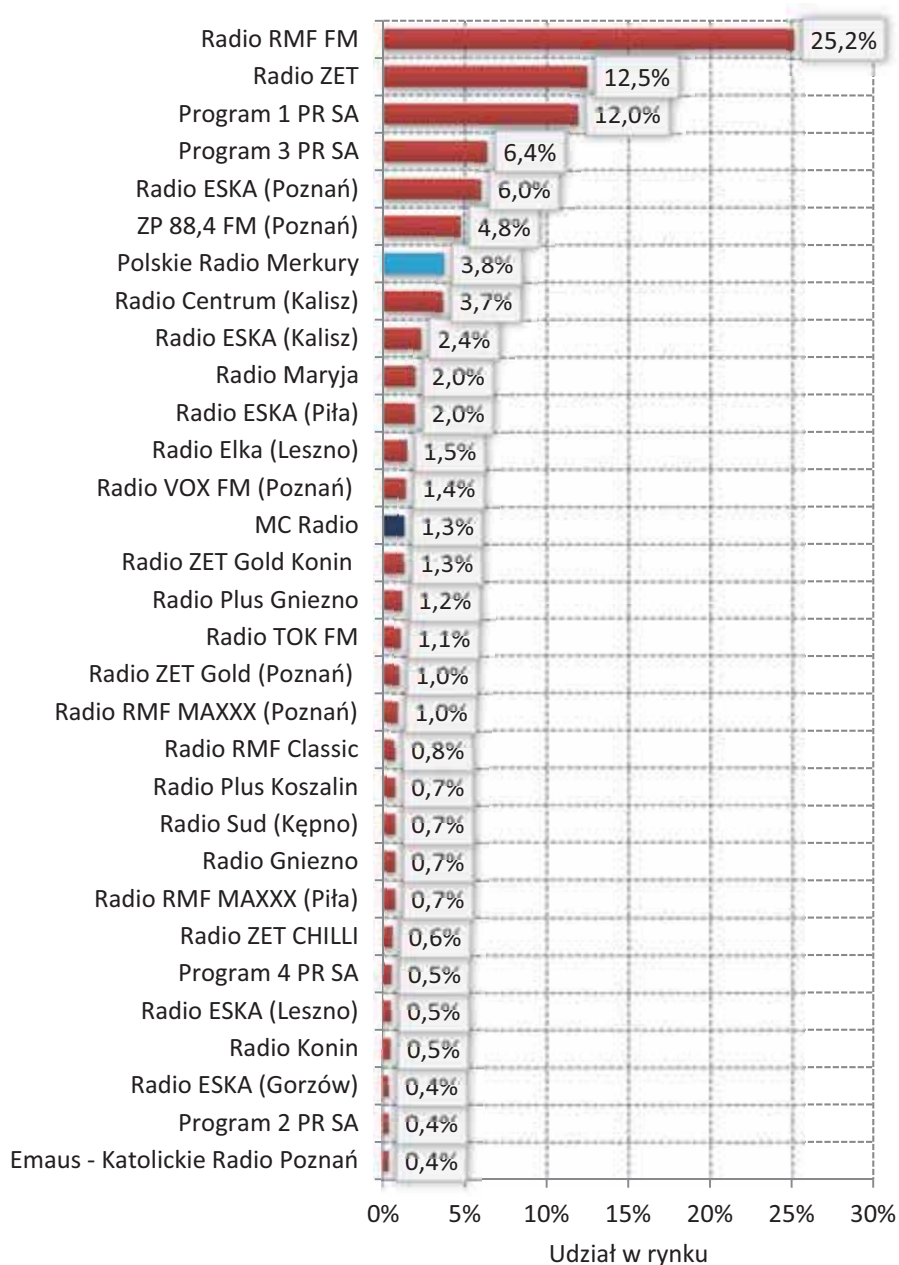
dotyczyły różnych obszarów tematycznych, np. reorganizacji przestrzeni miejskiej, wyboru szkół przez młodych ludzi czy też problemów demograficznych w skali regionu i kraju. Obecność treści ponadregionalnych w programie była każdorazowo uzasadniona ich znaczeniem w skali kraju i świata (np. rekonstrukcja rządu, czy konsekwencje wojny z terroryzmem)

Najwięcej informacji dotyczyło stolicy regionu, ale w programie obecne były także relacje dotyczące innych miast, np. Swarzędza, Konina, czy Gniezna.

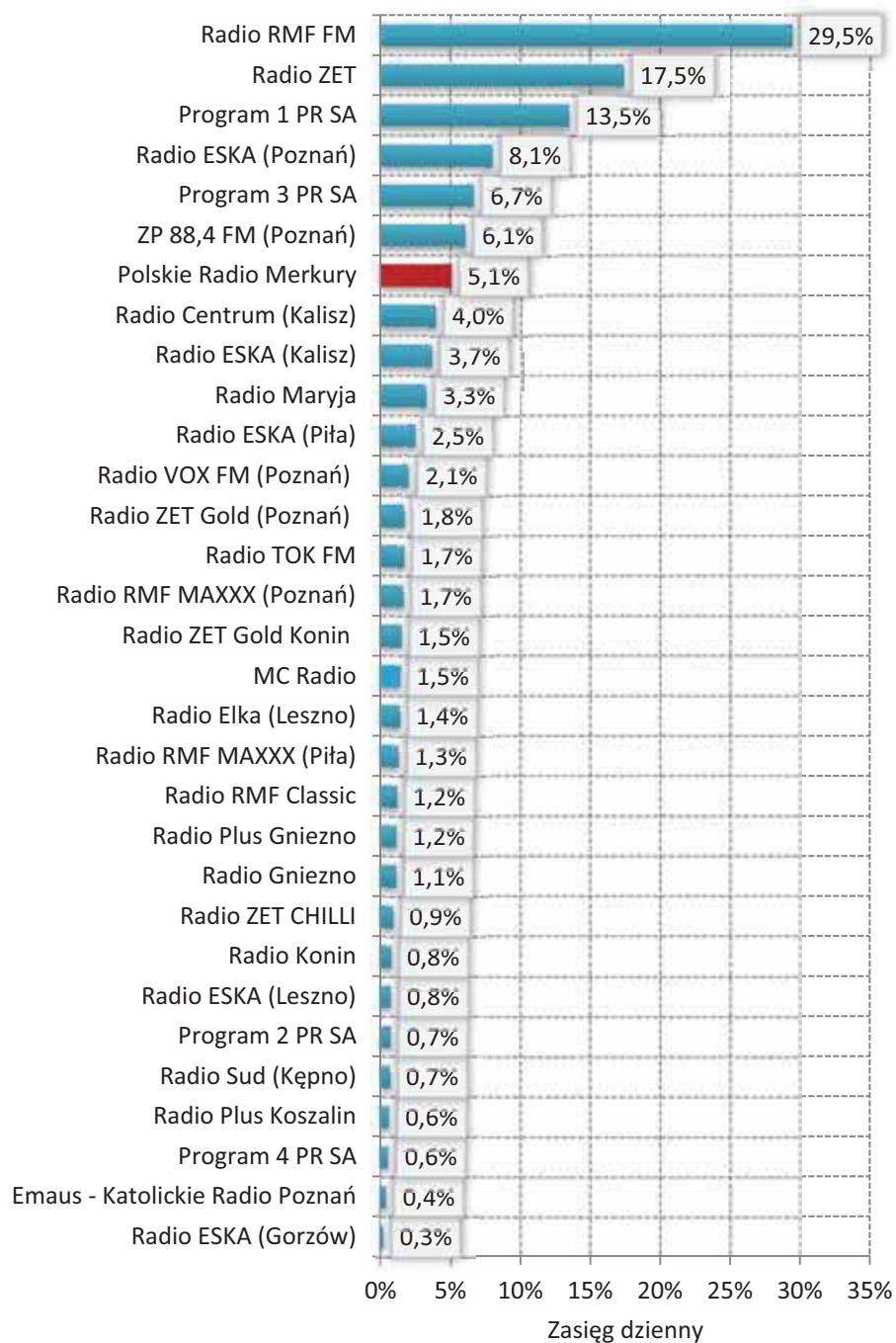
Kultura najpełniej realizowana była w programie poprzez prezentację różnych gatunków muzycznych: muzyki klasycznej, muzyki świata, jazzu, bluesa. Utwory z tych gatunków nadawano głównie w ramach bloków tematycznych i autorskich audycji słowno-muzycznych, gdzie prezentacje piosenek uzupełniano omawianiem sylwetek twórców lub cech danego gatunku. Ogółem, w tygodniowej próbie programu udział muzyki wyniósł 57%, a popularna muzyka rozrywkowa była relatywnie rzadko prezentowana.

Pozycja Radia Merkury na rynku radiowym w województwie wielkopolskim

Wykres 124. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa wielkopolskiego w 2013 r.



Wykres 125. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa wielkopolskiego w 2013 r.

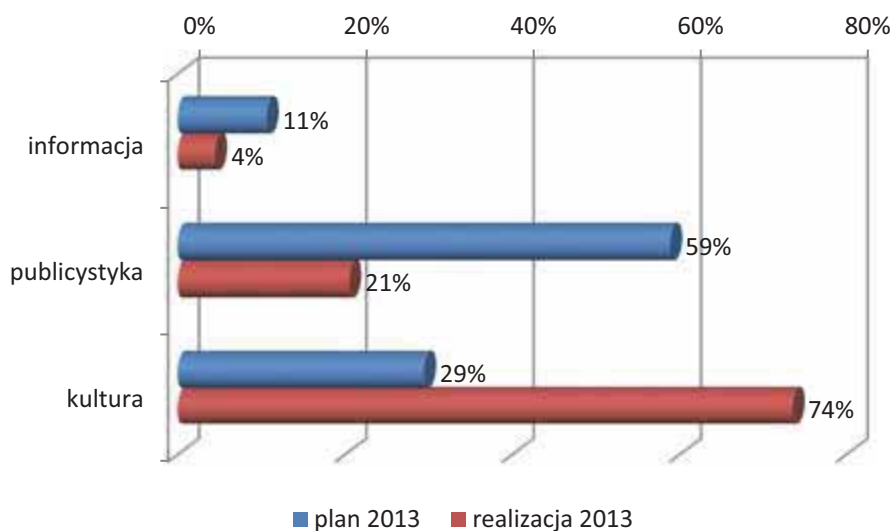


Program miejski – MC RADIO

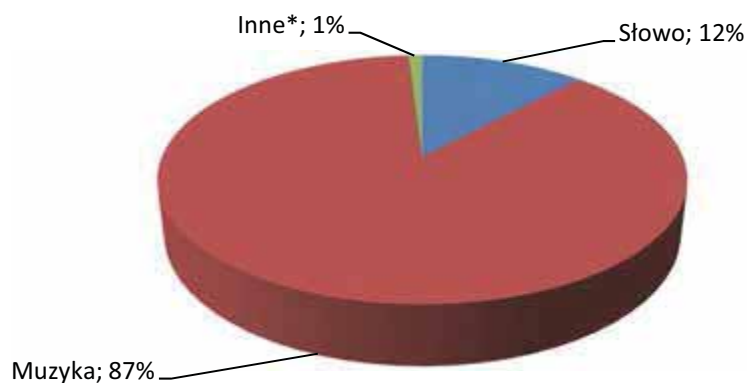
W programie miejskim MC Radio realizowane były uzgodnione plany – udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne wyniósł 99% rocznej emisji. Podobnie jak w latach poprzednich, program, poza kategoriami audycji wymienionymi w rozporządzeniu KRRiT z 27 kwietnia 2011 r. (tj. informacją, publicystyką i kulturą), zawierał także rozrywkę, sport oraz elementy edukacji. W słownej części programu tematyka lokalna dotycząca Poznania zajęła 11%

rocznej emisji. Dotyczyła omówienia bieżących problemów i wydarzeń w mieście (społecznych, gospodarczych, kulturalnych). Dużo czasu poświęcono klubowi piłkarskiemu Lech Poznań. Program charakteryzował się niskim udziałem słowa – jedynie 12% (porównywalny udział jak w 2012 r.). Muzyka zajęła z kolei aż 87% programu (głównie współczesna muzyka rozrywkowa).

Wykres 126. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w programie miejskim MC Radio.



Wykres 127. Udział słowa i muzyki w programie miejskim MC Radio w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu MC Radio na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

W monitorowanym okresie udział tematyki miejskiej oraz słowa w tygodniowym czasie emisji programu w porze dziennej był niski i wynosił odpowiednio – 7% i 9%. Cechą specyficzną MC Radia była – na tle innych programów miejskich – całodobowa emisja dzienników, zawierających w większości wiadomości z miasta. Starano się zapewnić słuchaczom bieżący dostęp do informacji. Stały – choć niewielki – udział w programie miały audycje sportowe, w dużej mierze dotyczące sytuacji klubu piłkarskiego Lech Poznań.

Audycje dotyczące kultury były głównie ograniczone do zapowiedzi wydarzeń kulturalnych i imprez klubowych. Pełniły bardziej rolę kulturalno-lifestylowych informatorów niż audycji kształtujących gust słuchaczy, czy przygotowujących do odbioru dzieł kultury.

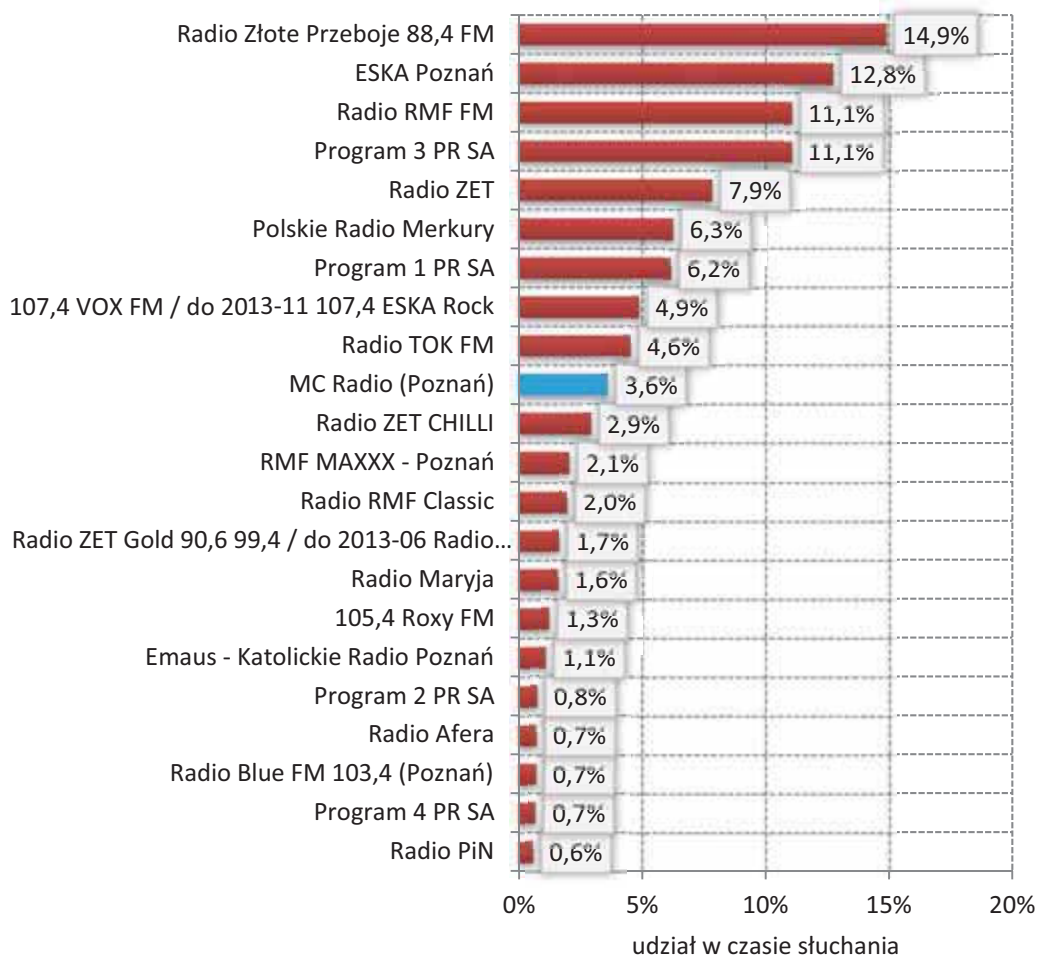
Podsumowując, program miał ubogą strukturę gatunkową. Był zdominowany przez popularną muzykę rozrywkową (zajęła 84% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej). Ponadto, o ile nadawca wypełniał funkcję informacyjną wobec mieszkańców Poznania, to funkcja opiniotwórcza była zredukowana do emisji jednej audycji publicystycznej (w tygodniu dwukrotnie powtarzanej).

Należy także nadmienić, że porównanie wyników monitoringu z 2011 r. i 2013 r. wskazało, iż nadawca minimalnie zwiększył udział słowa i tematyki miejskiej. W badanym okresie zadania ustawowe wobec społeczności miasta były realizowane w programie w niewielkim stopniu.

W wyniku przeprowadzonego monitoringu KRRiT – w ramach procesu uzgadniania planów programowo-finansowych na 2014 rok – podjęła rozmowy z nadawcą o dostosowaniu – w większym stopniu niż wskazywały plany – formuły programu do obowiązków ustawowych, tj. uwzględnienia w programie, w większym stopniu niż dotychczas, demokratycznych, społecznych oraz kulturalnych potrzeb społeczności lokalnej.

Pozycja MC Radia na rynku radiowym w Poznaniu

Wykres 128. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Poznaniu w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej.

W 2013 r. Radio Merkury otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 11 821 tys. zł.

Spółka koszty misji pokryła w 80,5% z abonamentu, z innych publicznych 0,4% oraz w 19,1% z dochodów własnych.

Tabela 15. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Merkury SA

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	12 417	84,5
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 829	12,5
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego w Poznaniu	382	2,6
4. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	54	0,4
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	54	x
RAZEM	14 682	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 498	11 821	11 821
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 649	x	9 972
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 819	x	1 819
3. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30

Radio Rzeszów SA

Władze spółki

Zarząd

Henryk Pietrzak – prezes

Rada Nadzorcza

Bogusław Lasota – przewodniczący

Bożena Domino – wiceprzewodniczący

Lech Lichołai, Olgierd Łunarski, Stanisław Sagan – członkowie

Rada Programowa

Bogdan Miszczak – przewodniczący

Jakub Osika – wiceprzewodniczący

Bartosz Szczepański – wiceprzewodniczący

Justyna Kuśnierz-Chmiel – sekretarz

Jerzy Gawroński, Zbigniew Kiszka, Anna Kowalska,
Agnieszka Łaba, Henryk Nicpoń, Antoni Ossoliński,
Rafał Polak, Michał Pulkowski, Zbigniew Stachowski,
Halina Szydełko, Kazimierz Ziobro – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Rzeszów SA

Pokrycie ludnościowe:	2 070 715 osób	5,35 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 362,2 km ²	6,51 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

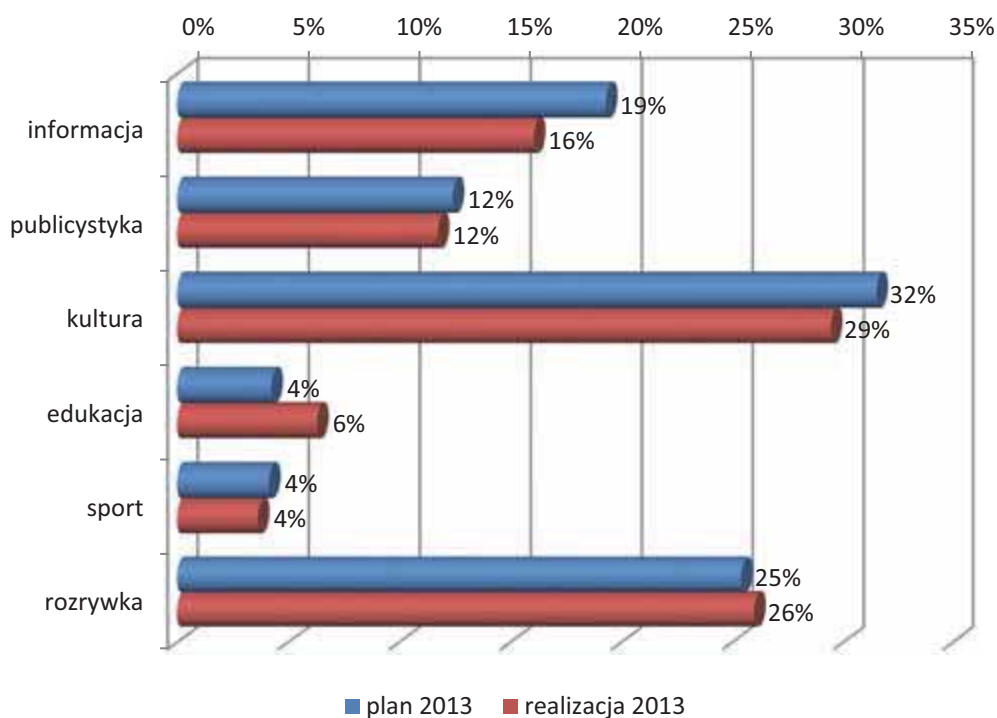
Realizacja planów programowych

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie Radia Rzeszów był nieco niższy od zaplanowanego – o 4 pkt. proc. i wyniósł 93% programu nadanego w 2013 r. Modyfikacje w stosunku do planu (w granicach 1-3 pkt. proc.) wprowadzono w czterech kategoriach audycji. Zmniejszono udział informacji (o 284 godziny) oraz kultury (mniej o 181 godzin), przy jednoczesnym zwiększeniu w stosunku do planów liczby godzin nadanych w ubiegłym roku audycji edukacyjnych (o 181 godzin) oraz rozrywki (więcej o 51 godzin). Udział tematyki regionalnej, realizowanej poprzez słowo wyniósł 39% ubiegłorocznego programu. Problemy związane z regionem były obecne we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych – były to zarówno bieżące informacje i omówienia problemów

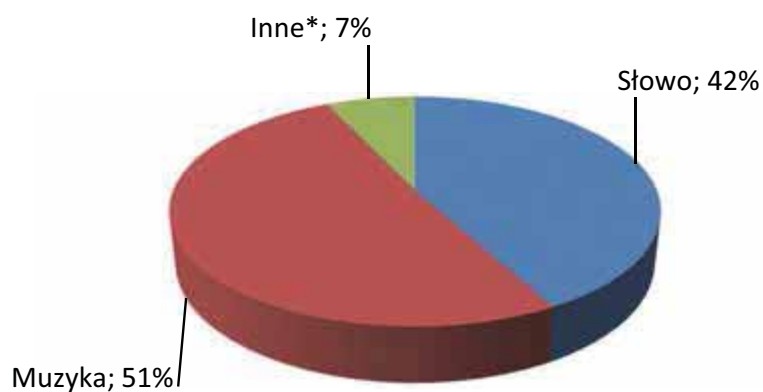
dotyczących Podkarpacia, ale także treści edukacyjne (m.in. reportaże dotyczące historii regionu, audycje poradnicze, popularnonaukowe oraz audycje skierowane do dzieci i młodzieży), związane z kulturą (nadawane cyklicznie słuchowiska - w tym również adresowane do dzieci oraz reportaże artystyczne) a także transmisje i magazyny sportowe dotyczące rozgrywek w regionie. Spółka wypełnia szczególne zadania misyjne wobec mniejszości narodowych i etnicznych. Nadaje audycje w języku ukraińskim (zajął one 2% programu).

Słowo miało dość wysoki udział w programie (42%). Muzyka zajęła ponad połowę ubiegłorocznego programu (głównie utwory współczesnej muzyki rozrywkowej, ale również muzyka ludowa Podkarpacia).

Wykres 129. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Rzeszów SA



Wykres 130. Udział słowa i muzyki w programie Radia Rzeszów S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



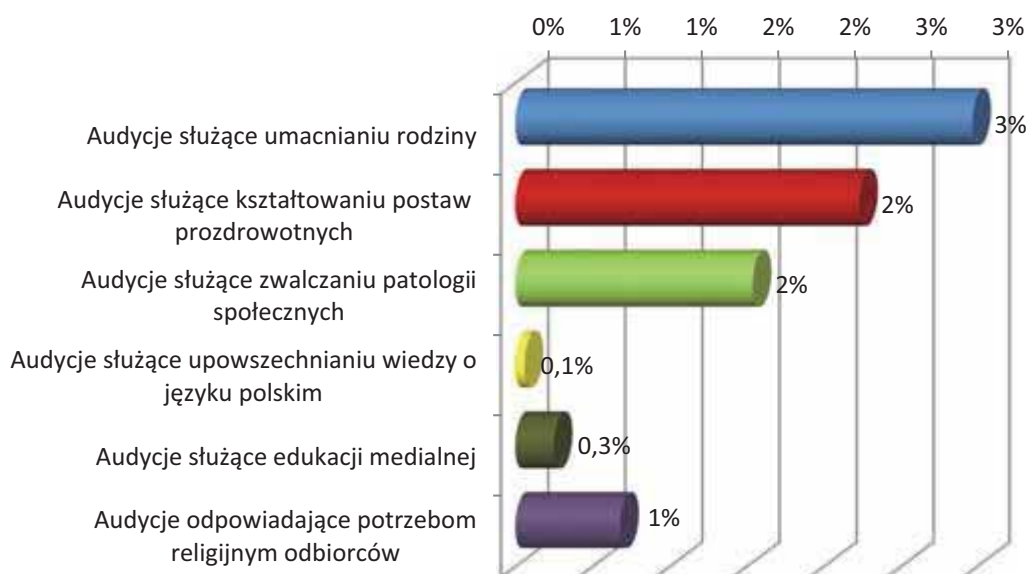
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W programie ubiegłorocznym, w stosunku do 2012 r., nie było wyraźnych zmian udziału audycji realizujących powinności ustawowe, tj. służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych, odpowia-

dających potrzebom religijnym odbiorców, służących upowszechnianiu wiedzy o języku polskim oraz służących edukacji medialnej. Łącznie zajęły one 677 godzin rocznego czasu emisji.

Wykres 131. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Rzeszów SA.



W 2013 r. nie zmieniły się – w porównaniu z rokiem 2012 – udziały (2% rocznego czasu emisji) audycji dla mniejszości ukraińskiej (178 godz. w 2012 r.; 190 godz. – w 2013 r.). Realizowano zapisy Rozporządzenia KRRiT w zakresie czasu przeznaczanego na audycje umożliwiające partiom politycznym, organi-

zacji związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (76 godz., tj. 1%). Na audycje poświęcone działalności organizacji pożytku publicznego przeznaczono 44 godz.

Wykres 132. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Rzeszów SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Rzeszów na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Stosunek słowa do muzyki wynosił 40% do 52% w tygodniowym czasie emisji. Warstwa słowna w większości dotyczyła tematyki regionalnej. Treści regionalne wypełniły całość nadanych audycji publicystycznych, następnie najczęściej występowały w audycjach sportowych, informacyjnych i edukacyjnych. Najmniej odnotowano ich w audycjach dotyczących kultury i – w znikomym procencie – w audycjach rozrywkowych. Treści te prezentowano m.in. poprzez wartościowe formy radiowe takie, jak: reportaże prezentujący kulturę regionu, reportaże artystyczny, bajki dla dzieci, utwory literackie czytane na antenie, felietony (filozoficzny i sportowy), konkursy edukacyjne.

W dziennikach dominowały wiadomości z Rzeszowa, ale już w relacjach reporterskich

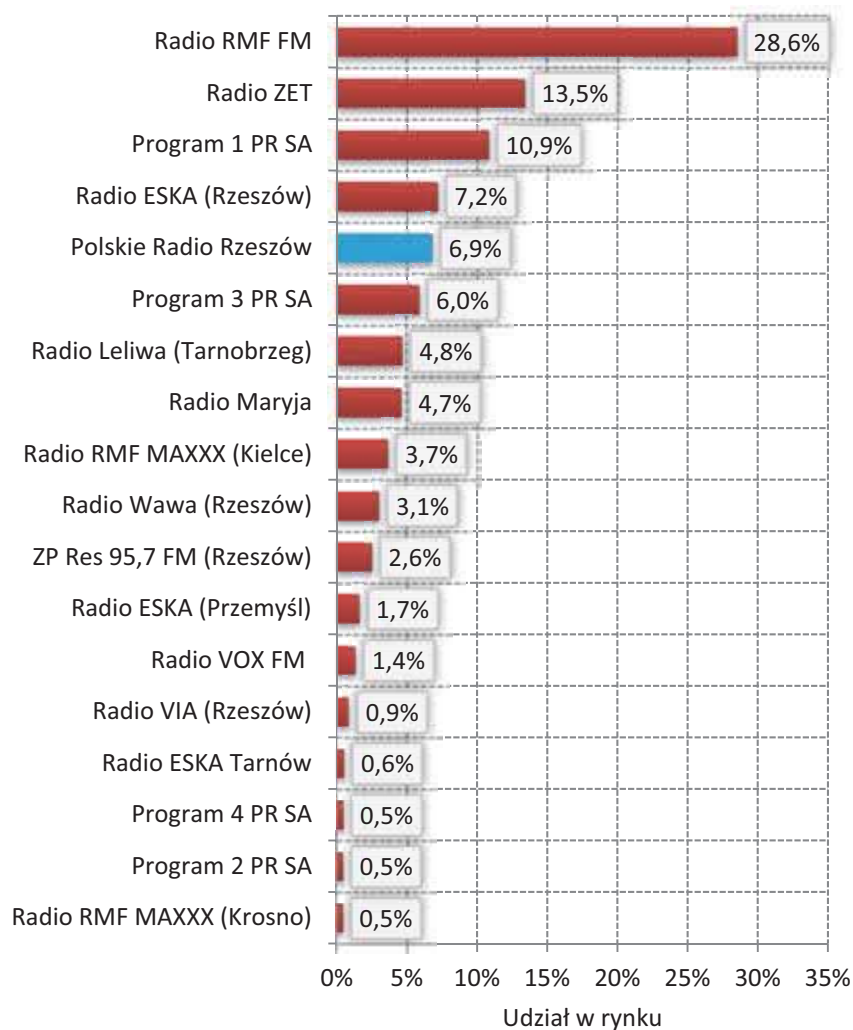
uwzględniono mniejsze ośrodki, jak m.in.: Przemyśl, Łańcut, Sanok, Nisko, Dukla, Krosno, Brzozów, a także niewielkie osady, jak m.in. Stuposiany, Murawsko czy Rogi. Spektrum ukazywania małych miejscowości było wzbogacone o plebiscyty pochodzących z nich kapel ludowych, czy też debiutujących zespołów rockowych. W większych miejscowościach regionu dyżurowali reporterzy – w monitorowanym tygodniu był to dyżur reporterski w Krośnie.

Trzon programu Radia Rzeszów stanowiły audycje dotyczące kultury (słowne, słowno-muzyczne i muzyczne) i audycje rozrywkowe, w których w ciekawy sposób promowano kulturę Podkarpacia (zarówno ludową jak i współczesną), jej twórców w dziedzinie muzyki, literatury, malarstwa, odwołując się przy tym do historii regionu.

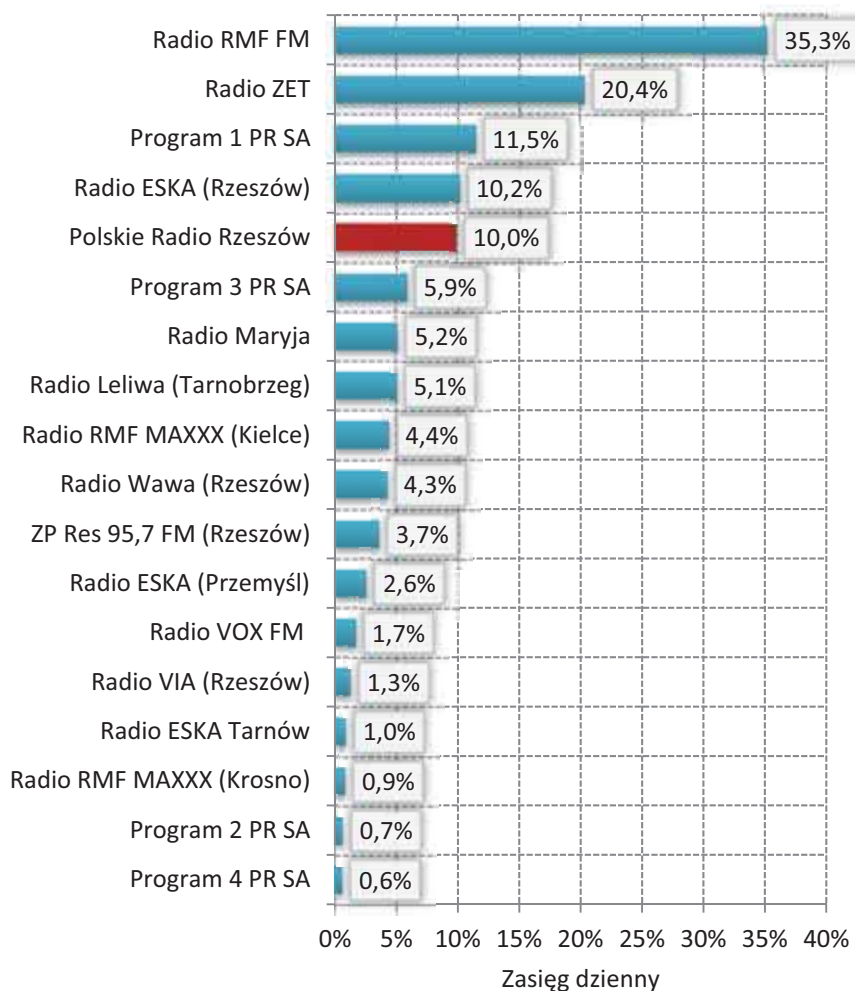
Misja regionalna programu była realizowana także w warstwie muzycznej, poprzez prezentację regionalnych zespołów ludowych, debiutujących zespołów rockowych, przez koncerty muzyki pop i muzyki klasycznej. Monitoring wykazał, że oferta muzyczna Radia Rzeszów była zróżnicowana. Kierowano ją zarówno do słuchaczy, którzy cenią muzykę poważną, jazz, klasyczne odmiany muzyki pop, jak i współczesne brzmienia rockowe.

Pozycja Radia Rzeszów na rynku radiowym w województwie podkarpackim

Wykres 133. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa podkarpackiego w 2013 r.



Wykres 134. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa podkarpackiego w 2013 r.



**Wykorzystanie środków abonamentowych
oraz koszty działalności misyjnej**

W 2013 r. Radio Rzeszów otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 11 631 tys. zł.

**Spółka koszty misji pokryła w 100%
z abonamentu.**

Tabela 16. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Rzeszów SA.

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	8 905	84,5
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 533	14,6
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	65	0,6
4. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	30	0,3
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x
RAZEM	10 533	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	6 223	11 631	11 631
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 554	x	9 670
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 568	x	1 865
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	71	x	66
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30

Radio Szczecin SA

Władze spółki

Zarząd

Adam Rudawski – prezes

Rada Nadzorcza

Kinga Flaga-Gieruszyńska – przewodnicząca

Bartłomiej Toszek – wiceprzewodniczący

Antoni Mickiewicz, Marek Kunasz ,

Anna Rajzer – członkowie

Rada Programowa

Jędrzej Wijas – przewodniczący

Marek Rudnicki – wiceprzewodniczący

Jacek Kozłowski – sekretarz

Tomasz Dalski, Jarosław Dobrzyński, Ryszard Gawęcki,

Marcin Janikowski, Oksana Kłosowska,

Tomasz Kowalczyk, Małgorzata Kuncewicz, Anna Nowak,

Marcin Pawlicki, Paweł Piekarz, Jan Zarzycki,

Arkadiusz Żych – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Szczecin SA

Pokrycie ludnościowe:	1 366 830 osób	3,53 %
Pokrycie powierzchniowe:	10 599,5 km ²	3,39 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

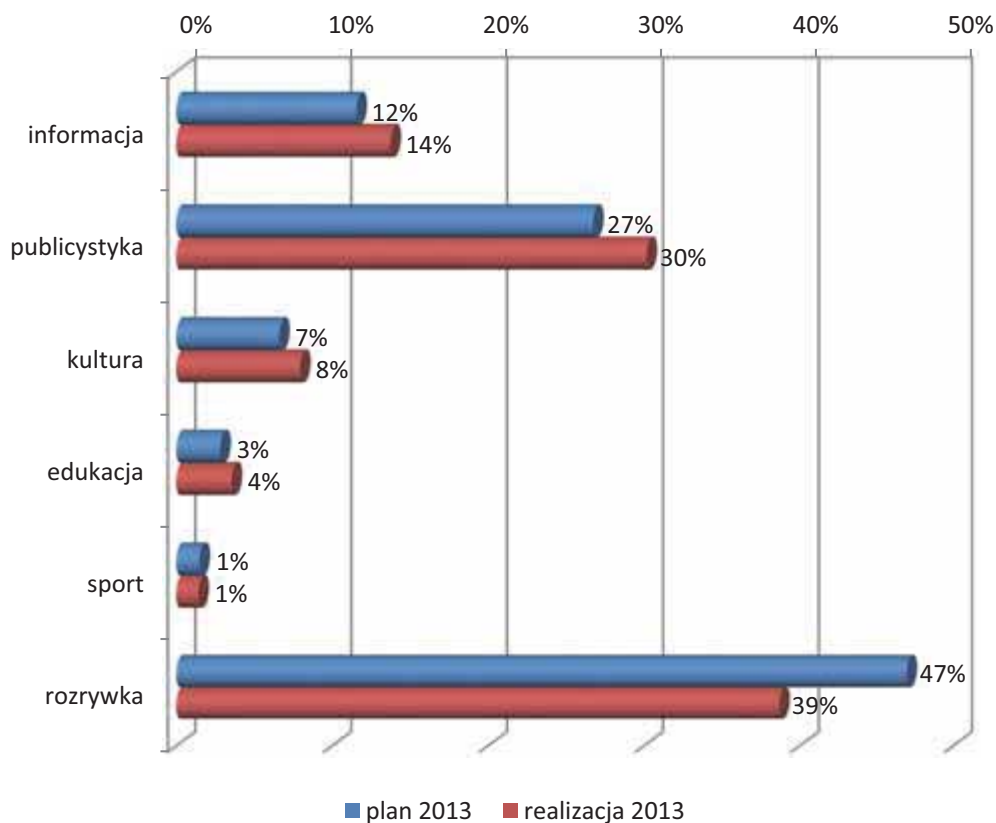
Realizacja planów programowych

Radio Szczecin realizowało uzgodnione plany w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Wzrost udziału w programie większości kategorii audycji słownych i słowno-muzycznych (łącznie o 7 pkt. proc.), co warto podkreślić, związany był ze spadkiem obecności muzyki w programie. Audycje poświęcone tematyce regionalnej realizowane poprzez słowo stanowiły 21% rocznego czasu nadawania. Program był zdominowany przez informację i komentarze do bieżących wydarzeń, przede wszystkim dotyczących regionu. Nadawano również audycje dotyczące kultury, głównie informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury i sztuki, ale także reportaże,

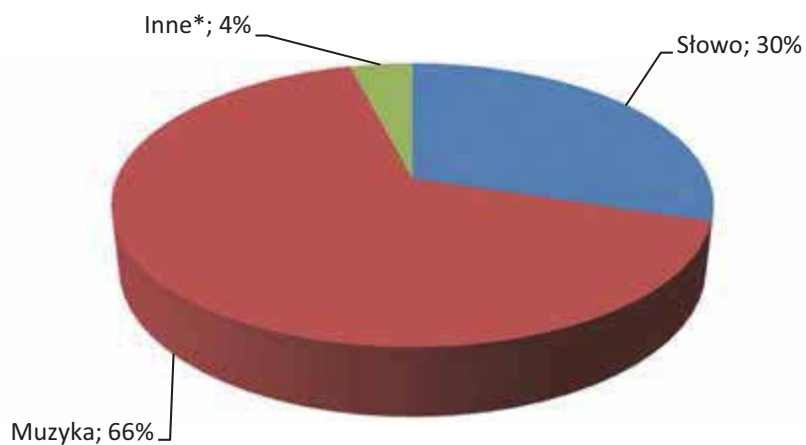
słuchowiska, czytane na antenie powieści. Zadania misyjne wobec mniejszości narodowych i etnicznych w regionie Radio wypełnia nadając adresowany głównie do mniejszości ukraińskiej cykl informacyjno-publicystyczny dotyczący różnych obszarów funkcjonowania tej społeczności w regionie i na Ukrainie. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 96% rocznej emisji. Program cechowało zróżnicowanie gatunkowe.

Warstwa słowna stanowiła ok. 1/3 programu. Nadawana muzyka to przede wszystkim współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 135. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Szczecin SA



Wykres 136. Udział słowa i muzyki w programie Radia Szczecin S.A. w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



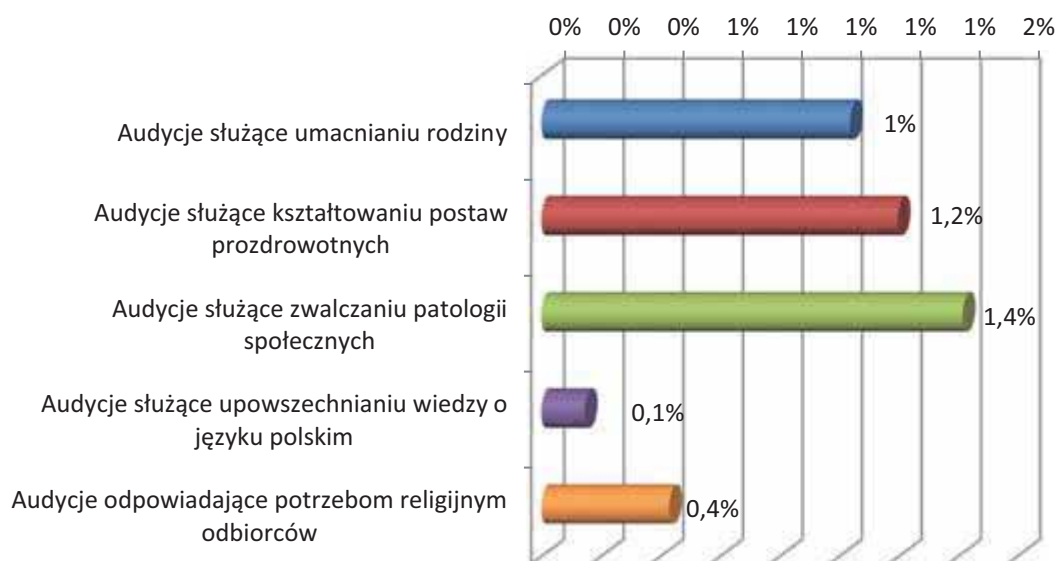
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W porównaniu z rokiem 2012 nastąpił wyraźny spadek (blisko o połowę) godzin emisji audycji służących umacnianiu rodziny (ze 158 godz. do 91 godz.), kształtowaniu postaw prozdrowotnych (z 215 godz. do 105 godz.) oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (z 26 godz. na 13 godz.). Także obecność audycji odpowiadających potrzebom religijnym była niższa (spadek z 46 godz. do 38 godz.).

W ogóle nie wykazano emisji audycji dotyczących edukacji medialnej (w 2012 było 191 godz.). Wzrost nastąpił jedynie w zakresie audycji poświęconych zwalczaniu patologii społecznych (o 1/3 do 124 godz. w roku). Łączny czas trwania w 2013 r. wyróżnionych audycji realizujących ustawowe powinności spadł blisko o połowę, do poziomu 370 godz.

Wykres 137. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Szczecin SA

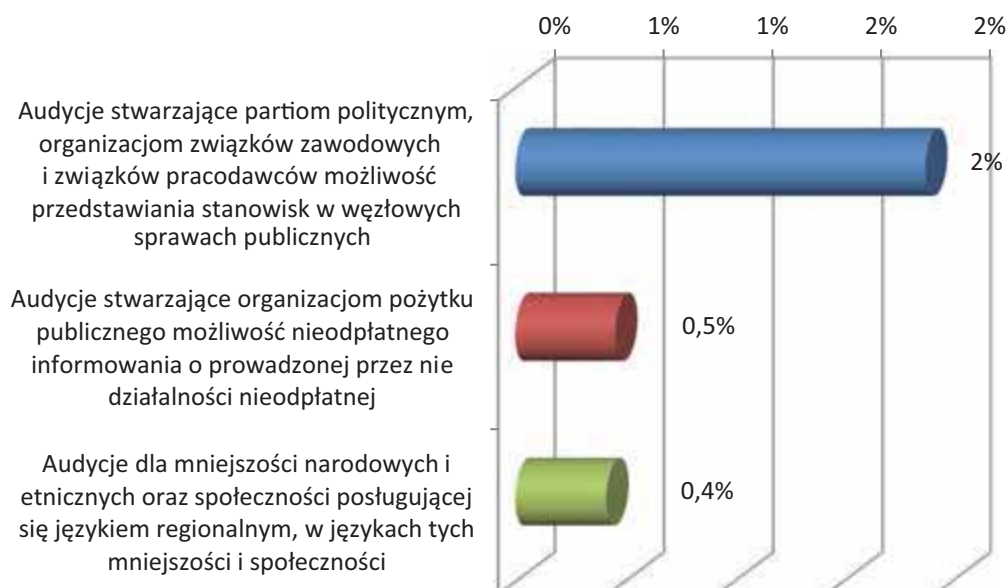


W odniesieniu do 2012 r., Radio Szczecin wyraźnie (o połowę) zmniejszyło liczbę godzin emisji audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. W 2012 r. rozgłównia nadała 68 godz. tych audycji, a w roku 2013 nadano 36 godz. (jest to kwota zgodna z planem).

Zanotowano również spadek udziału w programie audycji informujących o działalności organizacji pożytku publicznego (z 62 godz. do 40 godzin).

Stosunkowo dużo czasu, podobnie jak w roku 2012, Radio Szczecin przeznaczyło na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych, które zajęły 165 godz. Udział ten był zgodny z warunkami rozporządzenia KRRiT.

Wykres 138. Udział audycji realizujących w 2013 r. wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Szczecin SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Szczecin na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Warstwa słowna stanowiła 28% tygodniowego czasu emisji programu. Audycje i przekazy słowne w zdecydowanej większości dotyczyły regionu. Tematyka regionalna zajęła bowiem ponad 75% czasu ich emisji.

W największym stopniu realizowana była poprzez informację, publicystykę i sport. Audycje z tych trzech kategorii były niemal wyłącznie poświęcone problematyce związanej z regionem. W serwisach informacyjnych poruszano bieżące wydarzenia z miasta i regionu o charakterze politycznym, społecznym, gospodarczym (w tym przeznaczone dla rolników). Prezentowano informacje o sytuacji na drogach oraz

pogodowe. Przekazywane informacje najczęściej dotyczyły Szczecina, co wynika z koncentracji życia społecznego, politycznego i gospodarczego w stolicy województwa.

W audycjach publicystycznych ukazywano zjawiska z różnych perspektyw: omawiano bieżące problemy i kwestie nurtujące „zwykłych” mieszkańców regionu, ale prezentowano również stanowiska i opinie znanych osób publicznych, głównie polityków. Starano się jednak równoważyć obecność ich wypowiedzi w programie poprzez prezentowanie stanowisk przedstawicieli organizacji pozarządowych (tzw. trzeciego sektora) oraz stałą obecność audycji z udziałem przedstawicieli samorządu terytorialnego. Niewątpliwym walorem Radia Szczecin były także audycje o charakterze interwencyjnym i społecznym („Czas reakcji” i „Radio Szczecin na wieczór”).

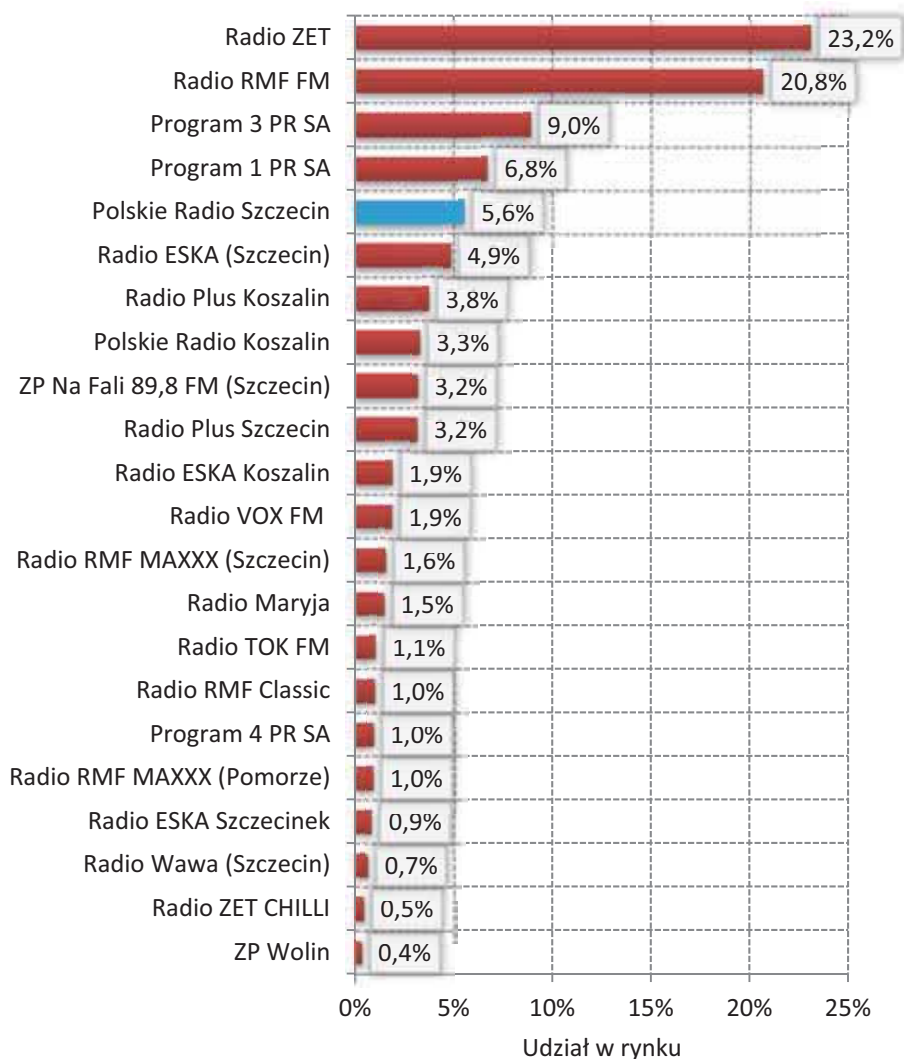
W ramach oferty kulturalnej słuchacze mogli zapoznać się z nowościami teatralnymi i kinowymi, a także aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi oraz posłuchać muzyki jazzowej. Atutem była obecność w programie słuchowisk radiowych, w tym prezentacji

literatury – zarówno poezji, jak również prozy (m.in. klasyki oraz współczesnej literatury faktu). Natomiast w monitorowanym tygodniu nie nadawano artystycznych form udratyzowanych dla dzieci i młodzieży.

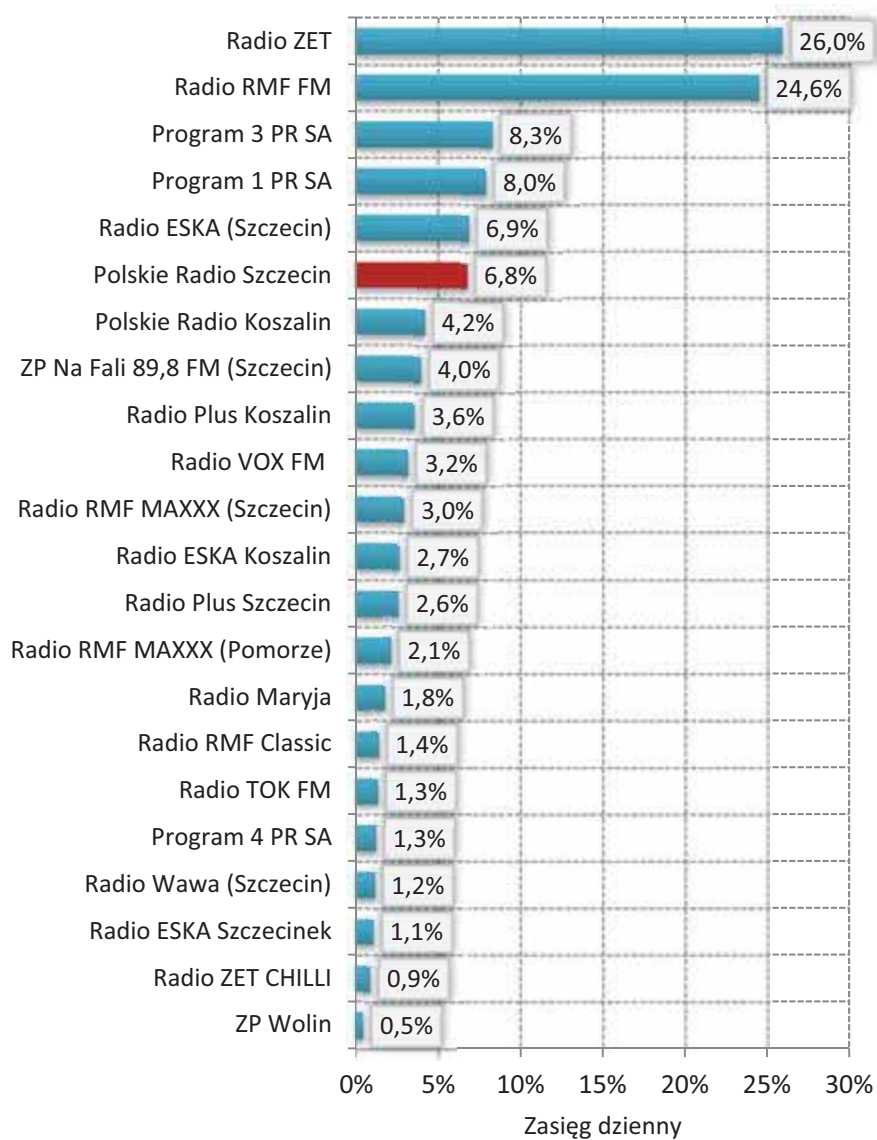
Muzyka zajęła 64% tygodniowego czasu emisji. Była to głównie popularna muzyka rozrywkowa, choć – jak już wspomniano – nie brakowało w programie gatunków niszowych (jazz) i muzyki poważnej.

Pozycja Radia Szczecin na rynku radiowym w województwie zachodniopomorskim

Wykres 139. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2013 r.



Wykres 140. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2013 r.

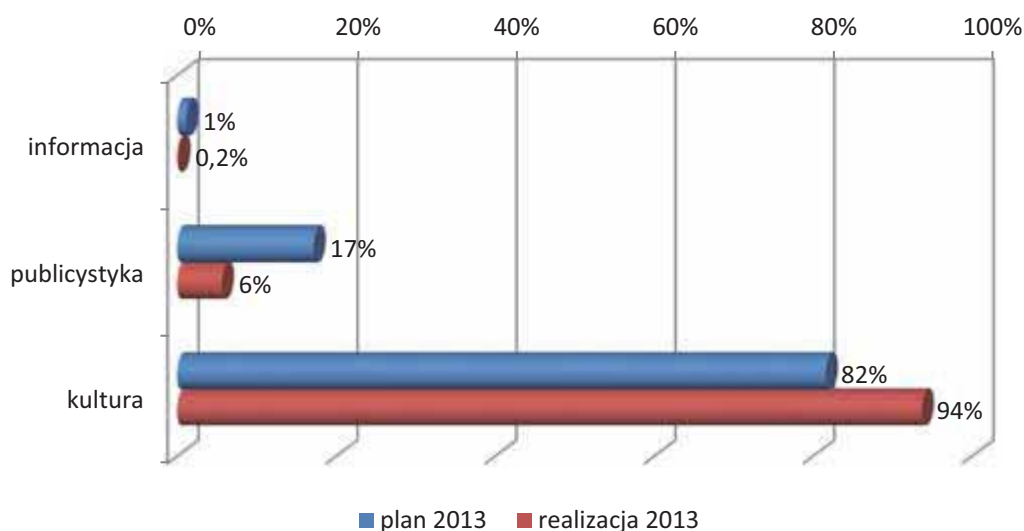


Program miejski – Radio 94,4 Szczecin FM

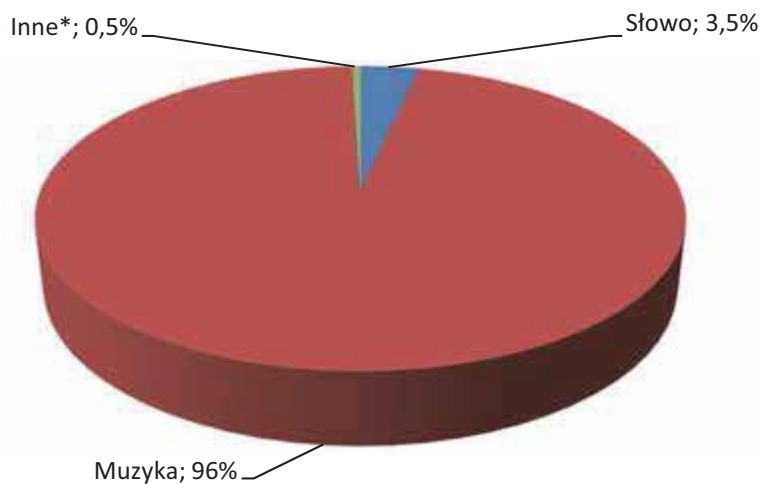
Program Radio 94,4 Szczecin FM różnił się od zawartości wskazanej w uzgodnionym planie. Pięciokrotnie zmniejszono udział informacji w programie (wyłącznie serwisy i pogoda) oraz 3-krotnie publicystyki. Zgodnie z Rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 r., program powinien zawierać

audycje o tematyce miejskiej w kategorii: informacja, publicystyka i kultura. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 99% rocznej emisji (był on realizowany głównie poprzez muzykę rozrywkową). Audycje słowne miały minimalny udział w programie. Warstwa muzyczna to przede wszystkim współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 141. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w programie miejskim Radio 94,4 Szczecin FM



Wykres 142. Udział słowa i muzyki w 2013 r. w Radio 94,4 Szczecin FM



* Kategoria Inne obejmuje reklamę i autopromocję.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu Radio 94,4 Szczecin FM na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Monitoring wykazał, że w Radiu 94,4 FM (dawniej Radiu Szczecin FM), nastąpiła – w porównaniu z poprzednio monitorowanym okresem w 2011 r. – radykalna zmiana koncepcji programowej, związana nie tylko ze zmianą nazwy radia, ale głównie ze zredukowaniem udziału audycji słownych w programie w tygodniowym czasie emisji (z 13% do 2,4% w porze dziennej). W istocie, w Radiu 94,4 FM nadawana była tylko jedna audycja słowna o charakterze informacyjnym – informator użytkowy pn. „Polecanki”, w którym słuchacze informowani byli o imprezach kulturalnych i klubowych w mieście, różnego typu ciekawostkach

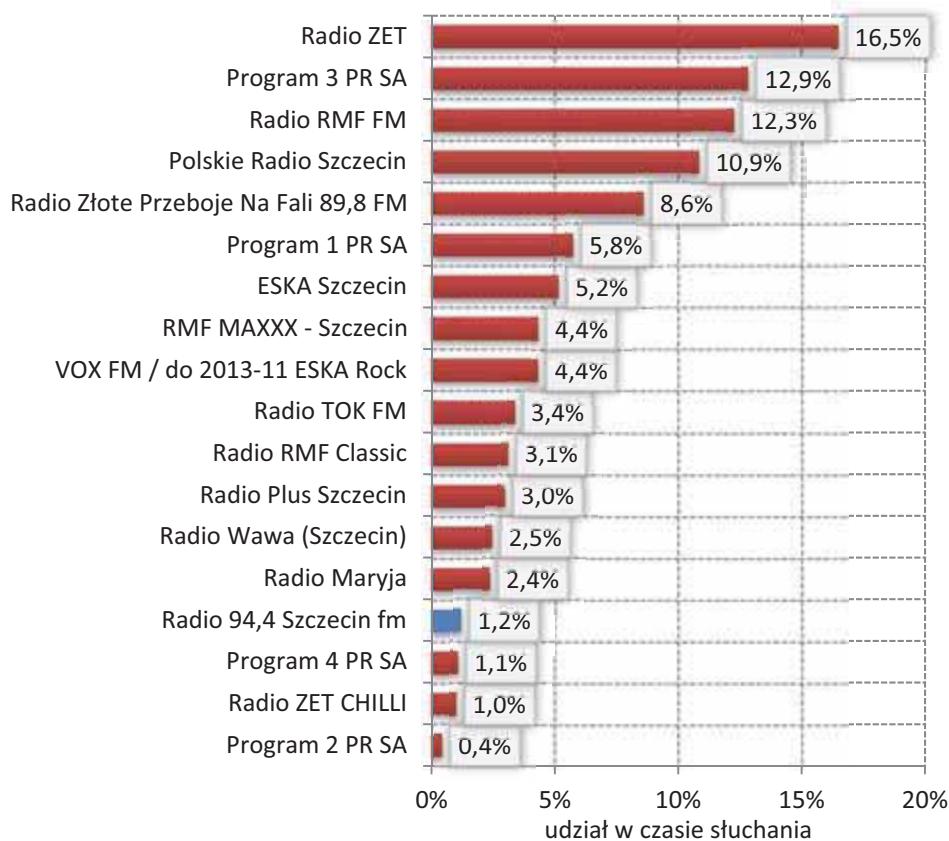
oraz bieżących sprawach i ciekawostkach dotyczących miasta. W pozostałym czasie nadawano piosenki polskie i obcojęzyczne. Można wręcz stwierdzić, że Radio 94,4 Szczecin FM było nie tyle programem, co strumieniem muzyki, który co jakiś czas – na krótko (jedno wydanie informatora trwało zaledwie 2 minuty) – przerywał ww. informator.

Ze względu na śladowy udział słowa w programie, Radio 94,4 FM nie realizowało w monitorowanym okresie zadań wobec społeczności miasta.

W wyniku przeprowadzonego monitoringu KRRiT – w ramach procesu uzgadniania planów programowo-finansowych na 2014 rok – podjęła rozmowy z nadawcą o dostosowaniu – w większym stopniu niż wskazywały plany – formuły programu do obowiązków ustawowych, tj. uwzględnienia w programie, w większym stopniu niż dotychczas, demokratycznych, społecznych oraz kulturalnych potrzeb społeczności lokalnej.

Pozycja Radia 94,4 Szczecin FM na rynku radiowym w Szczecinie

Wykres 143. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Szczecinie w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Szczecin otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 10 269 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 715 tys. zł z przeznaczeniem na zadania programowe.

Spółka koszty misji pokryła w 90,0% z abonamentu, w 0,7% z innych przychodów publicznych oraz w 9,3% z dochodów własnych.

Tabela 17. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Szczecin SA

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	9 447	87,1
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 034	9,5
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	35	0,3
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego w Szczecinie	205	1,9
5. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	130	1,2
- serwis internetowy	75	x
RAZEM	10 851	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 685	10 269	9 554
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 428	x	8 119
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 207	x	1 237
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych w językach regionalnych	20	x	31
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30
5. Inne zadania związane z realizacją misji (serwis internetowy, analizator jakości sygnałów cyfrowych)	x	x	137

Radio dla Ciebie SA (Warszawa)

Władze spółki

Zarząd

Jolanta Teresa Kaczmarek – prezes

Rada nadzorcza

Juliusz Maliszewski – przewodniczący

Tomasz Jagodziński – wiceprzewodniczący

Piotr Dmochowski-Lipski, Dominika Cieślak

Bolesław Samoliński – członkowie

Rada Programowa

Małgorzata Zakrzewska – przewodnicząca

Wojciech Borowik – wiceprzewodniczący

Halina Halber – wiceprzewodnicząca

Adam Buława, Krzysztof Gogol, Sławomir Ignaczak,

Marcin Kierwiński, Roman Kołakowski, Mariusz Kosieradzki,

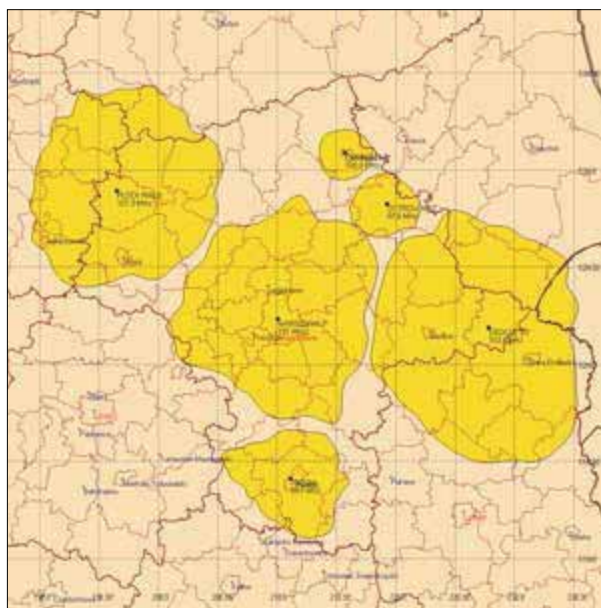
Jarosław Kozanecki, Aldona Machnowska-Góra,

Maciej Maciejowski, Tadeusz Sikora, Maria Szreder,

Jacek Wakar – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia dla Ciebie SA

Pokrycie ludnościowe:	5 150 203 osób	13,315 %
Pokrycie powierzchniowe:	41 421,7 km ²	13,25 %



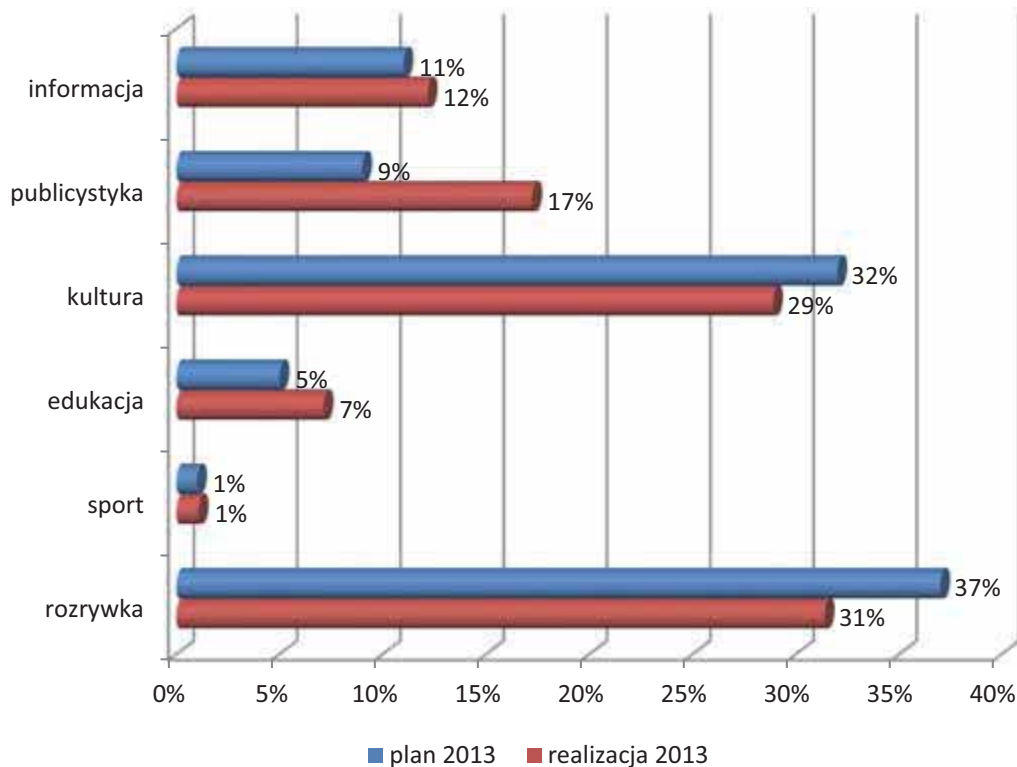
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

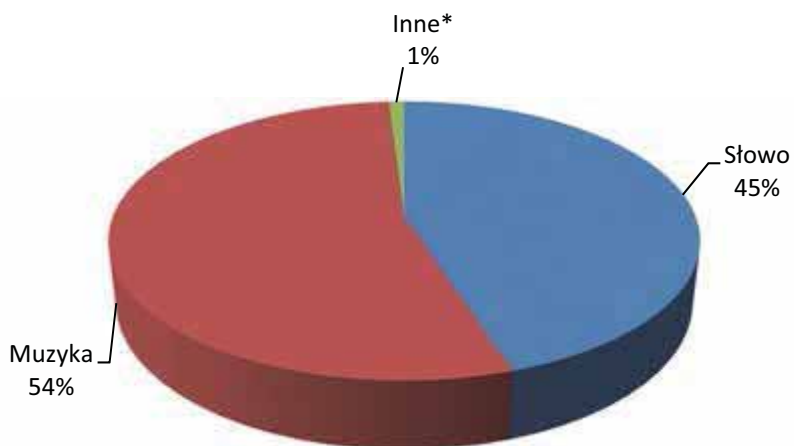
Realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Łączny udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 98% programu rocznego. W niektórych kategoriach audycji wprowadzono niewielkie modyfikacje w stosunku do planu: zwiększono udział publicystyki (więcej o 701 godzin), edukacji (o 175 godzin) oraz informacji (o 88 godz.) przy jednoczesnym zmniejszeniu udziału rozrywki (mniej o 526 godzin) i kultury (o 263 godz.). Treści regionalne w audycjach słownych zajęły 18% ubiegłorocznego programu. Obok audycji poświęco-

nych informacjom i dyskusjom 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. Oferta zawierała również treści edukacyjne (w tym dla dzieci). Audycja słowne miały dosyć wysoki udział w ubiegłorocznym programie (ok. 45%). Muzyka zajęła ponad połowę programu. Dominowała współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 144. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu dla Ciebie SA



Wykres 145. Udział słowa i muzyki w programie Radia dla Ciebie w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



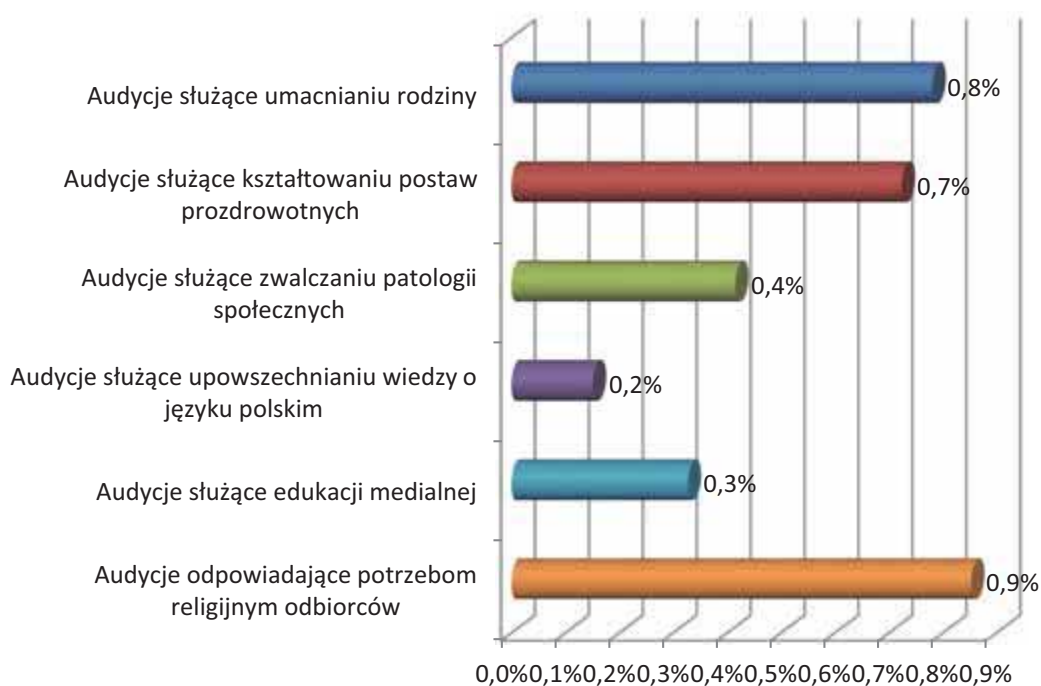
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W 2013 r. na niezmiennym poziomie – w stosunku do 2012 r. – utrzymano udział audycji służących umacnianiu rodziny, kształtujących postawy prozdrowotne, służących zwalczaniu patologii spo-

łecznych, edukacji medialnej oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim. Audycje te zajęły łącznie 285 godzin (3,3% rocznego czasu emisji programu).

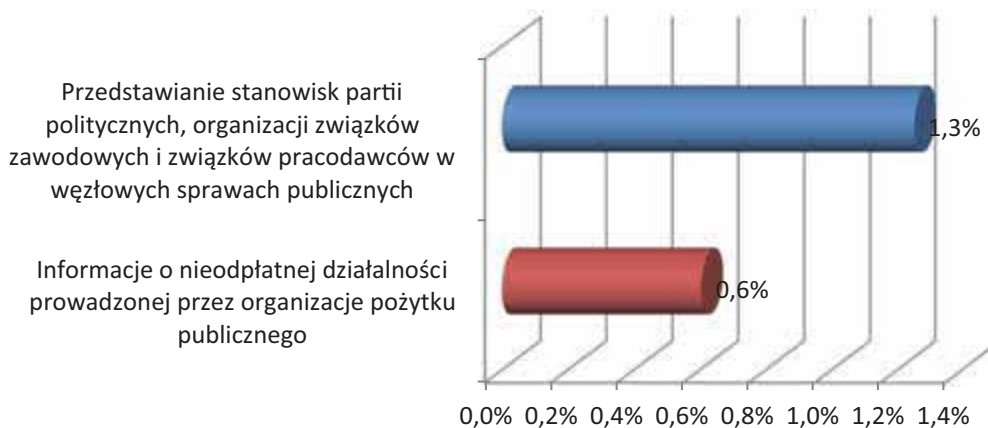
Wykres 146. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu dla Ciebie SA



W ubiegłym roku RDC zwiększyło czas przeznaczony na audycje umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych (110 godz. w 2013 r., 82 godz. w 2012 r.), nadając je w wymiarze zgodnym z rozporządzeniem.

Na audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności RDC przeznaczyło 53 godziny.

Wykres 147. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu dla Ciebie SA.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radio dla Ciebie (RDC) na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa w tygodniowym programie wyniósł 37%. Tematyka regionalna zajęła ok. 42% warstwy słownej. Dominowała w informacji, a jej udział w pozostałych kategoriach ustawowych nie przekraczał 40%. Najwięcej czasu w serwisach informacyjnych oraz informatorach, zwłaszcza drogowych, poświęcono Warszawie, choć nie zabrakło wiadomości dotyczących m.in. Radomia, Mławy, Płocka, Siedlec i Szydłowa.

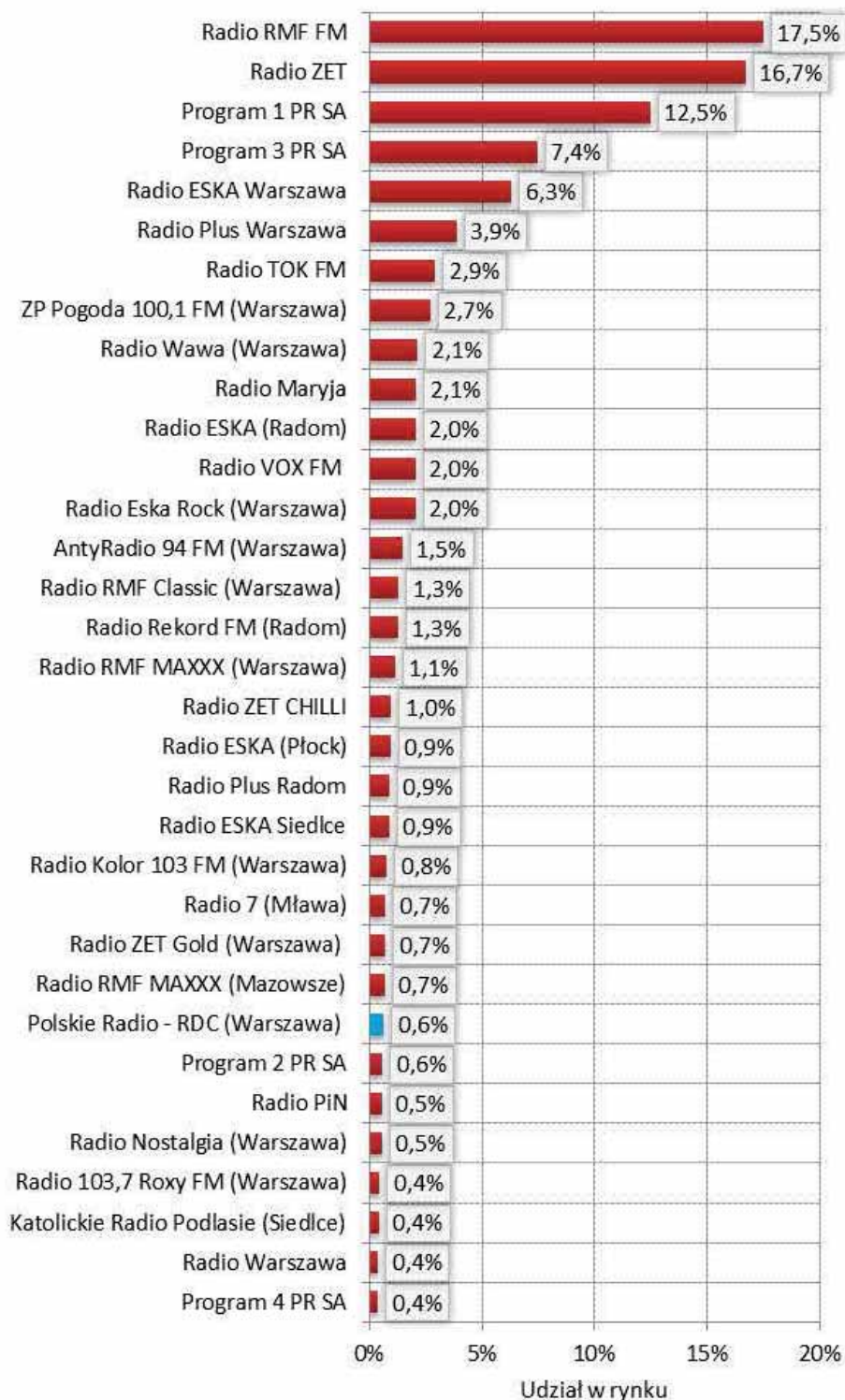
O sprawach istotnych dla regionu rozmawiano w audycjach publicystycznych, głównie z udziałem samorządowców. Jednak niemal w dwóch trzecich publicystyka w programie związana była z kwestiami ponadregionalnymi, dotyczącymi władzy centralnej i całego kraju.

W audycjach dotyczących kultury informowano przede wszystkim o ważnych wydarzeniach kulturalnych. Monitorowany program zawierał także prezentacje prozy dla dorosłych w stałym cyklu „Powieść RDC” oraz bajek dla dzieci („Bajka na niedzielny poranek”).

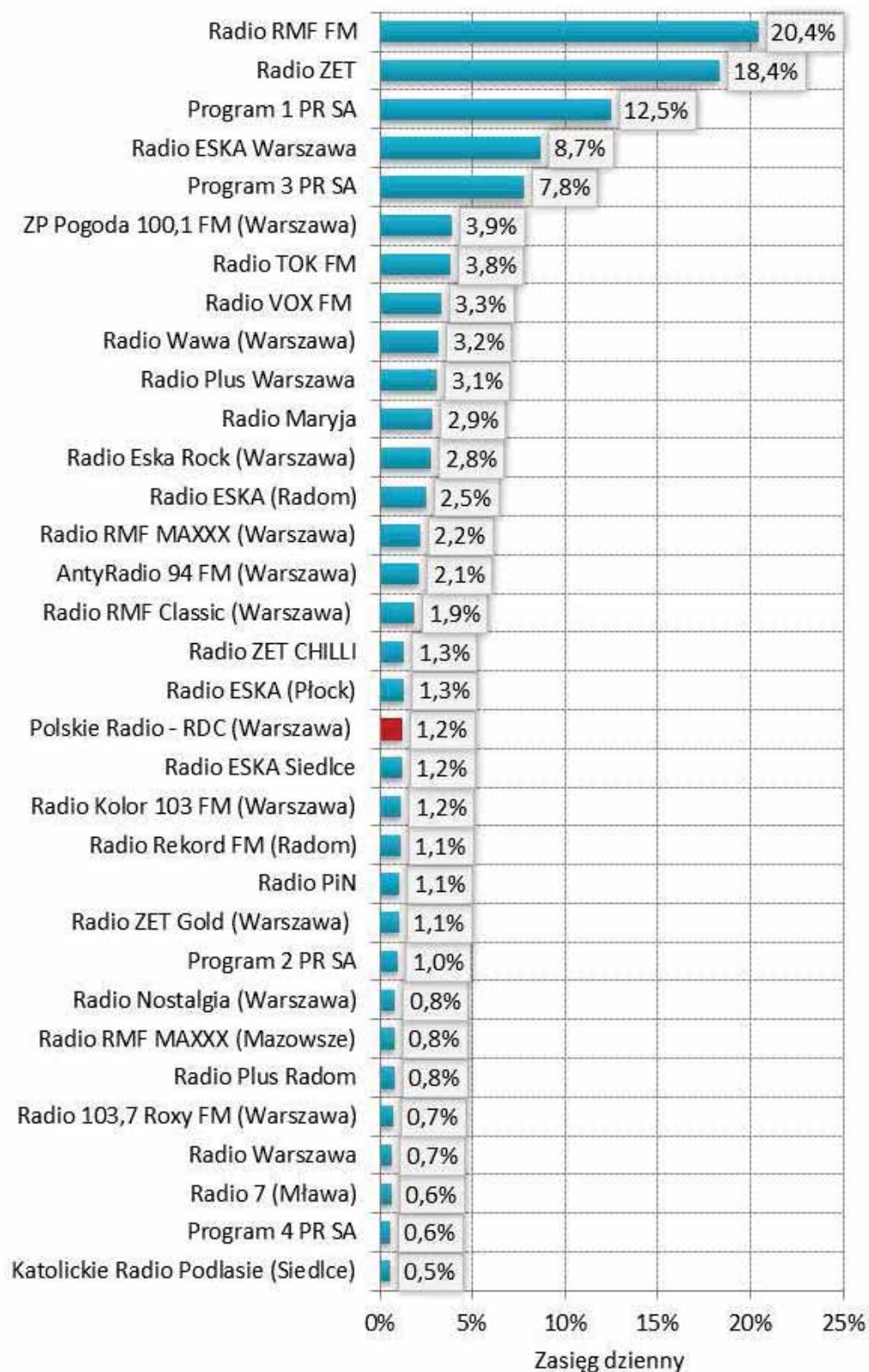
W monitorowanym tygodniu muzyka zajęła 60% czasu emisji i była różnorodna pod względem prezentowanych gatunków: pop, muzyka klubowa, rock, jazz, muzyka latynoska, disco. Walorem oferty muzycznej była również transmisja na żywo koncertu poezji śpiewanej („Koncert RDC”) oraz prezentacje muzyki klasycznej dla koneserów („Filharmonia RDC”) i dzieci („Klasyka dla dzieci”).

Pozycja Radia dla Ciebie na rynku radiowym w województwie mazowieckim

Wykres 148. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa mazowieckiego w 2013 r.



Wykres 149. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa mazowieckiego w 2013 r.



**Wykorzystanie środków abonamentowych
 oraz koszty działalności misyjnej**

W 2013 r. Radio dla Ciebie otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 10 891 tys. zł.

Spółka koszty misji pokryła w 93,5% z abonamentu, w 5,2% z innych przychodów publicznych oraz w 1,3% z dochodów własnych.

Tabela 18. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu dla Ciebie SA

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	9 929	86,9
2. Rozpowszechnianie programu	1 467	12,8
3. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	31	0,3
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	31	x
RAZEM	11 427	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 975	10 891	10 891
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 540	x	9 244
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 405	x	1 405
3. Tworzenie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	30
4. Zadania związane z rozszczepianiem programu	x	x	212

Radio Wrocław SA

Władze spółki

Zarząd

Tomasz Duda – prezes

Dariusz Lechański - członek

Rada Nadzorcza

Edward Bratek – przewodniczący

Katarzyna Kuźniar-Żyłka – wiceprzewodnicząca

Wiesław Gałązka, Agnieszka Maksymiuk

Mirosław Szymanowski – członkowie

Rada Programowa

Anna Piwowarska-Nasz – przewodnicząca

Krzysztof Kunert – wiceprzewodniczący

Juliusz Woźny – sekretarz

Rafał Biernat, Piotr Budzeń, Janusz Dobrosz,
Radosław Drabik, Anna Grzywacz, Roman Kowalczyk,
Anna Michalska, Aldona Młyńczak, Anna Morawiecka-Kowal,
Andrzej Ociepa, Zbigniew Rybka, Maciej Wełyczko
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Wrocław SA

Pokrycie ludnościowe:	2 914 967 osób	7,54 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 920,0 km ²	6,69 %



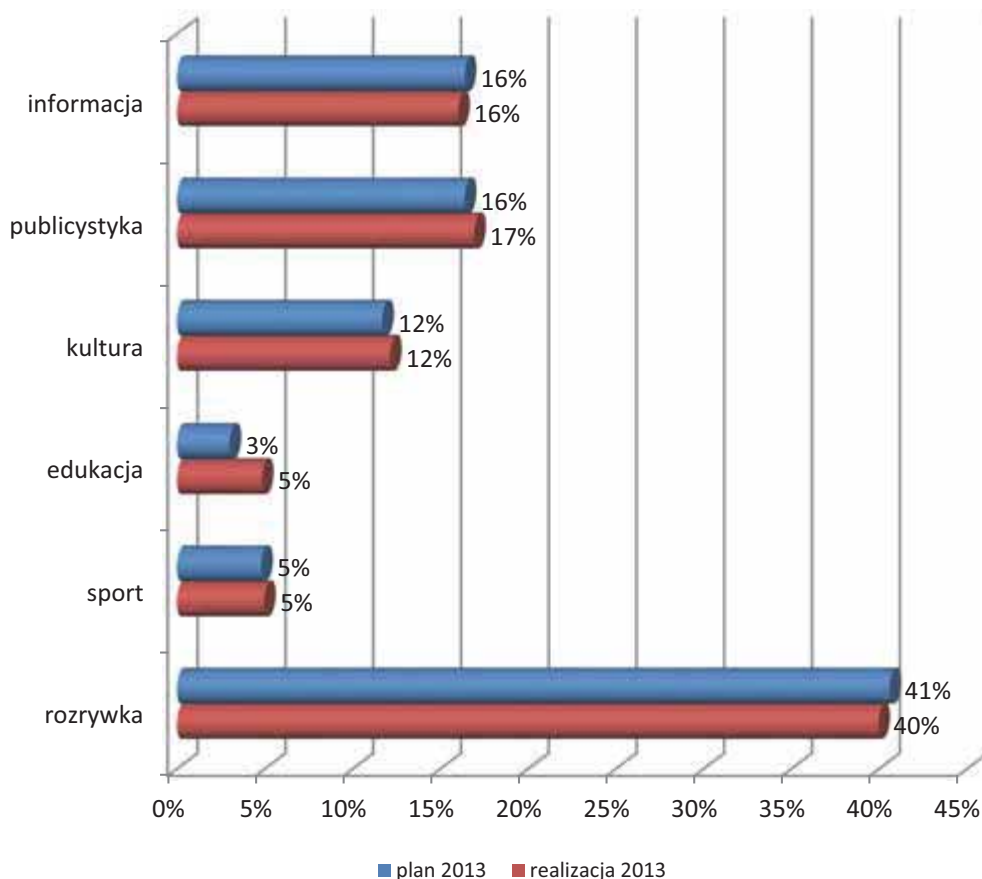
Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

Realizacja planów programowych

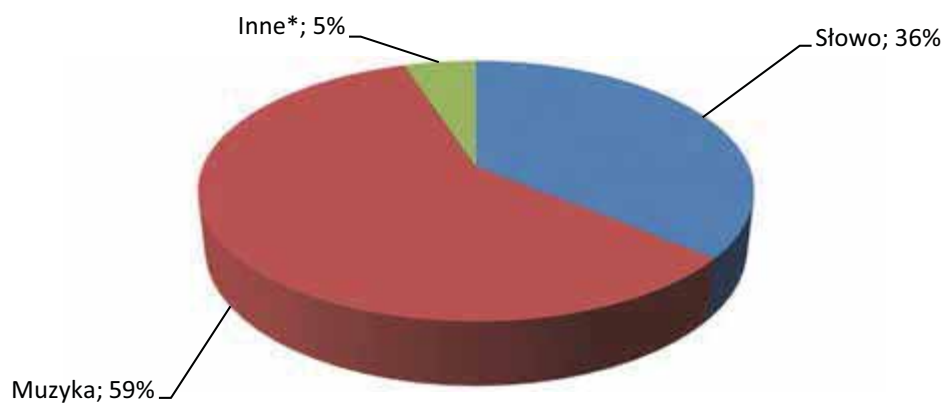
Radio Wrocław realizowało uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był zgodny z planami i stanowił 95% rocznej emisji. Udział treści regionalnych realizowanych w audycjach słownych stanowił 21% ubiegłorocznego programu. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom w regionie, 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 wykonania muzyki klasycznej. W ramach oferty edukacyjnej nadawano m.in. audycje upowszechniające wiedzę o języku polskim i poświęcone edukacji obywatelskiej. Spółka wypełnia zadania misyjne wobec mniejszości narodowych skupionych na terenie Dolnego Śląska, nadając audycje informacyjno-publicystyczne w języku ukraińskim i niemieckim. Audycje słowne zajęły w ubiegłorocznym programie ok. 36%. Dominowała muzyka, która zajęła ponad połowę programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową.

Wykres 150. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w Radiu Wrocław SA



Wykres 151. Udział słowa i muzyki w programie Radia Wrocław w 2013 r.
Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



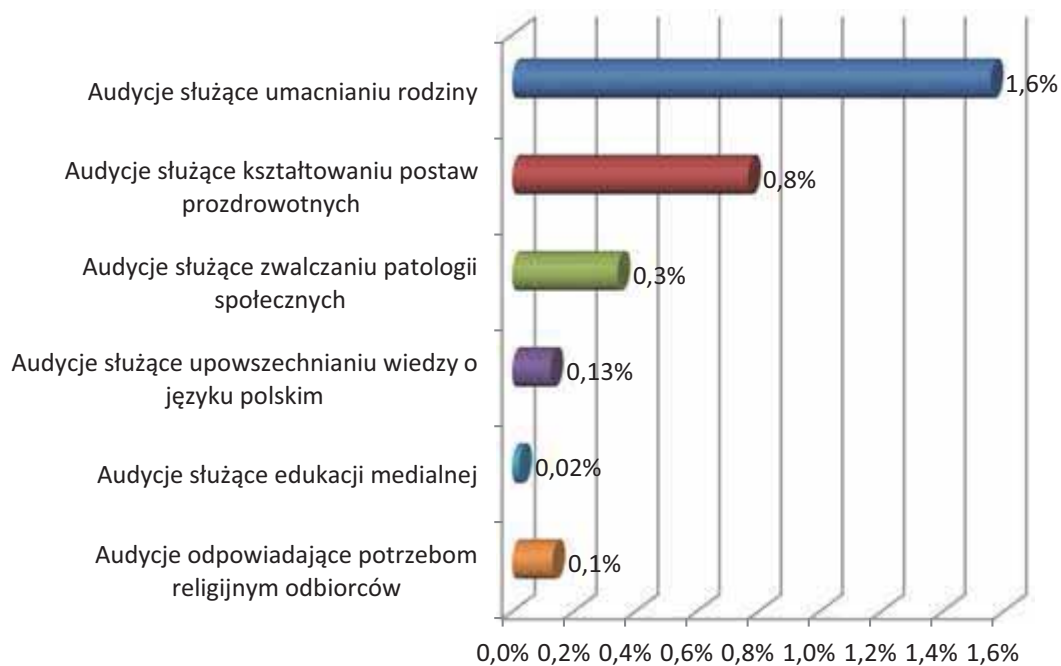
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W programie Radia Wrocław - w porównaniu z 2012 rokiem – niemal nie zmieniono udziału audycji realizujących powinności związane z kształtowaniem postaw prozdrowotnych, ze zwalczaniem patologii społecznych, edukacją medialną oraz z upowszechnianiem

wiedzy o języku polskim. Zmniejszono natomiast udział audycji służących umacnianiu rodziny (w 2013 r. – 136 godz., w 2012 r. – 318 godz.). Audycje realizujące ww. powinności zajęły łącznie 258 godzin (3% rocznego czasu emisji programu).

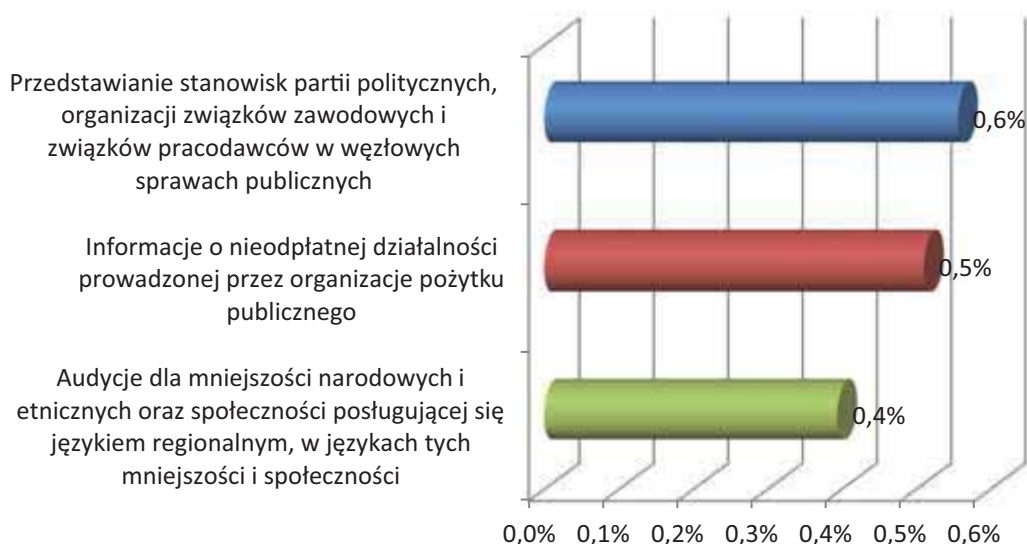
Wykres 152. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Wrocław SA



Radio Wrocław w 2013 zwiększyło – w porównaniu do roku 2012 - roczny czas audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych w większym stopniu uwzględniając ich potrzeby (o 5 godz.). W ubiegłym roku Rozgłośnia nadała 35 godz. tych audycji, tym samym realizując plan w tym zakresie. W kategorii audycji umożliwiających partiom

politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych Radio Wrocław nadało 49 godz., a więc w wymiarze zgodnym z zapisami rozporządzenia. Audycje informujące o działalności organizacji pożytku publicznego zajęły 45 godz. programu.

Wykres 153. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Wrocław SA



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radio Wrocław na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Audycje i przekazy słowne zajęły 35% tygodniowego czasu emisji, a ponad połowa z nich (51%) dotyczyła regionu. Udział treści regionalnych w programie był realizowany przede wszystkim poprzez informację, edukację i sport, choć znaczący, przekraczający 40%, był także ich udział w publicystyce i kulturze. Natomiast niewiele treści regionalnych obecnych było w rozrywce.

Tematy związane z regionem przedstawiane w dziennikach były następnie omawiane w audycjach publicystycznych z udziałem polityków i ekspertów,

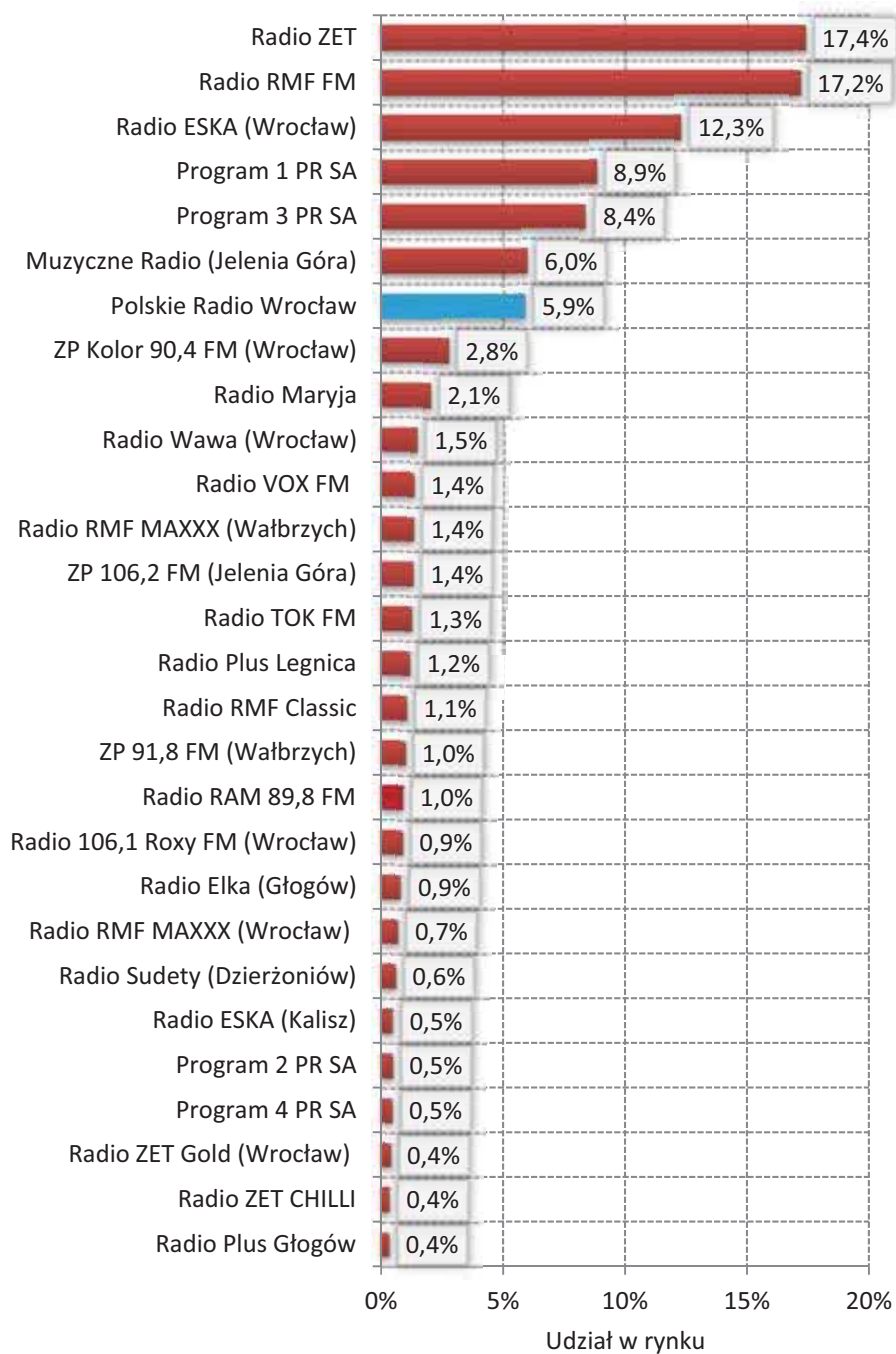
co zapewniało słuchaczom możliwość zapoznania się z szerokim spektrum opinii i przyczyniało się do tworzenia forum debaty publicznej o kluczowych sprawach w regionie.

W ramach oferty kulturalnej nadawano informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin sztuki oraz magazyny kulturalne prezentujące życiorysy i dorobek twórców regionalnych. Prezentowano również, choć rzadziej, formy udramatyzowane (prozę i teatr radiowy) oraz muzykę ludową regionu. Atutem programu były audycje z zakresu edukacji z udziałem ekspertów, którzy dzielili się ze słuchaczami wiedzą z różnych dziedzin, m.in.: medycyny, fizyki, językoznawstwa, funkcjonowania organizacji pozarządowych oraz ekonomii.

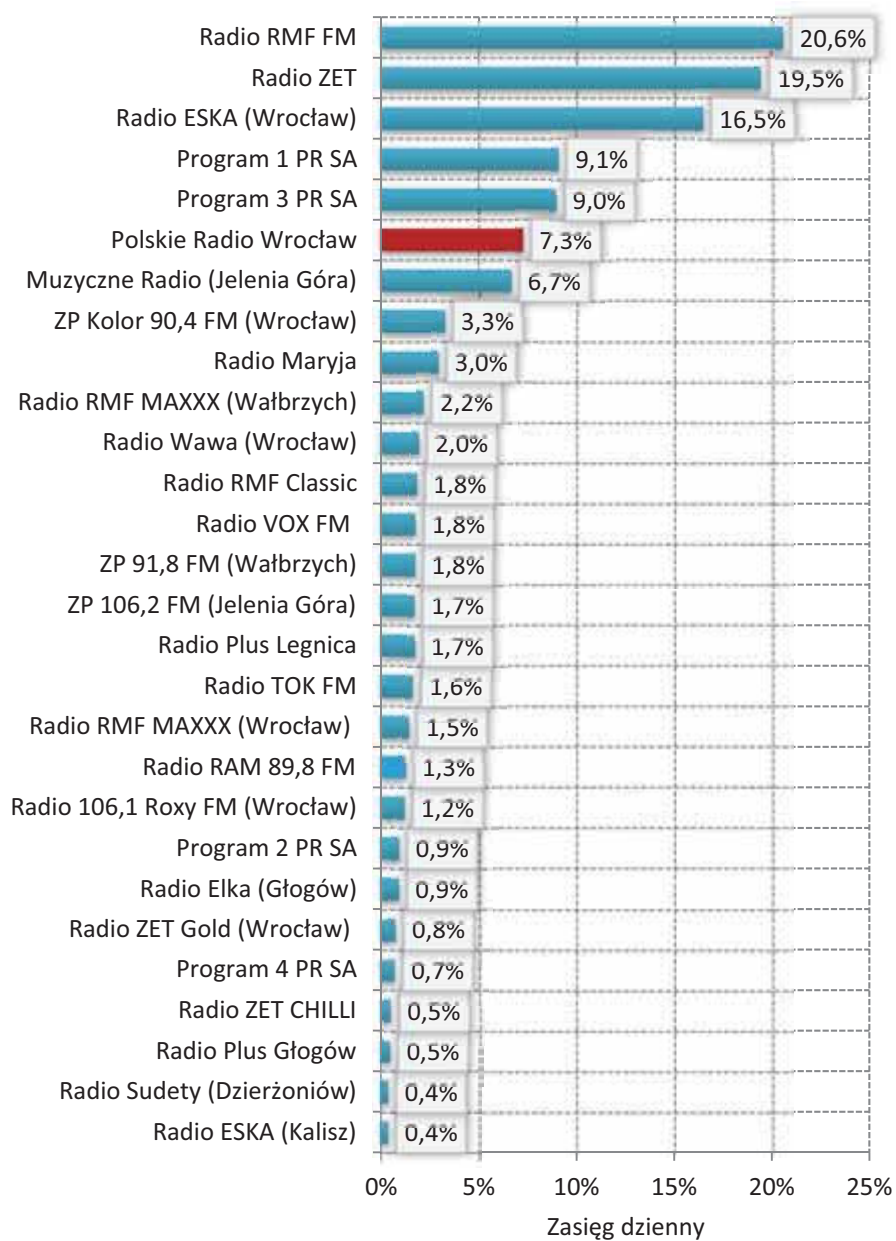
Muzyka zajęła 58% tygodniowego czasu emisji. Była to głównie popularna muzyka rozrywkowa, ale także m.in. jazz. W analizowanym tygodniu w niewielkim stopniu prezentowana była muzyka poważna.

Pozycja Radia Wrocław na rynku radiowym w województwie dolnośląskim

Wykres 154. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa dolnośląskiego w 2013 r.



Wykres 155. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa dolnośląskiego w 2013 r.

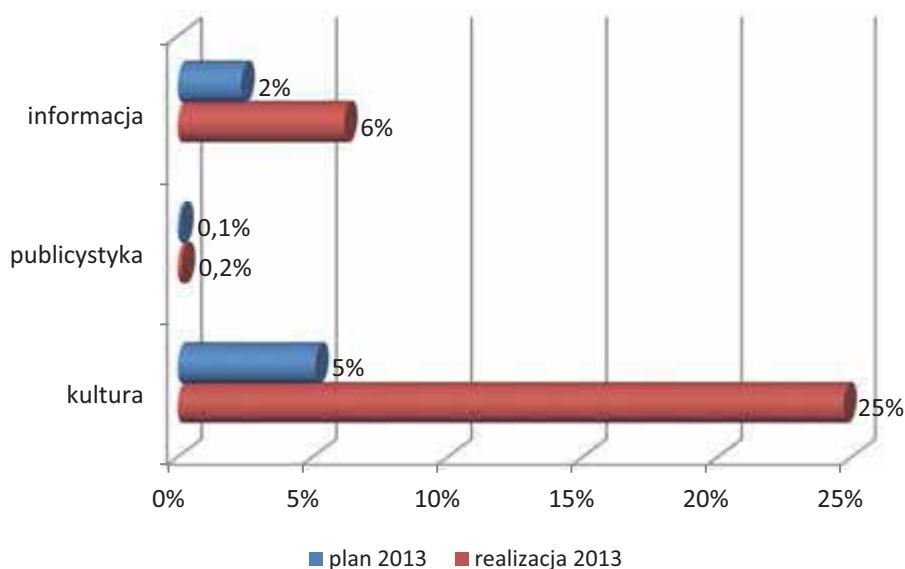


Program miejski – Radio RAM

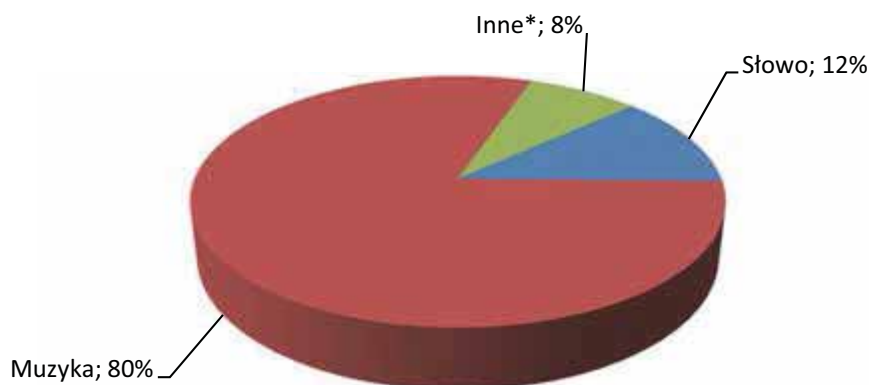
W programie miejskim Radio RAM realizowano uzgodnione plany zarówno w zakresie obecności w programie rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego. Program ten obok, wymaganych rozporządzeniem KRRiT z 27 kwietnia 2011 r., kategorii audycji (informacja, publicystyka, kultura) miał ofertę bogatszą o audycje edukacyjne, rozrywkowe i sportowe. Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 95% rocznej emisji. Poza audycjami informacyjnymi i publicystycznymi poświęconymi bieżącym wydarzeniom w mieście, nadawano także audycje dotyczące wydarzeń kulturalnych, w tym popularyzujące artystów i zespoły artystyczne działające w mieście i okolicach objętych zasięgiem nadawania.

W programie dominowała muzyka, która zajęła aż 80% ubiegłorocznego programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową. Audycje słowne zajęły nieco ponad 1/10 programu.

Wykres 156. Plan programowy i jego realizacja w 2013 r. w programie miejskim Radio RAM.



Wykres 157. Udział słowa i muzyki w programie miejskim Radia RAM w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu Radio RAM na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Audycje informacyjne, w ponad połowie poświęcone sprawom i wydarzeniom w mieście oraz przedstawiające codzienne użyteczne informacje dla mieszkańców, zdecydowanie dominowały nad publicystyką i kulturą. Co prawda udział kultury w programie był niewielki (choć relatywnie największy na tle innych programów miejskich), ale w jej ramach nadawane były stałe cykle audycji poświęcone omówieniom różnych dziedzin sztuki (film, muzyka, teatr).

Cechą charakterystyczną programu Radio RAM, na tle pozostałych programów miejskich, był duży udział audycji poświęconych muzyce (niemal 22% całości nadawanego programu w porze dziennej), w których – oprócz prezentowania twórczości wrocławskich zespołów – nadawana była muzyka ni-

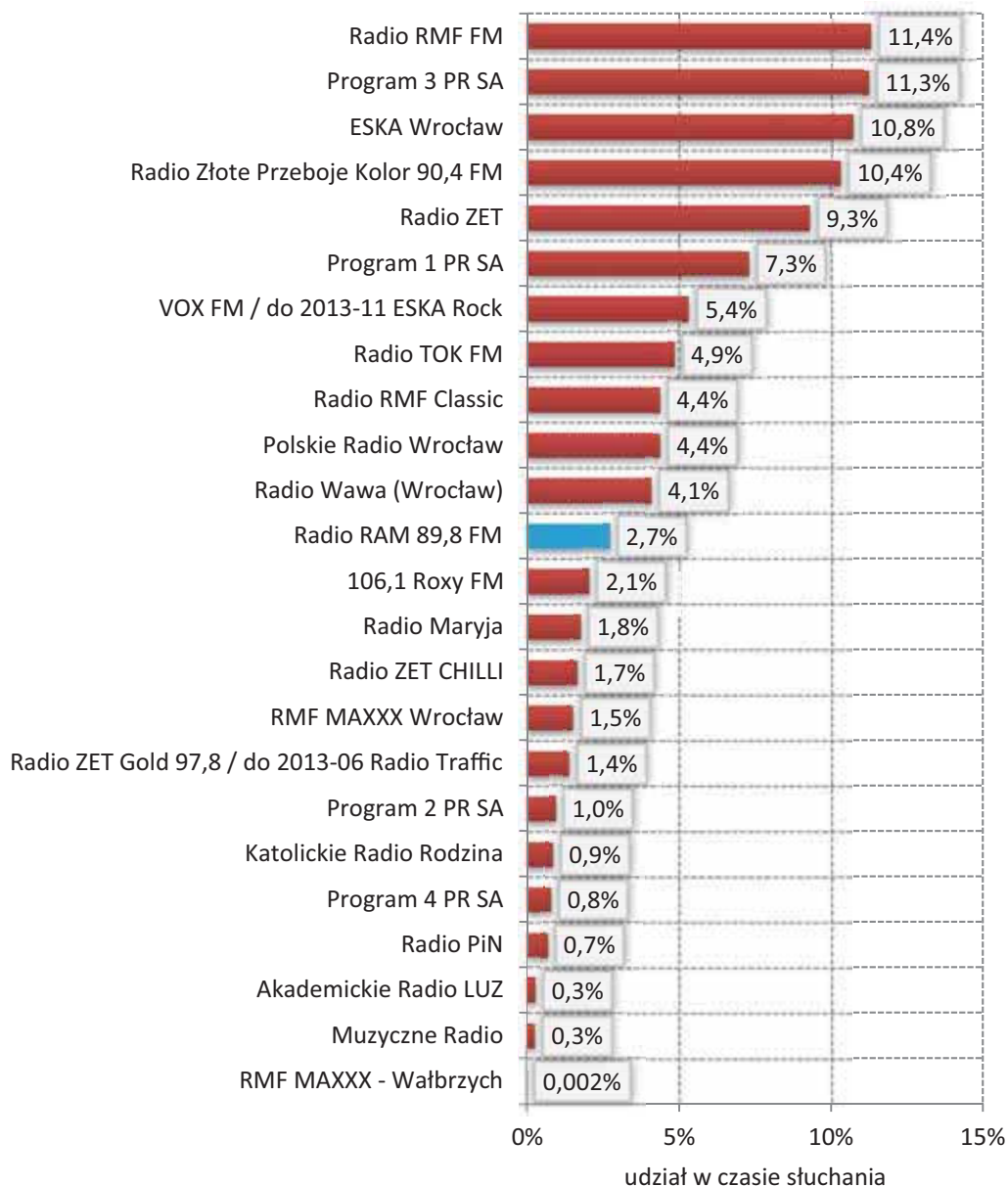
szowa, rzadko emitowana w programach radiowych, nawet publicznych, w tym: jazz, reggae, swing, bossa nova, piosenka francuska i hiszpańska.

Podsumowując, program Radio RAM miał w dużej mierze charakter muzyczny, a jego walorem była prezentacja niszowych gatunków muzyki oraz ich szczegółowe – na tle innych programów miejskich – omawianie na antenie. Krytycznie należy natomiast ocenić udział audycji słownych w programie, który spadł od czasu ostatniego monitoringu, co rzutuje także na zmniejszający się udział tematyki miejskiej w całym programie (z 9,3% w 2011 r. do 6,5% w 2013 r.). Z tego względu nadawca w mniejszym stopniu niż w 2011 r. realizował potrzeby demokratyczne, społeczne i kulturalne społeczności Wrocławia.

W wyniku przeprowadzonego monitoringu KRRiT – w ramach procesu uzgadniania planów programowo-finansowych na 2014 rok – podjęła rozmowy z nadawcą o dostosowaniu – w większym stopniu niż wskazywały plany – formuły programu do obowiązków ustawowych, tj. uwzględnienia w programie, demokratycznych, społecznych oraz kulturalnych potrzeb społeczności lokalnej.

Pozycja Radia RAM na rynku radiowym we Wrocławiu

Wykres 158. Udział w czasie słuchania programów radiowych we Wrocławiu w 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Wrocław otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 9 006 tys. zł. Na koniec 2013 r. pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości

17 tys. zł na dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych.

Koszty misji Spółka pokryła w 63,8% abonamentu, w 5,6% z innych przychodów publicznych oraz w 30,6% z dochodów własnych.

Tabela 19. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Wrocław SA.

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	9 461	67,3
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 381	9,8
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych i w językach regionalnych	12	0,1
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Wrocław	1 548	11,0
5. Inne zadania związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o radiofonii i telewizji, w tym:	1 663	11,8
- dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	13	x
- koncerty, spektakle	606	x
- cyfryzacja zasobów dźwiękowych	1 044	
RAZEM	14 065	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 556	9 006	8 989
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 132	x	7 582
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 392	x	1 392
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych w językach regionalnych	2	x	2
4. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	13

Radio Zachód SA (Zielona Góra)

Władze spółki

Zarząd

Dariusz Frejman – prezes

Rada Nadzorcza

Ilona Politowicz – przewodnicząca

Jan Andrykiewicz – wiceprzewodniczący

Tadeusz Krupa, Ewa Rudzka

Agnieszka Wala – członkowie

Rada Programowa

Łukasz Pabierowski – przewodniczący

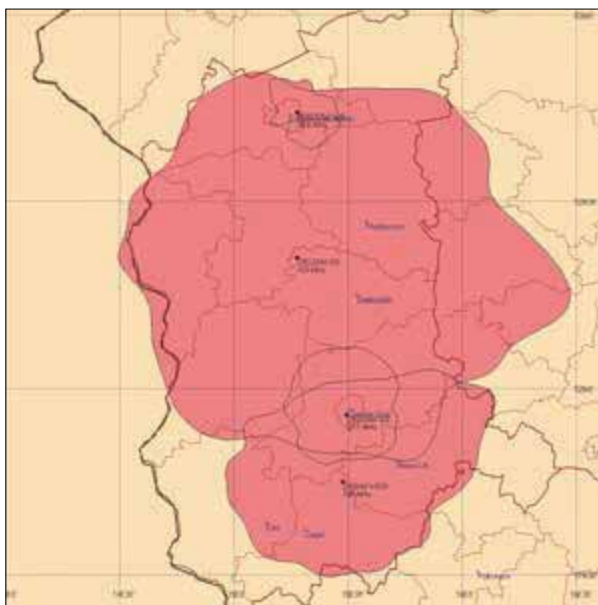
Maciej Szykuła – wiceprzewodniczący

Robert Gromadzki – sekretarz

Andrzej Buck, Jacek Budziński, Bogumiła Burda,
Marcin Grzegorski, Artur Januszkiewicz,
Krzysztof Król, Filip Rdesiński, Agnieszka Siarkiewicz,
Dorota Szaban, Stanisław Tomczyszyn,
Andrzej Tyborowski, Arkadiusz Tybura
– członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Zachód SA

Pokrycie ludnościowe:	973 956 osób	2,52 %
Pokrycie powierzchniowe:	9 762,7 km ²	3,12 %



Źródło: Opracowanie Departamentu Regulacji Biura KRRiT. Stan na dzień 21.12.2013 r.

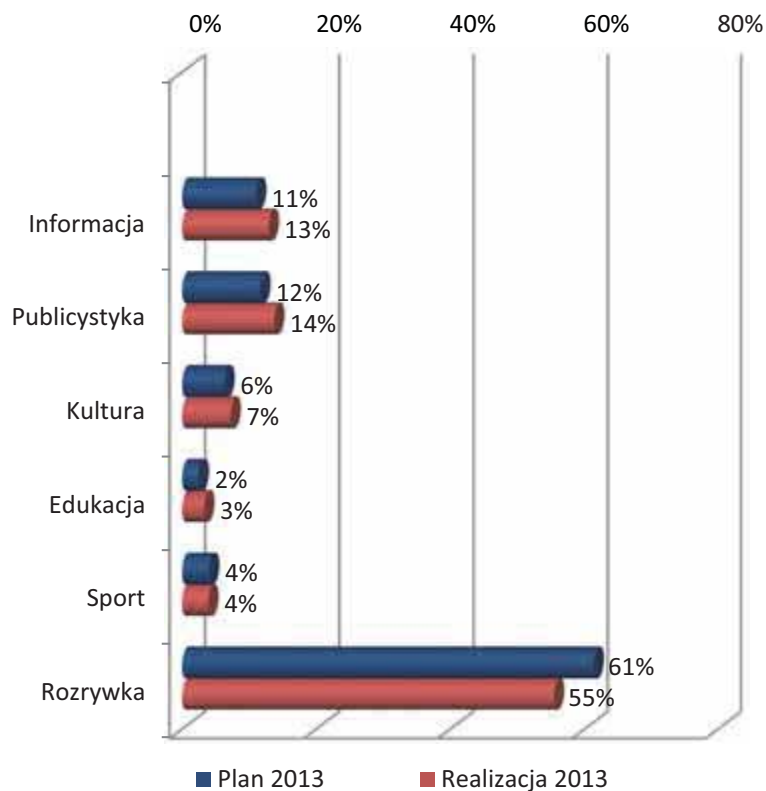
Realizacja planów programowych

Nadawca zmodyfikował plan programowy zmniejszając udział rozrywki na rzecz zwiększenia rocznego udziału audycji z kategorii: informacji i publicystyki (o 2 pkt. procentowe) oraz kultury i edukacji (o 1 pkt. procentowy). Dzięki tej modyfikacji dłuższy niż w planie był m.in. czas nadawania serwisów informacyjnych dotyczących regionu (czas ich emisji wzrósł z planowanych 592 godzin do ponad 662), a także reportaży poświęconych problematyce regionalnej, w tym interwencyjnych i społecznych (o ponad 52 godziny). Dużo czasu nadawca przeznaczył także na prezentację ludowej muzyki regionu,

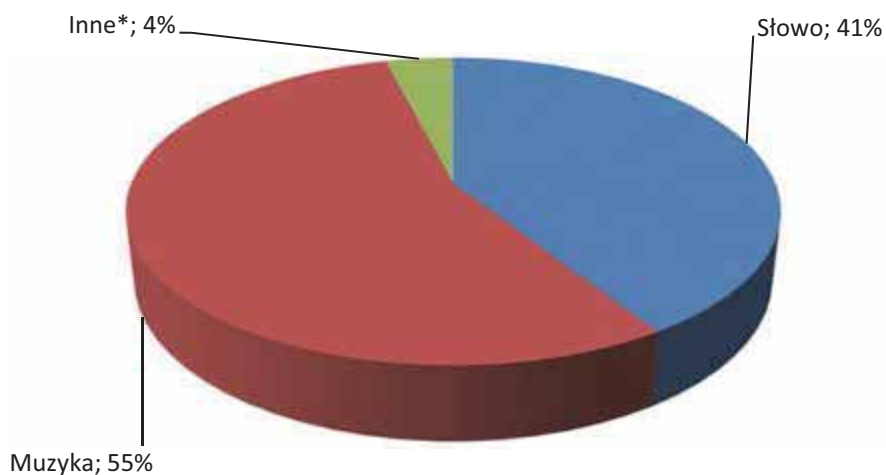
zwiększając czas nadawania audycji jej poświęconych ze 120 planowanych godzin do 130. Natomiast audycji rozrywkowych nadano o 518 godzin mniej. Nie zmienił się jedynie udział sportu. Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był taki jak w planie i stanowił 96% rocznego programu. Audycje o tematyce regionalnej realizowane poprzez słowo zajęły ok. 34% rocznego czasu nadawania.

Program cechował dość wysoki udział słowa, przekraczający 40% rocznego czasu emisji. Muzyka zajęła ponad połowę rocznego programu.

Wykres 159. Porównanie audycji zaplanowanych do emisji i zrealizowanych w 2013 r. w Radiu Zachód SA



Wykres 160. Udział słowa i muzyki w programie Radia Zachód S.A. w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



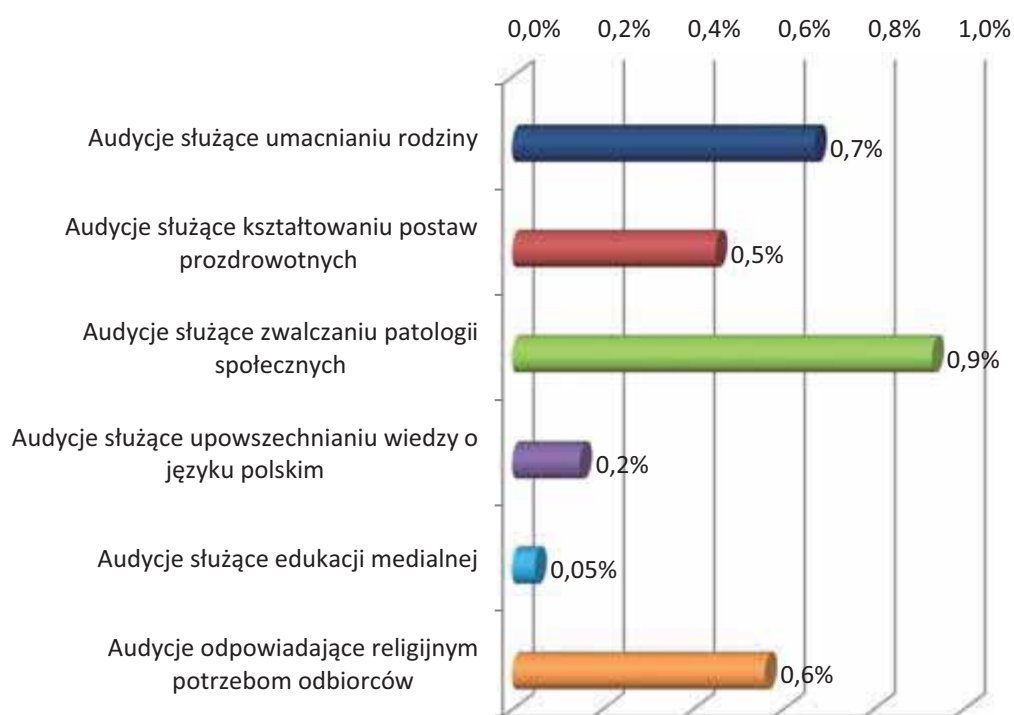
*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w 2013 r.

W porównaniu z 2012 rokiem w rocznym czasie nadawania programu wzrósł udział audycji służących umacnianiu rodziny, zwalczaniu patologii społecznych i upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (o połowę), edukacji medialnej (o dwie trzecie) oraz kształtowaniu postaw prozdrowotnych (o jedną

czwartą). Udział audycji odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców nie zmienił się. Łącznie czas nadawania audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji wyniósł w 2013 r. 247 godzin, o 89 godz. więcej niż w 2012 r.

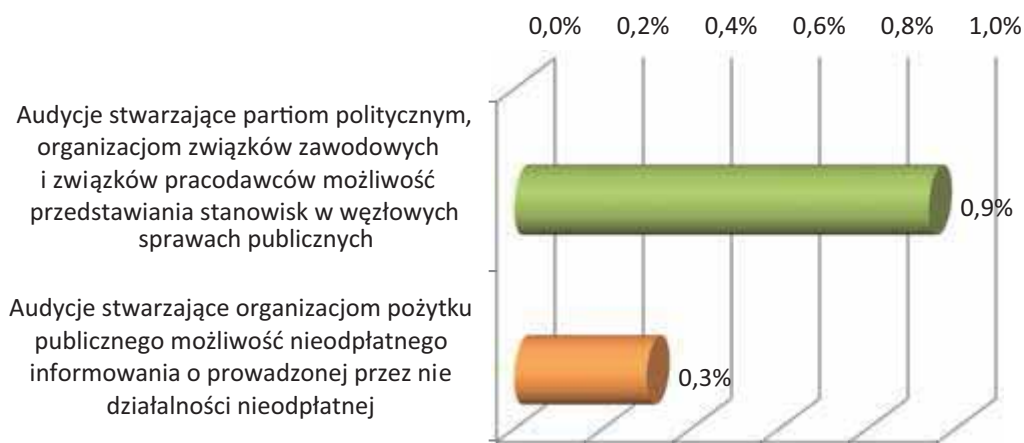
Wykres 161. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Zachód SA w 2013 r.



W programie wyemitowano ok. 82 godz. audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w węzłowych sprawach publicznych, co stanowiło nieznaczny spadek wymiaru czasowego tych audycji w porównaniu z rokiem 2012 (o 4 godziny). Program realizował Rozporządzenie KRRiT w tym zakresie.

Na audycje stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie nieodpłatnej działalności nadawca przeznaczył 27 godzin (o 1 godz. więcej niż w 2012 r.).

Wykres 162. Udział audycji realizujących wybrane powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji w Radiu Zachód SA w 2013 r.



Monitoring programu

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła w 2013 r. monitoring tygodniowego programu Radia Zachód na losowo wybranej próbie (20-26 maja 2013 r.). Jego celem było zbadanie, w jaki sposób realizowane były w programie zadania i powinności nadawcy oraz wskazanie obecności w programie elementów szczególnie wartościowych pod względem formy i treści, a także ewentualnych słabych stron programu.

Udział słowa w tygodniowym czasie nadawania był wysoki i wyniósł 39%. Niemal 62% treści zawartych w audycjach i przekazach słownych dotyczyło regionu. Treści regionalne stanowiły większość czasu emisji audycji dotyczących sportu, kultury i audycji informacyjnych. Znaczący był ich udział w audycjach publicystycznych (zbliżał się do 50%), Natomiast w o wiele mniejszym stopniu treści regionalne wypełniały audycje edukacyjne i rozrywkowe.

Prezentowane tematy dotyczyły różnych ośrodków w regionie (np. Lubsko, Szprotawa, Nowa Sól, Drzonków, Kostrzyn, Kargowa), program nie był zatem zdominowany przez największe miasta województwa lubuskiego – Gorzów i Zieloną Górę. Przewaga treści związanych z tymi aglomeracjami zaznaczyła się co prawda w audycjach dotyczących kultury, ale należy to tłumaczyć usytuowaniem

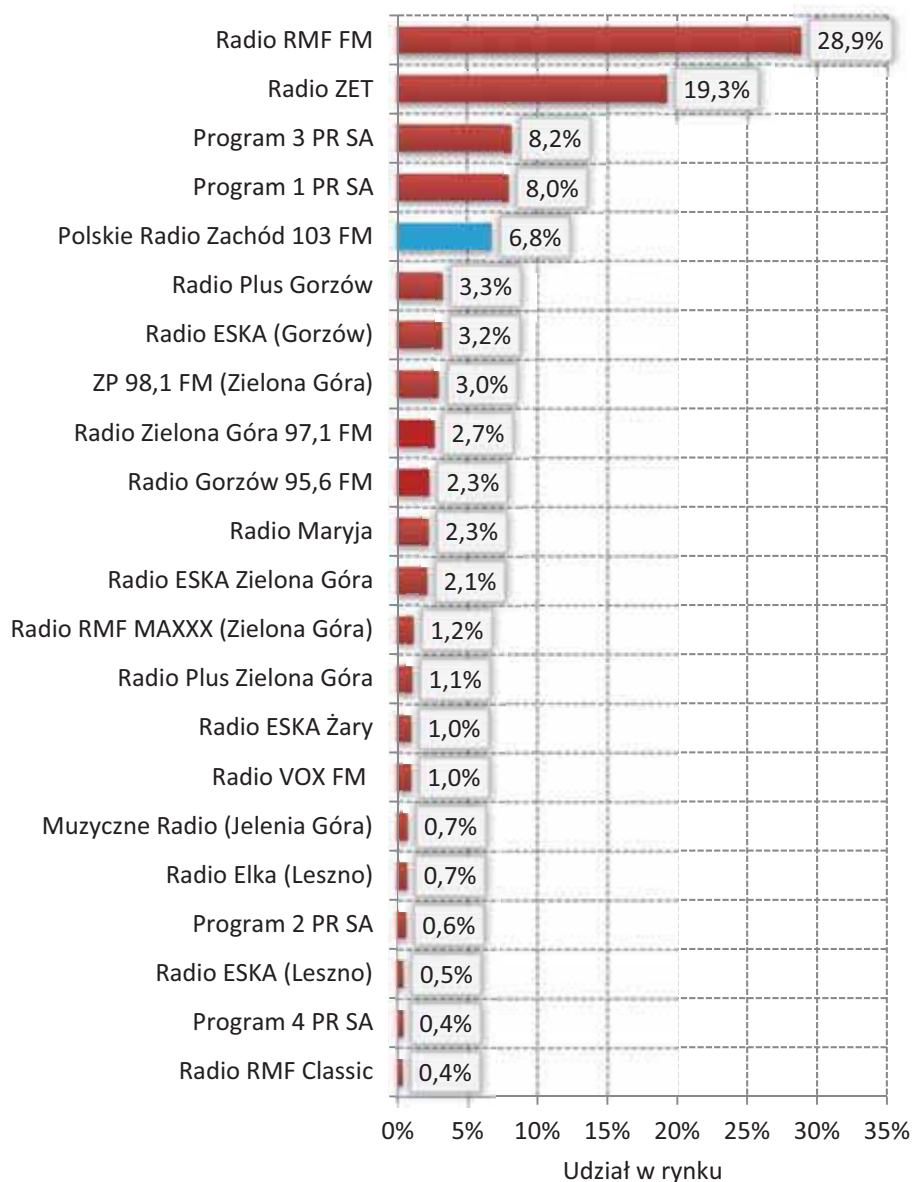
w obu miastach kluczowych dla regionu instytucji kulturalnych (m.in. filharmonii i teatrów).

W programie, oprócz aktualizowanych na bieżąco informacji, nie brakowało komentarzy i dyskusji o kluczowych inwestycjach i problemach regionu, w tym m.in. bezrobociu wśród młodych, konieczności zachowania równowagi między inwestycjami w kopalnie odkrywkowe i energetykę, a ochroną środowiska naturalnego oraz terenów rolnych. Atutem programu były liczne emisje reportaży, również o charakterze społecznym, w ramach stałych cykli: „Lubuska Szkoła Reportażu”, „Wędrowniki z mikrofonem”, „W Twojej sprawie”, czy „Czas na reportaż”.

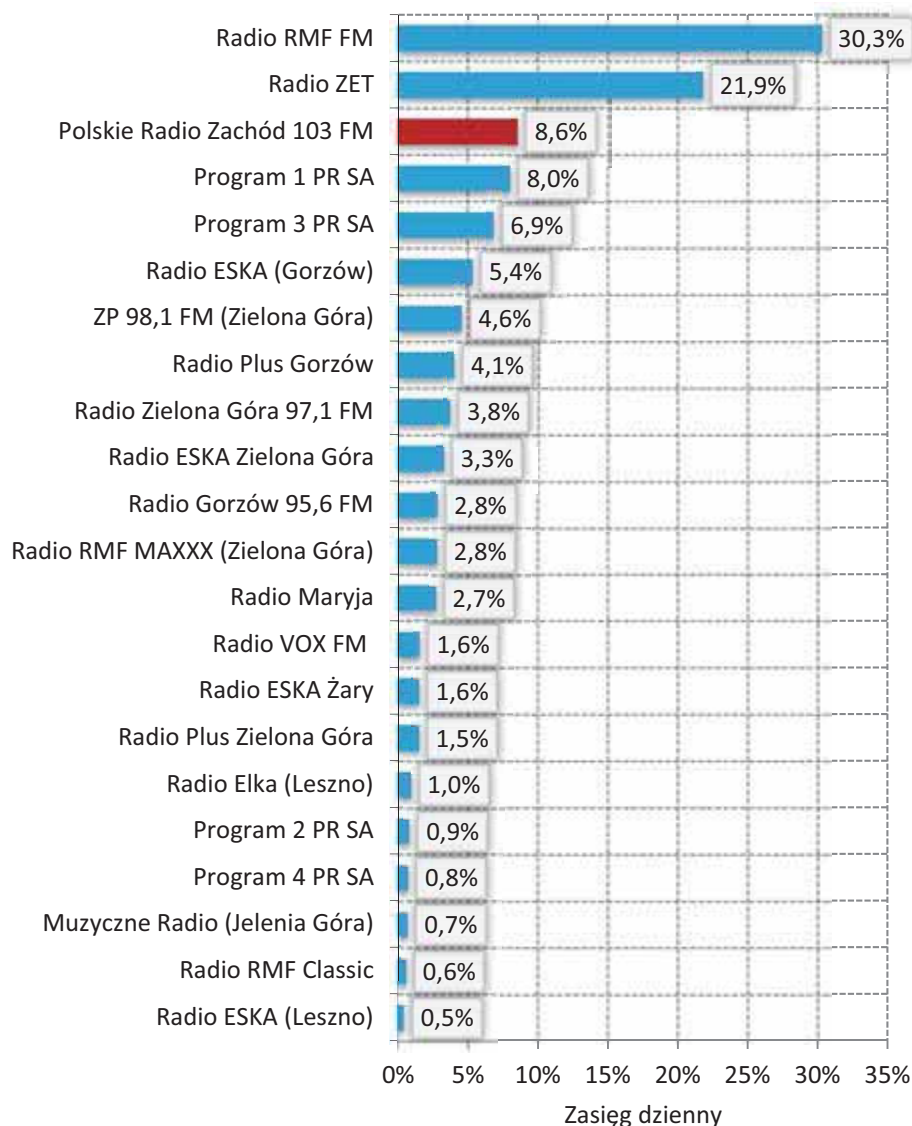
Program realizował również misję regionalną w zakresie kultury. W monitorowanym tygodniu popularyzowano wiedzę o kulturze i sztuce regionu poprzez stałą emisję informatorów kulturalnych, ale także prezentację literatury (poezji i prozy) oraz emisję audycji poświęconych muzyce ludowej i ambitnym gatunkom muzycznym, m.in. poezji śpiewanej, jazzowi i muzyce poważnej. Atutem programu była także atrakcyjna forma prezentacji twórczości muzycznej artystów z regionu, mająca charakter plebiscytu zachęcającego słuchaczy do aktywnego udziału w wyborze najlepszego wykonawcy. Niedostatkiem był natomiast brak emisji bajek dla dzieci.

Pozycja Radia Zachód na rynku radiowym w województwie lubuskim

Wykres 163. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa lubuskiego w 2013 r.



Wykres 164. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa lubuskiego w 2013 r.



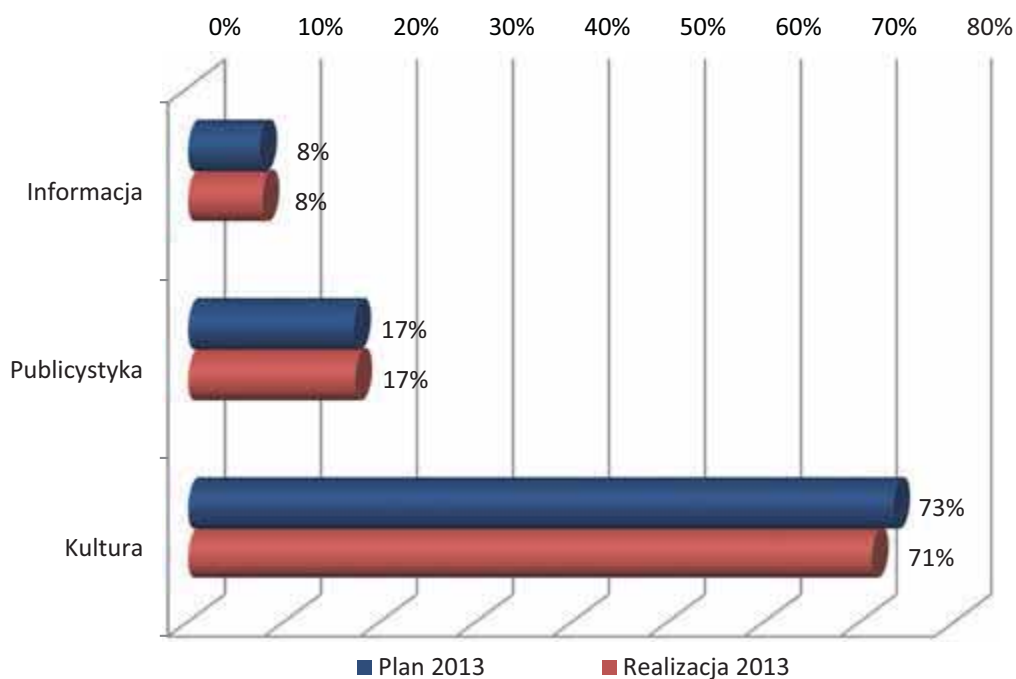
Program miejski – Radio Zielona Góra 97,1 FM

Nadawca realizował plan w zakresie obecności w programie różnorodnych audycji z obowiązkowych kategorii takich, jak informacja, publicystyka i kultura. Ponadto, emitował audycje edukacyjne, rozrywkowe i dotyczące lokalnego sportu. Udział audycji informacyjnych i publicystycznych w rocznym czasie nadawania był taki jak w planie. Natomiast udział audycji i przekazów dotyczących kultury zmniejszył się nieznacznie. Łącznie udział w programie audycji

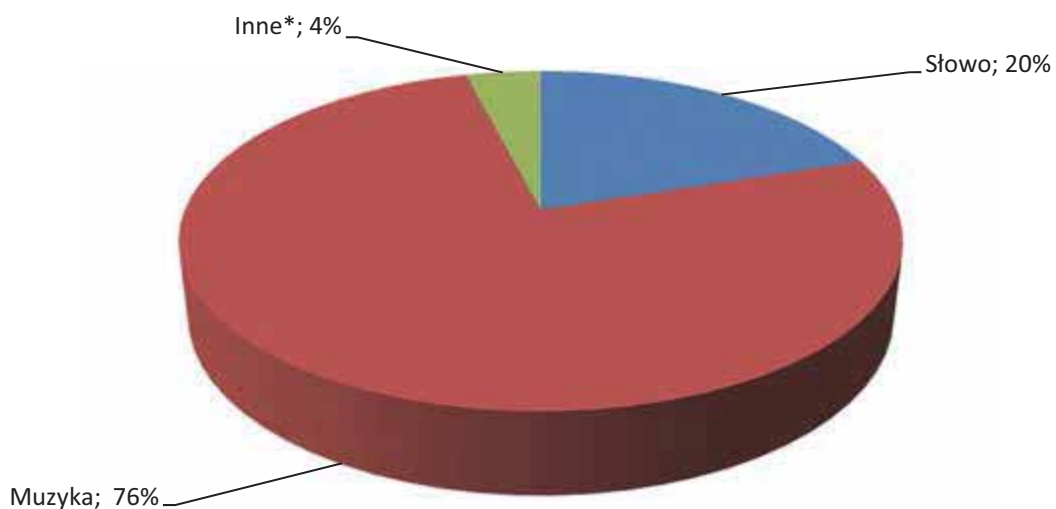
realizujących ustawowe zadania misyjne stanowił 96% rocznej emisji.

Udział warstwy słownej w programie wyniósł ok. 20% rocznego czasu nadawania, a 90% poruszanej w audycjach słownych tematyki dotyczyło spraw miasta, głównie kwestii samorządowo-gospodarczych i społecznych. Muzyka zajęła ok. 76% rocznego programu.

Wykres 165. Porównanie audycji zaplanowanych do emisji i zrealizowanych w 2013 r. w programie miejskim Radio Zielona Góra 97,1 FM w 2013 r.



Wykres 166. Udział słowa i muzyki w programie Radio Zielona Góra 97,1 FM w 2013 r. Podstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu Radio Zielona Góra 97,1 FM na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Monitoring wykazał, że nadawca dostarczał słuchaczom aktualizowanych na bieżąco informacji o ważnych inwestycjach oraz wydarzeniach w mieście z zakresu polityki, spraw społecznych, kultury i sportu, a także informacji użytkowych (prognozy pogody czy sytuacji na lokalnych drogach). Sprawy dotyczące miasta zajęły 62% czasu emisji wszystkich audycji informacyjnych.

W całości tematyce miejskiej poświęcona była publicystyka. W jej ramach nadawano rozmowy z lokalnymi politykami, działaczami społecznymi czy przedsiębiorcami. Dobór tematów (m.in. relacje między lokalnymi przedstawicielstwami partii politycznych, sytuacja na lokalnym rynku pracy, współpraca

miast Zielona Góra – Cottbus w ramach europejskich regionów, wychowywanie dzieci przez młode małżeństwa z Zielonej Góry) oraz stałe miejsce publicystyki w programie wskazuje, że nadawca tworzy forum do debaty publicznej i ułatwia tym samym wyrobienie sobie przez słuchaczy opinii na dany temat.

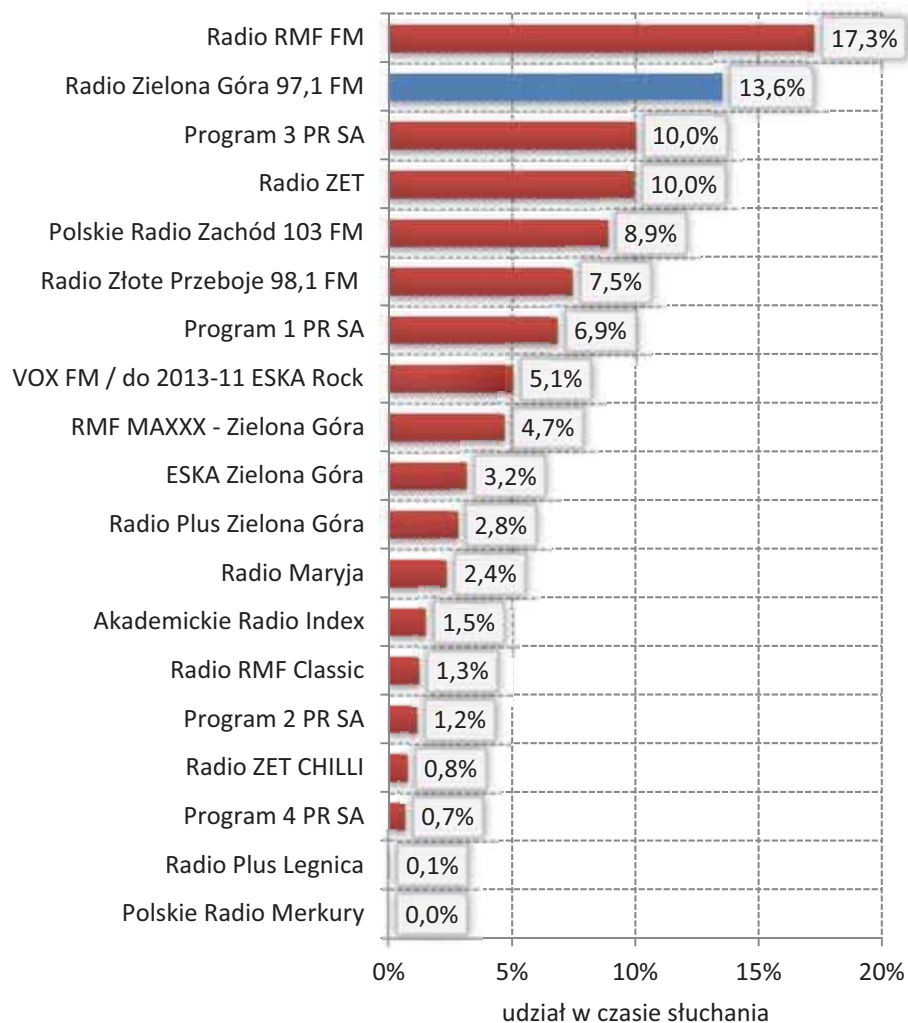
Najmniej znaczący w programie był udział kultury – aż siedmiokrotnie mniejszy niż informacji i dwukrotnie mniejszy niż publicystyki. Należy jednak zaznaczyć, że audycje kulturalne były w pełni skoncentrowane na tematyce dotyczącej miasta.

Cechą charakterystyczną Radia Zielona Góra był znaczący udział tematyki dotyczącej lokalnego sportu. W programie regularnie nadawane były magazyny i transmisje z zawodów koszykówki i żużla.

Podsumowując, program Radio Zielona Góra wypełniał wobec mieszkańców ważne funkcje informacyjne i opiniotwórcze w zakresie spraw dotyczących rozwoju miasta i bieżącego funkcjonowania miejskich instytucji, wypełniając tym samym zadania misyjne wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji.

Pozycja Radia Zielona Góra 97,1 FM na rynku radiowym w Zielonej Górze

Wykres 167. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Zielonej Górze w 2013 r.



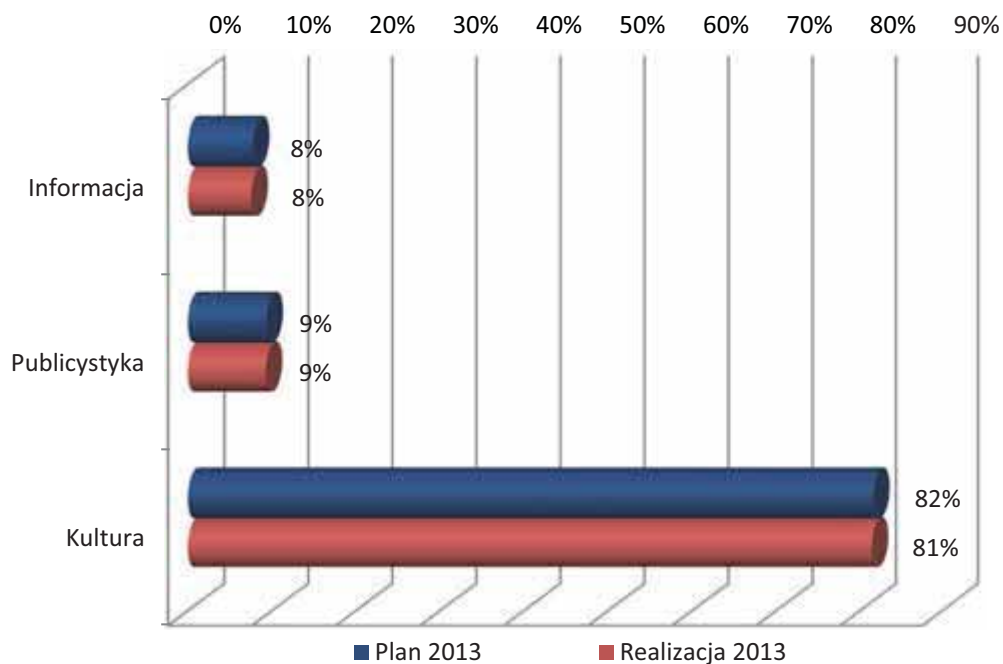
Program miejski – Radio Gorzów 95,6 FM

Plan w zakresie obecności w programie różnych rodzajów nadawanych audycji, jak też ich wymiaru czasowego był realizowany. Program, oprócz obligatoryjnych kategorii audycji, tj. informacji, publicystyki i kultury, zawierał również audycje dotyczące sportu, edukacji i rozrywki. Udział audycji informacyjnych i publicystycznych był w rocznym czasie nadawania taki jak w planie. Niewielkim odstępstwem był jedynie nieco mniejszy niż zaplanowano udział

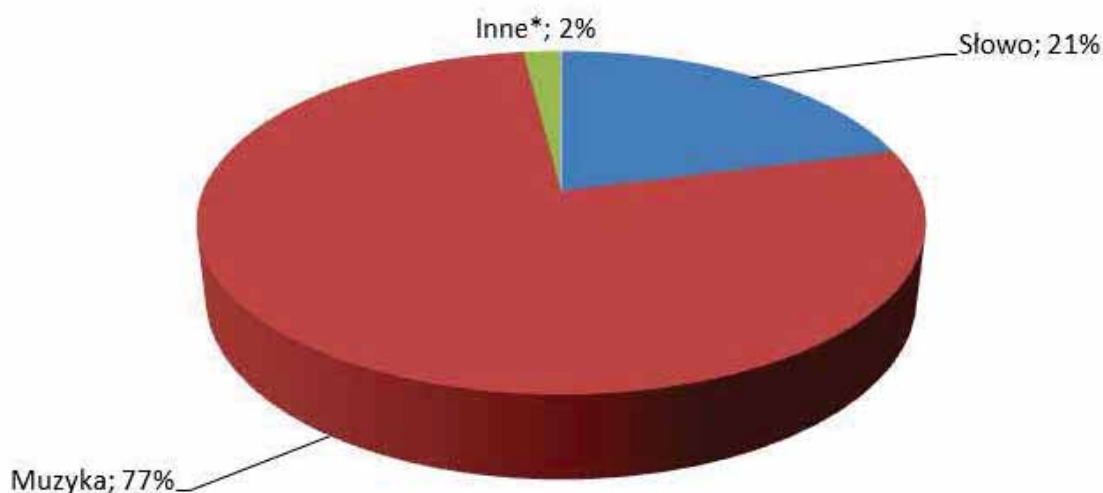
audycji poświęconych kulturze (w wymiarze czasowym spadek o 24 godziny). Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne wyniósł 98% rocznej emisji.

Audycje słowne stanowiły ok. 21% programu, z czego blisko 70% czasu ich emisji było poświęcone tematyce miejskiej. Muzyka stanowiła ok. 77% rocznego programu.

Wykres 168. Porównanie audycji zaplanowanych do emisji i zrealizowanych w 2013 r. w programie miejskim Radio Gorzów 95,6 FM w 2013 r.



Wykres 169. Udział słowa i muzyki w programie Radio Gorzów 95,6 FM w 2013 r. odstawą procentowania jest roczny czas nadawania, tj. 8760 godzin.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Monitoring programu

Krajowa Rada przeprowadziła w 2013 r. monitoring programu Radio Gorzów 95,6 FM na próbie z okresu 20-26 maja 2013 r. Jego celem było sprawdzenie, w jaki sposób realizowane są w programie zadania wskazane w ustawie o radiofonii i telewizji, tj. czy program realizuje „demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych”.

Monitoring wykazał, że Spółka realizowała w programie zadania nadawcy publicznego wobec społeczności lokalnej. Świadczyła o tym nie tylko przewaga tematyki miejskiej we wszystkich kategoriach wymaganych Rozporządzeniem KRRiT, ale także wnikliwość w sposobie przedstawiania faktów dotyczących miasta.

Wiele zagadnień poruszanych w dziennikach było prezentowanych w szerszym kontekście sytuacyjnym – w relacjach reporterskich oraz szeroko komentowanych w codziennych rozmowach na żywo z przedstawicielami władz samorządowych i lokalnych instytucji. Walorem programu była stała obecność publicystyki, na którą składały się głównie rozmowy

na żywo z przedstawicielami lokalnych władz oraz gorzowskimi politykami i krótkie relacje reporterskie, a także – choć w niewielkim stopniu – reportaże o tematyce społecznej.

Informacje dotyczące miasta i okolic przekazywane w programie były różnorodne (dotyczyły przede wszystkim spraw gospodarczo samorządowych i sportu, ale również lokalnych inicjatyw społecznych, życia szkół i miejskich wydarzeń kulturalnych).

Ponadto, miejskie aktualności nadawane były w różnorodnych formach – w dzienniku, prognozie pogody, informacjach dla kierowców, serwisie i magazynach sportowych, transmisjach sportowych, informatorze i magazynie kulturalnym, podsumowaniu tygodniowym, przeglądzie prasy.

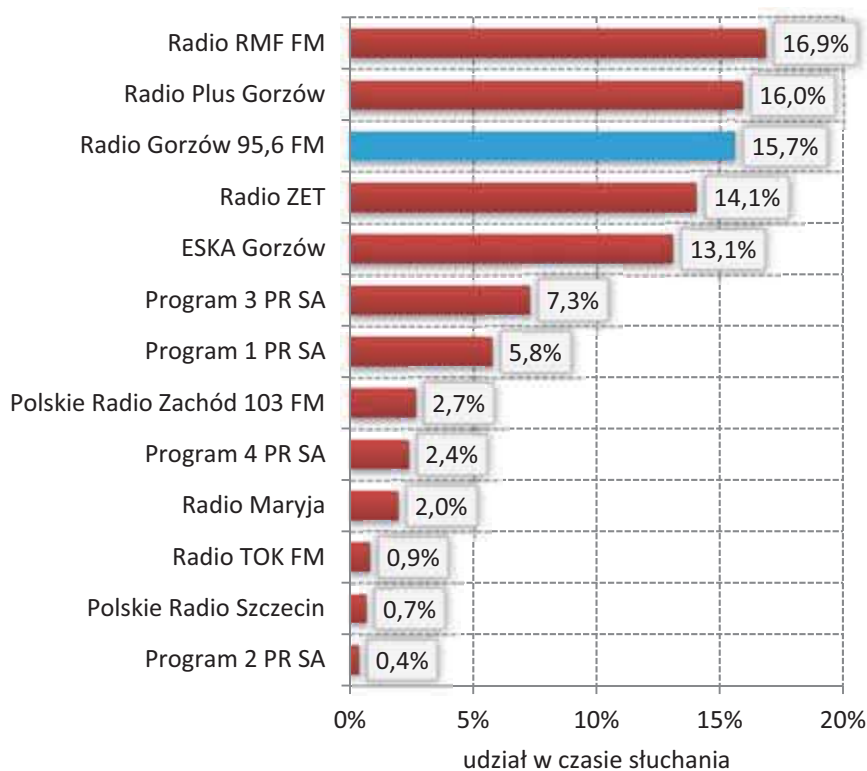
Niewielki na tle pozostałych kategorii był udział kultury, który wyniósł 0,4% tygodniowego czasu nadawania i sprowadzał się głównie do emisji informatorów o wydarzeniach kulturalnych w mieście.

Znaczący w programie był natomiast udział sportu. Relacje z zawodów z udziałem gorzowskich sportowców, w tym magazyny oraz transmisje, zajęły ponad 3% tygodniowej emisji programu. Tak wysoki

udział sportu w programie należy tłumaczyć lokalną specyfiką. Gorzów jest bowiem siedzibą jednego z czołowych klubów ekstraklasy żużlowej.

Pozycja Radia Gorzów 95,6 FM na rynku radiowym w Gorzowie Wlkp.

Wykres 170. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Gorzowie Wlkp. W 2013 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2013 r. Radio Zachód otrzymało na finansowanie przedsięwzięć misyjnych środki abonamentowe w kwocie 8 175 tys. zł. Na koniec ubiegłego roku pozostały w Spółce środki abonamentowe w wysokości 36 tys. zł, z tego na: tworzenie programu lokalnego Radio Gorzów – 6 tys. zł oraz dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych – 30 tys. zł.

Koszty misji Spółka pokryła w 78,4% z abonamentu, w 3,1% z innych przychodów publicznych oraz w 18,5% z dochodów własnych.

Tabela 20. Koszty działalności misyjnej oraz wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Zachód SA.

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	8 244	79,4
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	731	7,0
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Zielona Góra	759	7,3
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Gorzów	656	6,3
RAZEM	10 390	100,0

Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych nadawcy			
Przedsięwzięcia finansowane ze środków abonamentowych	Środki abonamentowe (w tys. zł)		Wydatki poniesione z abonamentu (w tys. zł)
	prognozowane	przekazane	
RAZEM przedsięwzięcia misyjne	5 779	8 175	8 139
1. Tworzenie programu regionalnego - zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	4 077	x	6 473
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	697	x	697
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Radio Miejskie Zielona Góra	481	x	481
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Radio Miejskie Gorzów Wielkopolski	494	x	488
5. Dostosowanie zdigitalizowanych zbiorów archiwalnych do jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audiowizualnych	30	x	0

Informacja
o podstawowych problemach
radiofonii i telewizji
w 2013 roku

Krajowa Rada
Radiofonii i Telewizji

UCHWAŁA NR 132/2014
Z DNIA 18 MARCA 2014 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 2013 roku* stanowiącą załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2013 roku*:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2013 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
/ - / Jan Dworak

WSTĘP	4
1 KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH	5
1.1 Czas i sposób korzystania z mediów, potrzeby i upodobania użytkowników.....	5
1.1.1 Telewizja.....	5
1.1.2 Radiofonia.....	8
1.2 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego.....	9
1.3 Perspektywy rozwoju usług płatnych.....	11
2 AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE	18
2.1 Radiofonia.....	18
2.1.1 Wyniki finansowe.....	18
2.1.2 Audytorium programów radiowych.....	24
2.2 Telewizja.....	30
2.2.1 Wyniki finansowe.....	30
2.2.2 Widownia programów telewizyjnych.....	37
2.3 Audiowizualne usługi medialne na żądanie (VoD).....	46
2.3.1 Sytuacja finansowa VoD.....	46
2.3.2 Oferta programowa i popyt na usługi VoD.....	48
3 INNE MEDIA	53
3.1 Prasa.....	53
3.1.1 Własność prasy.....	54
3.1.2 Dzienniki ogólnopolskie.....	55
3.1.3 Dzienniki regionalne.....	55
3.1.4 Czasopisma.....	56
3.1.5 Przyczyny i konsekwencje zmian na rynku prasowym.....	56
3.2 Internet i telekomunikacja.....	57
3.2.1 Dostęp do Internetu.....	57
3.2.2 Korzystanie z Internetu.....	58
3.2.3 Internet mobilny.....	58
3.2.4 Rynek telekomunikacyjny.....	62
3.3 Kinematografia.....	63

WSTĘP

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wraz ze Sprawozdaniem z działalności w roku 2013 przedstawia Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji. Dokumentom tym towarzyszy Strategia regulacyjna na lata 2014-2016, określająca kierunki i zadania organu regulacyjnego w najbliższych latach wraz z metodami ich realizacji. Wymienione dokumenty są wobec siebie komplementarne i łącznie ukazują zarówno stan rynku audiowizualnego jak i wyzwania, jakie przed nim stoją. Ze względu na fakt, że Strategia regulacyjna zawiera szerokie omówienie proponowanych zmian prawnych w ustawie o radiofonii i telewizji, w tegorocznej Informacji zrezygnowano z rozdziału na temat kierunków zmian prawnych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w swoich dokumentach sprawozdawczych za lata 2011 oraz 2012 prezentowała katalog zagadnień, które wymagają głębokich reform, w tym przyjęcia nowych rozwiązań ustawowych niezbędnych dla dalszego rozwoju rynku mediów audiowizualnych. Do najważniejszych i wciąż aktualnych należą:

- stworzenie ram prawnych i wdrożenie nowego modelu funkcjonowania i finansowania mediów publicznych;
- zapewnienie odbiorcom coraz lepszego dostępu do różnorodnej oferty;
- właściwa ochrona odbiorcy przed nieodpowiednimi treściami oraz skutkami przekazów handlowych;
- uproszczenie procedur stanowiących dla przedsiębiorców barierę wejścia na rynek.

Podobnie jak w latach poprzednich, Informacja opracowana przez zespół Departamentu Strategii KRRiT pod kierownictwem Agnieszki Ogrodowczyk, prezentuje obraz rynku usług medialnych na tle rynków sąsiadujących: prasy, kinematografii, Internetu i sektora telekomunikacyjnego, co stanowi podstawę do oceny kondycji polskich mediów koniecznej dla przyjęcia odpowiednich rozwiązań regulacyjnych, wspierających rozwój tego sektora w procesie konwergencji i rozwoju technologicznego. W dokumencie tym zostały także przedstawione upodobania i potrzeby użytkowników mediów, których znajomość jest niezbędna do ustalenia, jakimi metodami należy dążyć do zachowania pluralistycznego i otwartego charakteru radiofonii i telewizji.

Jan Dworak,
Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

1 KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH

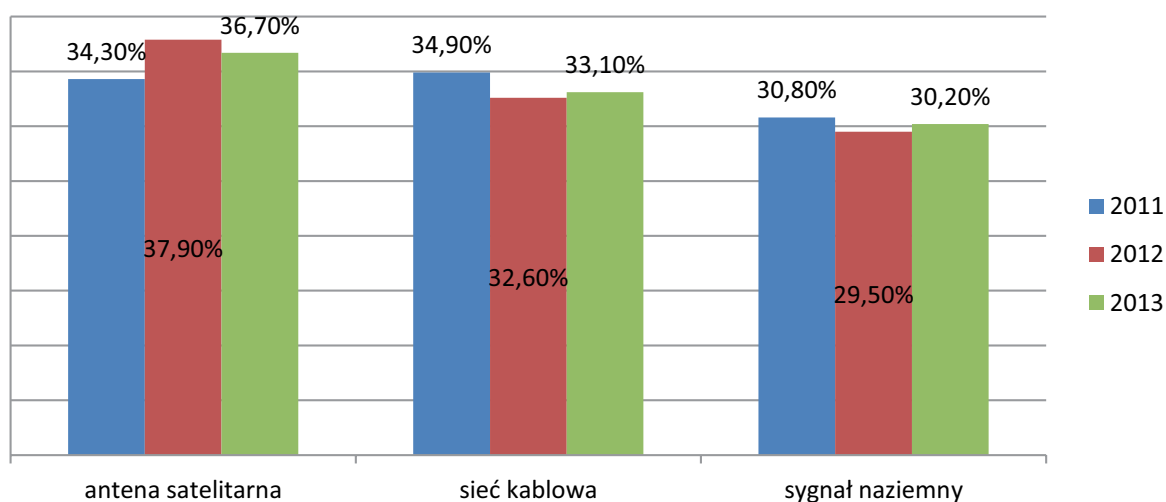
1.1 Czas i sposób korzystania z mediów, potrzeby i upodobania użytkowników

1.1.1 Telewizja

W lipcu 2013 r. zostały wyłączone ostatnie nadajniki emitujące sygnał telewizji analogowej. Cyfryzacja sygnału naziemnego spowodowała istotne zmiany w dostępnej ofercie programowej a także w zachowaniach oraz preferencjach odbiorców. Pod koniec roku naziemną telewizję cyfrową oglądało 13,6 mln polskich odbiorców (wzrost o 4,1 mln w stosunku do poprzedniego roku), z których 9,1 mln

korzystało wyłącznie z bezpłatnej oferty, zaś 4,5 mln było jednocześnie abonentami platform telewizyjnych lub sieci kablowych. Mniej więcej równy podział pomiędzy trzema sposobami odbioru telewizji utrzymuje się w ciągu ostatnich trzech lat, przy czym nadal blisko 70% gospodarstw domowych wybiera telewizję płatną.

Wykres nr 1. Polskie gospodarstwa domowe z odbiornikiem telewizyjnym według sposobu odbioru



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie: Nielsen, Prezentacje wyników badań ES 2012 i ES 2013 II fala

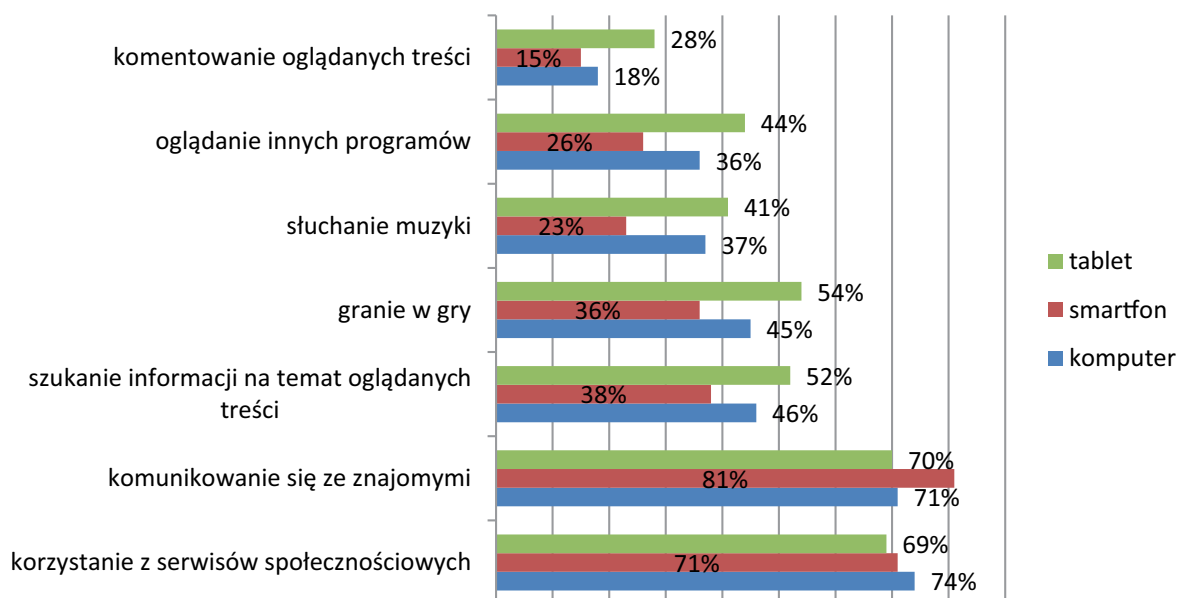
Wyłączenie sygnału analogowego stało się jednym z elementów stymulujących popyt na nowe odbiorniki telewizyjne. W ciągu 2013 r. o 10% zwiększyła się w Polsce liczba gospodarstw domowych wyposażonych w telewizor panoramiczny, a o 14% liczba gospodarstw z telewizorem plazmowym lub LCD. Ponad połowa gospodarstw domowych posiada odbiorniki zakupione w czasie ostatnich trzech lat¹.

Jednocześnie jednak, zwłaszcza w dużych miastach, o ponad 200 tys. zmniejszyła się liczba gospodarstw domowych wyposażonych w odbiornik telewizyjny, nadal natomiast wydłużał się średni czas spędzany przed telewizorem. Przeciętny Polak przeznaczał na oglądanie telewizji 4 godz. 7 min dziennie, czyli o 4 min więcej niż w roku poprzednim. Miało to niewątpliwie związek z poszerzeniem się oferty dostępnych bezpłatnie programów, o czym świadczyć może fakt, że zachęceni nową ofertą widzowie,

korzystający wyłącznie z naziemnej telewizji cyfrowej, oglądali telewizję średnio o 14 min dłużej, niż abonenci telewizji płatnej (satelitarnej lub kablowej)².

Należy jednak zauważyć, że czas spędzany przed telewizorem w coraz mniejszym stopniu przeznaczany jest wyłącznie na oglądanie programu. Zgodnie z badaniem przeprowadzonym w sierpniu 2013 r. przez firmę Nielsen, tylko 53% polskich odbiorców nie wykonuje dodatkowych czynności podczas oglądania telewizji. Większość pozostałych widzów korzysta w tym samym czasie w innych urządzeniach elektronicznych, głównie z komputera, laptopa lub smartfonu, często podejmując aktywność związaną z oglądanym programem. Zjawisko takie, zwane wielozadaniowością (*multitasking*), można zaobserwować na całym świecie. Program odbierany za pomocą głównego odbiornika telewizyjnego w gospodarstwie domowym staje się tłem dla innych czynności.

Wykres nr 2. Korzystanie z drugiego urządzenia w trakcie oglądania telewizji



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie prezentacji IRCenter, Quest, Albert Hupa, Szymon Śliwiński: *Związek Telewizji z Internetem. Czy to jest przyjaźń czy to jest kochanie?*

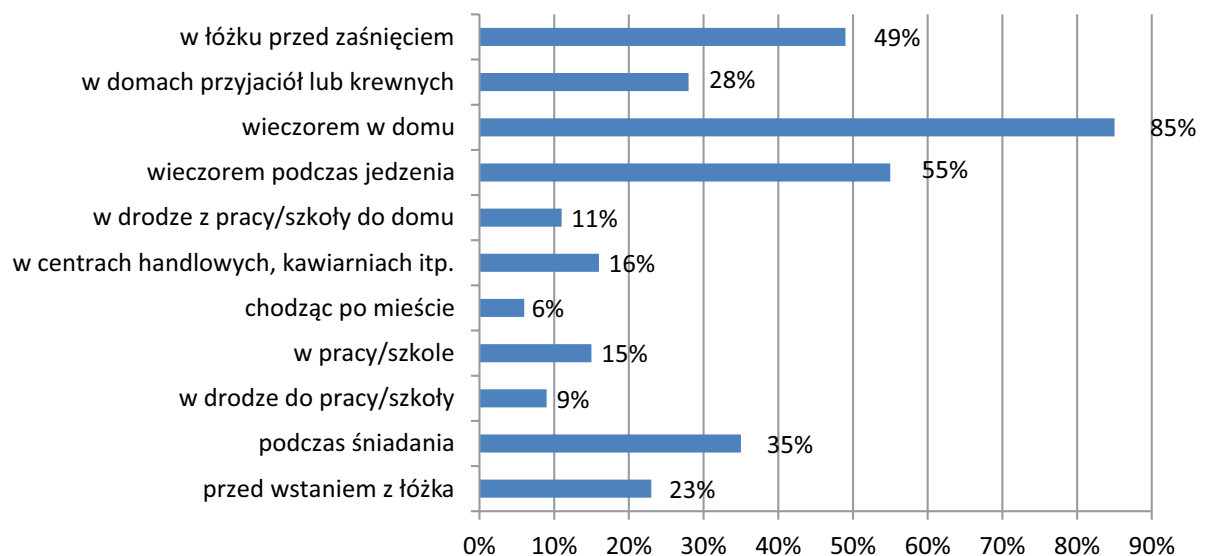
¹ Nielsen, Prezentacja wyników badania ES 2013 II fala, luty 2014 r.

² j.w.

Dzięki rozpowszechnionym urządzeniom przenośnym, zapewniającym łączność z Internetem odbiorcy często oglądają inne treści wideo niż program telewizyjny. Coraz bardziej popularne staje się oglądanie przesunięte w czasie (PVR) lub dzięki funkcji „kontynuuj oglądanie”, którą oferują niektóre serwisy wideo na żądanie (VoD), oglądanie filmu w odcinkach nawet przez kilka dni, w różnych miejscach i na różnych urządzeniach. W związku z tym następuje

odchodzenie od tradycyjnych okresów największej oglądalności, czyli porannego oglądania podczas śniadania i wieczornego w porze emisji seriali. Program linearny jest dla nowych odbiorców istotny, o ile przedstawia sport na żywo lub inne wydarzenia ważne w czasie rzeczywistym. Pozostałe treści, nawet w przypadku starszych widzów³, oglądane są często z przesunięciem w czasie.

Wykres nr 3. Zwyczaje odbiorców – gdzie oglądamy telewizję?⁴



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie: *Ericsson Consumer Insight Summary Report*, August 2013

³ 41% osób w wieku 65-69 lat – *An Ericksson Consumer Insight Summary Report* – Badanie oparte na próbie 15 tys. respondentów w wieku 15-69 z 15 krajów (Brazylia, Kanada, Chile, Chiny, Francja, Niemcy, Włochy, Meksyk, Rosja, Hiszpania, Korea Południowa, Szwecja, Tajwan, Wielka Brytania i Stany Zjednoczone), sierpień 2013 r.

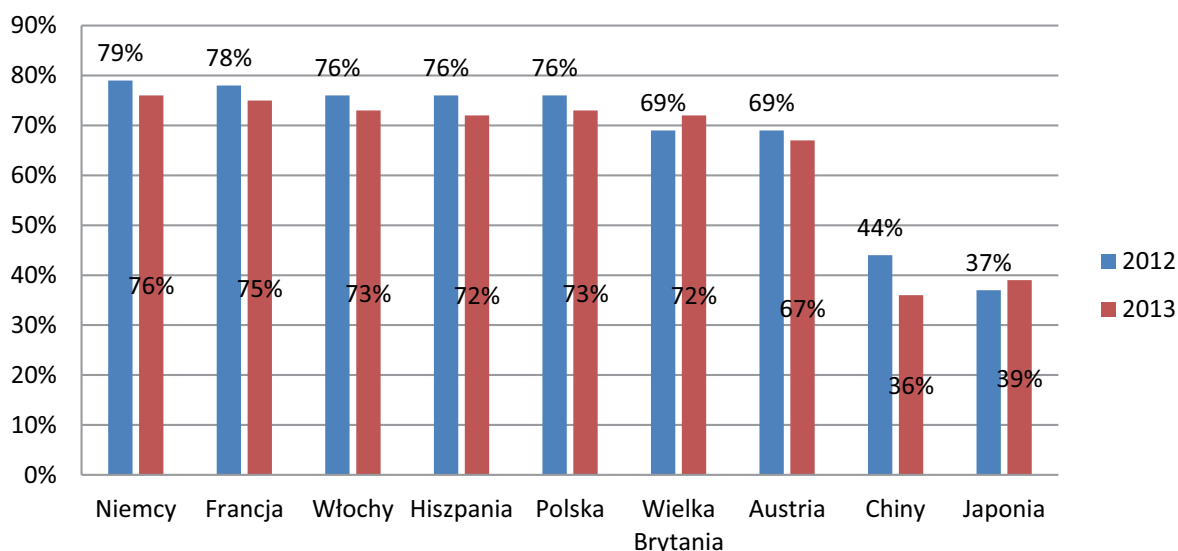
⁴ Procent widzów oglądających treści audiowizualne co najmniej raz w tygodniu.

1.1.2 Radiofonia

Odsetek osób słuchających radia spada systematycznie na całym świecie. Podobną tendencję można zaobserwować i w Polsce, gdzie regularne

słuchanie deklarowało w 2013 r. 73% osób w wieku powyżej 15 lat⁵, czyli o 3% mniej niż rok wcześniej.

Wykres nr 4. Odsetek osób systematycznie słuchających radia



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie: Ofcom, *International Communications Market Report 2012 i 2013*

Zjawisko to jest spowodowane odchodzeniem odbiorców, zwłaszcza młodszych, do innych form odbioru treści audialnych, głównie za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Sprzyja temu istnienie serwisów streamingowych, które zapewniają dostęp do bogatej bazy muzycznej oraz usług umożliwiających tworzenie własnej stacji, nadającej samodzielnie wybraną muzykę.

Jednocześnie pozostali słuchacze coraz więcej czasu spędzają w towarzystwie radia. Badania⁶ przeprowadzone w pierwszej połowie 2013 r. wykazały, że na słuchanie radia przeznaczamy średnio 4,5 godziny dziennie. W stosunku do poprzedniego roku czas ten wydłużył się o 7 minut. W grupie wiekowej 40-59 lat, która jest najbardziej przywiązana do tego medium, wydłużył się on nawet o 14 minut.

⁵ Wg Radio Track Millward Brown, fala: styczeń-czerwiec 2013 r.

⁶ j. w.

Zmienia się sposób dotarcia do radiowych treści. Systematycznie rośnie odsetek osób, które słuchają radia za pośrednictwem Internetu. W sieci dostępne są wszystkie stacje radiowe nadawane analogowo, a także wąsko sprofilowane programy, tworzone zarówno przez nadawców naziemnych, jak i takich, którzy istnieją wyłącznie w sieci. Popularność radia internetowego wynika z mniejszej liczby emitowanych reklam oraz lepszej jakości playlisty. Jak wynika z badań Millward Brown⁷, słuchacze radia nadawanego tradycyjnie, za pomocą częstotliwości naziemnych, słuchają go raczej w pasmach dziennych, najczęściej w pracy lub w samochodzie, wieczory poświęcając innym aktywnościom. Młodszy słuchacz preferuje radio internetowe i wybiera pasma wieczorne. Tak więc można powiedzieć, że o ile radio nadawane w eterze pełni przede wszystkim rolę „tła” podczas wypełniania obowiązków, o tyle radio internetowe towarzyszy w czasie wolnym i dostarcza przede wszystkim rozrywki i relaksu.

Nowym zjawiskiem w polskiej radiofonii jest naziemne radio cyfrowe⁸. Od początku października 2013 r. jego sygnałem zostały objęte Warszawa i Katowice. Według założeń⁹, zasięg sygnału DAB+ ma być sukcesywnie poszerzany do 2020 r., kiedy to obejmie terytorium całego kraju. Nowy sposób rozpowszechniania pozwoli na poszerzenie oferty programowej, wymaga jednak zakupu nowych odbiorników. Może to stanowić barierę dla rozwoju radia cyfrowego w Polsce; obecnie najtańszy taki odbiornik kosztuje ok. 100 zł. Użytkownicy smartfonów mogą zaopatrzyć się w specjalne nakładki, które pozwalają odbierać sygnał cyfrowej radiofonii w telefonach komórkowych, a dla osób słuchających radia w samochodzie dostępne są moduły, dzięki którym można korzystać z nowej technologii bez konieczności

wymiany odbiornika. Inaczej, niż w przypadku telewizji, termin wyłączenia sygnału radia analogowego w Europie nie został ustalony. Prawdopodobnie, tak jak ma to miejsce w wielu krajach europejskich, przez wiele lat równolegle będzie działało radio analogowe i cyfrowe.

1.2 Perspektywy rozwoju rynku reklamowego

Kondycja rynku reklamy wiąże się ściśle ze stanem gospodarki kraju i z sytuacją w mediach. Ze względu na słabe wyniki gospodarcze w 2013 r., wydatki reklamowe w Polsce nadal spadały i pod koniec roku ich wartość netto wyniosła 6 995 mln zł, czyli o 4,5% mniej niż rok wcześniej¹⁰. Największy spadek zanotował sektor telekomunikacyjny, który ograniczył wydatki reklamowe o blisko jedną piątą w porównaniu z rokiem poprzednim, czyli o 175 mln zł. Różnica ta wynikała przede wszystkim z wysokich wydatków w roku 2012, związanych z przekształcaniem Telekomunikacji Polskiej w Orange oraz z obsługą mistrzostw Euro 2012. Nieco mniejszy spadek dał się zauważyć w segmencie FMCG¹¹, który wydał na reklamę o 93,3 mln zł mniej niż w poprzednim roku (spadek o 5,2%). Natomiast sektor handlu odnotował wzrost inwestycji reklamowych, zwiększając wydatki w stosunku rocznym o 8,6% (72,1 mln zł). Aktywne były tu zwłaszcza sklepy internetowe, sklepy i hurtownie spożywcze oraz markety budowlane, ogrodnicze i ze sprzętem AGD.

Mimo, że w ostatnim kwartale 2013 r.¹² pojawiły się oznaki przyspieszenia wzrostu gospodarczego, sektor mediów bardzo powoli wychodzi z kryzysu. Jedynie Internet osiągnął w 2013 r. wzrost nakładów reklamowych, osiągając wartość 1 496,3 mln zł.

⁷ RadioNet D-Link Technology Trend, 2010 r.

⁸ Więcej na temat radia cyfrowego – patrz: Sprawozdanie KRRiT, Rozdział 2.2, Konwersja cyfrowa w telewizji i radiofonii.

⁹ <http://dabplus.pl> (dostęp 25.02.2014 r.).

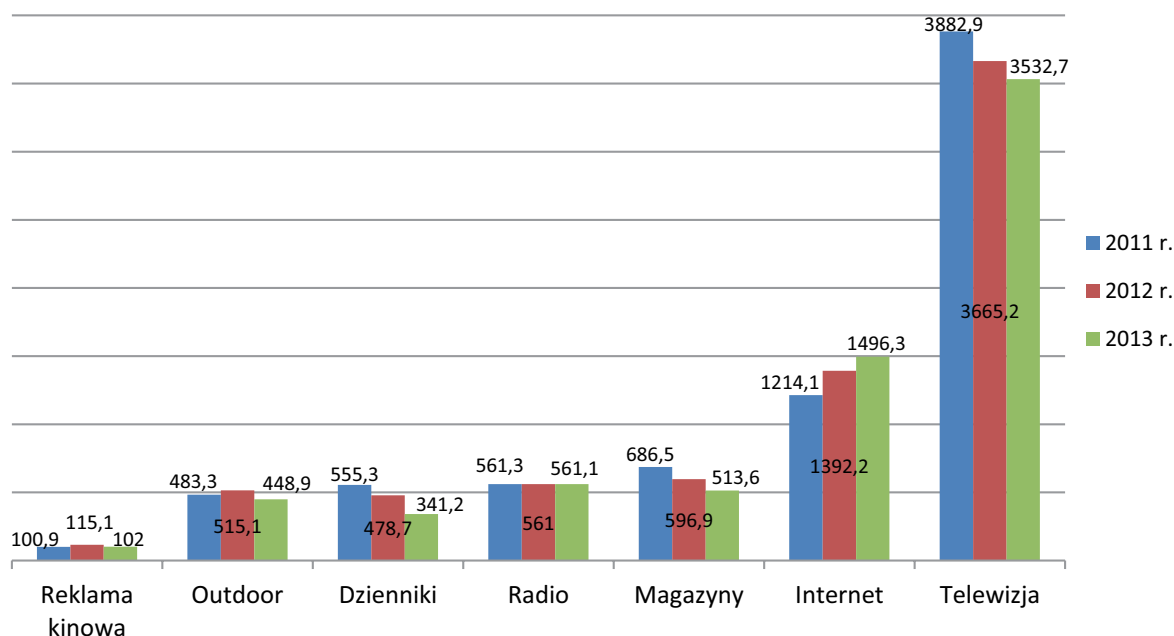
¹⁰ *Rynek reklamy w Polsce w 2013 roku*. Raport domu mediowego Starlink.

¹¹ ang. *fast-moving consumer goods* – produkty szybkozbywalne, kupowane często, po względnie niskich cenach. Przykładami dóbr z tej branży są art. spożywcze lub środki czystości.

Oznacza to, że reklama w sieci ma już 21,4% udziału w całym rynku, czyli dwa razy więcej niż reklama prasowa. Tutaj też widać największe zmiany, jeśli chodzi o rozwój nowych form reklamy. Zanika tradycyjna reklama graficzna, rośnie natomiast udział tzw. reklamy natywnej¹³, przeznaczonej szczególnie dla urzędów

mobilnych. Nakłady na reklamy wideo emitowane strumieniowo wzrosły w ciągu roku o 42,6%, co wiąże się z rosnącą popularnością usług VoD. Ograniczeniem dla tej formy reklam jest jednak, jak do tej pory, zbyt wolny Internet mobilny oraz limity transferu danych.

Wykres nr 5. Wartość rynku reklamy w Polsce w latach 2011-2013 (w mln zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Raportów Starlink, luty 2012, 2013 i 2014, *Rynek reklamy w Polsce*

Sytuacja na rynku reklamy telewizyjnej powoli się stabilizuje. Jak widać na powyższym wykresie, spadek jej wartości nie był już tak duży jak rok wcześniej (3,6% wobec 5,2% w 2012 r.) i pod koniec roku osiągnęła ona wielkość 3 533 mln zł. W ostatnim kwartale 2013 r. tendencja spadkowa reklamy telewizyjnej została zahamowana po raz pierwszy od ponad dwóch lat. Co charakterystyczne, cztery główne programy (TVP1, TVP2, Polsat i TVN) zarobiły z reklam w ciągu roku o 12,3% mniej niż rok wcześniej, nato-

miast główni beneficjenci procesu cyfryzacji (TV4, TVN7 i TV Puls) – o 18% więcej. Wynika to ze zmian zachowań widzów, którzy odchodzą od głównych anten do innych stacji dostępnych w ofercie naziemnej telewizji cyfrowej. Udział nowych nadawców ogólnopolskich w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł w ciągu ostatniego roku z 6 do 7,3%, zaś udział kanałów tematycznych dostępnych w sieciach kablowych i satelitarnych zwiększył się o 4,6% i osiągnął 21% tego rynku.

¹² *Rynek reklamy w Polsce w 2013 roku*. Raport domu mediowego Starlink.

¹³ *Native advertising* – reklama wpleciona w informacje użyteczne dla odbiorcy, zlewająca się z treścią zamieszczaną na portalu. Oferuje odbiorcom mało inwazyjne treści dopasowane do ich potrzeb. Porównywana z lokowaniem produktu.

Dostrzegając rosnącą popularność kanałów tematycznych, duże grupy telewizyjne (TVN i Polsat) podjęły w 2013 r. decyzję o własnej obsłudze sprzedaży czasu reklamowego, rezygnując z usług domu mediowego At Media i oferując zakupy pakietowe według własnych cenników. Wzbogaciło to ich ofertę sprzedażową. Obecnie wspomniani brokerzy obsługują również inne programy, głównie należące do dużych zagranicznych koncernów¹⁴. Może to stanowić barierę wejścia na rynek dla mniejszych nadawców.

Wydatki reklamowe na radio utrzymywały się na podobnym poziomie co w latach poprzednich. Wartość reklamy w tym medium wynosi 561,1 mln zł i w ciągu ostatniego roku wzrosła o 0,7 mln zł.

Konwergencja mediów elektronicznych, przenikanie się tradycyjnych mediów z cyfrowymi, pociąga za sobą zmianę zachowań reklamodawców. Koniecznością staje się dla nich przeniesienie aktywności z pozyskiwania biernych dotychczas odbiorców przekazu medialnego na aktywnych użytkowników Internetu, korzystających przede wszystkim z urządzeń mobilnych. Kampanie reklamowe są więc coraz częściej prowadzone „na wielu frontach”, wykorzystując wielokanałową komunikację.

Największe spadki wartości można zaobserwować w reklamie prasowej. W przypadku dzienników wydatki na reklamę zmalały w 2013 r. o 28,7% (do 341,2 mln zł), zaś w magazynach – o 14% (do 513,6 mln zł). Niewiele różni się pod tym względem sytuacja reklamy zewnętrznej (spadek o 12,9% do 448,9 mln zł) i kinowej (o 11,4% do 102 mln zł).

Jak prognozują analitycy Starlink, w kolejnym roku polski rynek reklamowy ma szansę odnotować niewielki wzrost rzędu 0,5-0,9%.

1.3 Perspektywy rozwoju usług płatnych

Usługi płatnej telewizji w 2013 r. nadal stanowiły ważny segment rynku usług dodanych i multimedialnych w Polsce. Na rynek linearnej telewizji płatnej składają się platformy satelitarne, sieci kablowe, IPTV, PPV, telewizja streamingowa i telewizja mobilna. Najwięcej abonentów korzysta z oferty platform satelitarnych. Usługi IPTV, PPV i telewizja mobilna, z których w 2013 r. korzystało w sumie 350 tys. odbiorców, nadal stanowią margines rynku.

Wykres nr 6. Struktura rynku płatnej telewizji (liczba użytkowników w mln)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

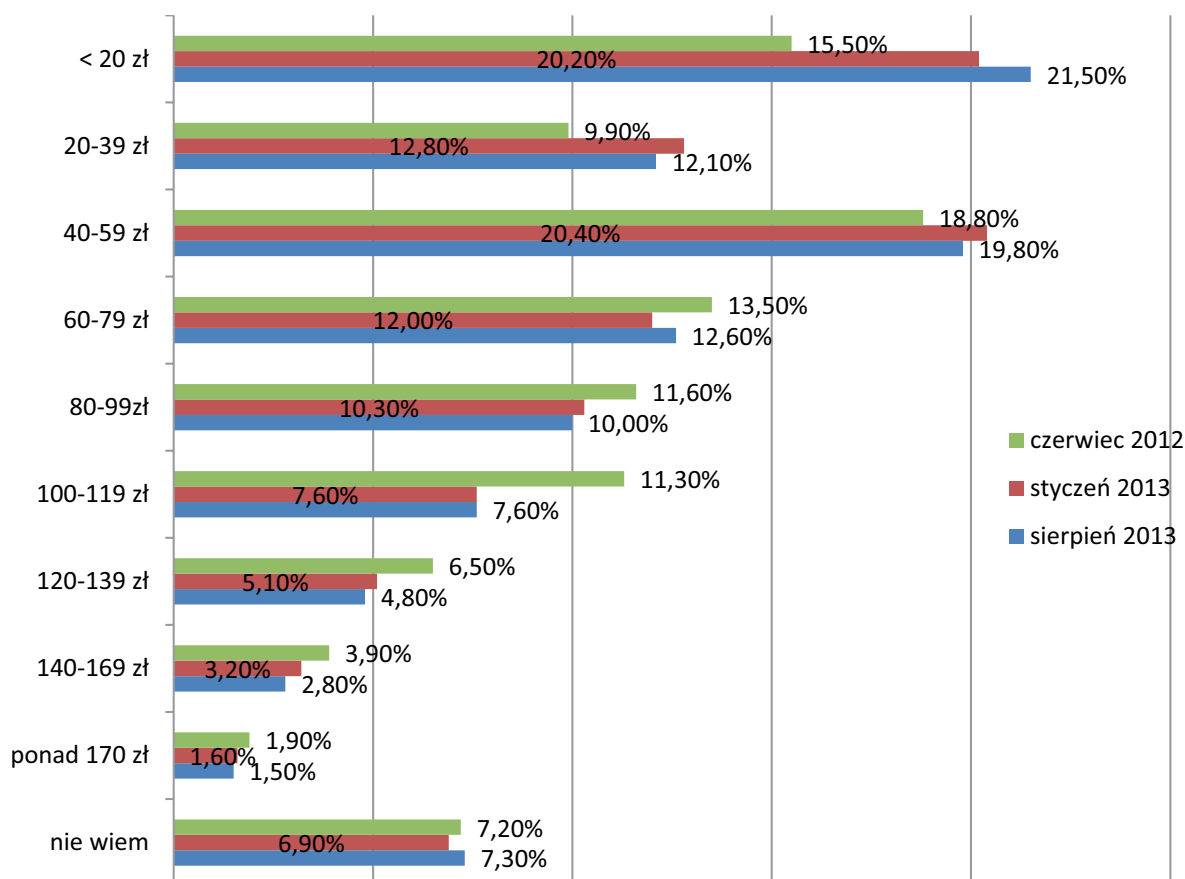
¹⁴ TVN Media oprócz własnych kanałów tematycznych oraz programów należących do partnera strategicznego Canal + oferują także reklamę w: religia tv, TTV, TV Puls i Puls 2, 4fun tv, TV Disco, RBL TV, MTV, VIVA, VH1, Comedy: Central i Central Family, Viacom Blink, Disney: Channel i Channel Junior, TLC, Fox Life, Animal Planet, ID, Discovery Channel, Discovery Historia, Discovery Science i Discovery Turbo Xtra; AXN oraz AXN White, Black i Spin, FOX i FOX Life, National Geographic i Nat Geo Wild. Polsat Media oprócz własnych kanałów oferują reklamę także w: Eurosport, Extreme Sports Channel, Superstacji, BBC: Knowledge, Entertainment, Lifestyle, CBeebies, Viasat: Explorer, Nature, History, CBS: Reality, Europe, Drama, Action, Universal Channel, 13 ulica, Scifi Universal, Kino Polska i Kino Polska Muzyka i Stopklatka.

Rynek telewizji płatnej charakteryzuje się dużym nasyceniem. W 2012 r. penetracja gospodarstw domowych usługami telewizji płatnej wyniosła 86%¹⁵, trudno więc spodziewać się dalszego dynamicznego rozwoju tego segmentu¹⁶. Dodatkowym czynnikiem, który spowolnił rozwój telewizji płatnej było wprowadzenie dostępnych bez opłat naziemnych programów cyfrowych. Pod koniec II kwartału 2013 r. liczba odbiorców korzystających tylko z naziemnej telewizji cyfrowej wynosiła 8 mln, zaś pod koniec tego roku sięgnęła już 9,1 mln.

Wśród nieliniarnych płatnych usług audiowizualnych najważniejszą pozycję stanowią usługi wideo na żądanie – VoD. Oferują je zarówno tradycyjni nadawcy telewizyjni, jak operatorzy kablowi i satelitarzni, a także portale internetowe oraz dostawcy usług telekomunikacyjnych¹⁷.

Po zaobserwowanym w 2012 r. spadku wydatków gospodarstw domowych na płatną telewizję¹⁸, w roku 2013 trend ten został zahamowany, co wraz z odnotowaną pod koniec roku poprawą nastrojów konsumenckich, pozwala spodziewać się wzrostu wydatków na płatne usługi audiowizualne.

Wykres nr 7. Wydatki gospodarstwa domowego na telewizję i inne związane z nią usługi



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania przeprowadzonego przez Pentagon Research *Over the top TV* – wrzesień 2013 r.

¹⁵ Część gospodarstw domowych korzysta równocześnie z oferty płatnej telewizji i DVB-T.

¹⁶ Raport PMR *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013 r.*

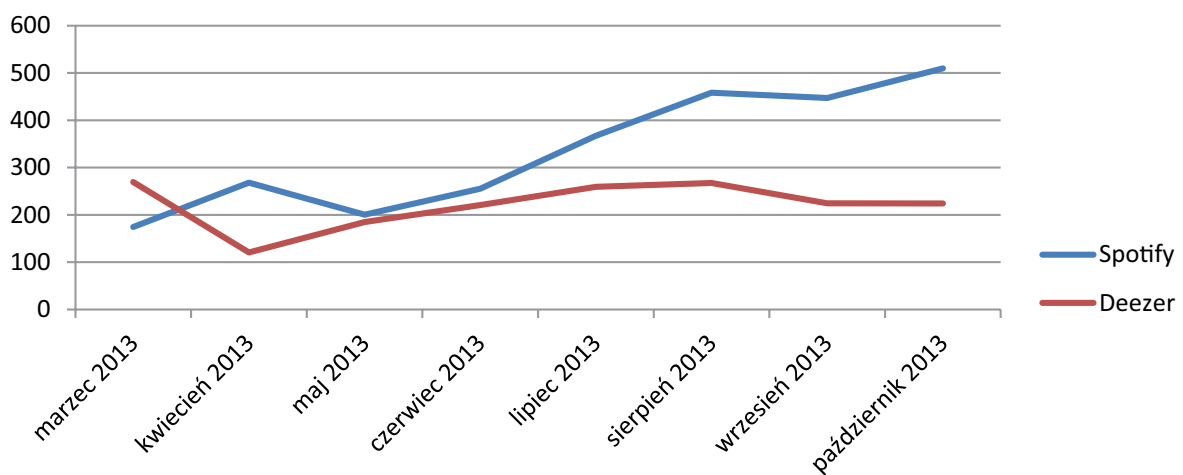
¹⁷ Informacje na temat rynku VoD w rozdziale 2.3. Audiowizualne usługi medialne na żądanie.

¹⁸ Wraz z wydatkami na usługi dodane takie jak VoD, catch-up TV itp.

Zaczyna się także tworzyć rynek płatnych usług muzycznych w Polsce. Wielkie światowe firmy Spotify i Deezer oferujące „muzykę na żądanie” weszły na polski rynek na początku 2013 r. i stają się coraz

bardziej popularne. W październiku 2013 roku stronę Spotify odwiedziło 510 tys. osób, a serwis Deezer 224 tys.¹⁹

Wykres nr 8. Liczba użytkowników serwisu Spotify i Deezer w Polsce (w tys.)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania Megapanel PBI/Gemius

Różnego rodzaju płatne treści multimedialne dostarczane są coraz częściej za pomocą telefonii komórkowej. Wzrost popularności smartfonów i tabletów oraz mobilnego dostępu do Internetu sprawił, że jest to coraz bardziej znaczący fragment rynku. Już 5,5 mln Polaków używa telefonu do regularnego łączenia się z Internetem, z czego 2,4 mln używa do tego celu smartfonów²⁰. Sieci telefonii komórkowej również oferują płatne usługi związane z muzyką na żądanie czy też przesyłaniem treści wideo²¹.

Podobnie dynamicznie rozwija się rynek aplikacji mobilnych. W Polsce powstaje rocznie kilka-

naście tysięcy aplikacji przeznaczonych dla urządzeń mobilnych. W 2013 r. liczba użytkowników tego typu aplikacji wzrosła o 31% w stosunku do roku poprzedniego²². Zdecydowana większość takich programów udostępniana jest bezpłatnie. Jak wskazują badania²³ powodem jest niewielki popyt w Polsce na tego rodzaju usługi; tylko 37% użytkowników mobilnego Internetu zapłaciło w 2012 r. za możliwość korzystania z płatnych aplikacji. Spośród wszystkich 42,4 mln pobranych aplikacji tylko 2 mln było płatnych. Optymalna cena, którą odbiorca jest skłonny zapłacić za jedną aplikację to 5 złotych.

¹⁹ www.wirtualnemedial.pl/artokol/spotify (dostęp 20.02.2014 r.).

²⁰ Dane wg badania Aegis Media Polska, *Consumer Connection System*.

²¹ MMS - usługa przesyłania krótkich treści multimedialnych.

²² Dane wg badania TNS Polska, *Marketing mobilny w Polsce 2013/2014*.

²³ Dane z raportu IAB Polska, *IAB Polska Mobile 2012'Q4*.

Na podstawie rankingów najczęściej pobieranych w Polsce aplikacji mobilnych można

wnioskować, że klientami skłonnyimi do płacenia za nie są przeważnie użytkownicy gier.

Tabela nr 1. Ranking najczęściej pobieranych aplikacji mobilnych – grudzień 2013²⁴

Aplikacje płatne	Pobrania w Polsce	Pobrania na świecie
Worms2: Armageddon	7 000	247 000
Swit Key Keyboard	6 410	383 000
Tapatalk Pro	3 330	60 200
The Dark Knight Rises	2 680	117 000
Need for Speed Most Wanted	2 530	78 600
Modern Combat 4. Zero Hours	2 450	212 000
Aplikacje bezpłatne	Pobrania w Polsce	Pobrania na świecie
Hill Climb Racing	1 440 000	34 400 000
Pou	1 430 000	14 100 000
YouTube	1 280 000	63 200 000
Gry Google Play	842 000	44 400 000
Wyszukiwarka Google	841 000	58 900 000
Traffic Racer	798 000	21 900 000

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie rankingu przygotowanego przez XYO

Rynek gier komputerowych w Polsce zasługuje na uwagę. Jego wartość w 2012 r. szacowana była na 1,2 mld złotych²⁵. Prawie połowa tej kwoty to wydatki na gry, do których potrzebne jest łącze inter-

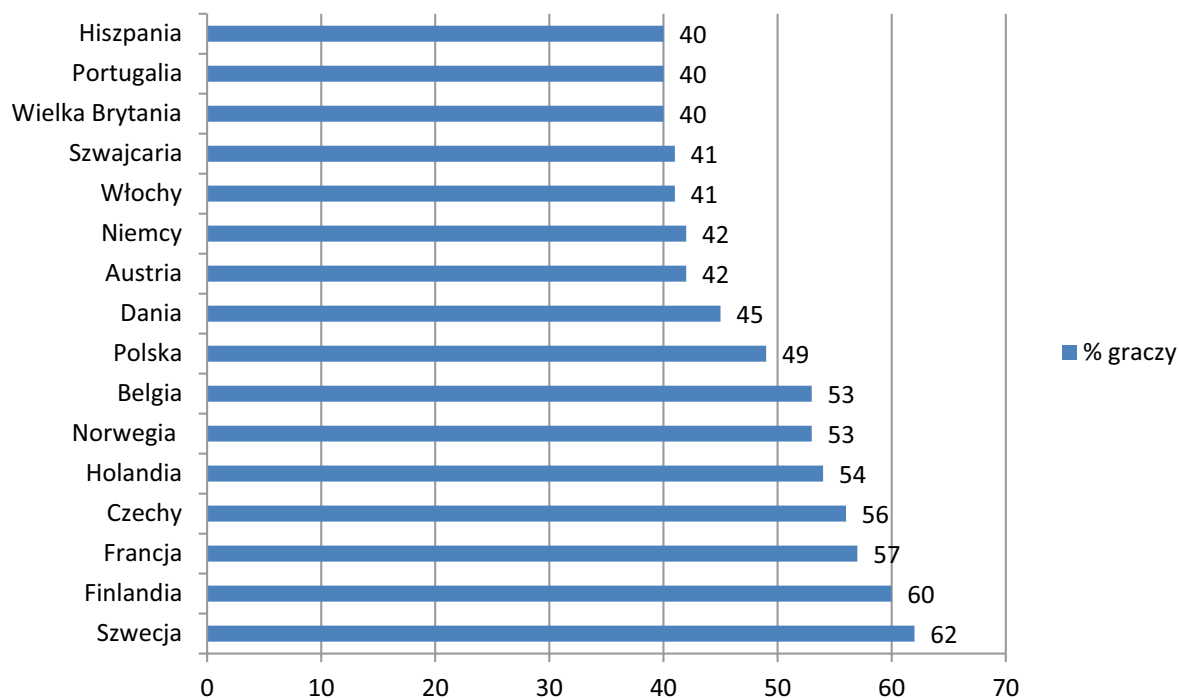
netowe. W 2013 r. gracze stanowili 49% internautów w wieku 16-64 lat, co daje Polsce 6. miejsce w Europie²⁶.

²⁴ Ranking dla aplikacji przystosowanych do systemu operacyjnego Android.

²⁵ Dane wg badań firmy Newzoo Games Market Research, *Polskie badanie graczy*, 2012 r. Newzoo zajmuje się badaniami i analizą rynku gier. Badanie objęło aktywnych internautów w wieku 10-60 lat.

²⁶ Wg raportu Interactive Software Federation of Europe, *Videogames in Europe*, 2012 r.

Wykres nr 9. Procentowa liczba graczy wśród użytkowników Internetu w wieku 16-64 lat w Europie

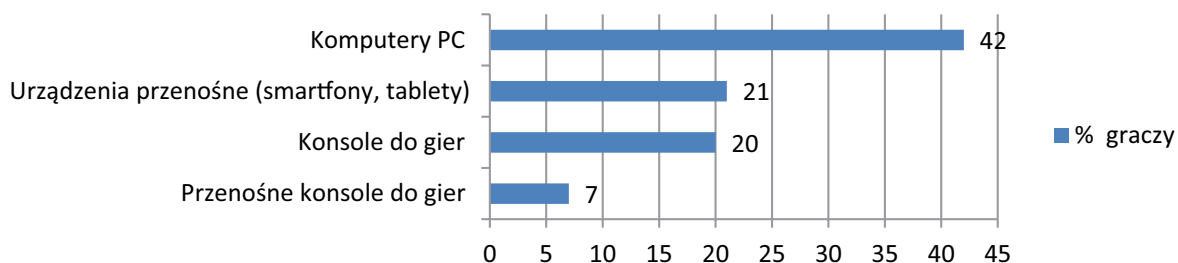


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu ISFE ²⁷ *Videogames in Europe* 2012

W 2012 r. 80% użytkowników tych usług grało za pośrednictwem przeglądarek internetowych, 59% korzystało z gier zamieszczonych na portalach społecznościowych; gracze MMO²⁸ stanowili 47% tej

grupy, natomiast 44% korzystało z internetowej dystrybucji gier na platformę PC²⁹. Najczęściej do grania wykorzystywane są komputery PC, najrzadziej – przenośne konsole do gier.

Wykres nr 10. Urządzenia najczęściej używane do gier



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu ISFE *Videogames in Europe*, 2012

²⁷ ISFE – Interactive Software Federation of Europe.

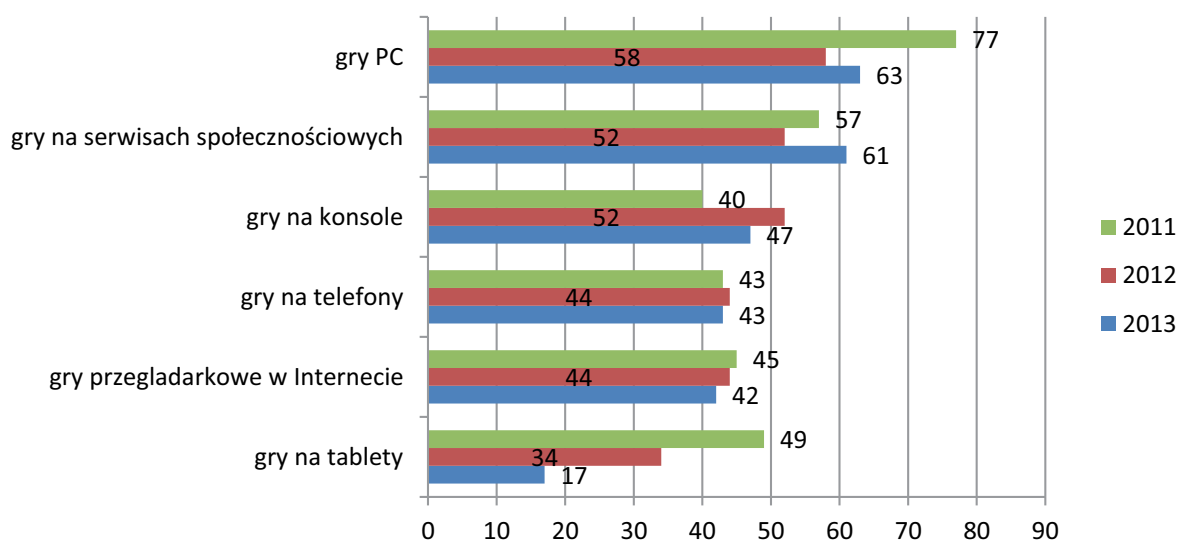
²⁸ MMO – (*Massively multiplayer online role-playing game*) – gry komputerowe, w których duża liczba graczy może grać ze sobą w wirtualnym świecie on line. Tego typu gry są bardzo popularne. Dla przykładu można podać, że np. gra *World of Tanks* ma na świecie ponad 60 mln użytkowników, w Polsce ponad milion.

²⁹ Dane wg badań firmy Newzoo Games Market Research *Polskie badanie graczy*, 2012 r.

Jednak tylko 35% wszystkich aktywnych graczy w Polsce płaci za gry, przeznaczając miesięcznie na ten cel stosunkowo niewielkie kwoty³⁰. Reszta użytkowników poszukuje gier darmowych.

Najczęściej płacono za gry przeznaczone na komputery stacjonarne i za gry znajdujące się na serwisach społecznościowych.

Wykres nr 11. Wydatki na poszczególne platformy gier wśród osób płacących za gry (w %)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Research.NK na zlecenie NoNoobs *Game Industry Trends 2013*

Barierą rozwoju płatnych usług audiowizualnych w Polsce jest niechęć użytkowników do płacenia za treści w Internecie. Według badania przeprowadzonego przez Pentagon Research³¹, 70% badanych nie zamierza płacić za treści w Internecie argumentując, że wnosi już opłatę za sam dostęp do sieci. Według tego samego badania, w ciągu ostatnich dwunastu

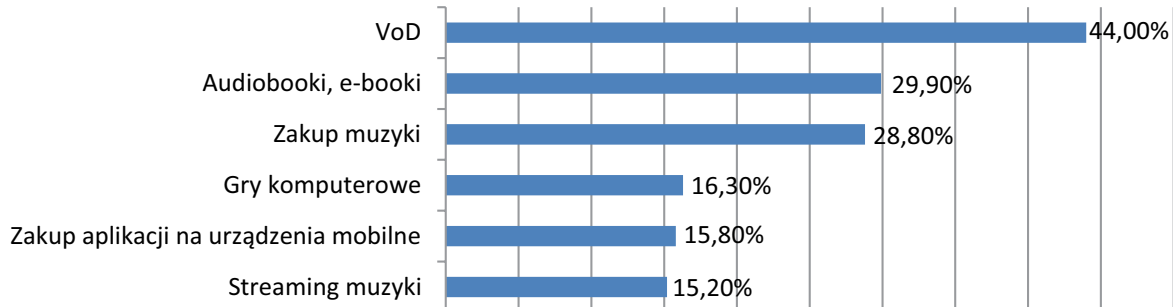
miesiący 61,5% badanych nie zapłaciło za żadną usługę oferowaną w Internecie³², 27,3% zapłaciło, a 11,2% nie pamięta takiego faktu. Najwięcej internautów zapłaciło w 2013 r. za zakup w sieci usług VoD. Najmniej użytkowników znalazły usługi płatnego streamingu muzyki.

³⁰ 17% graczy płacących wydało od 1-10 zł/mc, 14% od 11-25 zł/mc, 14% 26-50 zł/mc, a 11% od 51 – 100zł/mc. Dane wg. badania Research.NK, *Game Industry Trends*, 2013.

³¹ Pentagon Research, *Płatne treści w Internecie* – wrzesień 2013 r.

³² Film, muzyka, gry, streaming itp.

Wykres nr 12. Usługi, za które najchętniej płacili użytkownicy



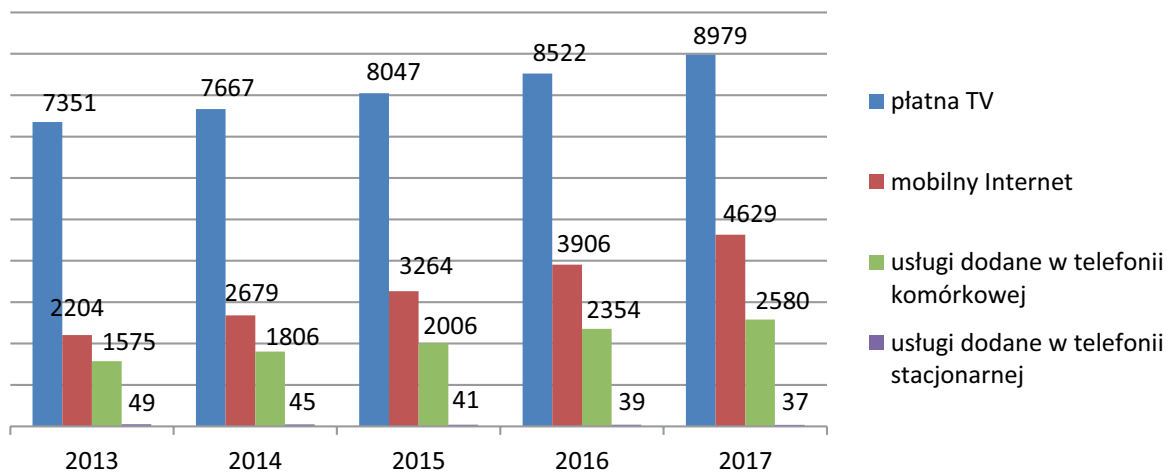
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania przeprowadzonego przez Pentagon Research *Platne treści i usługi w Internecie* – wrzesień 2013 r.

Inną istotną przeszkodą dla rozwoju płatnych usług w Polsce jest nielegalny obrót treściami audio-wizualnymi. Zdarza się, że internauci korzystają z oferty serwisów nieposiadających praw do dystrybucji danych audycji nie wiedząc o tym i są przekonani, że płacąc za dany dostęp uczestniczą w legalnej transakcji. Według badania przeprowadzonego przez IAB Polska, z takimi sytuacjami miało do czynienia aż 2,4 mln odbiorców³³. W celu ograniczenia tego zjawiska IAB Polska uruchomiła akcję „Oglądaj legalnie”, dzięki której legalne serwisy otrzymują odpowiedni certyfikat, przyznawany przez dystrybutorów filmo-

wych po weryfikacji zgłoszenia. Dzięki odpowiedniemu oznaczeniu w serwisie, odbiorca ma gwarancję, że treści audiowizualne udostępniane przez daną witrynę są legalnie.

Z prognoz na lata następne³⁴ wynika, że rynek usług płatnych będzie się stopniowo rozwijał. Zmieniać się będą tylko udziały poszczególnych segmentów tego rynku. Największą dynamikę odnotuje sektor Internetu mobilnego i usług dodanych w telefonii komórkowej. Udział usług dodanych w telefonii stacjonarnej będzie spadał ze względu na coraz mniejszą popularność samej telefonii stacjonarnej.

Wykres nr 13. Prognozowana wartość rynku usług płatnych w mln zł



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce, 2013*

³³ Dane wg raportu IAB Polska, *Raport Strategiczny IAB Polska Internet 2012*.

³⁴ Raport PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*.

2 AUDIOWIZUALNE USŁUGI MEDIALNE

2.1 Radiofonia

2.1.1 Wyniki finansowe³⁵

Polski rynek radiowy tworzą: radio publiczne, cztery duże grupy komercyjne, aktywne zarówno w skali ogólnokrajowej jak i na rynkach lokalnych oraz

kilkudziesięciu niezależnych nadawców głównie regionalnych i lokalnych różnej wielkości i o różnej formie prawnej.

Tabela nr 2. Zasięgi radiowych grup medialnych w 2012 r. (w tys. mieszkańców)

Nazwa grupy medialnej		RMF	EUROZET		TIME		AGORA	
ogólnokrajowe	program	RMF FM	Radio ZET					
	zasięg ludnościowy	35 777,8	33 803,4					
wyspecjalizowane	program	RMF Classic	CHILLI ZET		VOX FM (d. ESKA ROCK)		TOK FM	
	zasięg ludnościowy	7 327,2	1 280,4		9 392,8		7 357,1	
lokalne	nazwa	RMF MAXXX	PLANETA	AntyRadio	Radio ESKA	Radio WAWA	Złote Przeboje	ROXY
	zasięg ludnościowy	10 089,8	6 281,9	4 606,3	16 296,1	6 060,6	12 895,8	6 321,0

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT, stan na 31 grudnia 2012 r.

Największe grupy radiowe RMF i Eurozet należą do kapitału zagranicznego: właścicielem RMF³⁶ jest spółka Bauer Media Invest GmbH (BMI), będąca częścią niemieckiej Grupy Wydawniczej Bauer, zaś

jedynym udziałowcem spółki Eurozet sp. z o. o.³⁷ jest EDI Pologne SA, spółka związana z francuską firmą Lagardère Active Radio International (LARI).

³⁵ Wyniki finansowe przedstawione w tym rozdziale odnoszą się do 2012 roku w związku z tym, że coroczne sprawozdania finansowe nadawców nadsyłane są do KRRiT do końca marca kolejnego roku.

³⁶ Informacje na temat programów rozpowszechnianych przez Grupę RMF znajdują się w tabeli nr 2.

³⁷ Informacje na temat programów rozpowszechnianych przez Grupę EUROZET znajdują się w tabeli nr 2.

Jedną z dwóch sieci stacji lokalnych – ESKA³⁸, skupioną w spółce TIME SA, należy do wydawcy prasowego Zjednoczonych Przedsiębiorstw Rozrywkowych³⁹, których większościowym udziałowcem jest Zbigniew Benbenek. Właścicielami drugiej sieci, poprzez spółki Grupy Radiowej Agory sp. z o. o. i holdingu wydawniczego AGORA SA⁴⁰, są Agora Holding sp. z o. o. i ING Otwarty Fundusz Emerytalny, jednak większość udziałów tej firmy pozostaje w obrocie giełdowym. Agora SA jest także właścicielem sieci reklamy zewnętrznej AMS. Powiązanie kapitałowe między nadawcą programu radiowego i telewizyjnego

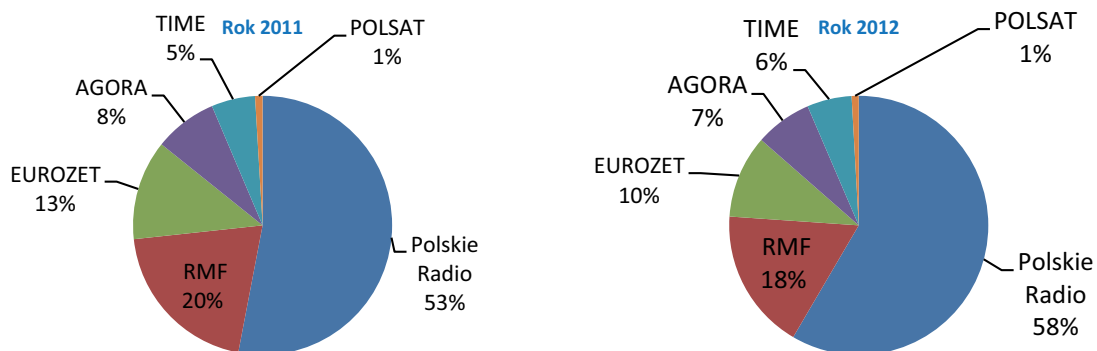
występuje w przypadku Radia PIN, które należy do Grupy POLSAT, będącej własnością Zygmunta Solorza.

Opis koncentracji krzyżowej rynku radiowego i prasowego został przedstawiony w rozdziale 3.1 Prasa.

Grupy radiowe

W 2012 roku radio publiczne oraz nadawcy radiowi należący do grup medialnych (RMF, EUROZET, TIME, AGORA, POLSAT) uzyskali przychody o łącznej wartości 789,3 mln zł⁴¹, były one niższe o 22,8 mln zł, tj. o 3%, w stosunku do poprzedniego roku.

Wykres nr 14. Udział sieci radiowych w przychodach z działalności operacyjnej w latach 2011-2012



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Udziały w rynku sprzedaży reklamy radiowej kształtowały się podobnie jak w latach poprzednich. Wobec zmniejszających się budżetów reklamowych, nadawcy komercyjni istotnie ograniczyli koszty działalności, dzięki czemu prawie wszystkie grupy radiowe uzyskały dodatnie wyniki finansowe.

Największy udział w rynku (58%) w 2012 r. osiągnęli nadawcy publiczni⁴² z przychodami operacyjnymi w wysokości 461,3 mln zł (wzrost o 13,5% tj. o 54,9 mln zł w stosunku do 2011 r.). Na działalności operacyjnej uzyskali oni dodatni wynik w wysokości 5,7 mln zł.

³⁸ Informacje na temat programów rozpowszechnianych przez Grupę TIME znajdują się w tabeli nr 2.

³⁹ Pośrednio, poprzez Spółkę MURATOR SA.

⁴⁰ Więcej o działalności wydawniczej AGORA SA w rozdziale 3.1 Prasa.

⁴¹ Wielkość została określona na podstawie sprawozdań finansowych składanych do KRRiT zgodnie z art. 37a ustawy o radiofonii i telewizji.

⁴² Polskie Radio SA i 17 spółek regionalnych radia publicznego.

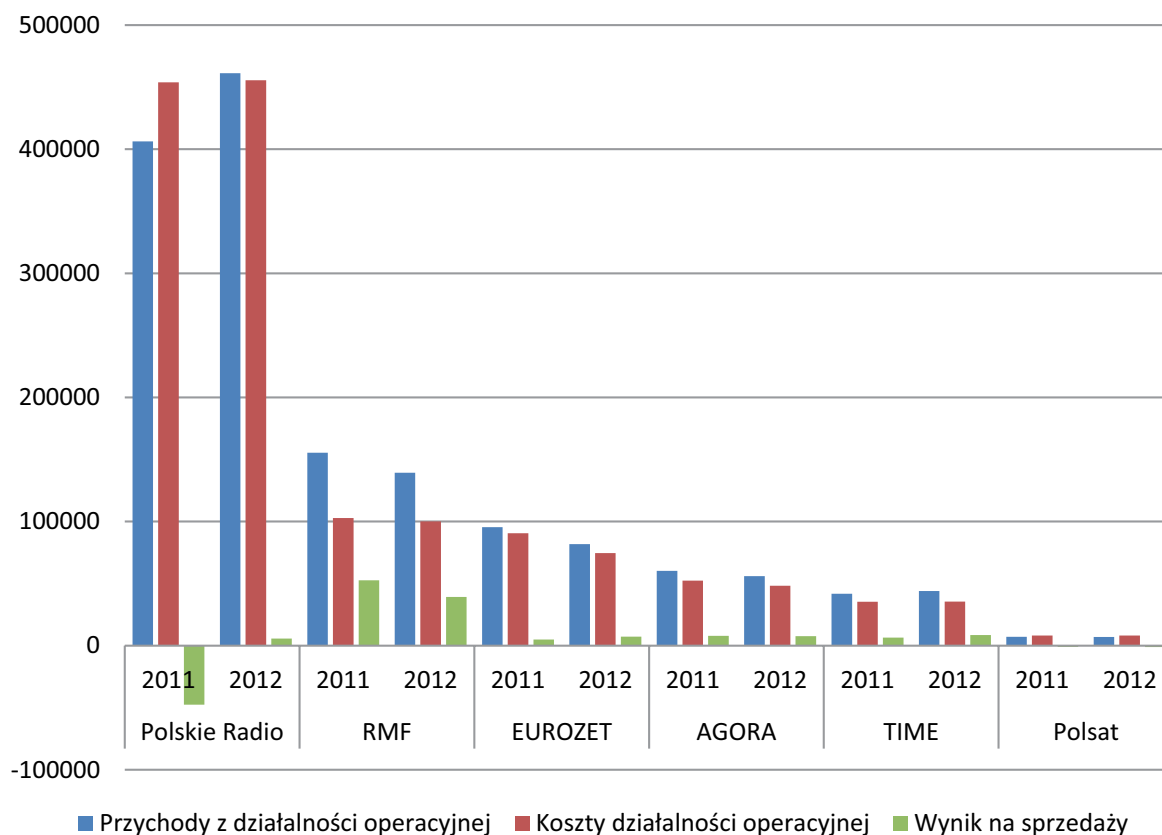
Grupa RMF uzyskała 18% udział w rynku sprzedaży, z przychodami 139,2 mln zł (o 10% mniej w porównaniu do roku 2011) oraz dochodami z działalności operacyjnej w kwocie 39,1 mln zł. Na drugim miejscu wśród nadawców komercyjnych, z udziałem 10%, znalazła się Grupa Eurozet z przychodami 81,8 mln zł (mniejszymi o 14% w stosunku do 2011 r.) oraz dochodem 7,2 mln zł.

Grupa Agora miała 7% udział w rynku sprzedaży, z przychodami 55,9 mln zł (mniejszymi o 7% w stosunku do 2011 r.) oraz dochodem operacyjnym 7,7 mln zł. Grupa Time z 6% udziałem w rynku,

uzyskała przychody operacyjne na poziomie 43,9 mln zł (większe o 5% w stosunku do roku 2011).

Podobnie jak w roku poprzednim, najniższy udział w rynku sprzedaży (1%), uzyskała Grupa Polsat z przychodami w wysokości 6,9 mln zł (niższe o 2,4% w stosunku do roku 2011) i na działalności operacyjnej odnotowała stratę w kwocie 1,2 mln zł). Nadawca ten ze względu na ograniczony zasięg techniczny i niszowy charakter programu nie może konkurować z dużymi ogólnokrajowymi sieciami jak RMF czy EUROZET.

Wykres nr 15. Porównanie działalności operacyjnej oraz wyników finansowych grup radiowych w latach 2011-2012 (w tys. zł)



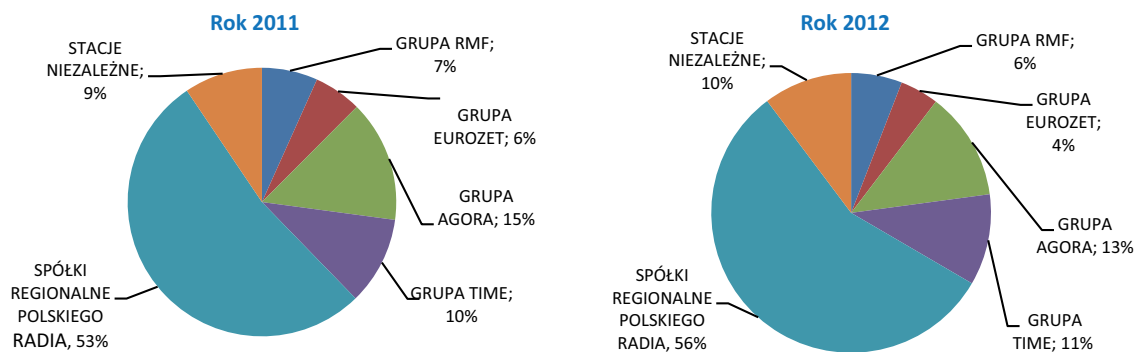
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Nadawcy lokalni

W 2012 r. koncesjonowani nadawcy lokalni uzyskali z rynku sprzedaży przychody o łącznej wartości 372,6 mln zł, co w porównaniu do 2011 r. stanowiło wzrost o 6%, tj. o 21,3 mln zł.

Wśród nadawców lokalnych największe udziały w rynku sprzedaży czasu reklamowego uzyskały regionalne spółki Polskiego Radia (56%), osiągając przychody w wysokości 209,9 mln zł (więcej o 13% w stosunku do roku 2011).

Wykres nr 16. Udziały w przychodach z działalności operacyjnej nadawców lokalnych w latach 2011-2012



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

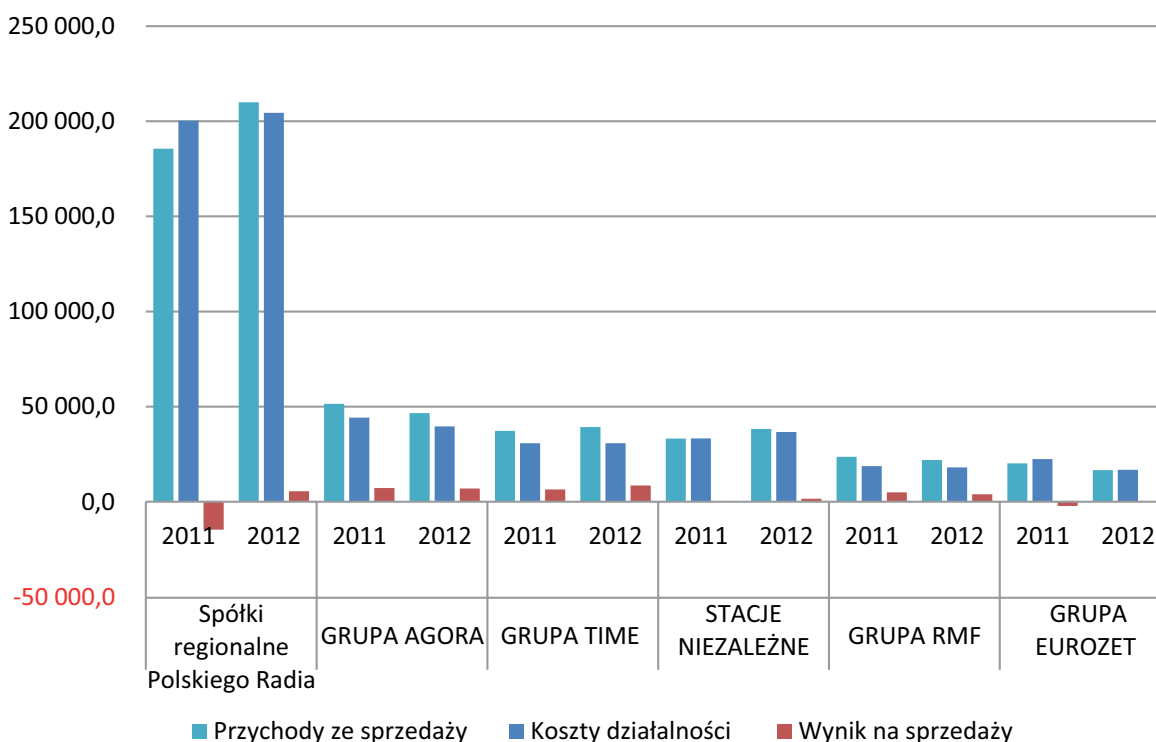
Wśród koncesjonowanych nadawców lokalnych⁴³ największe udziały w rynku sprzedaży, w wysokości 13%, tj. 46,6 mln zł, uzyskała Grupa Agora (mniej o 9,5% w stosunku do 2011 r.). Nadawcy lokalni Grupy Time uzyskali 11% w rynku sprzedaży, tj. 39,3 mln zł (więcej o 5% w stosunku do 2011 r.). Udział 10%, tj. 38,2 mln zł przychodów, należał do Lokalnych Stacji Niezależnych⁴⁴ (więcej o 15% w stosunku do 2011 r.). Grupa RMF uzyskała 6% udział w rynku z przychodami w wysokości 21,9 mln zł (mniej o 7% w stosunku do roku 2011). Najniższy udział w rynku sprzedaży wśród nadawców lokalnych posiadała Grupa Eurozet z udziałem 4%, tj. 16,6 mln zł (mniej o 17% w stosunku do roku 2011).

Odrębną grupę wśród nadawców lokalnych stanowią rozgłośnie należące do centrów, ośrodków i miejskich domów kultury oraz stacje akademickie. Stacje te utrzymywane są z dotacji instytucji samorządowych oraz dzięki wpływom z reklam. Finansowanie stacji akademickich, które działają w ramach struktur organizacyjnych uczelni, zagwarantowane jest przez właścicieli koncesji lub z pozyskiwanych dotacji. Nadawcy ci nie prowadzą wyodrębnionej sprawozdawczości finansowej i z tego względu brak jest możliwości przedstawienia ich wyników finansowych.

⁴³ Lokalne stacje należące do poszczególnych grup: Grupa RMF (RMF CLASSIC – 1, RMF MAXXX – 19), Grupa EUROZET (Chilli ZET 1, Planeta FM – 13, Antyradio – 3, Radio PLUS – 1), Grupa TIME (Eska ROCK – 1, Radio ESKA – 40, Radio WAWA – 7), Grupa AGORA (Złote Przeboje – 21, ROXY FM – 7, Radio BLUE FM – 1).

⁴⁴ Należących do: spółek prawa handlowego – 44 stacje, osób fizycznych – 8 stacji, fundacji – 7 stacji, samorządów – 8 stacji, uczelni wyższych – 10 stacji.

Wykres nr 17. Porównanie działalności operacyjnej oraz wyników finansowych nadawców lokalnych w latach 2011-2012 (w tys. zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Nadawcy społeczno-religijni

Nadawcy społeczno-religijni⁴⁵ uzyskali w 2012 r. przychody o łącznej wartości 50,5 mln zł., czyli na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego. Większość z nich finansuje swoją działalność z przychodów reklamowych uzupełnianych o datki i darowizny. Poszukując źródeł finansowania większość stacji diecezjalnych zawarła umowy franczyzowe

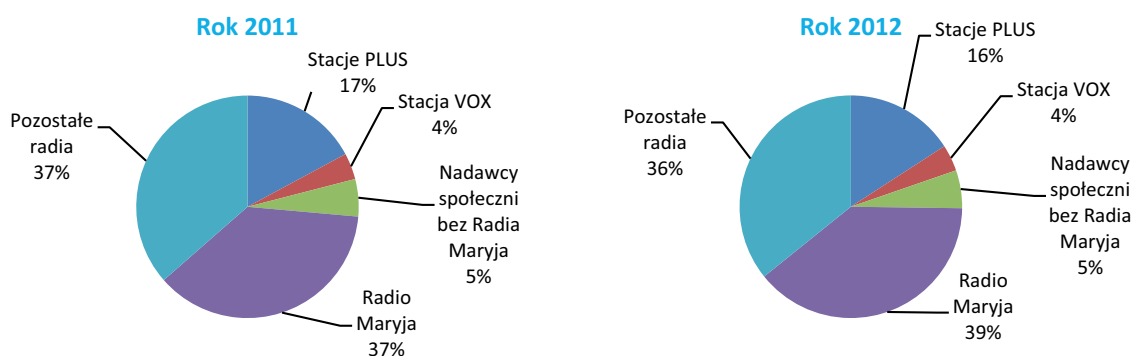
i weszła do sieci PLUS, organizowanej przez grupę radiową TIME. Niektórzy nadawcy społeczno-religijni (Radio Maryja oraz 7 nadawców lokalnych⁴⁶) posiadają status⁴⁷ nadawcy społecznego, uprawniający do zwolnienia z opłaty za udzielenie koncesji. W programach tych, zgodnie z ustawą, nie można umieszczać przekazów handlowych.

⁴⁵ Kościelne osoby prawne (archidiecezje, diecezje, zakony i parafie) rozpowszechniające programy o tematyce społeczno-religijnej.

⁴⁶ Klasztor OO Paulinów Jasna Góra, Archidiecezja Częstochowska, Prawosławna Diecezja Białostocko-Gdańska, Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego, Archidiecezja Wrocławska, Diecezja Kaliska, Parafia Rzymsko-Katolicka p. w. Jana Chrzciciela w Zbroszy Dużej, Rzymsko-Katolicka Parafia p. w. Nawiedzenia NMP.

⁴⁷ Status nadawcy społecznego regulują przepisy art. 4 ust. 10, art. 35a oraz 39b ustawy o radiofonii i telewizji.

Wykres nr 18. Udziały nadawców społeczno-religijnych w przychodach ogółem (z rynku reklamy oraz dotacji, darowizn i datków) w latach 2011–2012



Źródło: Opracowanie Biura KRRIT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011-2012

Tabela nr 3. Działalność operacyjna nadawców kościelnych w 2012 roku (w tys. zł)

Nadawcy kościelni	Programy w sieci PLUS ⁴⁸	Program VOX	Nadawcy społeczni		Pozostali nadawcy ⁴⁹
			Lokalni	Ogólnopolski (Radio Maryja) ⁵⁰	
Przychody operacyjne (m.in. reklama)	6 610,0	1 794,3	0,0	0,0	11 637,1
Pozostałe przychody operacyjne (datki, darowizny itp.)	1 137,5	145,9	2 785,8	19 694,1	6 436,3
RAZEM PRZYCHODY	7 747,5	1 940,2	2 785,8	19 694,1	18 073,4
Koszty operacyjne	8 048,7	1 852,5	0,0	0,0	19 321,2
Pozostałe koszty operacyjne	87,0	137,7	2 831,9	19 694,1	24,8
RAZEM KOSZTY	8 135,7	1 990,2	2 831,9	19 694,1	19 346,0
Wynik na działalności gospodarczej	-388,2	-50,0	-46,1	0,0	-1 272,6

Źródło: Opracowanie Biura KRRIT na podstawie sprawozdań finansowych za 2012 rok

⁴⁸ Nadawcy programów społeczno-religijnych zrzeszonych w sieci PLUS – 20 stacji.

⁴⁹ Samodzielni nadawcy programów społeczno-religijnych, nie zrzeszeni w sieci PLUS – 17 stacji.

⁵⁰ Prowincja Warszawska Zgromadzenia Najświętszego Odkupiciela (Redemptoryści).

Inne wskaźniki finansowe sektora radiowego

Analiza sprawozdań finansowych koncesjonowanych nadawców radiowych wskazuje, że wartość majątku grup medialnych wzrosła w ciągu roku o 8%. Na wzrost ten miał wpływ majątek obrotowy, w tym wzrastający stan należności. Natomiast majątek trwały w 2012 r. stracił na wartości ok. 7,5% w stosunku do roku poprzedniego, co wynika ze zużycia ekonomicznego oraz zmniejszenia wartości inwestycji długoterminowych. Cały majątek finansowany był w ok. 36% kapitałem obcym; wskaźnik ten był niższy o 2 p.p.⁵¹ w stosunku do roku poprzedniego, co oznacza wzrost poziomu finansowania aktywów środkami własnymi nadawców.

Porównując dane szacunkowe z raportów publicznie dostępnych z danymi ze sprawozdań finansowych nadawców radiowych za 2012 r., możemy zauważyć rozbieżności w ocenie rynku. Większość publikowanych raportów podawała tendencję wzrostową na rynku radiowym, co nie znajduje jednak potwierdzenia w analizie sprawozdań finansowych. Podobnie jak cała gospodarka, branża radiowa odczuła skutki globalnego kryzysu. Broniąc się przed spadającym popytem na ich usługi, nadawcy stosowali politykę rabatową. W wyniku spirali rabatowej u wszystkich nadawców znacznie spadła dynamika przychodów w stosunku do lat poprzednich. Dzięki znacznemu ograniczeniu kosztów nadawcy radiowi wypracowali nieznacznie wyższe wyniki finansowe niż w latach poprzednich.

2.1.2 Audytorium programów radiowych

Programy o zasięgu ogólnopolskim („Jedynka” i „Trójka” Polskiego Radia SA oraz koncesjonowane RMF FM, Radio Zet i Radio Maryja) niezmiennie cieszą się wysoką popularnością wśród polskich słuchaczy. W 2013 r. ich łączny udział w czasie słuchania⁵² wyniósł 61,0%. Najchętniej słuchano programów uniwersalnych (RMF FM, Radio ZET, Programy 1 i 3 PR SA), które uzyskały łącznie 57,8% udziału w czasie słuchania. Najbardziej popularny wśród wszystkich badanych programów radiowych, podobnie jak w roku poprzednim, był RMF FM – samodzielnie zajął niemal ¼ rynku radiowego w Polsce. Dla porównania, programy o zasięgu ponadregionalnym, czyli CHILLI ZET, ESKA ROCK (od grudnia 2013 r. nadawany pod nazwą VOX FM), TOK FM, Radio PIN i RMF CLASSIC, miały łącznie 3,8% udziału w czasie słuchania, a programy regionalne radia publicznego – 5,5%.

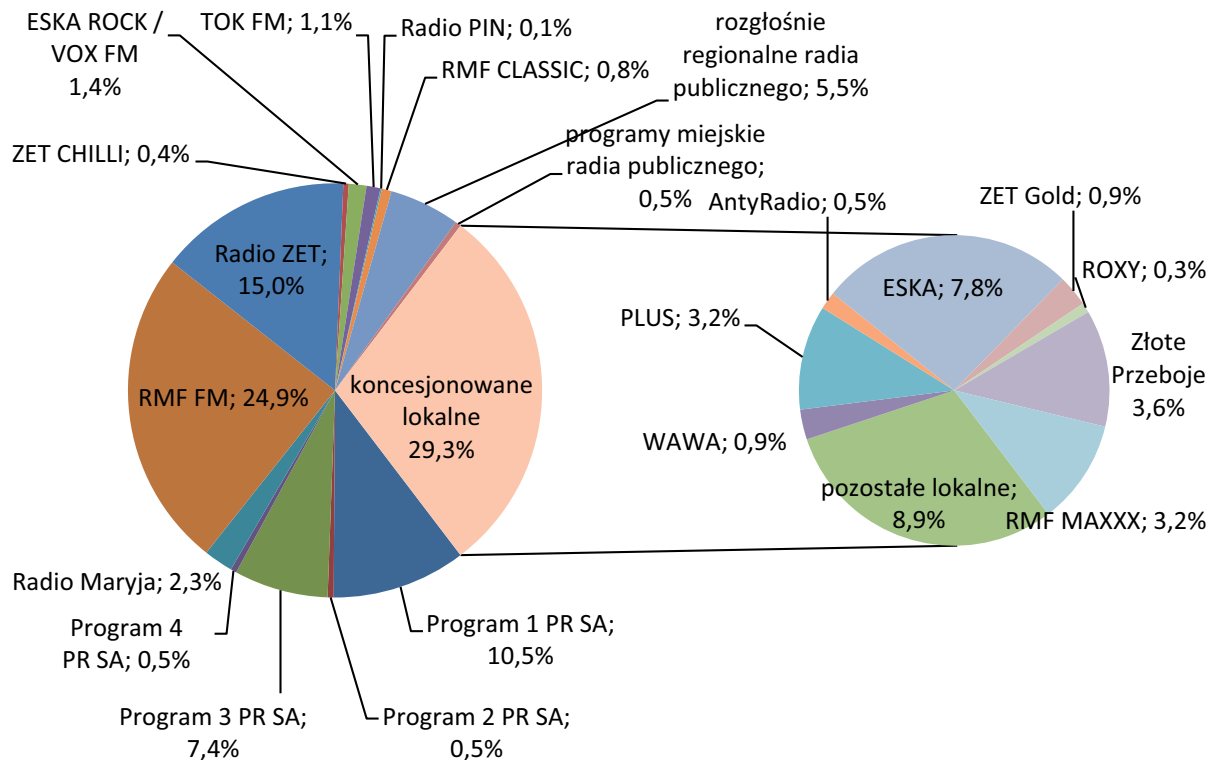
Od kilku lat systematycznie wzrasta słuchalność koncesjonowanych programów lokalnych. W 2013 r. ich udział w czasie słuchania osiągnął 29,3%, co w porównaniu do poprzedniego roku stanowi wzrost o prawie 3 p.p. Dominowały wśród nich niezależne programy lokalne (mniejsze kółko na wykresie nr 20) oraz programy z grupy ESKA (7,8% udziału w czasie słuchania).

Jednym z istotnych czynników wpływających na wielkość audytorium programów radiowych, oprócz jakości oferty programowej oraz skuteczności kampanii marketingowej, jest w przypadku stacji ponadregionalnych i lokalnych ich zasięg (przedstawiony w poprzednim rozdziale w tabeli nr 2), związany z liczbą stacji nadawczych.

⁵¹ Punkt procentowy (p.p.) – jednostka różnicy między dwiema wartościami jednej wielkości podanymi w procentach.

⁵² 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.

Wykres nr 19. Struktura rynku audytorium radiowego w 2013 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

W 2013 roku na polskim rynku programów radiowych zaszły trzy znaczące zmiany:

- W kwietniu nadawcy programów z sieci PLUS zmienili swój profil muzyczny z łagodnych przebojów w formacie AC⁵³, na muzykę taneczną z gatunku *disco*. Wpłynęło to w sposób widoczny na wzrost prezentowanych w tabeli wskaźników słuchalności tych programów. W grudniu programy te powróciły jednak do dawnego formatu.
- W czerwcu zmianę formatu przeszły, adresowane do ludzi młodych, programy z sieci PLANETA. Zmieniono grupę docelową na dojrzałych słuchaczy, format muzyczny na *oldies* oraz nazwę na ZET Gold. Zmiana ta nie przyniosła wyraźnej

zmiany poziomu ogólnych wskaźników słuchalności,

- W grudniu zmieniła się nazwa ponadregionalnego programu ESKA Rock na VOX FM i jego format muzyczny z *active rock* na *disco* z lat 80 i 90. Wpływ tej zmiany na wyniki słuchalności programu najprawdopodobniej będzie widoczny dopiero w 2014 r.

Wielkość udziału w czasie słuchania, a także zasięg dzienny i średni dzienny⁵⁴ czas słuchania programu oraz kierunek zmiany tych wskaźników w porównaniu z poprzednim rokiem zostały przedstawione w tabeli nr 3.

⁵³ *Adult Contemporary* (AC) – nazwa gatunku muzycznego i formatu radiowego. Programy radiowe w tym formacie adresowane są głównie do osób w wieku 25-54 lat grają mix przebojów począwszy od lat 70 a skończywszy na obecnych hitach.

⁵⁴ Zasięg dzienny programu/grupy programów to odsetek osób z danej populacji słuchających tego programu/grupy programów. Inaczej – procentowa wielkość audytorium.

Tabela nr 4. Słuchalność programów radiowych w 2013 r.

	Zasięg dzienny	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
WSZYSTKIE	73,1% ↓	100,0% →	4:32:10 ↑
PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE	54,4% ↓	61,0% ↓	3:43:05 ↑
Program 1 PR SA	11,0% ↓	10,5% ↓	3:08:38 ↑
Program 2 PR SA	0,8% ↓	0,5% ↓	1:55:23 ↑
Program 3 PR SA	7,5% ↓	7,4% ↓	3:15:28 ↑
Program 4 PR SA	0,6% ↓	0,5% ↓	2:21:47 ↑
Radio RMF FM	28,7% ↓	24,9% ↑	2:52:50 ↑
Radio ZET	19,1% ↓	15,0% ↓	2:36:43 ↑
Radio Maryja	3,1% ↓	2,3% ↓	2:27:57 ↓
PROGRAMY PONADREGIONALNE	5,2% ↓	3,8% ↓	2:24:20 ↓
TOK FM	1,5% ↓	1,1% ↓	2:20:16 ↑
ESKA ROCK / VOX FM	2,0% ↓	1,4% ↓	2:14:11 ↓
RMF CLASSIC	1,2% ↑	0,8% ↑	2:03:52 ↑
ZET CHILLI	0,6% ↓	0,4% →	2:12:59 ↑
Radio PIN	0,2% →	0,1% ↓	1:46:16 ↓
ROZGŁOŚNIENIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO	7,4% ↓	5,5% ↑	2:28:23 ↑
PROGRAMY MIEJSKIE RADIA PUBLICZNEGO	0,6% →	0,5% →	2:30:20 ↑
KONCESJONOWANE PROGRAMY LOKALNE	31,5% ↑	29,3% ↑	3:04:37 ↑
AntyRadio	0,9% ↓	0,5% ↓	2:02:05 ↓
ZET Gold	1,5% ↓	0,9% →	2:08:45 ↑
PLUS	3,2% ↑	3,2% ↑	3:16:20 ↑
ESKA	11,6% ↓	7,8% ↓	2:13:47 ↑
WAWA	1,4% →	0,9% ↑	2:12:27 ↑
ROXY	0,5% →	0,3% →	2:03:37 ↑
Złote Przeboje	4,8% ↑	3,6% →	2:27:16 ↓
RMF MAXXX	5,1% ↓	3,2% ↓	2:03:41 ↑
pozostałe lokalne	10,4% →	8,9% ↑	2:48:54 ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

Jak można zaobserwować w powyższej tabeli, w minionym roku zasięg dzienny programów radiowych (pierwsza kolumna) dla większości stacji miał tendencję spadkową. Największy spadek odnotowano w przypadku Programu 1 PR SA (o 1,7 p.p.), Programu 3 PR SA (o 1,3 p.p.) oraz Radia ZET (o 1,2 p.p.). Mniejsze było też audytorium Radia RMF FM (o 0,6 p.p.) oraz programów nadawanych pod marką RMF MAXXX (o 0,4 p.p.). Znacznie wzrósł natomiast (o 2,0 p.p.) zasięg dzienny programów spod marki PLUS.

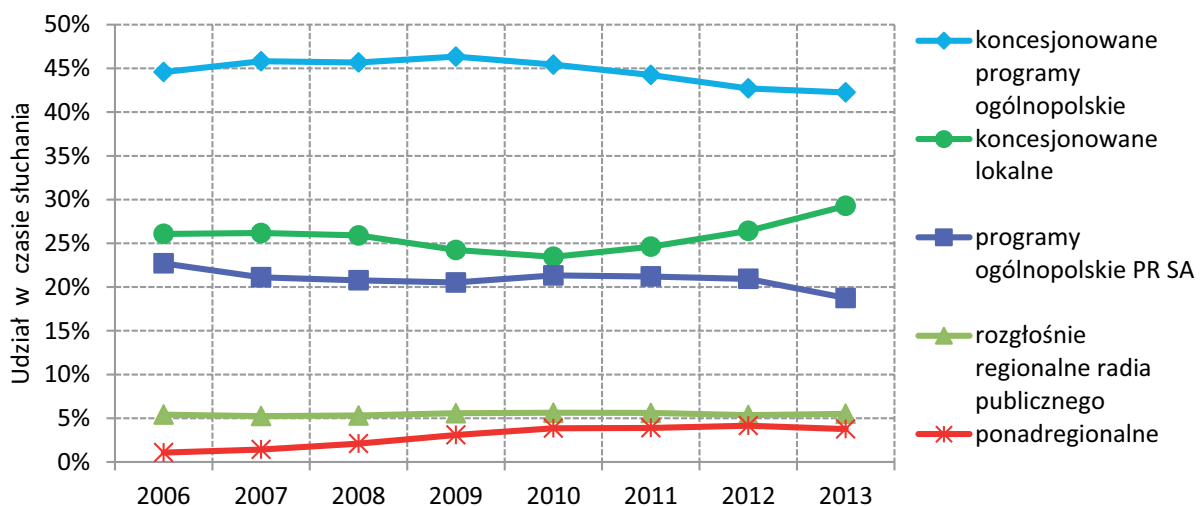
W porównaniu z rokiem poprzednim największy spadek udziału w czasie słuchania (druga kolumna w tabeli nr 4) odnotowano w ogólnopolskich programach radia publicznego. Straciły one łącznie 2,2% udziału w czasie słuchania, przy czym dla Programu 1 PR SA nastąpił spadek o 1,2 p.p. a dla Programu 3 PR SA o 0,9 p.p. Podobnie wyglądała sytuacja w przypadku społeczno-religijnego Radia Maryja (spadek o 0,4 p.p.) oraz uniwersalnego Radia ZET (0,3 p.p.). Jedynym programem z grupy programów ogólnopolskich, który zwiększył swój udział w czasie słuchania było Radio RMF FM (wzrost o 0,3 p.p.).

Rozgłośnie regionalne radia publicznego łącznie miały taką samą słuchalność jak rok wcześniej. Zmiany udziału poszczególnych programów o zasięgu ponadregionalnym nie były wielkie, ale łącznie programy te straciły 0,4 p.p. Rok 2013 był jednocześnie kolejnym, w którym duży wzrost łącznego udziału w czasie słuchania (2,8 p.p.) odnotowały programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym (patrz wykres nr 22). Wśród nich najczęściej zyskały programy nadawane pod marką PLUS (wzrost udziału w czasie słuchania o 2,4 p.p., patrz wykres nr 22).

Czas poświęcony na słuchanie programów grup radiowych (trzecia kolumna w tabeli nr 4) nie zmienił się znacząco w porównaniu z poprzednim rokiem. Największa zmiana dotyczyła grupy programów nadawanych pod marką PLUS. Ich średni dobowy czas słuchania był o 59 minut dłuższy niż rok wcześniej.

W omawianym roku utrzymała się tendencja spadkowa słuchalności programów o zasięgu ogólnopolskim, przy czym w największym stopniu obniżył się udział w czasie słuchania ogólnopolskich programów Polskiego Radia SA. Na wykresie nr 21 można zaobserwować systematyczny spadek słuchalności Programu 1 PR SA w ostatnim okresie. Po raz pierwszy od wielu lat odnotowano natomiast spadek udziału

Wykres nr 20. Udział w czasie słuchania programów ogólnopolskich, ponadregionalnych, regionalnych oraz lokalnych w latach 2006-2013



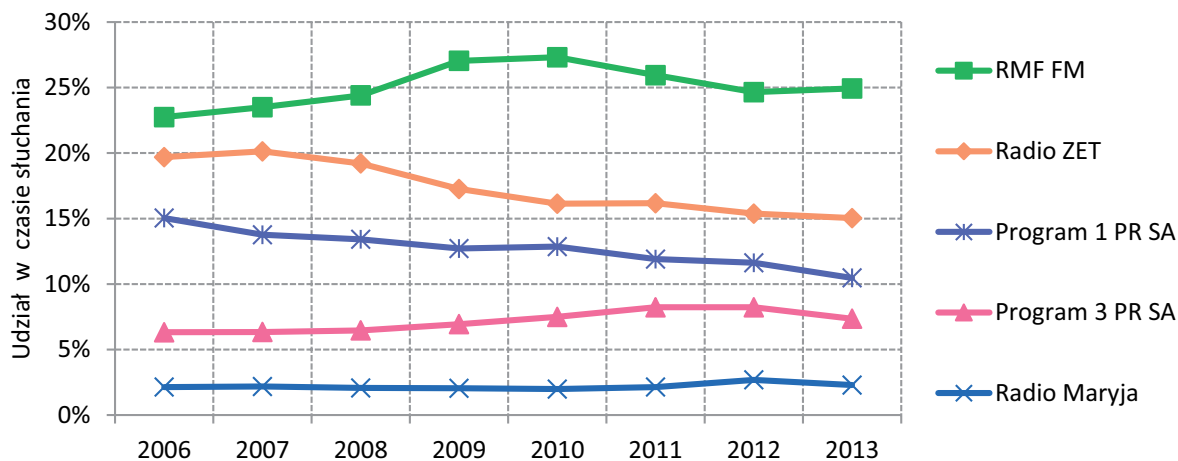
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

w czasie słuchania programu publicznej *Trójki*. Jednocześnie zatrzymana została tendencja spadkowa tego wskaźnika dla Radia RMF FM. Spadek udziału notowano natomiast nadal w przypadku Radia ZET. Nieznacznie mniejszy niż przed rokiem był też udział Radia Maryja. Udział w czasie słuchania programów ponadregionalnych oraz programów regionalnych

radia publicznego pozostawał na podobnym poziomie, natomiast można zaobserwować wzrost udziału w czasie słuchania w przypadku programów lokalnych.

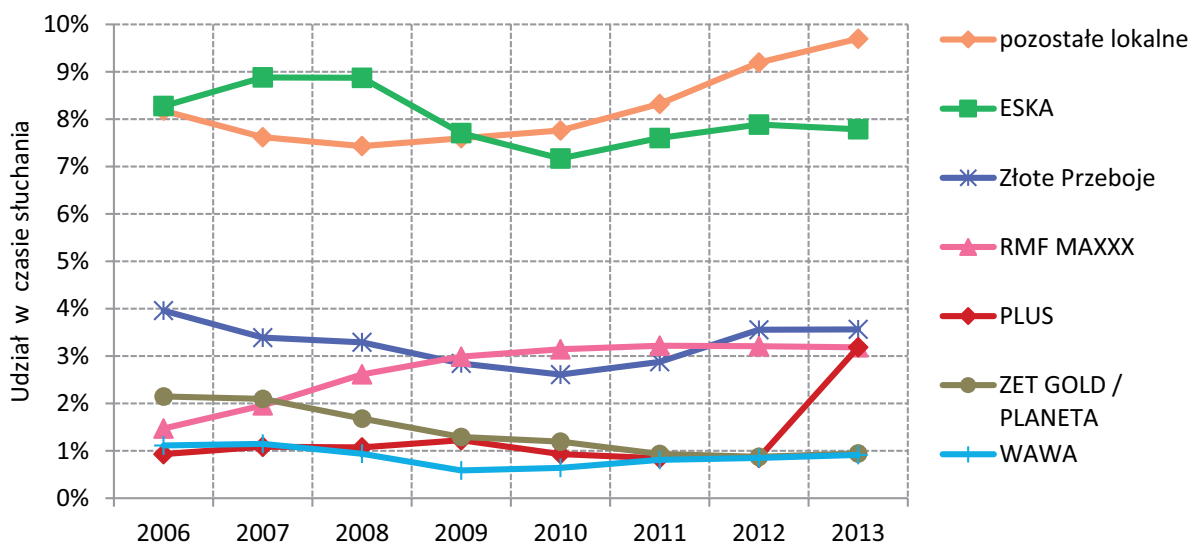
Kolejne wykresy precyzują zmiany udziału w czasie słuchania programów o zasięgu ogólnopolskim oraz programów o zasięgu lokalnym.

Wykres nr 21. Udział w czasie słuchania ogólnopolskich⁵⁵ programów radiowych publicznych i koncesjonowanych w latach 2006 -2013



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

Wykres nr 22. Udział w czasie słuchania koncesjonowanych programów o zasięgu lokalnym w latach 2006-2013



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

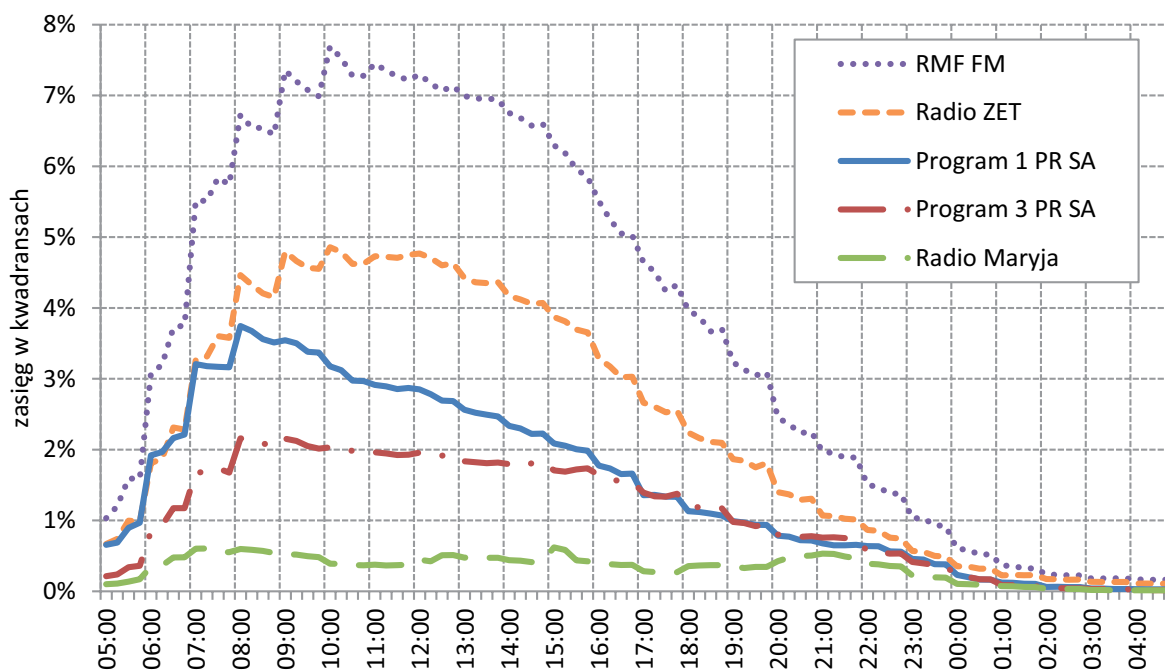
⁵⁵ Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresach nr 21 i 23 nie zostały uwzględnione programy 2. i 4. Polskiego Radia SA.

Jak widać na powyższych wykresach, przez ostatnie 3 lata następował wzrost słuchalności programów koncesjonowanych o zasięgu lokalnym. Programy skupione w sieciach: ESKA, Złote Przeboje, RMF MAXXX, ZET Gold (w poprzednich latach pod marką PLANETA) oraz WAWA utrzymują się od kilku lat na podobnym poziomie słuchalności. Natomiast duży wzrost odnotowały programy z sieci PLUS oraz programy lokalne nadawane poza wymienionymi na

wykresie sieciami. Nadawcy tej ostatniej grupy programów poprawiają swoje wyniki słuchalności już od 5 lat.

Pory największej słuchalności radia nie zmieniają się od lat. Wykres nr 23 przedstawia krzywą dzienną słuchalności programów radiowych, czyli odsetek słuchaczy danego programu w określonej porze dnia.

Wykres nr 23. Dzienny rozkład słuchalności programów ogólnopolskich w 2013 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania Radio Track, Millward Brown

Jak można zaobserwować, Radio RMF FM oraz Radio ZET osiągały maksimum słuchalności o godz. 10:00. Stały, wysoki odsetek słuchaczy obu tych programów utrzymywał się między 9:00 a 14:00 (zasięg w kwadransach⁵⁶ Radia RMF FM wynosił w tych godzinach powyżej 7%, a Radia ZET powyżej

4,5%), później ich audytorium zmniejszało się. Program 1 PR SA miał największą słuchalność rano (zasięg w kwadransach powyżej 3%) między godz. 7:00 a 10:30, przy czym maksymalna liczba słuchaczy przypadała na godzinę 8:00, a po godz. 11:00 jego audytorium systematycznie malało.

⁵⁶ Zasięg w kwadransach programu/grupy programów to odsetek osób z danej populacji słuchających tego programu/grupy programów w określonym kwadransie w ciągu doby.

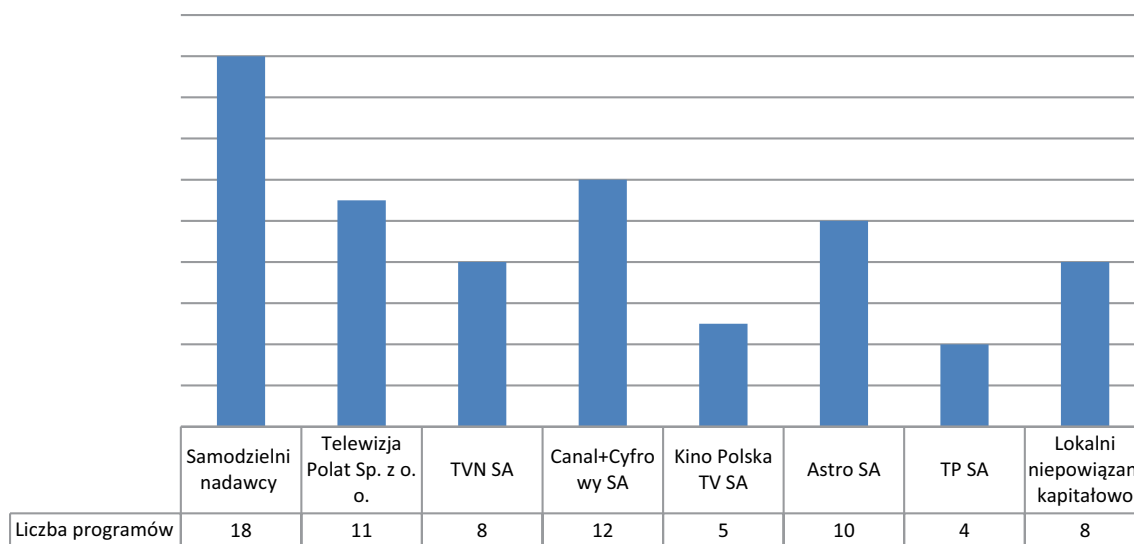
Audytoryum Programu 3 PR SA wzrastało do godz. 8:00. Wysoka słuchalność tego programu (zasięg w kwadransach powyżej 1,7%) utrzymywała się do godziny 16:00, nieznacznie tylko malejąc. Radio Maryja utrzymywało stały poziom odsetka słuchaczy (wahający się między 0,3% a 0,6%) w długim paśmie czasowym między godziną 6:30 a 23:00. W ciągu dnia miało ono cztery pory zwiększonej słuchalności: rano między godz. 8:00 a 8:30, po południu pomiędzy 12:30 a 13:00 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 finansowe⁵⁷

Na polskim rynku telewizyjnym funkcjonują: nadawca publiczny - Telewizja Polska SA, dwie duże grupy komercyjne POLSAT i TVN oraz samodzielni nadawcy satelitarni i lokalni, nie powiązani kapitałowo z żadną z tych grup. Grupa POLSAT należąca do Spółki Cyfrowy Polsat SA jest kontrolowana przez Zygmunta Solorza⁵⁸. TVN po fuzji z Canal+ pozostaje w połowie własnością rodzin Wejchertów i Walterów oraz szwajcarskiego biznesmena Bruno Valsangiacomo⁵⁹. Obaj nadawcy POLSAT i TVN są jednocześnie operatorami platform satelitarnych⁶⁰.

Wykres nr 24. Satelitarni oraz lokalni nadawcy telewizyjni – liczba programów



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie bazy danych „Nadawcy koncesjonowani”

⁵⁷ Wyniki finansowe przedstawione w tym rozdziale odnoszą się do 2012 roku w związku z tym, że coroczne sprawozdania finansowe nadawców nadsyłane są do KRRiT do końca marca kolejnego roku.

⁵⁸ Pośrednio, poprzez Spółki Pola Investment LTD (POLSAT) i Karswell LTD (POLSKIE MEDIA).

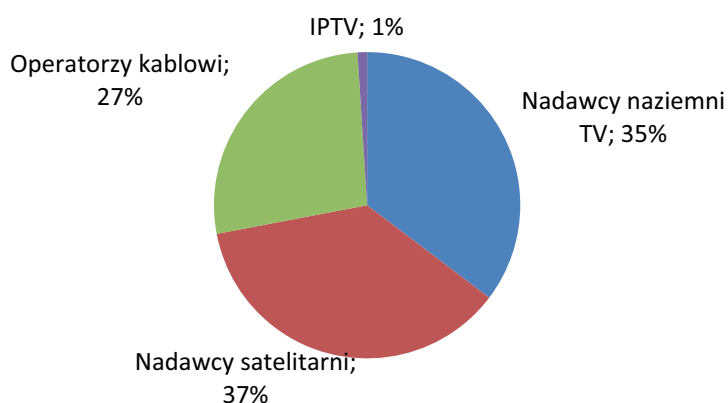
⁵⁹ Pośrednio, poprzez Spółki N – Vision PTH i DTH Poland Holding B.V.

⁶⁰ Więcej na ten temat w rozdziale Operatorzy platform satelitarnych.

W 2012 r. programy telewizyjne oferowane były bezpłatnie jeszcze w naziemnej telewizji analogowej (na niektórych obszarach już także cyfrowo)

oraz w ramach płatnej telewizji dostarczanej przez operatorów platform satelitarnych, sieci kablowych i IPTV.

Wykres nr 25. Struktura rynku telewizyjnego wg przychodów z działalności operacyjnej w 2012 r.

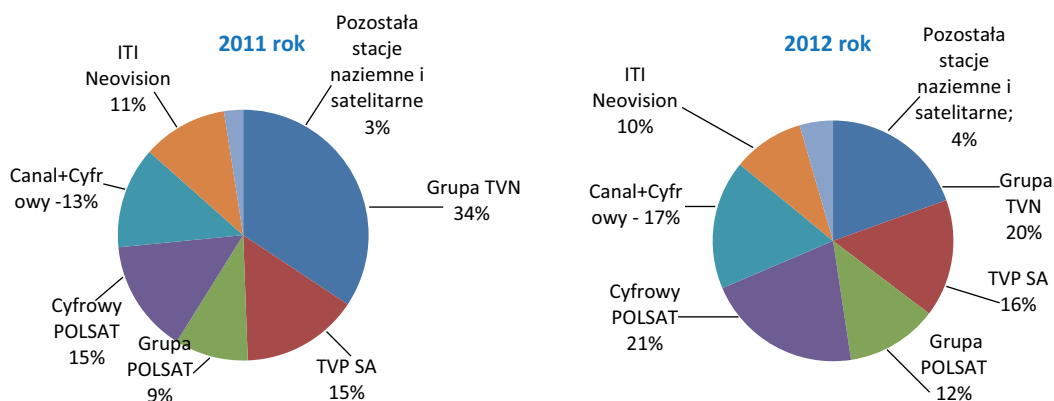


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2012 r. oraz raportu PMR *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce w 2013 roku*

Łącznie nadawcy telewizyjni uzyskali w 2012 r. przychody operacyjne w kwocie 8 504,6 mln zł. Przychody te były niższe o 24% tj. o 2 727,9 mln zł w stosunku do 2011 r. Oprócz wpływów reklamowych, które stanowią główne źródło przychodów, nadawcy uzyskują także wpływy ze sponsoringu audycji, lokowania produktów, opłat

licencyjnych za reemisję kanałów tematycznych w sieciach kablowych lub na platformach satelitarnych, a także ze sprzedaży praw do audycji. W przypadku telewizji publicznej dodatkowym źródłem finansowania są wpływy z opłaty abonamentowej, które w 2012 r. pokrywały koszty realizowania misji publicznej w 19%.

Wykres nr 26. Udziały w rynku z działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych w latach 2011-2012



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Podobnie jak w 2011 r. największe udziały w rynku sprzedaży osiągnął Cyfrowy Polsat (21% udziału i przychody w kwocie 1 783,6 mln zł, wyższe o 21% w porównaniu do 2011 r.) wraz z Grupą Polsat (12% udziału i przychody w kwocie 1 045,9 mln zł, niższe o 36% w stosunku do 2011 r.).

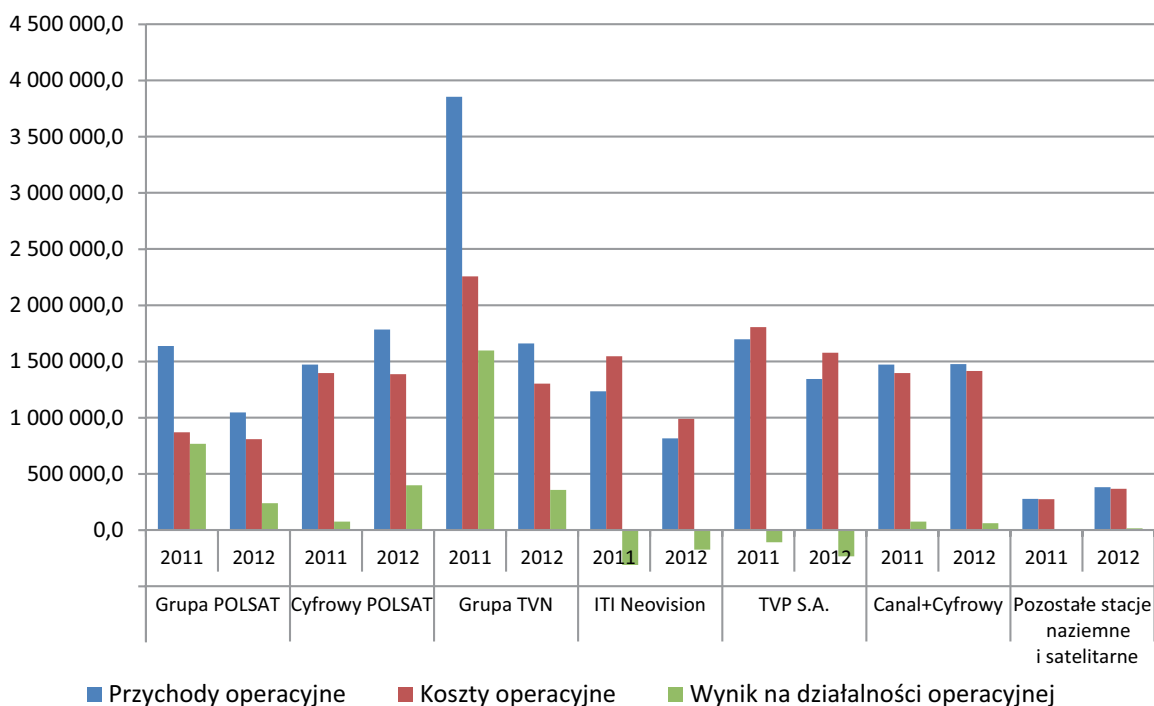
Grupa TVN nie utrzymała pozycji lidera i zakończyła rok z udziałem w rynku na poziomie 20% i przychodami w kwocie 1 659,1 mln zł (niższymi w porównaniu do 2011 r. o 56%)⁶¹. ITI Neovision mimo niewielkiego spadku udziału w rynku o 1 p.p. również zanotował znaczny spadek wpływów ze sprzedaży osiągając kwotę 814,9 mln zł czyli o 33% niższą niż w roku poprzednim.

Zwiększył się natomiast do 17% udział w rynku spółki Canal+ Cyfrowy, której przychody wyniosły 1 476,1 mln zł (i były wyższe o 0,3% w stosunku do 2011 r.).

Telewizja publiczna uzyskała nieznacznie wyższy udział w rynku sprzedaży, na poziomie 16%, z przychodami w kwocie 1 343,8 mln zł (niższymi o 20% w stosunku do 2011 r.) i zamknęła rok finansowy stratą na poziomie -234,1 mln zł.

Stacje satelitarne oraz niezależni nadawcy uzyskali w 2012 r. przychody na poziomie 381,2 mln zł (wyższe w porównaniu do 2011 roku o 37%) osiągając 4% udziału w rynku.

Wykres nr 27. Przychody z działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych w latach 2011-2012 (w tys. zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

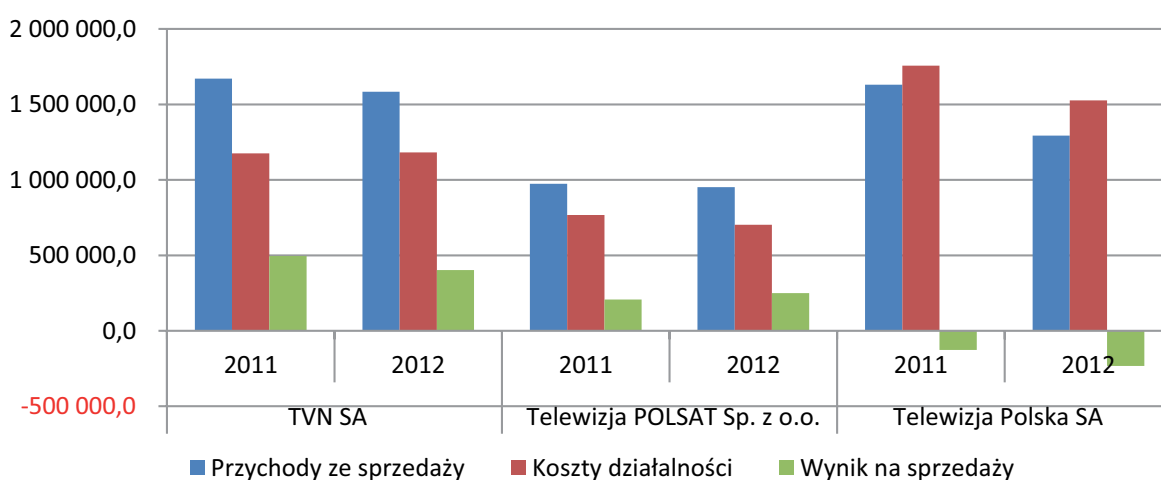
⁶¹ W 2011 r. Spółka TVN uzyskała dobry wynik operacyjny dzięki sukcesowi w branży kinowej roku, w związku z premierą filmu *Listy do M*, oraz wzrostowi sprzedaży praw do audycji i udzielania licencji operatorom sieci telewizji kablowych i satelitarnych na rozprowadzanie programów. Sukces ten nie powtórzył się w 2012 r.

Analizując wyniki finansowe TVP i TVN można zauważyć, że spółki te nie są w stanie dalej ograniczać kosztów. Przy malejących przychodach z rynku (tendencja ta była już zauważalna w latach poprzednich) uzyskują coraz gorsze wyniki finansowe.

Rynek płatnej telewizji

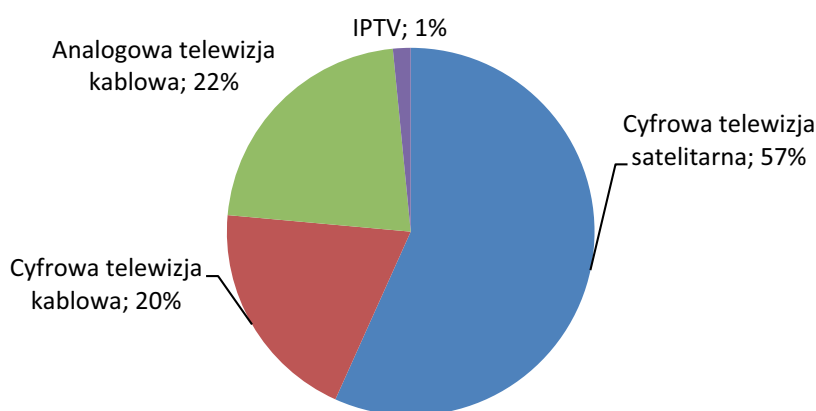
Na koniec 2012 r. polscy operatorzy oferujący pakiety telewizyjne dostarczali swoje usługi do 11,7 mln abonentów⁶². Liczba ta zmniejszyła się w ciągu roku o 1,6%.

Wykres nr 28. Porównanie działalności operacyjnej nadawców telewizyjnych za lata 2011-2012 (tys. zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011-2012

Wykres nr 29. Struktura rynku płatnej telewizji według przychodów z poszczególnych rodzajów usług



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2012 r. oraz raportu PMR Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce w 2013 roku.

⁶² Raport PMR, Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013.

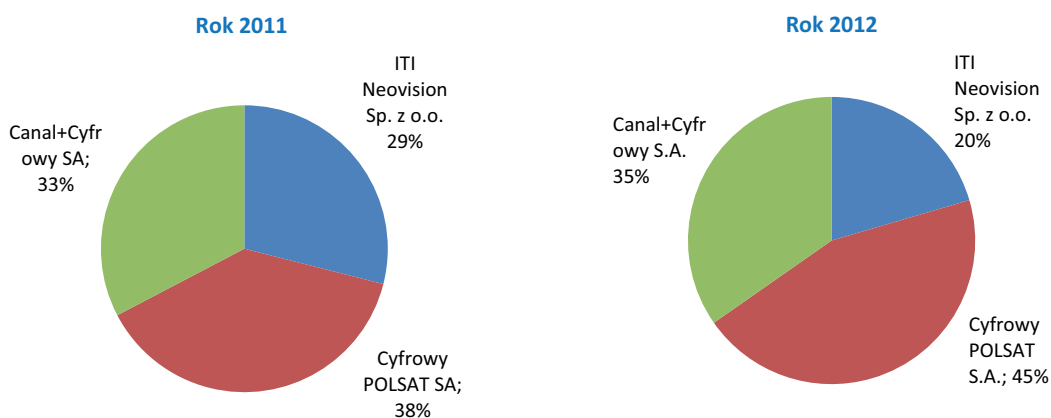
Operatorzy platform satelitarnych

W 2012 r. 6,7 mln gospodarstw domowych⁶³ korzystało z usług telewizji satelitarnej, co oznacza spadek o 3,4% abonentów w porównaniu z poprzednim rokiem. W tym samym czasie przychody operatorów satelitarnych spadły o 6,4%. Wartość rynku tej platformy dystrybucji w 2012 r. wyniosła 3 978,7 mln zł. Nadal wiodącą rolę odgrywał Cyfrowy Polsat SA z 45% udziałem w rynku. Jednak pod koniec roku

zostały zapoczątkowane ważne zmiany na rynku platform satelitarnych.

Grupy Canal+ Cyfrowy i TVN ogłosiły sfinalizowanie umów o strategicznym partnerstwie i przystąpiły do połączenia swoich platform Cyfra+ i „n” w jedną platformę nc+⁶⁴. 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 30. Udziały w przychodach operacyjnych platform satelitarnych w 2011-2012 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Kolejny rok z rzędu przychody dwóch głównych operatorów były wyższe, niż wynikało to z dynamiki rozwoju rynku, tj. możliwości pozyskiwania nowych abonentów, co wskazuje na poprawę

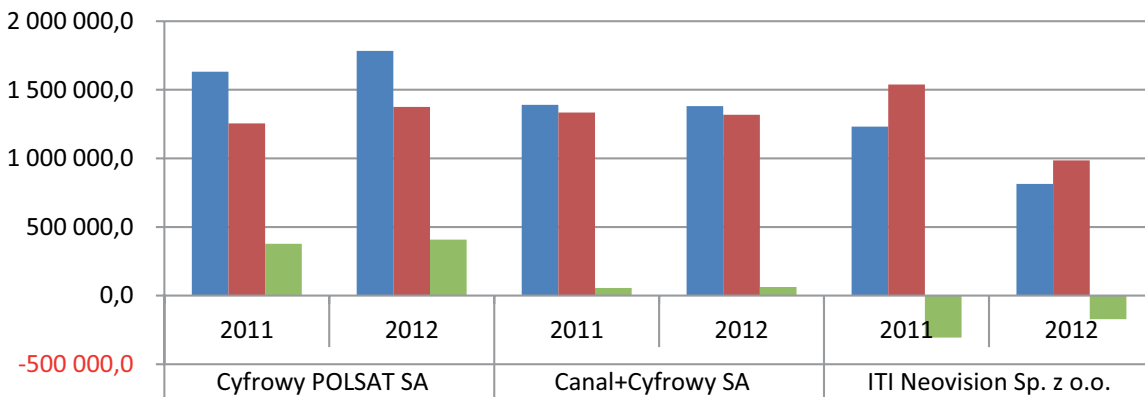
wskaźnika średnich przychodów z jednej umowy. W przypadku ITI Neovision została zachowana relacja przychodów do kosztów przy jednoczesnym ograniczeniu straty na prowadzonej działalności.⁶⁵

⁶³ j.w.

⁶⁴ Sprawozdania finansowe za 2012 r., Canal+Cyfrowy i ITI Neovision sp. z o. o. złożyli oddzielnie.

⁶⁵ W sprawozdaniu złożonym w 2012 r., obejmującym 23 miesiące (od 1 stycznia 2010 r. do 30 listopada 2011 r.) spółka wykazała przychody w kwocie 1 231,9 mln zł, a w sprawozdaniu złożonym w 2013 r. (obejmującym okres 12 miesięcy od grudnia 2011 r. do listopada 2012 r.) wykazała przychody w kwocie 814,0 mln zł.

Wykres nr 31. Porównanie przychodów operacyjnych platform satelitarnych w latach 2011-2012



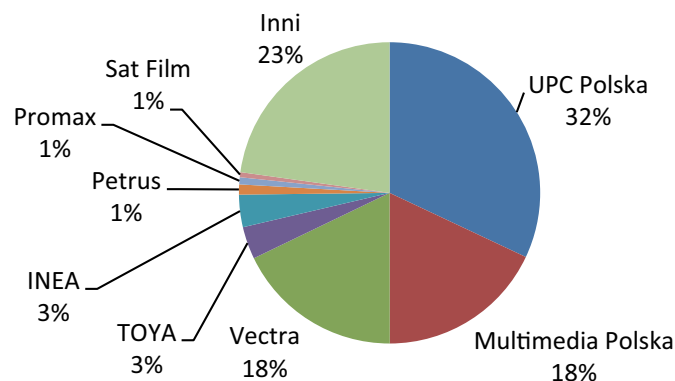
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za lata 2011 i 2012

Operatorzy platform kablowych⁶⁶

Na polskim rynku sieci kablowych działa ok. 500 operatorów. W 2012 r. łączna liczba gospodarstw domowych, dla których operatorzy kablowi świadczyli swoje usługi, wynosiła ok. 4,7 mln⁶⁷ spadając w ciągu roku o 0,3%. Warto jednak zauważyć, że odpływ abonentów dotyczył sieci analogowych (276 tys.), podczas gdy sieci cyfrowe pozyskały nowych klientów (263 tys.).

Najwięksi operatorzy kablowi to: UPC Polska z udziałem 32% w rynku i bazą ponad 1,47 mln abonentów⁶⁸, Multimedia Polska z udziałem 18% i bazą 826 tys. abonentów oraz Vectra z udziałem 18% w rynku i bazą 822 tys. abonentów.

Wykres nr 32. Struktura rynku telewizji kablowych w 2012 r. wg liczby abonentów



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu PMR, Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013 r.

⁶⁶ Operatorzy platform kablowych i IPTV nie mają obowiązku składania sprawozdań finansowych do KRRiT, wobec czego niemożliwa jest szczegółowa analiza ich wyników finansowych.

⁶⁷ Raport PMR, Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013.

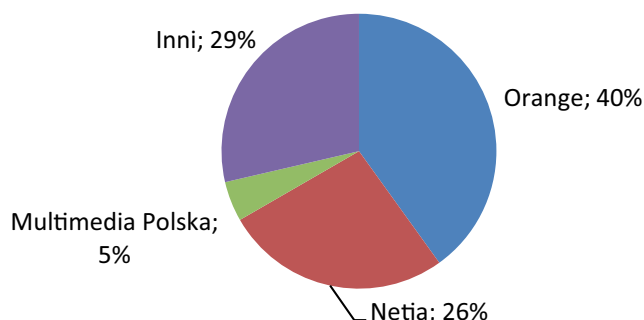
⁶⁸ j.w.

Jak wynika z raportu UKE⁶⁹ następuje umocnienie pozycji konkurencyjnej operatorów telewizji kablowych jako podmiotów oferujących dostęp do Internetu. W przypadku usług szerokopasmowych, atrakcyjność oferty telewizji kablowej opierała się na niskich cenach oraz wysokich przepustowościach łącza. Baza klientów operatorów kablowych świadczących usługi dostępu do Internetu szerokopasmowego w ciągu ostatniego roku wzrosła o ponad 12%, do 2,2 mln abonentów. Wartość segmentu liczona przychodami ze świadczenia usług wyniosła 1 mld zł, przy czym niemal 80% wszystkich użytkowników modeli telewizji kablowej obsługiwało pięciu głównych operatorów: UPC, Vectra, Multimedia Polska oraz działające regionalnie Toya i Inea.

IPTV

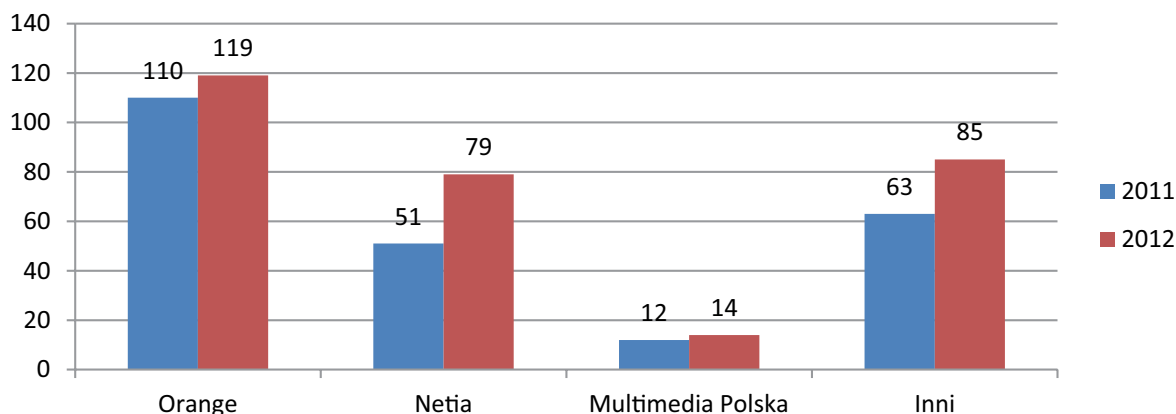
W 2012 r. liczbę abonentów IPTV w Polsce szacowano na ok. 300 tys.⁷⁰, przy czym w stosunku do 2011 roku nastąpił wzrost o 26%. Głównym dostawcą tej usługi jest Telekomunikacja Polska SA działająca pod marką Orange, która ma ok. 120 tys. abonentów. Drugim co do wielkości operatorem płatnych usług IPTV jest Netia SA z bazą 79 tys. abonentów. Usługę IPTV sprzedaje także Multimedia Polska z ok. 14 tys. abonentów. Coraz częściej lokalni dostawcy Internetu oferują usługi IPTV wliczone w cenę łącza.

Wykres nr 33. Struktura rynku IPTV według liczby abonentów



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie na podstawie raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013 r.*

Wykres nr 34. Liczba użytkowników IPTV z podziałem na dostawców w latach 2011-2012 (w tys.)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie na podstawie raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013 r.*

⁶⁹ Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2012 r.

⁷⁰ Raport PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013 r.*

Inne wskaźniki finansowe sektora telewizyjnego

Analiza sprawozdań finansowych koncesjonowanych nadawców telewizyjnych, uwzględniająca wyniki z działalności nadawczej i operatorskiej wskazuje, że wartość ich majątku zmalała o ok. 6% w stosunku do 2011 roku. Miała na to wpływ spadająca wartość majątku trwałego oraz zmniejszenie wartości inwestycji długoterminowych. Majątek nadawców finansowany był w ok. 48% kapitałem obcym, przy czym wskaźnik ten był niższy o 13 p.p. w stosunku do roku poprzedniego, dzięki wzrostowi finansowania aktywów środkami własnymi nadawców.

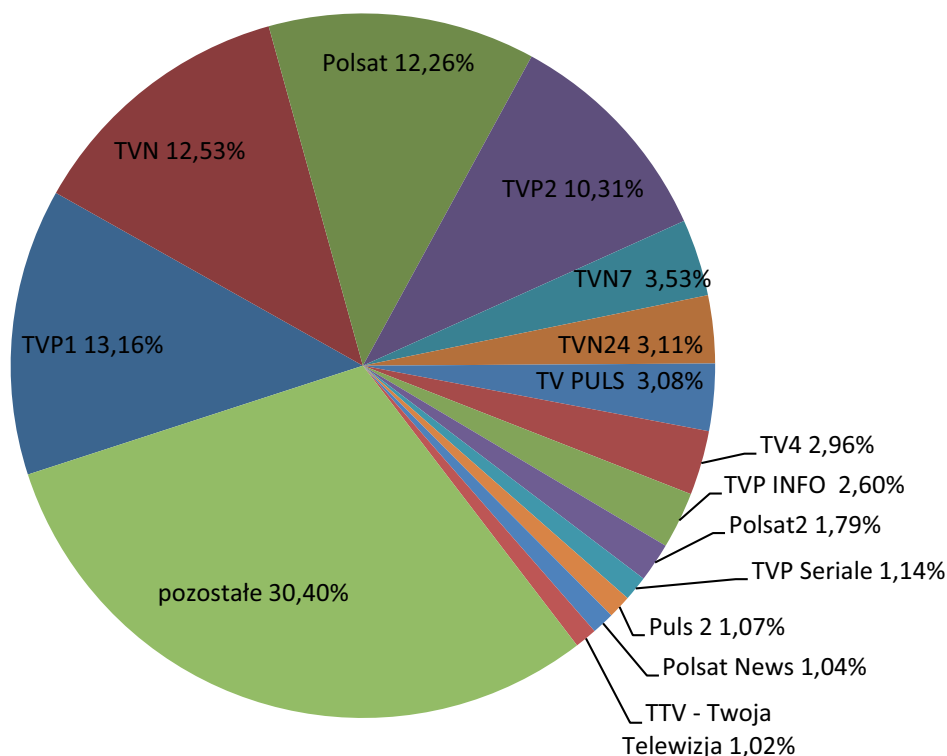
Podobnie jak w poprzednich latach, porównując dane zawarte w sprawozdaniach finansowych nadawców telewizyjnych do danych na temat szacunkowej wartości rynku zawartych w publicznie dostępnych raportach, można zauważyć znaczne roz-

bieżności. Przychody nadawców ze sprzedaży czasu antenowego liczone na podstawie kosztów spotu reklamowego oferowanych w cenniku są znacznie wyższe od realnie osiągniętych. Oznacza to, że nadawcy nadal stosują duże upusty cenowe (nawet do 80%). Zauważalna jest natomiast zgodność w ogólnej ocenie rynku - sumaryczne przychody w telewizji zmniejszyły się w 2012 r. o ok. 24% w stosunku do roku poprzedniego, choć wzrósł łączny udział tzw. Wielkiej Trójki⁷¹ w rynku sprzedaży czasu reklamowego: z 38% w 2011 r. do 45% w roku 2012.

2.2.2 Widownia programów telewizyjnych

Podobnie jak w poprzednich latach, w 2013 r. pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku

Wykres nr 35. Struktura rynku telewizyjnego w 2013 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

⁷¹ Polsat, TVN i TVP.

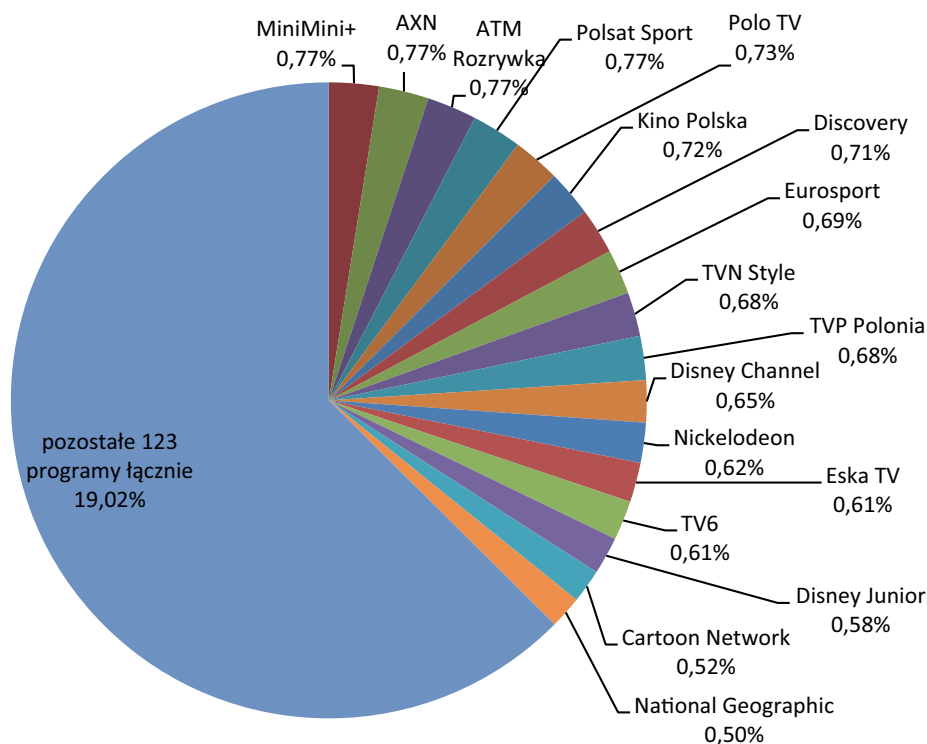
widowni zajmował Program 1 TVP. TVN znalazł się na drugim miejscu, wyprzedzając Polsat – ubiegłorocznego wicelidera. Najniższe udziały w grupie programów uniwersalnych o zasięgu ogólnokrajowym, podobnie jak rok wcześniej, osiągnął Program 2 TVP

Zwiększyła się grupa programów wyspecjalizowanych, których udział w rynku widowni wynosił w 2013 r. ponad 1%. Znalazły się w niej m. in. programy

informacyjne TVN 24, TVP INFO i Polsat News. Programy, których udział w rynku nie przekraczał 1%, stanowiły ponad 30% widowni (wzrost o prawie 2 p.p. w porównaniu do poprzedniego roku).

Na kolejnym wykresie przedstawiono programy telewizyjne, których udział w rynku widowni w 2013 r. nie przekroczył 1% (na wykresie nr 35 zaznaczone kolorem zielonym).

Wykres nr 36. Programy telewizyjne o udziale w rynku widowni poniżej 1%



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Łączny udział programów o udziale w rynku widowni poniżej 0,3% wynosił 9%. Przedstawione dane uwydatniają postępującą od wielu lat segmentację rynku związaną ze stopniowym ograniczaniem popularności programów uniwersalnych.

W tabeli nr 5 przedstawiono ranking wszystkich programów telewizyjnych posiadających ponad

0,3% udziału w rynku, z zaznaczeniem kierunków zmian w porównaniu z poprzednim rokiem. W zestawieniu nie uwzględniono danych na temat oglądalności TV Trwam, ponieważ nadawca ten nie uczestniczy w badaniu Nielsen Audience Measurement.

Tabela nr 5. Ranking programów (widownia, udziały) w 2013 r.

Program	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana p.p.
TVP1	808 088	-121 904	13,16%	↓ -2,25
TVN	769 230	-71 629	12,53%	↓ -1,40
Polsat	752 857	-90 231	12,26%	↓ -1,71
TVP2	632 908	-124 946	10,31%	↓ -2,25
TVN7	217 011	64 024	3,53%	↑ 1,00
TVN24	191 232	6 824	3,11%	↑ 0,05
TV PULS	188 787	48 019	3,08%	↑ 0,75
TV4	181 980	31 750	2,96%	↑ 0,47
TVP INFO	159 832	-70 861	2,60%	↓ -1,22
Polsat2	109 890	27 252	1,79%	↑ 0,42
TVP Seriale	69 779	30 874	1,14%	↑ 0,50
Puls 2	65 813	57 277	1,07%	↑ 0,93
Polsat News	63 924	9 792	1,04%	↑ 0,14
TTV - Twoja Telewizja	62 867	44 139	1,02%	↑ 0,71
MiniMini+	47 286	9 406	0,77%	↑ 0,14
AXN	47 126	-1 476	0,77%	↓ -0,04
ATM Rozrywka	47 065	35 328	0,77%	↑ 0,58
Polsat Sport	47 016	8 363	0,77%	↑ 0,13
Polo TV	45 032	19 435	0,73%	↑ 0,31
Kino Polska	44 032	3 617	0,72%	↑ 0,05
Discovery	43 375	7 701	0,71%	↑ 0,12
Eurosport	42 115	-1 400	0,69%	↓ -0,03
TVN Style	42 040	7 096	0,68%	↑ 0,10
TVP Polonia	41 842	8 321	0,68%	↑ 0,12
Disney Channel	40 146	-8 300	0,65%	↓ -0,15
Nickelodeon	37 912	4 257	0,62%	↑ 0,06
Eska TV	37 627	16 960	0,61%	↑ 0,27
TV6	37 524	25 463	0,61%	↑ 0,41
Disney Junior	35 540	-1 059	0,58%	↓ -0,03
Cartoon Network	31 835	-13 019	0,52%	↓ -0,22
National Geographic	30 559	-568	0,50%	↓ -0,02
TVP Rozrywka	29 517	29 517	0,48%	↑ 0,48
Polsat Play	28 580	8 713	0,47%	↑ 0,14
TVN Turbo	28 201	-1 389	0,46%	↓ -0,03
TVP Historia	27 702	16 124	0,45%	↑ 0,26
Disney XD	25 904	-11 884	0,42%	↓ -0,21
Polsat Film	25 688	6 942	0,42%	↑ 0,11
TVP Kultura	25 285	9 352	0,41%	↑ 0,15
TLC	25 016	-2 940	0,41%	↓ -0,05
Polsat Sport News	23 551	20 080	0,38%	↑ 0,32
TVP HD	22 796	1 964	0,37%	↑ 0,02
Comedy Central	22 299	-2 471	0,36%	↓ -0,05
TV P Regionalna	22 278	22 278	0,36%	↑ 0,36
TVS	21 150	-2 034	0,34%	↓ -0,04
Polsat Cafe	19 732	2 265	0,32%	↑ 0,03

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Do TVP (łącznie 11 programów: TVP1, TVP2, TVP INFO, TVP Seriale, TV Polonia, TVP Rozrywka, TVP Historia, TVP Kultura, TVP HD, TVP Regionalna i TVP Sport), należało 30,2% rynku. Pomimo poszerzenia oferty programowej o dwa nowe kanały, udział w widowni programów należących do TVP SA zmniejszył się w ciągu roku o 3,8 p.p. Utrzymującej się od wielu lat tendencji spadkowej widowni programów uniwersalnych nie rekompensował wzrost popu-

larności oferowanych przez TVP programów tematycznych. Wśród nich największe przyrosty udziałów w 2013 r. odnotowały programy: TVP Seriale (0,5 p.p.) i TVP Rozrywka (0,48 p.p.). Jeszcze kilka lat temu programy telewizji publicznej zajmowały połowę rynku oglądalności.

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do 2012 r. zestawiono w tabeli nr 6.

Tabela nr 6. Zestawienie średniej oglądalności programów telewizji publicznej w 2013 r.

Program	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana pp	NTC
TVP1	808 088	-121 904	13,16%	↓ -2,25	MUX-3
TVP2	632 908	-124 946	10,31%	↓ -2,25	MUX-1
TVP INFO	159 832	-70 861	2,60%	↓ -1,22	MUX-1
TVP Seriale	69 779	30 874	1,14%	↑ 0,50	
TVP Polonia	41 842	8 321	0,68%	↑ 0,12	MUX-3
TVP Rozrywka	29 517	29 517	0,48%	↑ 0,48	MUX-3
TVP Historia	27 702	16 124	0,45%	↑ 0,26	MUX-3
TVP Kultura	25 285	9 352	0,41%	↑ 0,15	MUX-3
TVP HD	22 796	1 964	0,37%	↑ 0,02	
TVP Regionalna	22 278	22 278	0,36%	↑ 0,36	MUX-3
TVP Sport	17 493	1 911	0,28%	↑ 0,02	
Ogółem TVP	1 857 520	-197 370	30,24%	↓ -3,81	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów w 2013 r. odnotowały programy Polsat – o 1,71 p.p., TVP INFO - o 1,22 p.p. i TVN – o 0,56 p.p. Największy wzrost w skali roku uzyskały programy Puls 2 (o 0,93 p.p.), TV PULS

(o 0,7 p.p.) i TTV - Twoja Telewizja (o 0,71 p.p.), obecne w naziemnej telewizji cyfrowej. Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów koncesjonowanych zestawiono w tabeli nr 7.

Tabela nr 7. Średnia oglądalność programów koncesjonowanych w 2013 r.

Program	AMR (2012)	AMR (2013)	ZMIANA	SHR%(2012)	SHR%(2013)	ZMIANA pp	NTC
TVN	840 859	769 230	-71 629	13,93%	12,53%	-0,56	MUX-2
Polsat	843 088	752 857	-90 231	13,97%	12,26%	-1,71	MUX-2
TVN7	152 987	217 011	64 024	2,53%	3,53%	1,00	MUX-2
TVN24	184 408	191 232	6 824	3,06%	3,11%	0,05	
TV PULS	140 768	188 787	48 019	2,33%	3,08%	0,75	MUX-2
TV4	150 230	181 980	31 750	2,49%	2,96%	0,47	MUX-2
TVP INFO	230 693	159 832	-70 861	3,82%	2,60%	-1,22	MUX-1
Polsat2	82 638	109 890	27 252	1,37%	1,79%	0,42	
TVP Seriale	38 905	69 779	30 874	0,64%	1,14%	0,50	
Puls 2	8 536	65 813	57 277	0,14%	1,07%	0,93	MUX-2
Polsat News	54 132	63 924	9 792	0,90%	1,04%	0,14	
TTV - Twoja Telewizja	18 728	62 867	44 139	0,31%	1,02%	0,71	MUX-1
MiniMini+	37 880	47 286	9 406	0,63%	0,77%	0,14	
ATM Rozrywka	11 737	47 065	35 328	0,19%	0,77%	0,58	MUX-1
Polsat Sport	38 653	47 016	8 363	0,64%	0,77%	0,13	
Polo TV	25 597	45 032	19 435	0,42%	0,73%	0,31	MUX-1
Kino Polska	40 415	44 032	3 617	0,67%	0,72%	0,05	
TVN Style	34 944	42 040	7 096	0,58%	0,68%	0,10	
Nickelodeon	33 655	37 912	4 257	0,56%	0,62%	0,06	
Eska TV	20 667	37 627	16 960	0,34%	0,61%	0,27	MUX-1
TV6	12 061	37 524	25 463	0,20%	0,61%	0,41	MUX-2
TVP Rozrywka	0	29 517	29 517	0,00%	0,48%	0,48	MUX-3
Polsat Play	19 867	28 580	8 713	0,33%	0,47%	0,14	
TVN Turbo	29 590	28 201	-1 389	0,49%	0,46%	-0,05	
TVP Historia	11 578	27 702	16 124	0,19%	0,45%	0,26	MUX-3
Polsat Film	18 746	25 688	6 942	0,31%	0,42%	0,11	
TVP Kultura	15 933	25 285	9 352	0,26%	0,41%	0,15	MUX-3
Polsat Sport News	3 471	23 551	20 080	0,06%	0,38%	0,32	MUX-2
TVP HD	20 832	22 796	1 964	0,35%	0,37%	0,02	
TVP Regionalna	0	22 278	22 278	0,00%	0,36%	0,36	MUX-3
TVS	23 184	21 150	-2 034	0,38%	0,34%	-0,04	
Polsat Cafe	17 467	19 732	2 265	0,29%	0,32%	0,03	
TVP Sport	15 582	17 493	1 911	0,26%	0,28%	0,02	
4fun.tv	18 421	16 289	-2 132	0,31%	0,27%	-0,04	
Nickelodeon HD	0	15 273	15 273	0,00%	0,25%	0,25	
Tele 5	17 057	14 906	-2 151	0,28%	0,24%	-0,04	
Ale Kino+	17 246	13 308	-3 938	0,29%	0,22%	-0,07	
Superstacja	13 663	13 011	-652	0,23%	0,21%	-0,02	
Canal + Sport	10 608	12 469	1 861	0,18%	0,20%	0,02	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Dzienny czas oglądania programów telewizyjnych (druga kolumna w tabeli nr 8) zwiększył się o 4 min w porównaniu z ubiegłym rokiem. Podobnie jak rok wcześniej, największy spadek odnotowano

w przypadku programów telewizji publicznej (o 13 min). Niewielki wzrost dziennego czasu oglądania (o 5 min) odnotowały programy wyspecjalizowane.

Tabela nr 8. Wskaźniki oglądalności programów telewizyjnych w 2013 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmian w porównaniu z rokiem poprzednim

	2013		2012	
	Udział w czasie oglądania TV (%)	Dzienny czas oglądania	Udział w czasie oglądania TV (%)	Dzienny czas oglądania
wszystkie programy	100,00%	4 godz. 7 min	100,00%	4 godz. 3 min
programy TV publicznej	27,20%	1 godz. 59 min	32,34%	2 godz. 12 min
TVP 1	13,61%	1 godz. 11 min	15,41%	1 godz. 15 min
TVP 2	10,31%	1 godz. 1 min	12,56%	1 godz. 7 min
TVP INFO	2,60%	36 min	3,82%	40 min
TVP Polonia	0,68%	17 min	0,56%	17 min
koncesjonowane	39,26%	2 godz. 41 min	39,68%	2 godz. 38 min
TV Polsat	12,26%	1 godz. 13 min	13,97%	1 godz. 18 min
TVN	12,53%	1 godz. 12 min	13,93%	1 godz. 20 min
TV4	2,96%	33 min	2,49%	29 min
TV Puls	3,08%	40 min	2,33%	36 min
TVN 24	3,11%	59 min	3,06%	59 min
TVN 7	3,53%	39 min	2,53%	34 min
Polsat 2	1,79%	39 min	1,37%	32 min
wyspecjalizowane	33,54%	2 godz. 21 min	27,97%	2 godz. 16 min

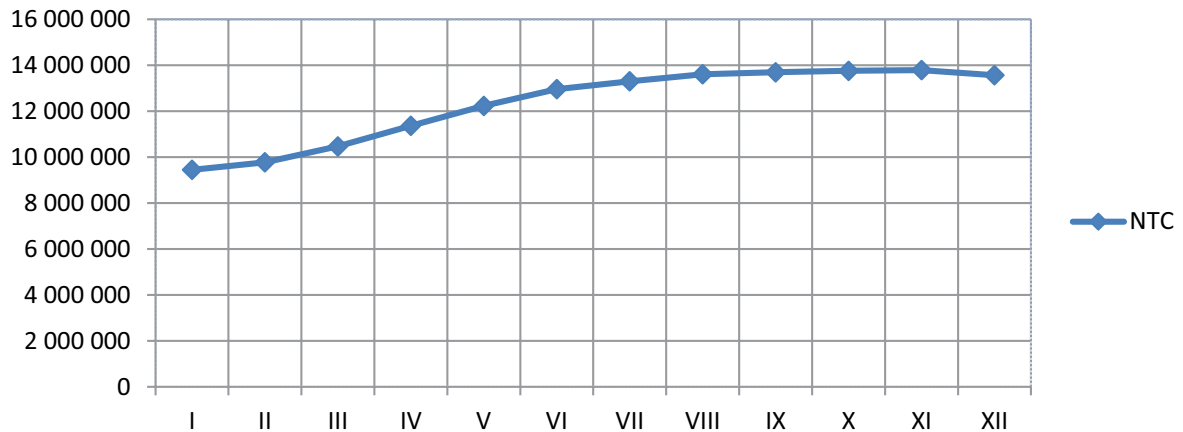
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Widownia naziemnej telewizji cyfrowej (NTC)

Z badań telemetrycznych wynika, że na początku 2013 r. dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) posiadało prawie 10 milionów Polaków, a pod koniec roku o blisko 4 miliony więcej. Wraz z kolejnymi wyłączeniami nadajników telewizji analogowej

i zastępowaniem ich nadajnikami cyfrowymi rosła liczba osób z dostępem do naziemnej telewizji cyfrowej. Po zakończeniu ostatniego etapu cyfryzacji liczba odbiorców NTC ustabilizowała się.

Wykres nr 37. Liczba osób korzystających z NTC w ciągu roku 2013 – zmiana

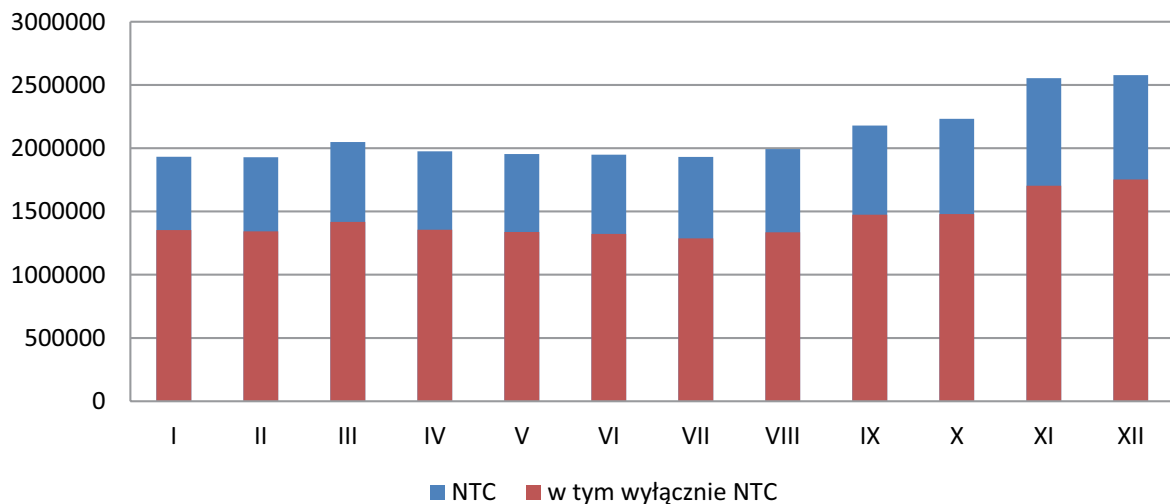


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Zmiany te znajdowały swoje odzwierciedlenie w rosnącej widowni naziemnej telewizji cyfrowej. Na początku roku programy rozprowadzane w ten sposób gromadziły łącznie 1,9 mln widzów, pod koniec oglądało je już 2,6 miliona odbiorców. Zmiany

wskaznika mierzącego średnią widownię minutową w ciągu roku z zaznaczeniem proporcji widzów korzystających wyłącznie z naziemnej telewizji cyfrowej przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres nr 38. Wielkość widowni NTC w 2013 r.

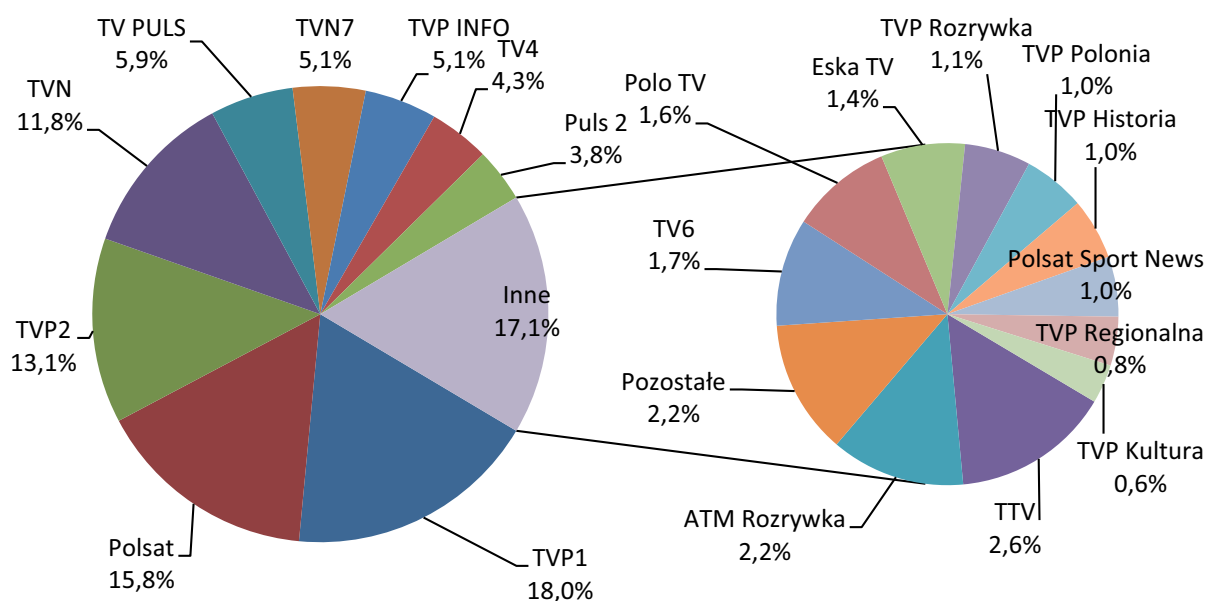


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Średnia minutowa widownia odbiorców korzystających wyłącznie z NTC stanowiła większość, tj. ok. 2/3 całej widowni naziemnej telewizji cyfrowej. Obserwowany pod koniec roku wzrost widowni naziemnej telewizji cyfrowej był związany ze wzrostem liczby osób mających dostęp do NTC. Z badania wynika, że w styczniu 2013 r. osób takich było 6 326 tysięcy, natomiast pod koniec roku liczba ta wzrosła do 9 075 tysięcy.

Na wykresie nr 39 przedstawiono podział widowni programów dostępnych wyłącznie w NTC. Programy tzw. „pozostałe” zajmowały ok. 2,2%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

Wykres nr 39. Podział rynku NTC w 2013 roku – dostęp wyłącznie do oferty NTC

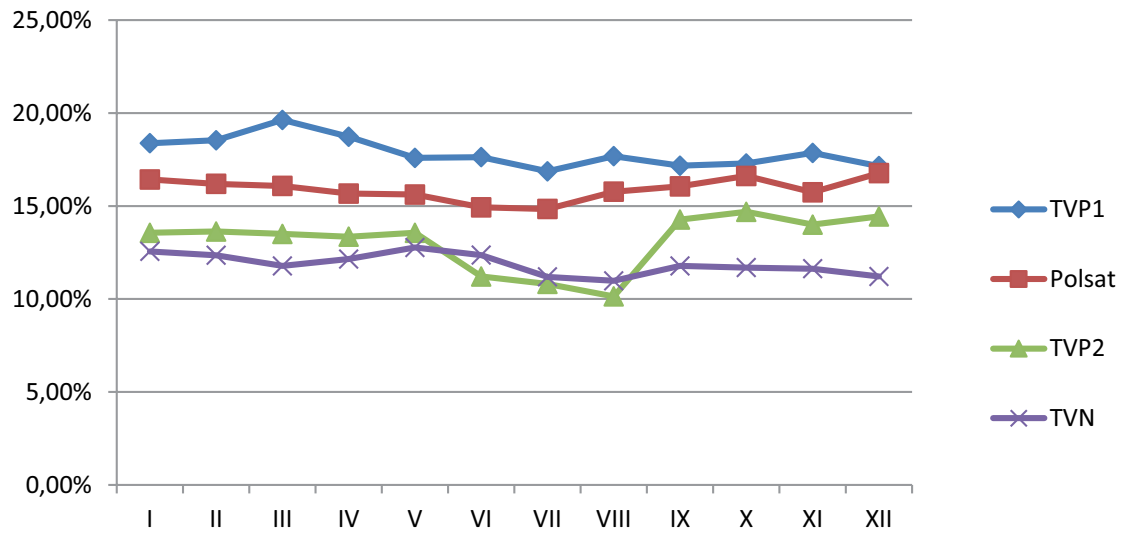


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Widzowie, którzy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej najczęściej wybierali TVP 1, Polsat, TVN i TVP 2, które łącznie miały prawie 60% widowni. Mniejszą popularnością (od 3,8% do 5,9%) cieszyły się Puls2, TV4, TVP INFO, TVN7, i TV Puls. W przedziale udziałów między 1% a 3%

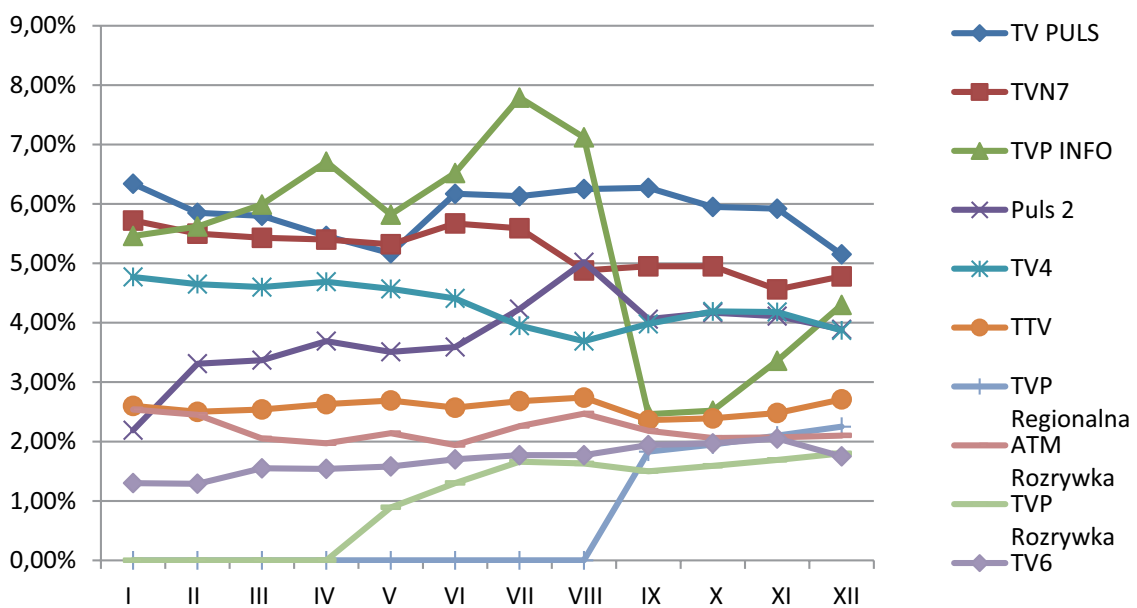
mieściły się TVP Rozrywka, TV 6, Eska TV, Polo TV, ATM Rozrywka, i TTV. Jeden procent i mniej zajmowały tematyczne programy telewizji publicznej i Polsat Sport News. Zmiany w ciągu roku z podziałem na programy o największym, średnim i najmniejszym udziale rynkowym przedstawiono na trzech wykresach poniżej.

Wykres nr 40. Udziały 4 programów o największej oglądalności w NTC w ciągu 2013 roku - średnie miesięczne



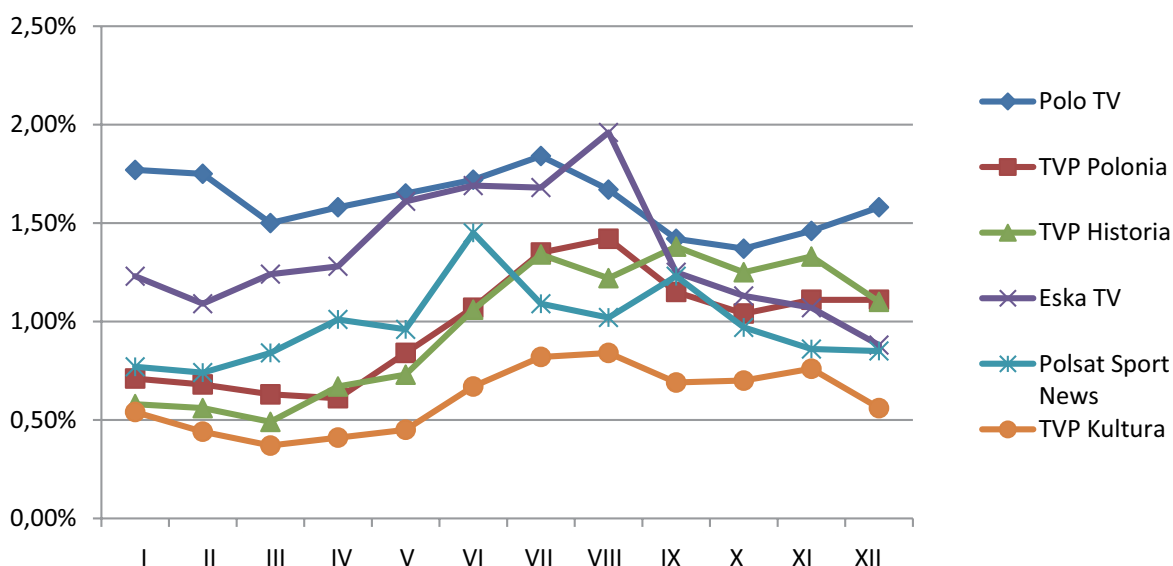
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Wykres nr 41. Udziały programów w NTC o oglądalności od 2 do 8% w ciągu 2013 roku - średnie miesięczne



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

Wykres nr 42. Udziały programów w NTC o oglądalności poniżej 2% w ciągu 2013 roku - średnie miesięczne



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

2.3 Audiowizualne usługi medialne na żądanie (VoD)

2.3.1 Sytuacja finansowa VoD

Rynek VoD w Polsce wciąż znajduje się w fazie rozwoju. Dostawcy usług VoD uzyskują przychody z dwóch źródeł: sprzedaży treści oraz sprzedaży czasu reklamowego. Z perspektywy kilku lat można stwierdzić, że w Polsce jak dotąd nie sprawdził się model sprzedaży treści⁷². Użytkownicy zdecydowanie nie chcą płacić za zamieszczone w serwisach materiały wideo. Nadal utrzymuje się wysoki poziom akceptacji dla konieczności obejrzenia reklam, w zamian za

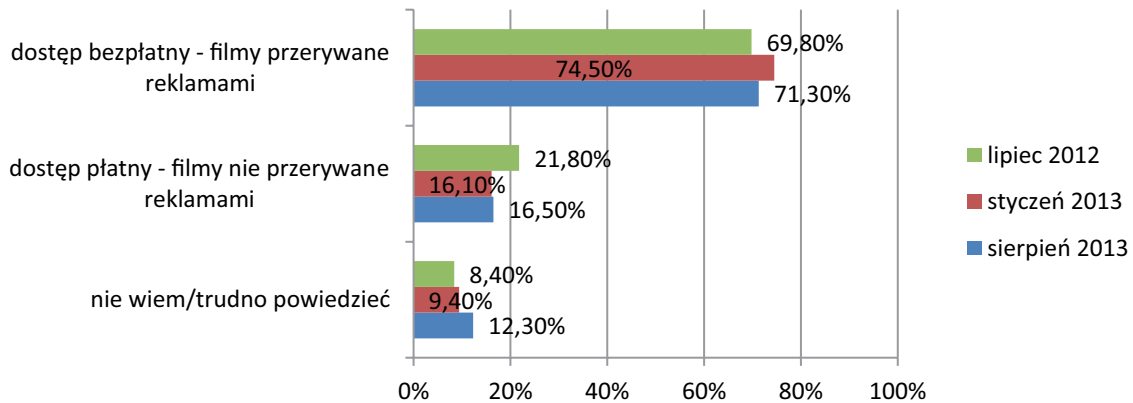
bezpłatne dostarczenie treści VoD. Obecnie ponad 70% widzów VoD akceptuje taki model oglądania.

Odbiorcy częściej akceptują reklamy emitowane przed wyświetleniem treści, natomiast bardzo irytuje ich przerywanie programu blokiem reklamowym. W przypadku osób skłonnych do płacenia za oglądane treści, barierą jest kwota 10 zł za jeden film⁷³.

⁷² Przykładem może być serwis VoD iplex.pl, który wycofał się z pobierania opłat za udostępnienie materiałów i uzyskuje dochody z zamieszczanych reklam.

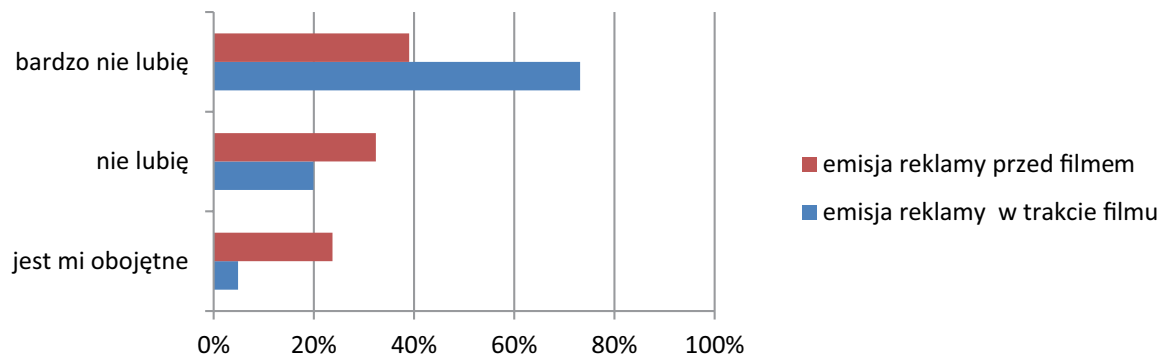
⁷³ Za treści niewystępujące w telewizji tradycyjnej.

Wykres nr 43. Preferowane przez widzów formy oglądania materiałów VoD



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Pentagon Research *Analiza rynku video on demand w Polsce* - wrzesień 2013 r.

Wykres nr 44. Reakcja widzów na emitowane spoty reklamowe



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu interaktywnie.com – *Wideo w Internecie*

Pomimo zastoju w pozyskiwaniu nowych widzów VoD⁷⁴, nastąpił duży wzrost wartości tego rynku, spowodowany przeniesieniem części budżetów reklamowych do Internetu⁷⁵. Rynek VoD w Polsce po trzech kwartałach 2013 r. wart był 98,2 mln zł, co stanowi wzrost o 47,6% w stosunku do analogicznego okresu w 2012 r.

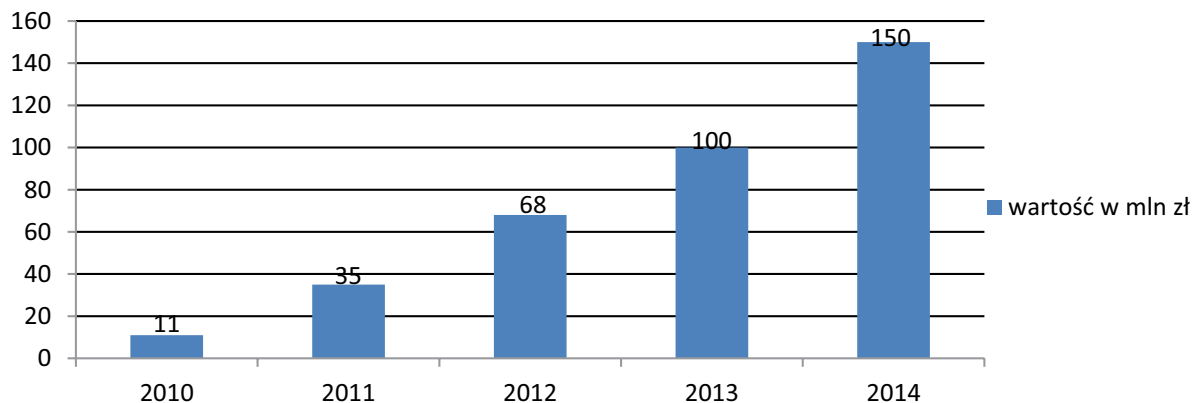
Największe spółki mediowe uważają, że rynek VoD to dla nich przyszłość. Reklama wideo on-line

stała się receptą na kryzys. Ten segment rynku był jednym z niewielu, które oparły się cięciom wydatków na reklamę. Tendencja przenoszenia budżetów reklamowych do Internetu, rosnąca liczba podłączanych do sieci telewizorów, rozwój technologii mobilnych oraz upowszechnienie dostępu do szerokopasmowego Internetu, spowodują w następnych latach dalszy wzrost wartości rynku VoD.

⁷⁴ Więcej na ten temat w rozdziale 2.3.2. Oferta programowa i popyt na usługi VoD.

⁷⁵ Wartość wydatków na reklamę w Internecie wynosi 22,5% całości wydatków reklamowych – *Rynek reklamy w Polsce po trzech kwartałach 2013 roku* – Raport Domu Mediowego Starlink.

Wykres nr 45. Wartość rynku VoD w Polsce⁷⁶



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2012*

2.3.2 Oferta programowa i popyt na usługi VoD

W Polsce rynek VoD nie jest w jeszcze w pełni rozwinięty i posiada dość ubogą ofertę programową w porównaniu do innych serwisów europejskich czy amerykańskich. W 2013 r. można było na tym rynku zaobserwować pewien zastój. Niewiele zauważalnych zmian w dostępnych katalogach spowodowało „nasylenie” odbiorców i brak chęci korzystania z materiałów VoD tak często, jak miało to miejsce w latach ubiegłych. Tylko dwóch dostawców tej usługi może poszczycić się kilkuprocentowymi wzrostami w stosunku do 2012 r.. Tvnplayer zanotował wzrost o 8,7%, a vod.tvp.pl o 3,2%. Aż 9 serwisów VoD zanotowało spadki liczby widzów. Jednocześnie o 5,6% wzrosła liczba osób, które nie korzystają z usług VoD.

Główną ofertę serwisów VoD w Polsce stanowią filmy, które miały już swoją dystrybucję kinową lub na DVD. Część serwisów, najczęściej związanych z dystrybutorami i producentami filmów kinowych,

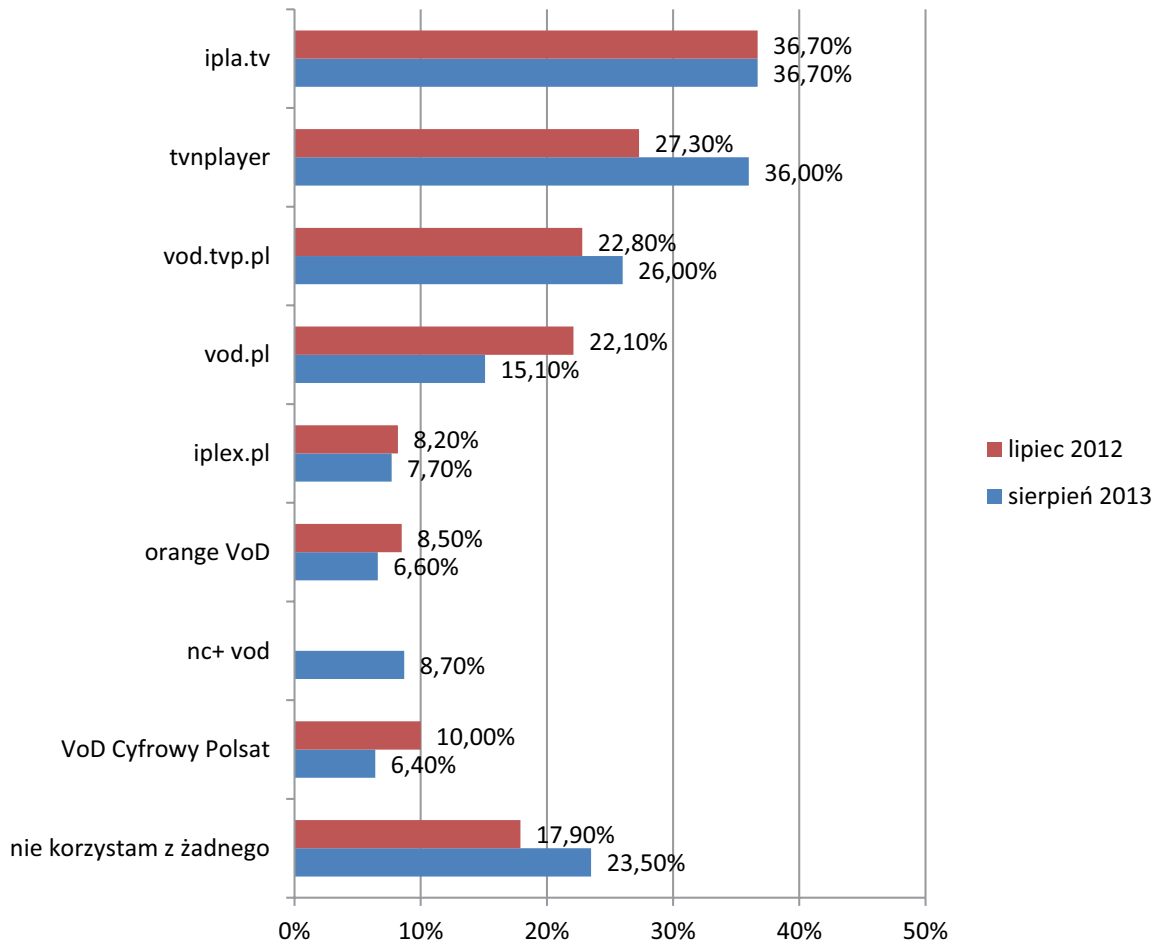
ma w swojej ofercie głównie produkcje filmowe. Przykładem może być tu serwis Cineman.pl. Inne serwisy zawierają ofertę filmową znaną głównie z dystrybucji DVD lub telewizyjnej, ale nie są to propozycje najnowsze i nie zawsze najlepsze. Jak wynika z opinii ekspertów IAB Polska, brak atrakcyjnej oferty filmowej w polskich serwisach VoD, spowodowany jest nadal stosunkowo dużą skalą piractwa.

Widzowie w 2013 r. najchętniej korzystali z treści VoD oferowanych przez serwisy ipla.pl, tvnplayer i vod.tvp.pl. Każdy z tych serwisów zebrał ponad 20% widzów spośród użytkowników VoD⁷⁷. Najpopularniejsze serwisy, z widownią ponad 10%, zestawiono na wykresie nr 46. Poniżej tej granicy znalazły się takie serwisy jak: UPC na żądanie, HBO on Demand, Vectra VoD, kinoplex.gazeta.pl, Multimedia, Toya VoD, Dialog, Inea VoD, cineman.pl oraz vodeon.pl z widownią na poziomie 0,2%.

⁷⁶ Wartość z 2013 r. oszacowana. Wartość 2014 r. prognozowana. Wg danych Atmedia.

⁷⁷ Większość widzów deklaruje korzystanie z wielu serwisów VoD.

Wykres nr 46. Korzystanie z usług dostawców VoD w latach 2012-2013



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Pentagon Research *Analiza rynku video on demand w Polsce* – wrzesień 2013 r.

Wśród operatorów telewizji kablowych, tylko największe firmy posiadają w swojej ofercie wideo na żądanie⁷⁸. Dostęp do VoD poprzez gniazda abonentów ma ograniczoną liczbą odbiorców, posiadających telewizję kablową dostarczaną tylko w sposób cyfrowy. Takich abonentów jest ok 45%. Ponieważ operatorzy kablowi, oprócz oferty telewizyjnej, dostarczają również dostęp do Internetu, uruchamiają serwisy VoD również na stronach internetowych, umożliwiając dostęp do nich posiadaczom analogowych gniazd abonentów.

Platformy satelitarne, ze względu na ograniczenia technologiczne, mają bardzo skromną ofertę VoD, która jest dostępna w systemie Push VoD⁷⁹. Ponieważ katalog jest niewielki, platformy dobierają go starannie i często wymieniają. Dostępne w ten sposób filmy są zazwyczaj nowsze i bardziej atrakcyjne.

Kolejną znaczącą grupą dostawców usług VoD są nadawcy telewizyjni. W ich serwisach (tvp vod, tvnplayer, ipla) umieszczane są filmy i seriale emitowanych na antenach.

⁷⁸ Swoje serwisy VoD posiadają: UPC, Multimedia, Vectra, Toya, Inea. Wśród mniejszych firm VoD posiadają Asta-Net i Promax.
⁷⁹ Push VoD jest to „domowa wypożyczalnia wideo”. Materiały zapisywane są na wydzielonym fragmencie dysku w dekoderyze odbiorcy i z tego miejsca odtwarzane (nie z centralnego serwera dostawcy, jak ma to miejsce w innych rodzajach VoD). Po określonym czasie materiały te są zastępowane innym pakietem programowym. Użytkownik w danym momencie może korzystać tylko z oferty, jaka została dla niego przygotowana i zapisana na dysku jego dekodera.

Istnieją również serwisy wyspecjalizowane na przykład Disney HD – kanał z filmami dla dzieci, Opoka TV – filmy o tematyce religijnej.

Oferta VoD dostępna jest również w wersji mobilnej na telefony komórkowe, oraz za pomocą

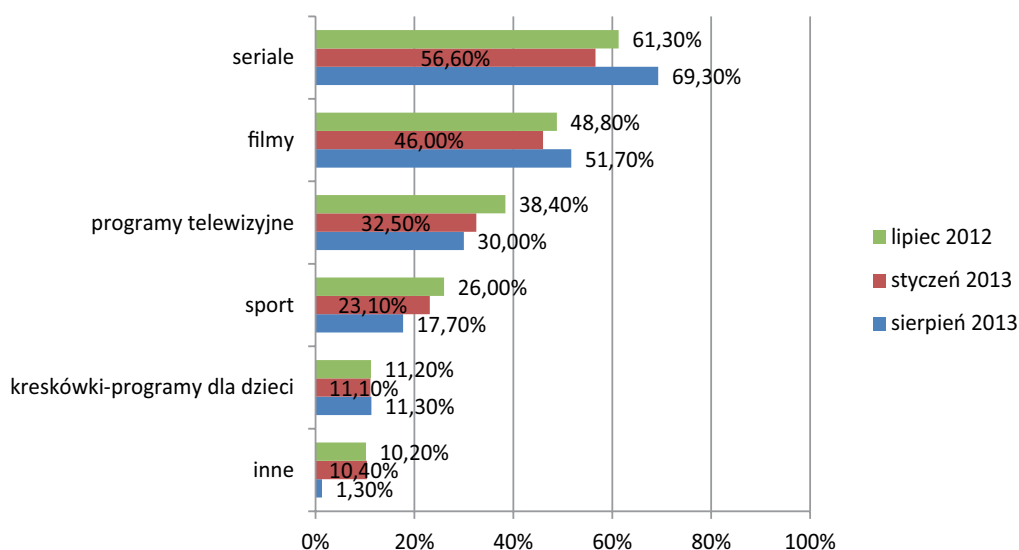
technologii Smart TV, bezpośrednio na ekranie telewizora, bez dodatkowych urządzeń⁸⁰. Telewizja Polska zamierza w 2014 r. udostępnić serwis VoD również za pomocą technologii HbbTV⁸¹.

Tabela nr 9. Udział widzów oglądających materiały VoD w Internecie na poszczególnych urządzeniach

	regularnie	sporadycznie
na komputerze stacjonarnym/laptopie	93,89%	94,35%
w smartfonie	35,34%	18,55%
na tablecie	19,41%	12,77%
w telewizorze podłączonym do Internetu	14,37%	8,91%
na konsoli do gier	3,39%	1,93%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu *Wideo w Internecie* – www.interaktywnie.com

Wykres nr 47. Kategoria programów najchętniej oglądanych przez widzów VoD



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Pentagon Research *Analiza rynku video on demand w Polsce* - wrzesień 2013 r.

Warto zauważyć, jak dużo osób korzysta przy oglądaniu materiałów VoD ze smartfonów. Jest ich ponad połowa więcej, niż tych oglądających materiały na telewizorze Smart TV. Zjawisko to spowodowane jest ogromnym wzrostem popularności

tych urządzeń⁸² oraz faktem, że dzięki nim możliwe jest w pełni wykorzystanie zalet VoD, o których najczęściej mówią odbiorcy: „oglądam co chcę, kiedy chcę i gdzie chcę”.

⁸⁰ Telewizor musi być wyposażony w technologię Smart TV.

⁸¹ Oferta dostępna będzie bezpośrednio na ekranie telewizora podłączonego do Internetu, bez żadnych dodatkowych urządzeń. Telewizor musi być wyposażony w technologię HbbTV.

⁸² Smartfony posiada 35% posiadaczy telefonów komórkowych z czego do łączenia z Internetem używa ich 36% – *Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2013 roku*, UKE 2013 r.

Tabela nr 10. Porównanie ofert VoD dostępnych w Polsce w 2013 r.

Serwis	Data wprowadzenia oferty	Liczba oferowanych filmów	Czas dostępności filmów
WYPOŻYCZALNIE INTERNETOWE			
iplex.pl	luty 2008	2776 (+1 500) ⁸³	30 dni
ipla.tv	grudzień 2009	2 121	30 dni
vod.pl	luty 2010	1 244	24 h
tvp.pl/vod	czerwiec 2010	732	24h
kinoplex.gazeta.pl	styczeń 2011	331	-
tvnplayer.pl	sierpień 2011	317	-
strefavod.pl	czerwiec 2012	581	48h lub 30 dni
PLATFORMY CYFROWE			
Vod+	marzec 2013	7 000 ⁸⁴	48h
Cyfrowy Polsat	listopad 2010	20	
OPERATORZY KABLOWI			
Inea	grudzień 2010	25	24h
Multimedia Polska	wrzesień 2007	1 103	24h
UPC	grudzień 2009	4 000	24h
OPERATORZY TELEKOMUNIKACYJNI			
Orange	wrzesień 2006	196	48h
Jambox	marzec 2008	151	24h
Inotel	kwiecień 2008	46	24h
netia	czerwiec 2008	300	24h

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*

Największą popularnością wśród widzów VoD cieszą się seriale telewizyjne⁸⁵. Wynika to prawdopodobnie z faktu, że większość tego typu produkcji

oferowana jest bezpłatnie. Natomiast dość niską oglądalnością charakteryzują się programy dla dzieci, co pokazuje wykres nr 47 (str. 50).

⁸³ Dodatkowo właściciel serwisu Cyfrowy Polsat oferuje 1 500 pozycji VoD dostępnych na komputer za pomocą aplikacji ipla.

⁸⁴ Po podłączeniu odbiornika satelitarnego do Internetu.

⁸⁵ Najczęściej seriale wybierane są przez osoby o wyższym wykształceniu – 69,8% i studentów - 72,5%. Filmy fabularne najczęściej wybierają osoby z wykształceniem zawodowym – 78,5%.

W 2013 r. najchętniej korzystano z serwisu vod.pl. O ile w lutym 2013 r. miał 2,6 mln użytkowników, o tyle w lipcu tego samego roku było ich już ponad 3,6 mln. Rekordowe wyniki vod.pl zawdzięcza przyjętej strategii doboru tytułów w katalogu. Serwis

jest aktualizowany codziennie i zawiera oprócz hitów kinowych i nowości, również klasykę polskiej kinematografii. W serwisie, co ważne dla odbiorców, jest ponad 4 500 pozycji bezpłatnych⁸⁶.

Tabela nr 11. Najczęściej odwiedzane serwisy VoD - luty 2013 r.

Serwis	Użytkownicy	Odsłony stacjonarne	Czas na RU ⁸⁷	Odsłony mobilne	Zasięg
vod.pl	2 630 466	28 500 799	1:57:48	326 959	13,38%
ipla ⁸⁸	1 758 314	-	-	-	8,94%
tvnplayer.pl	1 004 801	42 586 505	9:23:44	437 810	5,11%
ipla.tv	955 814	20 967 483	2:40:15	481 756	4,86%
tvp.pl-vod	498 855	8 355 216	3:51:52	132 345	2,54%
iplex.pl	249 406	4 578 136	0:14:40	77 005	1,27%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Megapanel PBI/Gemius 2013

Tabela nr 12. Serwisy VoD - porównanie 2012r. i 2013r.

Serwis	Luty 2012 r.			Luty 2013 r.		
	Użytkownicy	Odsłony ogółem	Czas na RU	Użytkownicy	Odsłony ogółem	Czas na RU
vod.pl	2 503 929	24 073 772	01:23:12	2 630 466	28 827 758	01:57:48
tvnplayer	902 375	48 832 516	11:13:10	1 004 801	43 024 315	09:23:44
ipla.tv	384 434	5 566 305	00:11:56	955 814	21 449 239	02:40:15
tvp.pl-vod	299 521	6 075 027	01:47:52	498 855	8 487 561	03:51:52
iplex.pl	259 412	8 177 017	00:28:17	249 406	4 655 141	00:15:40

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Megapanel PBI/Gemius 2013

⁸⁶ Wypowiedź Sabiny Lipskiej – szefa projektu VoD.pl dla portalu Onet.pl:<http://ofirmie.onet.pl/vod.pl-niezmiennie-umacnia-pozycje-lidera-na-ryнку-serwisow-wideo> (dostęp 20.03.2014).

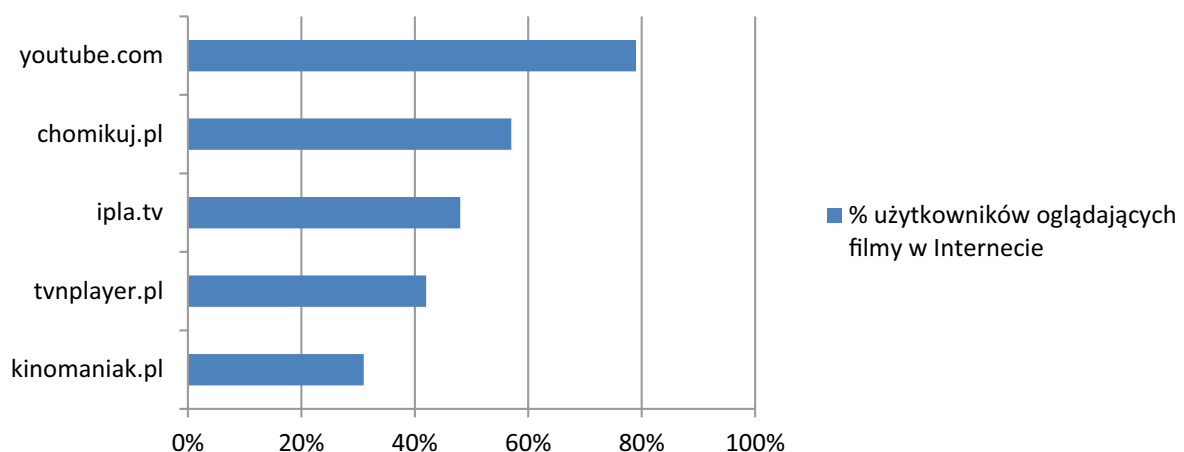
⁸⁷ Czas jaki spędzają na stronie danego serwisu „real users” czyli realni, fizyczni użytkownicy.

⁸⁸ Jest to aplikacja Cyfrowego Polsatu, która odnotowała 2 874 tys. uruchomień.

Należy również zwrócić uwagę na serwisy będące źródłem materiałów audiowizualnych, a które w świetle ustawy o radiofonii i telewizji nie są kwalifikowane jako serwisy VoD. Najważniejszymi z nich są YouTube i Chomikuj.pl. Pierwszy z nich umożliwia oglądanie treści wideo w Internecie, drugi pozwala na ich ściągnięcie na własny dysk i oglądanie w dowolnym czasie. Serwisy te osiągnęły bardzo dużą popularność. Użytkowników wybierających filmy z ich oferty jest zdecydowanie więcej niż tych, którzy oglądają je na platformach VoD.

Wydaje się, że przełamanie zastoju na rynku VoD możliwe jest tylko w przypadku, gdy dostawcy zdecydują się na podniesienie atrakcyjności katalogów. Jak już wspomniano, dla Polaków najatrakcyjniejszy jest model bezpłatnego dostępu do treści, nawet przerywanych reklamami. Na zmianę tej postawy mogłoby wpłynąć wejście na polski rynek VoD którejś z wielkich firm zagranicznych. Ich szeroka i atrakcyjna oferta programowa, w połączeniu z odpowiednio skalkulowaną ceną, mogłaby ożywić i zmienić krajobraz na krajowym rynku wideo na żądanie.

Wykres nr 48. Odsetek użytkowników wybierający dany serwis do oglądania filmów w Internecie



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu Tomo Group, *Badanie rynku audiowizualnego* – grudzień 2013 r.

3 INNE MEDIA

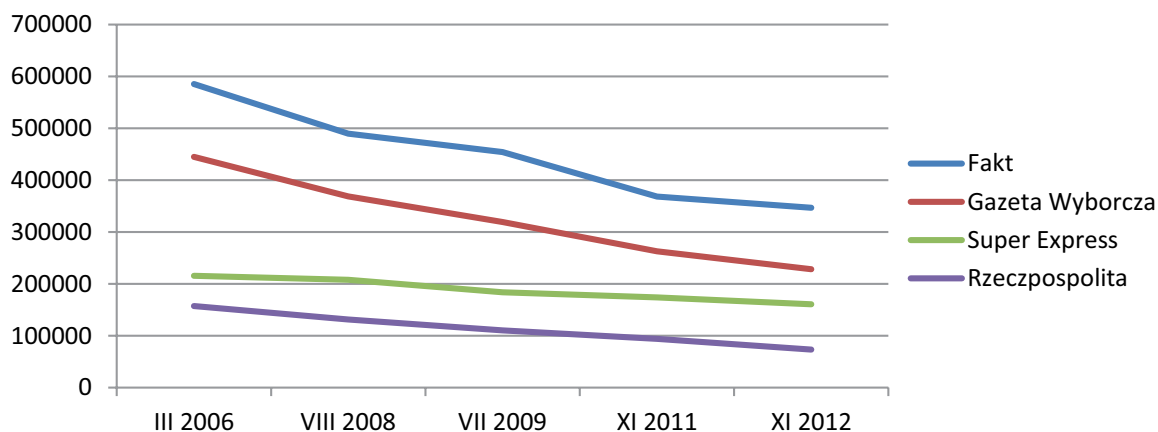
3.1 Prasa

Jak wykazują prasoznawcy⁸⁹, mimo generalnego rozwoju rynku prasowego w Polsce, czytelnictwo dzienników systematycznie spada, o 30% w latach 1990-2010. Rok 2013 był 6. z rzędu rokiem spadku sprzedaży dzienników ogólnopolskich, regionalnych i tygodników. W rezultacie spadały też

przeznaczone na prasę budżety reklamowe, co zmuszało wydawców do redukcji zatrudnienia. Media drukowane i reklamodawcy migrowali do Internetu, a wydawcy prasy wprowadzali opłaty za korzystanie z e-wydań.

⁸⁹ Np. Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, *Rynek prasowy w Polsce w latach 1990-2010*, Studia Medioznawcze UW 2/2012, http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2012_2_49/pelny.pdf, (dostęp 10.02.2014).

Wykres nr 49. Spadek sprzedaży największych dzienników w latach 2006-2012



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy

3.1.1 Własność prasy

Od lat 90. XX w. największym wydawcą prasy w Polsce jest niemiecka Grupa Bauer (36 tytułów, m.in. *Tele Tydzień*, *Życie na Gorąco*, *To&Owo*, *Świat Kobiety*, *Kobieta i Życie*). Następna, polska Agora SA, wydaje *Gazetę Wyborczą*, bezpłatne *Metro* i kilkanaście czasopism, między innymi *Avanti*, *Logo*, *Kuchnia* i *Cztery Kąty*. Kolejny największy wydawca, Ringier Axel Springer Polska sp. z o. o. to część międzynarodowej spółki medialnej Ringier Axel Springer Media AG. Wydaje on największy polski tabloid *Fakt*, dziennik *Przegląd Sportowy*, tygodnik *Newsweek* i miesięcznik *Forbes*. Spółka ma też 49% udziałów w Infor SA, wydawcy *Dziennika Gazety Prawnej*.

Na rynku gazet regionalnych do 2013 r. dominowali dwaj wydawcy – spółka Polskapresse, należąca do niemieckiej Verlagsgruppe Passau GmbH (10 tytułów) i spółka Media Regionalne (9 tytułów) należąca do brytyjskiego funduszu powierniczego Mecom. W marcu 2013 r. Mecom sprzedał swoje udziały Polskapresse, która obecnie wydaje 19 dzienników regionalnych, liczne tygodniki oraz bezpłatny dziennik *Nasze Miasto*.

Spółka Murator SA należąca do Zjednoczonych Przedsiębiorstw Rozrywkowych SA, własności Zbigniewa Benbenka, wydaje tabloid *Super Express*. Wydawnictwo Westa Druk Wiesława Kulisia wydaje tygodnik przedruków *Angora*.

Presspublika Grzegorza Hajdarowicza wydaje dziennik *Rzeczpospolita*, *Parkiet* *Gazetę Giełdy* oraz tygodnik *Uważam Rze*. W 2013 r. Presspublika zaprzestała wydawania tygodnika *Przekrój*, ukazującego się od 1945 r.

Platforma Mediowa Point Group Michała Lisieckiego wydaje tygodnik *Wprost* i tygodnik *Do Rzeczy* Pawła Lisieckiego, byłego redaktora naczelnego *Rzeczpospolitej*. Tygodnik *W Sieci* wydawany jest przez spółkę Fratria. Niezależne Wydawnictwo Polskie sp. z o. o. jest wydawcą tabloidu *Gazeta Polska Codziennie*, tygodnika *Gazeta Polska* oraz miesięcznika *Nowe Państwo*.

Bonnier Business (Polska) sp. z o. o., szwedzkiej spółki Bonnier AB, wydaje dziennik *Puls Biznesu*.

Niektórzy wydawcy prasy posiadają również udziały w innych segmentach rynku medialnego. Zjawisko takie określane jest mianem własności krzyżowej.

I tak: w radiofonii Agora SA ma 35 lokalnych rozgłośni radiowych i jedną rozgłośnię ponadregionalną TOK FM nadającą w 17 miastach, Radio Złote Przeboje nadające w 21 miastach oraz Rock Radio nadające w 7 miastach. W Internecie ta sama spółka ma m. in. portale: gazeta.pl, polygamia.pl, plotek.pl, sport.pl, domosfera.pl., serwisy muzyczne Tuba FM, Tuba.pl i Tuba TV oraz portal informacyjny Tokfm.pl, portal muzyczny tuba.fm, radio internetowe tuba.fm oraz spółkę A2Multimedia, produkującą seriale internetowe. Agora SA jest ponadto właścicielem agencji reklamy zewnętrznej AMS, 32 kin sieci Helios SA oraz drukarni.

Bauer Media Group posiada ogólnopolskie Radio RMF, Radio RMF Classic nadające w 17 miastach, 35 stacji radiowych RMF Maxxx oraz cztery stacje radiowe sieci GRA w województwie kujawsko-pomorskim. Grupa ta ma ponadto portal Interia.pl, Interia.tv, Chomikuj.pl i Rmfon.pl.

Niezależne Wydawnictwo Polskie sp. z o. o. ma portal gazetapolska.pl, anglojęzyczny portal freepl.info oraz platformę vod.gazetapolska.pl. Od 2013 roku działa w Internecie Telewizja Republika, związana z *Gazetą Polską*, nadająca także w sieciach kablowych i satelitarnie.

3.1.2 Dzienniki ogólnopolskie

W 2013 r. wychodziło 12 płatnych dzienników ogólnokrajowych. Były to: 3 tabloidy: *Fakt*, *Super Express* i *Gazeta Polska Codziennie*, 3 gazety opinio-twórcze: *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita* oraz *Polska The Times* wydawany lokalnie, ale z częścią ogólnopolską oraz dzienniki specjalistyczne: *Dziennik Gazeta Prawna*, *Gazeta Podatkowa*, *Puls Biznesu*, *Parkiet Gazeta Giełdy*, a także *Przegląd Sportowy* i *Sport*. Wychodziły również 2 bezpłatne dzienniki: *Metro* i *Echo Miasta*.

W omawianym roku spadła sprzedaż wszystkich dzienników ogólnokrajowych. Sprzedaż *Rzeczpospolitej* spadła o 20% - prawie o tyle samo, co rok wcześniej (o 21%) - do 64 tys. egz. z 80 tys. w 2012 r. Sprzedaż *Gazety Wyborczej* spadła o 16% (w 2012 o 13%), *Super Expressu* o 4% (w 2012 roku o 8%) a *Faktu* o 9% (w 2012 roku o 6%). *Gazeta Polska Codziennie* w 2013 roku zmniejszyła sprzedaż o 7% (w 2012 r. była taka sama jak rok wcześniej)⁹⁰.

3.1.3 Dzienniki regionalne

W 9 województwach wychodzi jeden dziennik regionalny. W 7 (kujawsko-pomorskie, lubelskie, łódzkie, małopolskie, podkarpackie, podlaskie i zachodniopomorskie) ukazują się więcej niż jeden tytuł regionalny. W 20 miastach *Gazeta Wyborcza* ma swoje dodatki lokalne, sprzedawane razem z wydaniem ogólnopolskim (w roku 2013 ubyły2).

Poza Polskapresse tytuły regionalne (*Express Bydgoski* i *Nowości-Dziennik Toruński*) wydaje Express Media sp. z o. o., własność niemieckiego wydawcy Rheinische Post z Düsseldorfu. Trzy gazety regionalne: rzeszowskie *Super Nowości* (Wydawnictwo Prasowe Super Nowości), *Gazeta Olsztyńska/Dziennik Elbląski* (Edytor) oraz *Kurier Szczeciński* (Kurier Szczeciński sp. z o. o.) należą do małych spółek, które wydają po jednym dzienniku regionalnym.

Najwyższą sprzedaż w 2013 r., prawie 51 tys. egzemplarzy, utrzymał *Polska Dziennik Zachodni* (spadek o 10% w porównaniu do 2012 roku), druga była *Gazeta Pomorska* (49 tys. egz., spadek o 11%), trzecia *Polska Głos Wielkopolski* (36 tys. – spadek o 7%).

⁹⁰ www.wirtualnemedi.pl/artykul/duze-spadki-sprzedazy-dziennikow-w-2013-papier-nadal-jest-najbardziej-dochodowy (dostęp 10.02.2014 r.).

3.1.4 Czasopisma

Najwyższe udziały w sprzedaży i czytelnictwie prasy mają pisma: telewizyjne, kobiece, opiniotwórcze, motoryzacyjne, komputerowe, sportowe, młodzieżowe, lokalne, wnętrzarskie, budowlane i architektoniczne, kulinarne, dla mężczyzn, dla dzieci i hobbystyczne. Czasopisma telewizyjne i kobiece należą przede wszystkim do wydawców zagranicznych, takich jak Grupa Bauer, Ringier Axel Springier, Polskapresse, Gruner + Jahr, Edipresse, Burda.

Wśród tygodników najwięcej egzemplarzy od lat sprzedaje *Tele Tydzień* Bauera (w 2013 r. 885 tys. – spadek o 8% w porównaniu do 2012 r.). Drugie było *Życie na Gorąco*, także Bauera, (587 tys., spadek o 1%). Trzeci – magazyn telewizyjny Bauera *To&Owo* (380 tys., spadek o 4%). Czwarte miejsce zajmował w 2013 r. *Tygodnik Angora* (Westa-Druk Mirosław Kuliś), którego średnia sprzedaż wyniosła 325 tys. egz. (spadek o 3,5%).

Tygodniki opinii swoje szczytowe udziały w rynku miały w 2007 roku. Od tego czasu rośnie jedynie czytelnictwo *Gościa Niedzielnego* i tygodnika przedruków *Angora* oraz następuje przechodzenie czytelników za autorami do nowopowstających tytułów.

Gość Niedzielny ze sprzedażą 143 tys. egz. (tyle samo co w 2012 r., po spadku o 3% w stosunku do 2011 r.) znalazł się na 12 miejscu pod względem sprzedaży. *Polityka* ze sprzedażą 123 tys. (wzrost o 3% po spadku o 7% w 2012 r.) – na 14 miejscu; *Newsweek* ze sprzedażą 115 tys. (spadek o 11% po wzroście o 29% w 2012 r.) – na 16. *Wprost* sprzedawał 52 tys. (spadek o 21% po spadku o 33% w 2012 r.) i był na 22 miejscu. *Tygodnik Powszechny* sprzedawał w 2013 r. 16 tys. egz. (w 2012 r. jego sprzedaż spadła o prawie 25%). *Gazeta Polska*, która rok temu notowała wzrost sprzedaży o 9%, w 2013 r. odczuła spadek o 27%, do 50 tys. egz.

Nowe tygodniki, które weszły na rynek na przełomie 2012 i 2013 r.: *W Sieci* i *Do Rzeczy* osiągnęły sprzedaż 83 tys. i 72 tys. egzemplarzy. Tygodnik *Uważam Rze*, powiązany z *Rzeczpospolitą*, w listopadzie 2013 r. sprzedał tylko 19 tys. egz. (spadek o 85% w stosunku do sprzedaży w 2012 r.) i został przekształcony w miesięcznik.

3.1.5 Przyczyny i konsekwencje zmian na rynku prasowym

Zmniejszająca się sprzedaż prasy powoduje spadek jej wpływów z reklam. W 2013 r. wydatki reklamowe w prasie wg cenników wyniosły 1,7 mld zł, o ponad 300 mln zł (15%) mniej niż w roku 2012. Był to dla prasy kolejny rok ostro spadających wpływów reklamowych.

Na reklamach w *Gazecie Wyborczej* Agora zarobiła 478 mln zł, o 112 mln zł mniej niż w 2012 r. (spadek o 29%). Przychody reklamowe *Rzeczpospolitej* i *Pulsu Biznesu* zmalały o 26%, bezpłatnego *Metra* o 13%, *Naszego Miasta* o 28%, *Faktu* o 11% a *Super Expressu* o 9%. Rzeczywisty spadek wpływów z reklam mógł być faktycznie jeszcze większy, ze względu na wysokie upusty od cenników.⁹¹

Spadek przychodów z reklamy, którego nie kompensowały podwyżki cen prasy, zmusił wydawców do cięcia kosztów. Rok 2013 był kolejnym, w którym ograniczano zatrudnienie w redakcjach, obniżano wynagrodzenia i wymuszano samozatrudnianie pracowników.

Spadek sprzedaży prasy wynika z coraz powszechniejszego dostępu do informacji w Internecie, w tym do stron internetowych i e-wydań prasy. Prasa w sieci przystosowuje się do odbioru na komputerach, tabletach i smartfonach. Czytanie, oglądanie i słuchanie prasy w sieci umożliwia też reagowanie na jej treść. Poprzez komentarze, blogi i tweety, nadsyłanie zdjęć i filmów, odbiorcy mediów stają się także ich twórcami.

⁹¹ www.starlink.pl/Analizy-trendow-mediowych/149//all/Po-Trzech-Kwartalach--2013-Roku-Rynek-Reklamy-Skurczyl-Sie-O-5-7-Proc-.html (dostęp 10.02.2014).

W 2013 r. wśród dzienników ogólnopolskich najwięcej e-wydań sprzedawała *Rzeczpospolita* (10,3 tys.) i *Dziennik Gazeta Prawna* (9,4 tys.). *Gazeta Wyborcza* miała ich poniżej 2 tys. E-wydania stanowią wciąż małą część całości sprzedaży dzienników (19% *Dziennika Gazety Prawnej*, 16% *Rzeczpospolitej* i 1% *Gazety Wyborczej*)⁹². Podobne zjawisko występuje na rynku czasopism.

Wydawcy coraz częściej szukają przychodów w udostępnianiu treści w sieci. Na początku 2014 r. *Gazeta Wyborcza* wprowadziła zasadę odpłatnego korzystania z jej e-artykułów powyżej 10 na miesiąc. W lipcu 2012 r. ruszyła usługa Piano Media Poland, oferująca 46 ogólnokrajowych i regionalnych gazet codziennych oraz 14 czasopism, a także strony polskieradio.pl za 20 zł miesięcznie. Internet jest jednocześnie jedynym segmentem mediów, w którym w 2013 r. nastąpił wzrost wydatków reklamowych o prawie 8%, przy generalnym ich spadku o 6%.

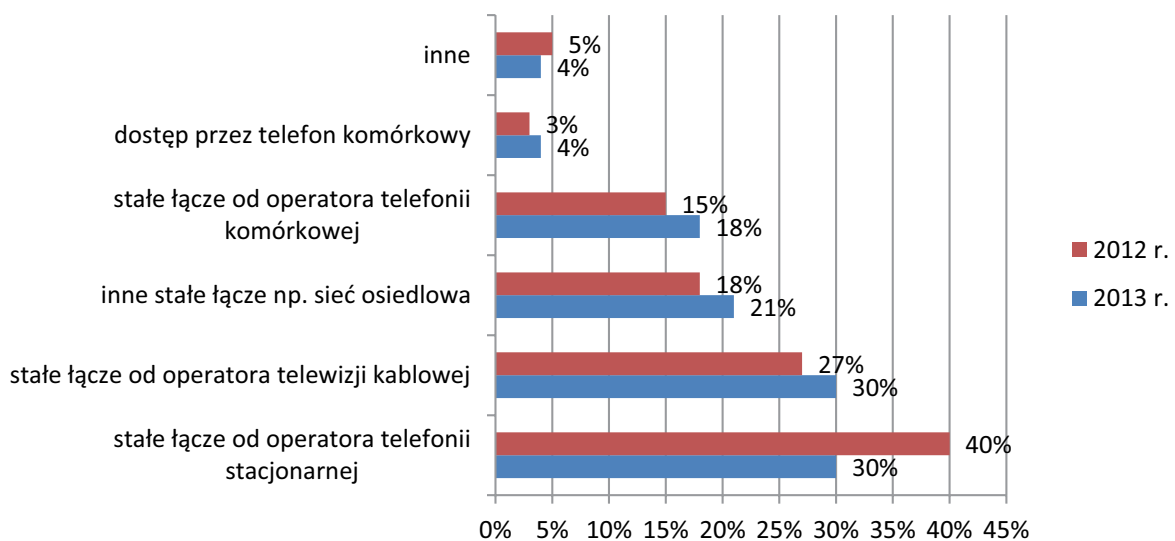
3.2 Internet i telekomunikacja

3.2.1 Dostęp do Internetu

Z badań dostępności Internetu w gospodarstwach domowych wynika, że w 2013 r.:

- 71,9% gospodarstw domowych⁹³ posiadało dostęp do sieci,
- 60,6% użytkowników korzystało z Internetu w domu, 20,8% w miejscu pracy,
- 68,8% łącz dostępowych do sieci to łącza szerokopasmowe, najpopularniejsze są łącza o przepustowości 2 do 6 MB/s,
- najwyższy udział wśród gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu, zaobserwowano na terenach wysoko zurbanizowanych – 78,5%, najniższy na obszarach nisko zurbanizowanych w Polsce Wschodniej - 64,5%, ale różnice te szybko się zmniejszają,
- podobnie jak w 2012 r., gospodarstwa domowe posiadające dzieci, miały częściej dostęp do Internetu (93,1%) niż te, które ich nie posiadały (61,2%).

Wykres nr 50. Sposoby łączenia się gospodarstw domowych z siecią Internet



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Rady Monitoringu Społecznego *Diagnoza Społeczna 2013*

⁹² www.wirtualnemedial.pl/artykul/dziennik-gazeta-prawna-na-czele-sprzedazy-e-wydan-przeglad-sportowy-z-najwiekszym-wzrostem (dostęp 10.02.2014 r.)

⁹³ Główny Urząd Statystyczny *Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2009-2013* – GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie. 2013 r.

Gospodarstwa domowe coraz rzadziej korzystają z dostępu do sieci proponowanej przez operatorów telefonii stacjonarnej. W 2013 r. nastąpił tu spadek o 10% w stosunku do roku poprzedniego. Rośnie natomiast udział dostępu zapewnianego przez operatorów sieci komórkowych. Wynika to z jednej strony z obniżenia cen dostępu, a z drugiej z możliwości doprowadzenia łącza w miejsca, gdzie nie ma połączenia kablowego.

3.2.2 Korzystanie z Internetu

Jak wynika z danych GUS⁹⁴, w 2013 r. z Internetu korzystało regularnie⁹⁵ 59,9% osób w wieku 16-74 lata. Z dostępu do sieci najczęściej korzystają osoby w wieku 16-24 lata, najrzadziej osoby w grupie wiekowej 65-74 lata. Studenci i uczniowie są największą grupą wykorzystującą Internet. Aż 98,6% tej grupy regularnie korzysta z sieci. Aktywną grupą są również osoby pracujące na własny rachunek – 83,3% z nich to regularni użytkownicy. Na przeciwnym biegunie internetowej aktywności są emeryci i osoby biernie zawodowo (26,7% użytkowników). Jeżeli przyjrzeć się wykształceniu osób korzystających z sieci, to najwięcej znajdziemy ich wśród osób z wyższym wykształceniem, bo aż 92,9%. Najmniej – 39,5% – wśród osób z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym.

Internauci najczęściej używali sieci do odbierania i wysyłania poczty elektronicznej (51,5%). Oprócz tej aktywności najczęściej szukano w Internecie informacji o towarach i usługach (45,5%), udzielano się na portalach społecznościowych (37,3%), oraz korzystano z elektronicznej bankowości (32%).

Największą popularnością wśród serwisów internetowych⁹⁶ w listopadzie 2013 roku cieszyły się:

- wyszukiwarki internetowe Google
 - wzrost o 2,85% w stosunku do 2012 r.,
- serwis Allegro
 - wzrost zasięgu o 20,11% w stosunku do 2012 r.,
- portal społecznościowy Facebook
 - wzrost o 5,22% w stosunku do roku 2012.

Po raz pierwszy w zestawieniu znalazły się serwisy:

- Szukaj.com⁹⁷ – wyszukiwarka internetowa,
- ask.com⁹⁸ – wyszukiwarka internetowa,
- mozilla.org⁹⁹ – przeglądarka internetowa, mobilny system operacyjny.

3.2.3 Internet mobilny

W 2013 r. nadal widoczny był wzrost zainteresowania Internetem mobilnym. Ponad 30% osób w przedziale wiekowym 16-74 lat korzystało podczas łączenia się z Internetem z technologii przenośnych. Jest to wzrost o 8,5 p.p. w stosunku do roku 2012. Największy odsetek użytkowników stanowili uczniowie i studenci, oraz inne osoby w wieku 16-24 lat.

Z telefonów komórkowych i smartfonów do łączenia się z mobilnym Internetem korzystało 20,7% użytkowników, zaś 19,9% – z tabletów i laptopów. Internet mobilny zawdzięcza swoją popularność coraz niższym cenom urządzeń¹⁰⁰, poprawie infrastruktury technicznej operatorów¹⁰¹ oraz obniżeniu cen za transfer danych.

⁹⁴ *Spółczesność informacyjna w Polsce*. Wyniki badań statystycznych z lat 2009-2013 – GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie.

⁹⁵ Co najmniej raz w tygodniu.

⁹⁶ Badanie-Megapanel PBI/Gemius – listopad 2013 r.

⁹⁷ Należąca do Welino GmbH z Niemiec.

⁹⁸ Właścicielem serwisu jest amerykańska firma IAC Search & Media, Inc.

⁹⁹ Właścicielem serwisu jest Mozilla Corporation z siedzibą w USA.

¹⁰⁰ Tablety są już oferowane w sieciach spożywczych takich jak Biedronka, za bardzo przystępne ceny. Smartfony są masowo dotowane przez operatorów sieci komórkowych.

¹⁰¹ Operatorzy modernizują swoje stacje na potrzeby szybkiego Internetu mobilnego.

Bardzo dużą rolę w upowszechnieniu mobilnego Internetu odegrał dynamiczny rozwój technologii LTE¹⁰². Wiodącym operatorem tego rozwiązania jest sieć telefonii komórkowej Plus. Zasięgiem LTE tej sieci

na koniec 2013 r. objętych było 57,74% mieszkańców Polski¹⁰³. System LTE wprowadza również sieć Play, ale w tym przypadku jest on dostępny na ograniczonym obszarze.

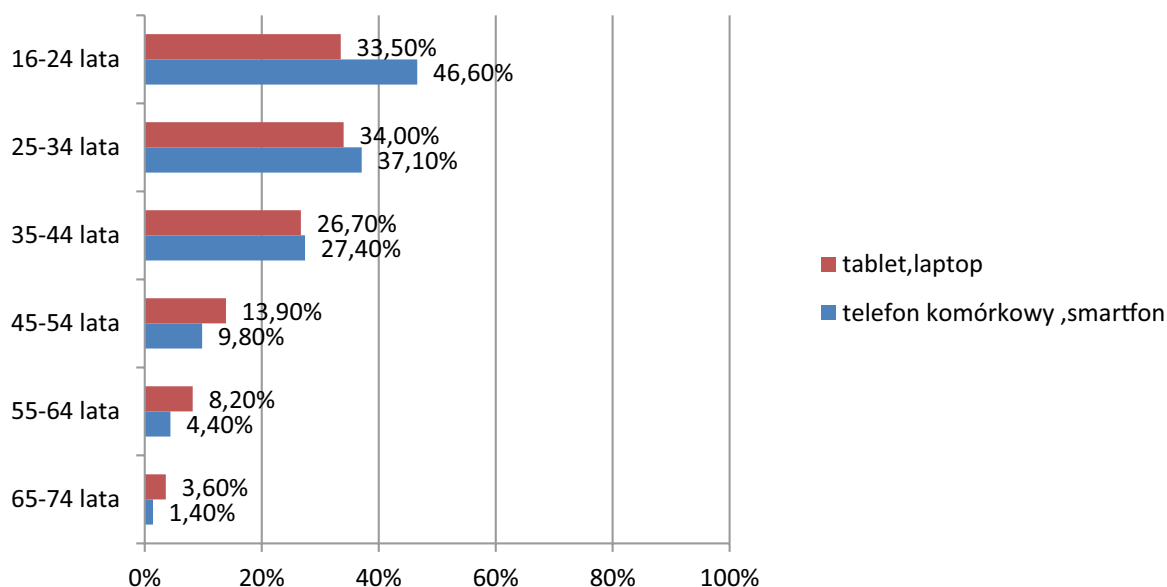
Tabela nr 13. Zestawienie najpopularniejszych serwisów internetowych – listopad 2013 r.

Nazwa	Zasięg w %	Liczba użytkowników
Grupa Google	89,92	19 017 398
Grupa Allegro-GG	77,28	16 343 566
Facebook	74,40	15 735 915
Grupa Onet-RASP	72,12	15 252 504
Youtube	72,07	15 242 629
Grupa Wirtualna Polska	63,86	13 506 383
Grupa Gazeta.pl	60,32	12 757 700
Grupa Interia.pl	59,37	12 556 288
Wikipedia.org	52,33	11 068 171
Grupa Polskاپresse-Media Regionalne	44,05	9 316 252
Grupa O2	43,69	9 239 768
Grupa Nk.pl	34,33	7 260 435
Szukaj.com	32,23	6 815 589
Ask.com	31,50	6 662 048
Grupa Murator-Time	30,46	6 441 206
Mozilla.org	28,57	6 042 939
Grupa TVN	27,73	5 864 090
Grupa Infor	24,88	5 261 074
Grupa Microsoft	24,20	5 118 254
Grupa Cyfrowy Polsat	23,75	5 022 772

¹⁰² Specyfikacja LTE (wg dokumentu 3GPP Release 8) określa maksymalną prędkość do 300Mb/s. Rozwiązania technologiczne stosowane w Polsce pozwalają osiągnąć prędkości do 150 Mb/s(sieć Plus). Większość używanych w Polsce łącz stacjonarnych zapewnia prędkości rzędu 2 do 6 Mb/s.

¹⁰³ Wg danych sieci Plus – www.plus.pl/indywidualna/pomoc/MapaZasiegu/ (dostęp 14.02.2014 r.).

Wykres nr 51. Osoby łączące się z Internetem przenośnym w zależności od wieku i rodzaju urządzenia



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie GUS – *Społeczeństwo informacyjne w Polsce*, 2013 r.

Użytkownicy smartfonów i tabletek stanowią w Polsce bardzo szybko rosnącą grupę. W 2012 r. użytkownikami tabletek było 9% wszystkich internautów, a w 2013 r. już 17%. Smartfony posiada w Polsce 52% internautów¹⁰⁴, którzy stanowią 9,4 mln aktywnych użytkowników sieci¹⁰⁵ w 2013 r. Polacy na ekranach swoich telefonów i smartfonów najczęściej odwiedzali serwisy Onetu, Wirtualnej Polski, oraz Grupy Allegro¹⁰⁶.

Mimo, że smartfony w tej chwili mają funkcje podobne do komputerów, to nadal najczęściej używane są do tradycyjnych zastosowań takich, jakie umożliwiały pierwsze telefony komórkowe. Najpopularniejsze jest wysyłanie SMS-ów i połączenia głosowe.

Jednak coraz częściej używaną funkcją jest przeglądanie sieci i należy sądzić, że ta właśnie funkcjonalność w najbliższym czasie będzie najbardziej wykorzystywana.

Dodatkową możliwością dostępu do mobilnego Internetu są tzw. hot-spoty, czyli otwarte punkty dostępu w technologii bezprzewodowej Wi-Fi. Hot-spoty uruchamiane są w hotelach, restauracjach, galeriach handlowych i przez przewoźników, często za dodatkową opłatą. Darmowy, otwarty dla wszystkich dostęp do Internetu za pomocą hot-spotów udostępniają samorządy. Według informacji UKE, w 2013 r. działało w Polsce 2 000 takich samorządowych punktów.

¹⁰⁴ W 2011 r. było to tylko 14%.

¹⁰⁵ Wg informacji: www.ekonomia.rp.pl/artukul/1037137.html. (dostęp 08.08.2013 r.).

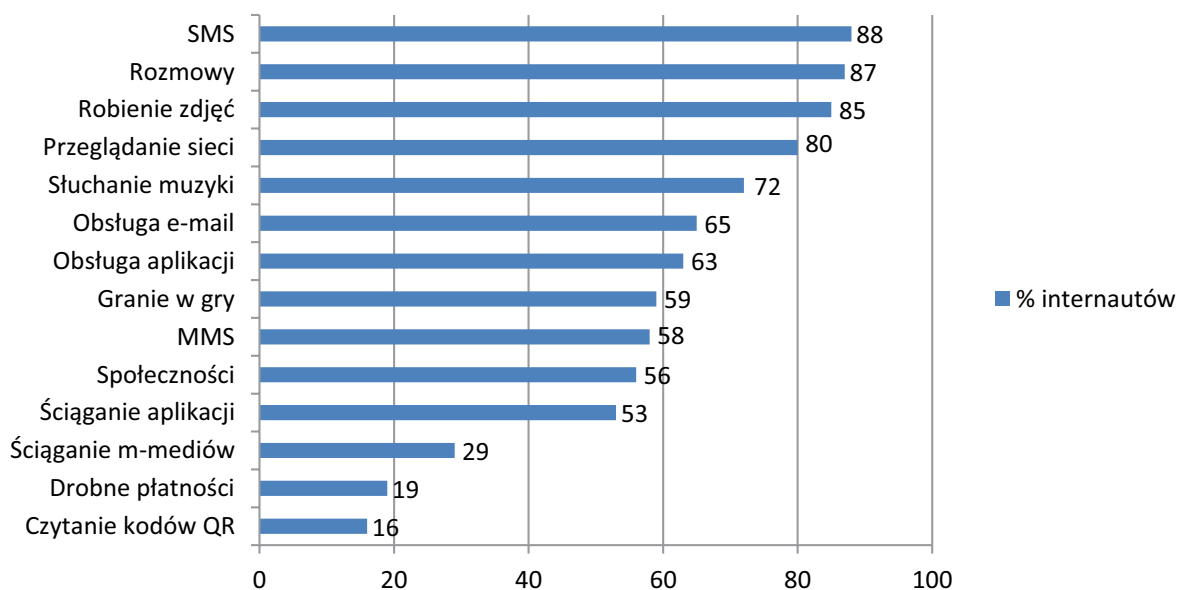
¹⁰⁶ Wg danych z listopada 2013 r. – badanie Megapanel/Gemius.

Tabela nr 14. Witryny, które zanotowały najwięcej odsłon mobilnych - listopad 2013 r.

Top 10 wg odsłon krajowych		Różnica w stosunku do poprzedniego miesiąca	
Serwis	Odsłony krajowe mobilne	%	Różnica
Grupa Onet-RASP	250 580 453	5,72	13 567 007
Grupa Allegro-GG	246 463 986	16,90	35 628 916
Grupa Wirtualna Polska	225 772 195	7,83	16 390 257
Grupa Gazeta.pl	106 961 802	4,23	4 337 385
Grupa Interia.pl	89 168 230	4,50	3 841 268
Grupa O2	88 060 473	6,20	5 141 615
Grupa Społeczności.pl	55 649 823	-6,31	-3 817 482
Grupa Polskapresse-Media Regionalne	25 256 418	56,56	9 123 806
Photoblog.pl	23 370 309	-0,83	-196 501
Ulub.pl	17 081 744	-0,60	-103 364

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania-Megapanel PBI/Gemius-listopad 2013

Wykres nr 52. Najczęściej wykorzystywane funkcje w smartfonach wśród aktywnych internautów



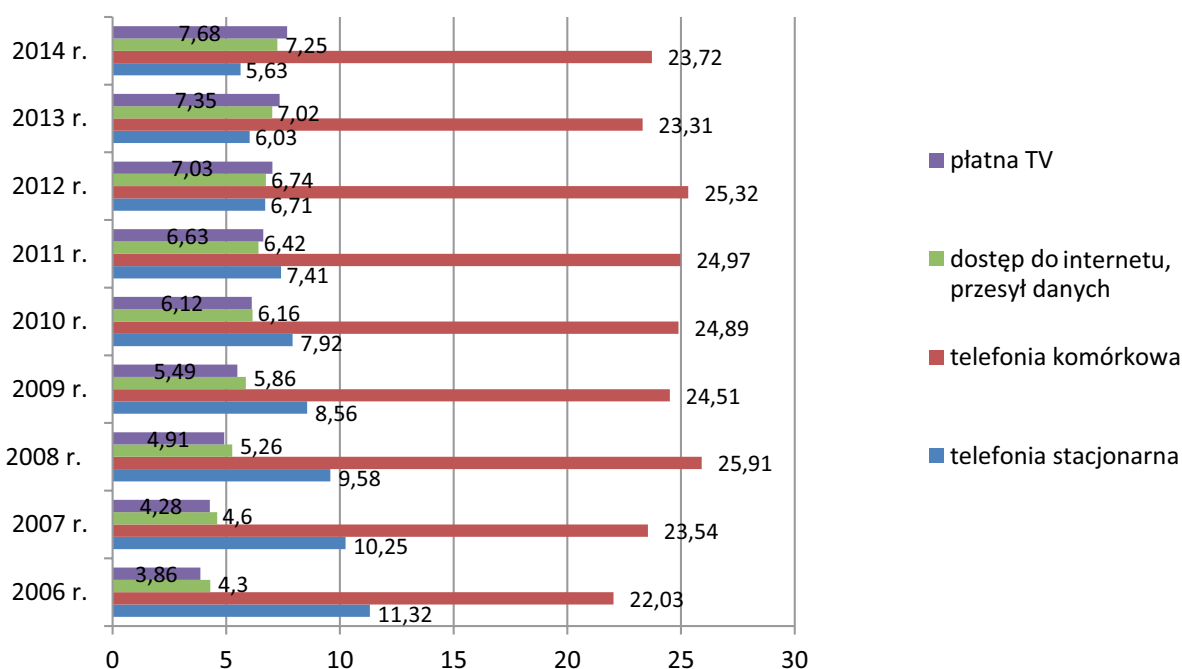
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania IAB Polska-Mobile 2012

3.2.4 Rynek telekomunikacyjny

Rynek usług telekomunikacyjnych i multimedialnych w 2013 r. wart był 43,71 mld zł. Wartość ta obniżyła się w stosunku do poprzedniego roku o 2,09%¹⁰⁷, w związku z coraz mniejszymi przychodami z telefonii stacjonarnej, która od 2006 r. notuje

systematyczne spadki wartości, oraz z mniejszymi przychodami z telefonii komórkowej. Niższe przychody z telefonii komórkowej wiążą się z coraz wyższym kosztem pozyskania i utrzymania abonenta oraz z większymi inwestycjami w infrastrukturę¹⁰⁸.

Wykres nr 53. Wartość rynku telekomunikacyjnego w Polsce (w mld zł)¹⁰⁹



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*

Z badań rynku telekomunikacyjnego przeprowadzonych przez UKE¹¹⁰ wynika, że:

- nasycenie rynku telekomunikacyjnego jest bardzo wysokie. Tylko 4% Polaków w wieku powyżej 15 lat nie posiada telefonu komórkowego, stacjonarnego ani dostępu do Internetu,
- 86% ludności posiada telefon komórkowy, 31% telefon stacjonarny,
- posiadanie telefonu stacjonarnego jest mniej ważne niż komórkowego,

- posiadacze telefonów stacjonarnych korzystają z nich głównie z przyzwyczajenia – 52%,
- co piąty Polak w wieku powyżej 15 lat korzysta z usług wiązanych. Najpopularniejsze pakiety obejmują Internet i telewizję,
- do telefonii stacjonarnej najbardziej przywiązane są osoby starsze. 82% osób w wieku 50+ posiada telefon stacjonarny.

¹⁰⁷ Wartości szacunkowe z raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*.

¹⁰⁸ Inwestycje w mobilny Internet.

¹⁰⁹ Dane z roku 2013 szacunkowe. Rok 2014 prognoza. Dane wg PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*.

¹¹⁰ Badanie PBS/Indicator dla UKE – *Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2013 roku*.

Najbardziej widocznym trendem w telekomunikacji jest systematyczny spadek rynku telefonii stacjonarnej. Z tych usług korzystają głównie osoby starsze oraz firmy. Ludzie młodzi nie czują potrzeby posiadania telefonu stacjonarnego. Z biegiem lat będzie coraz bardziej wygasać zapotrzebowanie na tego typu usługę. Najwięksi operatorzy telefonii stacjonarnej, aby zrekompensować spadek przychodów, świadczą również inne usługi takie jak: dostęp do Internetu, IPTV, VoD, przesył danych, dzierżawa łącz, czy telefonia komórkowa¹¹¹. Ponieważ w Polsce nadal jest za mało łącz zapewniających dostęp do szybkiego Internetu, należy spodziewać się w najbliższych latach dużego wzrostu tego segmentu rynku telekomunikacyjnego. Ze względu na coraz większe nasycenie urządzeniami przenośnymi, ważnym elementem będzie Internet mobilny. W przypadku Internetu stacjonarnego, należy liczyć się z dużym wzrostem związanym z dostępem do sieci przez łącza światłowodowe.

Coraz większe znaczenie w telekomunikacji mają usługi dodane. Zaliczamy do nich takie usługi jak: dostęp do Internetu, transfer danych, płatna telewizja, IPTV, VoD, Internet mobilny, SMS, MMS, numery o podwyższonych opłatach i inne. Znaczenie usług dodanych systematycznie rośnie. Segment ten wzrósł od 2006 do 2012 r. ponad dwukrotnie, z 4,3% do 8,8% ogółu przychodów telekomunikacyjnych¹¹². Za 68% tego wzrostu odpowiada segment telewizji płatnej.

3.3 Kinematografia

Mecenat nad produkcją filmową w Polsce w imieniu państwa od 2005 r. sprawuje Polski Instytut Sztuki Filmowej poprzez przyznawanie dotacji na produkcję, organizację festiwali i imprez, działalność archiwizacyjną, edukację filmową, kształcenie i doskonalenie zawodowe, a także promocję polskiego filmu za granicą. Ogólnokrajowy system dofinansowania

produkcji kinematograficznej uzupełniają regionalne fundusze filmowe zarządzane przez jednostki samorządu terytorialnego oraz międzynarodowe systemy wsparcia: Program Media Unii Europejskiej oraz Fundusz Eurimages, powiązany z Radą Europy. Całościowy, ściśle związany z rynkiem system, dzięki oparciu o regularne źródło finansowania zapewnia dość stabilne funkcjonowanie przemysłu kinematograficznego i ma wpływ na zróżnicowanie polskiej oferty filmowej.

W 2013 r. przychody PISF wyniosły ok. 160 mln zł i rok ten był pierwszym w historii, kiedy nieznacznie spadły – o około 1,5%, czego przyczyną była mniejsza frekwencja w kinach. Za pieniądze te powstaje rocznie: 45-48 fabularnych filmów kinowych, 52-55 dokumentalnych i ok. 10 animowanych, a także promowane są polskie filmy za granicą.

Telewizja Polska SA, po okresie spadku udziału w rynku produkcji filmów, odzyskuje swoje miejsce wśród producentów angażując w 2012 r. środki w koprodukcję 4 filmów na poziomie ponad 2,6 mln zł (m.in.: *Wałęsa, człowiek z nadziei*, *Chce się żyć*) a w 2013 r. – w 8 koprodukcji na kwotę 9,2 mln zł¹¹³ (np. *Papusza*, *Warszawa 44* czy *Obce ciało*).

Producentami lub koproducentami filmów fabularnych i dokumentalnych coraz częściej są również nadawcy komercyjni. Grupa ITI (TVN) w 2013 r. uczestniczyła w koprodukcji filmów: *Spanish Flu* i *Jack Strong*; Canal+ współfinansowała produkcję 9 polskich filmów, m.in. *Wałęsa, człowiek z nadziei*, *Kongres*, a HBO Poland – produkcję dokumentów, takich jak np.: *Wirtualna wojna* czy *Głęboka miłość* oraz serialu *Wataha*.

Zgodnie z ustawą o kinematografii nadawcy mają także swój udział w produkcji filmowej poprzez obowiązkowy odpis z przychodów z reklam w wysokości 1,5% na Polski Instytut Sztuki Filmowej.

¹¹¹ Sieć telefonii komórkowej, której właścicielem jest operator telefonii stacjonarnej Orange (dawniej – Telekomunikacja Polska).

¹¹² Dane z raportu PMR, *Rynek usług dodanych i multimedialnych w Polsce 2013*.

¹¹³ Publikacja na konferencję *From Media to Creative Europe* zorganizowaną przez Media Desk Polska w dniach 11-12.12.2013 r.

W 2013 r. w polskich kinach pokazano premierowo 312 filmów, w tym 43 produkcje polskie¹¹⁴. Polskie filmy obejrzało ok. 7,2 mln osób, co daje 20% udział w rynku kinowym – polski film obejrzał zatem co piąty kinowy widz. Filmy polskich twórców były obecne na najważniejszych międzynarodowych festiwalach filmowych i zdobyły wiele nagród m.in. na prestiżowym *Sundance* za film Grzegorza Żaricznego *Gwizdek*, w *Berlinale* za *Bejbi Blues* Katarzyny Rosłaniec, na Festiwalu w Moskwie za film *Ojciec i syn* Pawła Łozińskiego czy filmy *Ida* Pawła Pawlikowskiego, *Chce się żyć* Pawła Pieprzycy i *Papusza* Joanny i Krzysztofa Krauze, które zostały nagrodzone w kilku konkursach. Polskie filmy zdobyły również nagrody i wyróżnienia na najważniejszych festiwalach odbywających się w Polsce: Warszawski Festiwal Filmowy (*Ida*), Festiwal Off Plus Camera (*Oblawa*), *Camerimage* (Łukasz Żal i Ryszard Lenczewski za *Idę*), T-Mobile Nowe Horyzonty (*Płynące wieżowce*).

W Polsce, podobnie jak w innych krajach europejskich, funkcjonują międzynarodowi operatorzy wieloekranowych kin, takich jak Cinema City¹¹⁵ i Multikino¹¹⁶. Ich działalność nastawiona jest przede wszystkim na „masowego” widza. Kina zrzeszone w sieci Helios¹¹⁷ pokazują zarówno repertuar popularny jak i bardziej ambitny. Niewielkie, kina „tradycyjne”, nastawione na filmy o wysokich walorach

artystycznych oraz działalność edukacyjną, aby móc konkurować z wielkimi operatorami multipleksów zrzeszając się w sieciach, np. Sieć Kin Studyjnych i Lokalnych (161 kin ze 119 miast), Sieć Polskich Kin Cyfrowych¹¹⁸ czy – na poziomie międzynarodowym – Europa Cinemas ponad 1100 kin w 69 krajach; w tym 30 w Polsce). Umożliwia im to zdobycie środków finansowych na rozwój infrastruktury (np. digitalizację), dotarcie do pożądanego repertuaru filmowego czy dofinansowanie projektów edukacyjnych. Zarówno program Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych jak i Sieci Polskich Kin Cyfrowych są wspierane finansowo przez Polski Instytut Sztuki Filmowej oraz Filmotekę Narodową.

Sytuacja polskiej produkcji kinematograficznej jest stabilna, choć nie oznacza to, że na nasz rynek nie mają wpływu zmiany modelu użytkowania treści audiowizualnych, w tym filmów tradycyjnie uważanych za „kinowe”, czy „telewizyjne”. Trendy te, zauważalne na całym świecie, związane są z rozwojem technologii i konwergencją rynku¹¹⁹. Dynamiczny wzrost korzystania z Internetu oraz urządzeń mobilnych i oglądania treści audiowizualnych za ich pośrednictwem powoduje spadek widowni kinowej, mimo wzrostu liczby sal oraz miejsc w kinach. W roku 2013 zaobserwowano w kinach najniższą liczbę widzów od 2009 roku¹²⁰.

¹¹⁴ Dane Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, <http://www.pisf.pl/pl> (dostęp 12.03.2014).

¹¹⁵ 27 lutego 2014 r. Cinema City International sfinalizował fuzję z brytyjską Cineworld Group pod nazwą Global City Holding, co stworzy drugą co do wielkości sieć kin w Europie (201 kin z 1.852 ekranami); źródło: www.forbes.pl i www.forsal.pl (dostęp 18.03.2014 r.).

¹¹⁶ W 2013 r. dotychczasowego właściciela Multikino, brytyjski Vue Entertainment, przejęła grupa inwestycyjnych funduszy kanadyjskich Omers Private Equity i Alberta Investment Management (Aimco); źródło: www.wyborcza.biz, (dostęp 18.03.2014 r.).

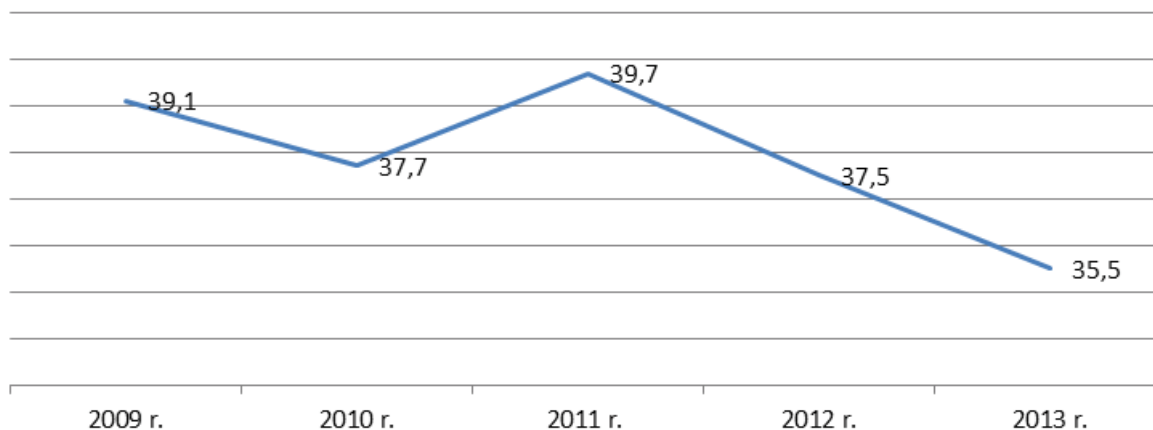
¹¹⁷ W 2010 r. Agora SA kupiła 84,44% akcji sieci kin Helios; źródło: www.ekonomia.rp.pl (dostęp 18.03.2014 r.).

¹¹⁸ Wszystkie kina należące do Sieci Polskich Kin Cyfrowych należą jednocześnie do Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych; www.c-kino.pl, www.kinastudyjne.pl.

¹¹⁹ Raport Tomo Group *Badanie rynku audiowizualnego. Konkurencyjność sektora audiowizualnego Polski – wyzwania dla dystrybutorów* (na zlecenie MKiDN, Media Desk Polska, Stowarzyszenia Filmowców Polskich – ZAPA), grudzień 2013 r.

¹²⁰ <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/3300170,dyrektor-pisf-polskie-filmy-w-2013-r-obejrzało-72-mln-widzów,id,t.html> (dostęp 12.03.2014).

Wykres nr 54. Liczba widzów w polskich kinach w latach 2009-2013 (w mln)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Tomo Group, *Badanie rynku audiowizualnego. Konkurencyjność sektora audiowizualnego Polski – wyzwania dla dystrybutorów*

Według przywołanego powyżej badania Tomo Group, 55% internautów deklaruje, że ogląda mniej produkcji na płytach DVD, a 38% w kinie. Prawie połowa badanych (46%) przed wizytą w kinie sprawdza możliwość obejrzenia filmu w Internecie, a 29% zrezygnowało w wizyty w kinie na rzecz filmu w sieci.

Kolejnym powodem niższej frekwencji w kinach jest nadmierna liczba reklam emitowanych przed seansami, co powoduje zniechęcenie widzów. Polski Instytut Sztuki Filmowej próbuje interweniować w tej sprawie w kinach, one jednak zasłaniają się „zwyczajem rynkowym”.

Dodatkowym zagrożeniem zarówno dla tradycyjnego jak i cyfrowego rynku audiowizualnego jest problem nielegalnego pobierania i oglądania filmów, co stanowi konkurencję dla repertuaru kinowego.

W obliczu zagrożeń dla przemysłu kinematograficznego w Polsce władze Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej widzą potrzebę szerokiej dyskusji na temat modelu rynku kinowego, która uwzględni zarówno potrzeby biznesowe producentów i dystrybutorów, jak i oczekiwania widzów poszukujących w kinie rozrywki lub głębszych przeżyć.

.....
Tłoczono z polecenia Marszałka Senatu
.....