

4 ROK 2011 – TELEWIZJA

4.1 Wyniki finansowe i struktura właścicielska na rynku telewizyjnym

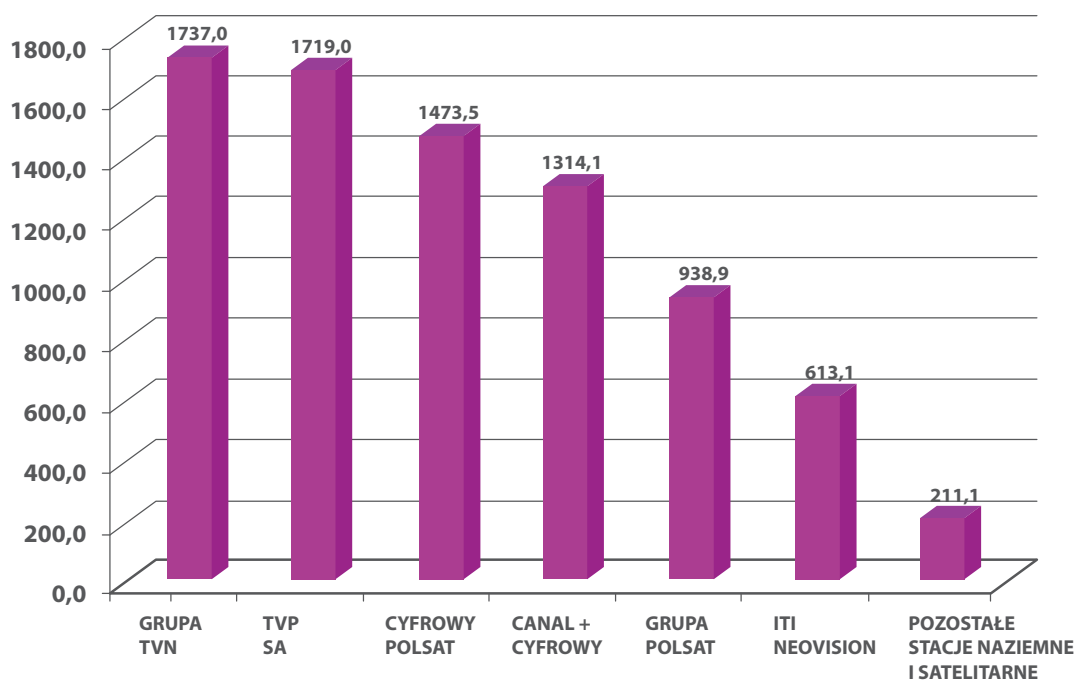
WYNIKI FINANSOWE

Rynek nadawców telewizyjnych, biorąc po uwagę liczbę nadawanych programów, system przekazywania sygnału, liczbę odbiorców, potencjał programowy, organizacyjny i finansowy oraz udział w rynku reklamowym, należy w większości do trzech spółek: Telewizji Polsat, Telewizji Polskiej (TVP) oraz TVN. Znajduje to odzwierciedlenie w osiągniętych przychodach.

Jednocześnie nadawcy ci ponoszą ciężar inwestycji w nowe technologie, w tym w konwersję analogowo – cyfrową oraz nowe technologie produkcji i dystrybucji.

Mimo silnej pozycji tych podmiotów nie sposób mówić o dominującym czy ograniczającym konkurencję wpływie czołowych nadawców na rynek telewizyjny. Warto zwrócić uwagę, że wszyscy trzej nadawcy, w tym w szczególności nadawca publiczny, mając istotny udział w oglądalności i przychodach reklamowych, mogą nadal skutecznie konkurować ze zdelokalizowanymi programami tematycznymi należącymi do FOX, Time Warner, czy Canal+.

Wykres nr 23. Przychody stacji telewizyjnych w 2010 r. w mln zł.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni. Dane dot. ITI Neovision Sp z o.o. na podstawie sprawozdania skonsolidowanego Grupy TVN za 2011 r.

TABELA NR 7. PRZYCHODY OPERACYJNE I KOSZTY OPERACYJNE WYBRANYCH STACJI TELEWIZYJNYCH W 2010 ROKU (W TYS. ZŁ)

	Telewizja POLSAT Sp. z o.o.	TVN SA	Telewizja Polska SA
Przychody	992.154,9	1.665.723,0	1.719.049,1
Koszty	812.335,2	1.118.601,0	1.839.842,8
Wynik	179.819,7	547.122,0	-120.793,7

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni

POLSAT i TVN oprócz działalności nadawczej prowadzą również usługi dostępu do telewizji publicznej i do płatnej telewizji satelitarnej. Na rynku tym panuje

ostra konkurencja między Cyfrowym Polsatem SA, Canal+ Cyfrowym Sp. z o.o. i ITI Neovision Sp. z o.o. (platforma n i telewizja na kartę).

TABELA NR 8. LICZBA ABONENTÓW PLATFORM SATELITARNYCH NA KONIEC 2011 ROKU (W TYS.)

Cyfrowy Polsat	3.506
Cyfra +	1.550
Platforma n + telewizja na kartę	1.275

Źródło: Sprawozdanie skonsolidowane grupy TVN za 2011 rok

Platformy cyfrowe konkurują liczbą programów, programami w jakości HD i 3D (Cyfra+, n), dostępem

do Internetu i telefonii mobilnej bądź stacjonarnej (z wyjątkiem Cyfra+) oraz ofertą VoD.

TABELA NR 9. PRZYCHODY OPERACYJNE I KOSZTY OPERACYJNE PLATFORM SATELITARNYCH W 2010 ROKU (W TYS. ZŁ)⁵⁴

Koncesjonariusz	TVN SA	CYFROWY POLSAT SA	CANAL+ Cyfrowy Sp. z o.o.
Przychody operacyjne	613.146,0	1.473.540,0	1.314.089,0
Koszty operacyjne	-----	1.096.418,0	1.219.252,0
Wynik na działalności operacyjnej	-215.874,0	377.122,0	94.837,0

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych nadawców składanych w 2011 r. za rok poprzedni. Dane dot. ITI Neovision Sp z o.o. na podstawie sprawozdania skonsolidowanego Grupy TVN za 2011 r.

⁵⁴ Skonsolidowane sprawozdanie TVN nie prezentuje wyodrębnionych kosztów dla segmentu płatnej telewizji

Dynamiczny rozwój platform cyfrowych w Polsce występujący w ciągu ostatnich kilku lat może zostać zahamowany poprzez nasycenie popytu, wysoki stopień konkurencji i osiągnięcie przez DVB-T pełnego pokrycia kraju.

STRUKTURA WŁAŚCICIELSKA RYNKU NADAWCÓW I OPERATORÓW SATELITARNYCH

Struktura właścicielska rynku nadawców i operatorów satelitarnych wskazuje na równowagę między polskim a zagranicznym kapitałem, głównie dzięki silnej pozycji Polsatu Cyfrowego.

Cyfrowy Polsat: kapitał polski, spółka poprzez Pola Investments Ltd. (Cypr) jest kontrolowana przez Zygmunta Solorza - Żaka⁵⁵.

Cyfra + : kapitał francuski; Spółka Groupe Canal+ SA (Francja) – 75% . Pozostałe udziały LGI Ventures B.V. (Holandia) – 25% należy do grupy Vivendi SA⁵⁶.

TVN: kapitał międzynarodowy i polski; spółka giełdowa kontrolowana przez Grupę kapitałową ITI – własność rodzin P.P. Walterów i Wejhertów⁵⁷.

Dla porównania w przypisie znajdują się wyniki finansowe trzech dużych grup medialnych działających na rynku międzynarodowym⁵⁸.

⁵⁵ Sytuacja finansowa w tys. zł. wg skonsolidowanego raportu Grupy na dzień 31 grudnia 2010 r. (opublikowany na stronach internetowych): aktywa - 1 015 195, kapitał własny – 427 938, obroty roczne – 376 633, dochód operacyjny - 47 617.

⁵⁶ Informacja na temat sytuacji finansowej Vivendi SA, do której należy Canal + SA, Francja (w mln EUR): aktywa – 58 933, kapitał własny – 28 173, obroty roczne – 28 878, dochód – 5 324.

⁵⁷ Sytuacja finansowa w tys. zł. wg skonsolidowanego raportu Grupy na dzień 31 grudnia 2010 r. (opublikowany na stronach internetowych): aktywa Grupy – 5 191 482, kapitał własny – 1 238 685, obroty roczne – 2 490 697, dochód operacyjny – 363 761.

⁵⁸ **Fox Entertainment Group** - amerykańska spółka Ruperta Murdocha, właściciela studiów filmowych produkujących filmy oraz stacji telewizyjnych: aktywa Grupy – 54 384 mln USD, kapitał własny – 25 113 mln USD, obroty roczne Grupy – 32 778 mln USD, dochód operacyjny za rok 2010 – 3 959 mln USD.

Time Warner - druga największa korporacja medialna świata po The Walt Disney Company, (m.in. HBO): aktywa Grupy – 66

OPERATORZY KABLOWI

Z usług 4 największych firm operatorskich korzysta około 3 mln abonentów, co stanowi w przybliżeniu 70% ogółu korzystających z telewizji kablowej. Są to:

1. UPC Polska - 1. 096 300 abonentów,
2. Vectra - 771 300 abonentów,
3. Multimedia Polska - 699 000 abonentów,
4. ASTER - 380 000 abonentów.

Platformy kablowe dotychczas dysponowały przewagą technologiczną poprzez posiadanie infrastruktury pozwalającej na udostępnienie oprócz programów telewizyjnych także usług dodatkowych (Internet, telefon, obecnie także VoD). Opisana powyżej sytuacja ulega zmianie ze względu na rozwój oferty operatorów satelitarnych. W przypadku platform satelitarnych istotna jest możliwość korzystania z oferty w dowolnym miejscu, brak powiązania umowy z adresem. Operatorzy kablowi nadal jednak dysponują największą przepływnością sieci, co ma istotne znaczenie w dostępie do Internetu oraz wysokim stopniem zabezpieczenia danych. Własność w sektorze płatnej telewizji kablowej, podobnie jak w przypadku platform satelitarnych, podzielona jest między kapitał europejski i polski.

UPC i ASTER – LGI Ventures B.V. międzynarodowy fundusz z siedzibą w Holandii mniejszościowy właściciel Canal + (Francja);

VECTRA - Vectra Investments SKA z siedzibą w Gdyni – kapitał polski;

Multimedia Polska – spółka giełdowa - fundusze kapitałowe M2 Investments Limited i Tri Media Holdings LTD z siedzibą w Nikozji (Cypr) posiadają pakiet kontrolny akcji.

524 mln USD, kapitał własny – 32 945 mln USD, obroty roczne Grupy – 26 888 mln USD, dochód operacyjny za rok 2010 – 3 919 mln USD.

Bertelsmann AG - międzynarodowy koncernem medialny z siedzibą w Niemczech (m.in. RTL): aktywa Grupy – 18 779 mln EUR, kapitał własny – 6 486 mln EUR, obroty roczne Grupy – 15 786 mln EUR, dochód operacyjny za rok 2010 – 1 496 mln EUR.

4.2 Oferta programowa w telewizji

NAJWIĘKSI NADAWCY

Na polskim rynku telewizyjnym nadal głównymi aktorami są: telewizja publiczna TVP oraz największe stacje koncesjonowane – Polsat i TVN.



TVP S.A oferuje 2 programy ogólnopolskie (**TVP 1** i **TVP 2**) o charakterze uniwersalnym oraz 6 programów satelitarnych. Są to: **TVP Polonia** nadająca program o charakterze uniwersalnym skierowany głównie do Polaków mieszkających za granicą, **TVP Kultura** poświęcony tematyce kulturalnej, **TVP Sport** o charakterze sportowym, **TVP Historia** o tematyce historycznej, **TVP Seriale** nadający głównie serie własnej produkcji i **Belsat TV** poruszający tematykę ważną dla narodu białoruskiego (w języku białoruskim). Ponadto telewizja publiczna nadaje kanał informacyjny **TVP Info**, który dzieli pasmo programowe z 16 ośrodkami regionalnymi (3,5 – 4 godz. audycji dziennie), dostarczającymi m.in. informacje lokalne. Nadawca publiczny nadaje jeden swój program w jakości HD.



Ze względu na ograniczony zasób kanałów analogowych dotychczas jedynym telewizyjnym nadawcą naziemnym działającym na podstawie koncesji o zasięgu ogólnokrajowym (86% ludności kraju) była Telewizja Polsat Sp. z o.o., oferująca program o charakterze uniwersalnym. Do grupy POLSATU należą także uniwersalne programy **TV4** i **TV6** skierowane głównie do młodzieży, które dzięki konwersji cyfrowej zwiększyły zasięg nadawania do ogólnopolskiego. Obecnie POLSAT nadaje także 14 satelitarnych programów telewizyjnych, które stanowią bukiet cyfrowy dostępny

na platformie satelitarnej Cyfrowy POLSAT oraz w ofercie innych operatorów. Są to: **Polsat 2** nadający program o charakterze uniwersalnym, **Polsat Play** kanał rozrywkowy skierowany głównie do mężczyzn, **Polsat Café** o charakterze rozrywkowo-poradnikowym adresowany do kobiet, informacyjno-publicystyczny **Polsat News**, **Polsat Sport**, **Polsat Sport Extra** i **Polsat Futbol** nadające programy o charakterze sportowym, **Polsat Film** o tematyce filmowej, **Polsat Jim Jam** adresowany do dzieci w wieku od 6 lat, **TV Biznes** o charakterze ekonomiczno-informacyjnym, informacyjno-sportowy **Polsat Sport News**, **Polsat Crime & Investigation** - dokumentalno-kryminalny wspólny projekt z podmiotem zagranicznym. Grupa Polsat nadaje 2 swoje programy w jakości HD.



TVN nadaje drogą naziemną uniwersalny TVN docierający analogowo do 48% odbiorców oraz filmowo rozrywkowy TVN 7 dostępny wyłącznie w systemie cyfrowym. Wkrótce oba programy będą dostępne w całej Polsce również w systemie cyfrowym. Do bukietu cyfrowego TVN należy 13 programów satelitarnych. Są to: **TVN 24**, pierwszy w Polsce całodobowy program informacyjny, **TVN Style**, nadający program przeznaczony głównie do kobiet, **TVN Turbo**, kanał o tematyce motoryzacyjnej skierowany do mężczyzn, kanał o profilu ekonomiczno-biznesowym **TVN CNBC**, **TVN Meteo** o profilu meteorologicznym, **iTVN** skierowany do Polaków mieszkających za granicą, kanał sportowy **nSport** oraz kanał telezakupowy **Mango 24**. Ponadto w ofercie grupy TVN dostępne są kanały o charakterze filmowym: **nFilm HD** i **nFilm HD2** oraz serwis nadający w standardzie 3D - **nShow 3D**. Grupa TVN nadaje 8 swoich programów w jakości HD.

INNE PROGRAMY

Oferta telewizji PULS Sp. z o.o. to docelowo dwa programy uniwersalne dostępne w naziemnej tele-

wizji cyfrowej. Obecnie Program **TV PULS** z anten naziemnych dociera do 23% mieszkańców.

Tematyka lokalna występuje w 8 naziemnych programach koncesjonowanych przez około 2 godziny dziennie. W pozostałym czasie na tych antenach ma miejsce retransmisja TVN lub TV4 na podstawie współpracy programowej z tymi nadawcami. Są to: „**Telewizja ODRA**” Sp. z o.o., Telewizja „**TVT**”, „**Studio Lubań – Bolesławiec**” oraz „**Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko**”. Obecnie planowana jest koncepcja konwersji cyfrowej tych nadawców i ewentualnego rozwoju lokalnej naziemnej telewizji cyfrowej w oparciu o posiadane zasoby częstotliwości, o ile będzie to możliwe, biorąc pod uwagę zdolność rynku do utrzymania lokalnej produkcji.

OGLĄDALNOŚĆ NAZIEMNYCH PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

Spośród nadawców koncesjonowanych niewielki wzrost odnotowały programy naziemne TV4, TV Puls oraz satelitarne TVN 7 i Polsat 2 wchodzące w skład multipleksu 2 naziemnej telewizji cyfrowej, które szerzej pojawiły się w ofertach operatorów satelitarnych i kablowych, a także w bezpłatnym odbiorze z indywidualnych anten satelitarnych w związku z zapowiedziami objęcia ich sygnałem całego kraju.

TABELA NR 10. WSKAŹNIKI OGLĄDALNOŚCI PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH W 2011 r. ODBIERANYCH NAZIEMNIE ANALOGOWO I Z MUX-2 Z ZAZNACZENIEM KIERUNKU ICH ZMIANY W PORÓWNANIU Z ROKIEM POPRZEDNIM⁵⁹

	Udział w czasie oglądania TV (%)	Dzienny czas oglądania TV
WSZYSTKIE PROGRAMY	100,0% →	4 godz. 2 min. ↓
PROGRAMY TV PUBLICZNEJ	34,9% ↓	2 godz. 21 min. ↓
TVP 1	17,4% ↓	1 godz. 21 min. ↓
TVP 2	13,3% ↓	1 godz. 7 min. ↓
TVP INFO	4,2% ↓	41 min. ↓
PROGRAMY KONCESJOWANE	36,9% ↑	2 godz. 37 min. ↑
TV Polsat	14,5% ↑	1 godz. 20 min. ↑
TVN	15,0% ↓	1 godz. 25 min. ↓
TV 4	2,4% ↑	29 min. ↑
TV Puls	1,9% ↑	34 min. ↑
TVN 7	1,8% ↑	29 min. ↑
Polsat 2	1,3% ↑	31 min. ↑
POZOSTAŁE PROGRAMY	28,2% ↑	2 godz. 16 min. ↑

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

⁵⁹ ATV dla wszystkich programów TV i ATS dla poszczególnych programów

KANAŁY TEMATYCZNE

Znaczące miejsce na rynku telewizyjnym zajmują wyspecjalizowane kanały tematyczne. Wśród 85 koncesjonowanych programów satelitarnych (dostępnych na cyfrowych platformach satelitarnych i w sieciach kablowych) stanowią one zdecydowaną większość.

Oferta polskich programów, dostępnych dla odbiorców posiadających indywidualne zestawy satelitarne lub będących abonentami satelitarnych platform cyfrowych albo sieci telewizji kablowej, systematycznie rośnie. W 2009 roku KRRiT przyznała 17 nowych koncesji, w 2010 roku 10 koncesji, a do końca 2011 r. 25 koncesji na programy rozpowszechniane w tym systemie. Oprócz polskich programów satelitarnych odbiorcy mają również dostęp do programów zagranicznych nadawanych w języku polskim lub w językach oryginalnych.

Na każdej płatnej platformie znajduje się ponad 600 kanałów telewizyjnych, w tym około 100 polskojęzycznych. Znaczącą pozycję osiąga jednak tylko kilkunastu nadawców. Około 9% udziałów w oglądalności mają łącznie kanały tematyczne należące do grup Polsatu i TVN. Pozostałe udziały w oglądalności należą do: Viacom (m.in. MTV, Viva), Discovery Networks (Discovery, Animal Planet), Disney Media (Disney Channel, Disney XD), HBO Polska (HBO, AXN) czy wspomniane już BBC Worldwide (BBC, CBeebies). To właśnie te programy są magnesem dla polskich widzów.

Patrząc z perspektywy ostatnich lat można zauważyć, że utrzymuje się tendencja spadku oglądalności tradycyjnych programów uniwersalnych dostępnych naziemnie (z wyjątkiem Polsatu) a także tych, które nadaje telewizja publiczna. W tej chwili do najpopularniejszych formatów należą kanały informacyjne, dziecięce, sportowe, muzyczne, popularno naukowe, filmowe i life-stylowe.

TABELA NR 11. KONCESJONOWANE PROGRAMY SATELITARNE

Profil programów	liczba
• uniwersalne	17
• sportowe	11
• filmowe i filmowo-rozrywkowe	9
• informacyjne, informacyjno-publicystyczne i ekonomiczno-informacyjne	9
• muzyczne, muzyczno-rozrywkowe i muzyczno-publicystyczne	8
• adresowane do dzieci	5
• adresowane do kobiet	3
• rozrywkowe	4
• edukacyjne	3
• dokumentalne i poradnikowo-dokumentalne	3
• edukacyjno-poradniczy i religijny	1
• społeczno-religijny	1
• poświęcone telesprzedaży	2
• poświęcone historii oraz popularyzujące kulturę i sztukę	2
• pozostałe, m.in.: meteorologiczne, kulinarne i motoryzacyjne	6

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

TABELA NR 12. KANAŁY DOSTĘPNE DROGĄ SATELITARNĄ W 2011 R. (UDZIAŁ DO 0,1%)

Lp.	Program	Widownia	Udział	Lp.	Program	Widownia	Udział
1.	TVN24	188 723	3,1%	42.	Zone Reality	12 411	0,2%
2.	TVN7	107 782	1,8%	43.	TVP Sport	12 235	0,2%
3.	Polsat2	79 086	1,3%	44.	Universal Channel	11 642	0,2%
4.	Disney Channel	60 117	1,0%	45.	Comedy Central Family	11 290	0,2%
5.	Disney XD	49 607	0,8%	46.	AXN Crime	10 983	0,2%
6.	Cartoon Network	49 403	0,8%	47.	FOXLife	10 754	0,2%
7.	Polsat News	48 432	0,8%	48.	Zone Europa	10 103	0,2%
8.	AXN	42 815	0,7%	49.	Polsat Sport Extra	9 998	0,2%
9.	TVP Polonia	40 458	0,7%	50.	Canal+ Sport	9 724	0,2%
10.	Discovery	40 203	0,7%	51.	Planete	9 714	0,2%
11.	Polsat Sport	39 256	0,7%	52.	HBO2	9 538	0,2%
12.	Nickelodeon	35 877	0,6%	53.	TVP HD	9 369	0,2%
13.	MiniMini	35 570	0,6%	54.	BBC CBeebies	9 148	0,2%
14.	VIVA Polska	34 410	0,6%	55.	Nat Geo Wild	8 973	0,1%
15.	Eurosport	32 741	0,5%	56.	TVP Szczecin	8 038	0,1%
16.	National Geographic	26 021	0,4%	57.	Canal+	7 934	0,1%
17.	TLC	25 652	0,4%	58.	Eska TV	7 927	0,1%
18.	TVN Turbo	25 421	0,4%	59.	FilmBox	6 781	0,1%
19.	TVS	24 638	0,4%	60.	teleTOON+	6 654	0,1%
20.	Disney Junior	24 413	0,4%	61.	Zone Romantica	6 293	0,1%
21.	Comedy Central	23 325	0,4%	62.	TVN Meteo	6 158	0,1%
22.	TVN Style	22 477	0,4%	63.	HBO Comedy	6 114	0,1%
23.	Kino Polska	20 972	0,3%	64.	Eurosport2	6 077	0,1%
24.	TVP Seriele	20 628	0,3%	65.	Polo TV	6 045	0,1%
25.	13th Street Universal	20 586	0,3%	66.	TV Trwam	6 022	0,1%
26.	Tele5	19 692	0,3%	67.	Canal+ Film	5 958	0,1%
27.	Ale Kino	18 899	0,3%	68.	ITV	5 738	0,1%
28.	Polsat JimJam	18 607	0,3%	69.	Travel Channel	5 702	0,1%
29.	4fun.tv	16 834	0,3%	70.	Extreme Sports	5 669	0,1%
30.	Polsat Film	16 691	0,3%	71.	kuchnia.tv	5 588	0,1%
31.	HBO	16 603	0,3%	72.	TVP Historia	5 134	0,1%
32.	Boomerang	16 114	0,3%	73.	Club TV	4 948	0,1%
33.	Polsat Play	15 984	0,3%	74.	BBC Entertainment	4 657	0,1%
34.	Animal Planet	15 943	0,3%	75.	BBC Knowledge	4 487	0,1%
35.	Discovery Science	15 827	0,3%	76.	HISTORY	4 073	0,1%
36.	Polsat Cafe	15 351	0,3%	77.	AXN Sci-Fi	4 067	0,1%
37.	Superstacja	15 120	0,3%	78.	Polonia1	3 845	0,1%
38.	TCM	14 921	0,2%	79.	TVN+1	3 633	0,1%
39.	MTV Polska	14 133	0,2%	80.	Orange Sport	3 624	0,1%
40.	TVP Kultura	13 725	0,2%	81.	Movies 24	3 254	0,1%
41.	Discovery World	12 740	0,2%	82.	TVN CNBC	3 094	0,1%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

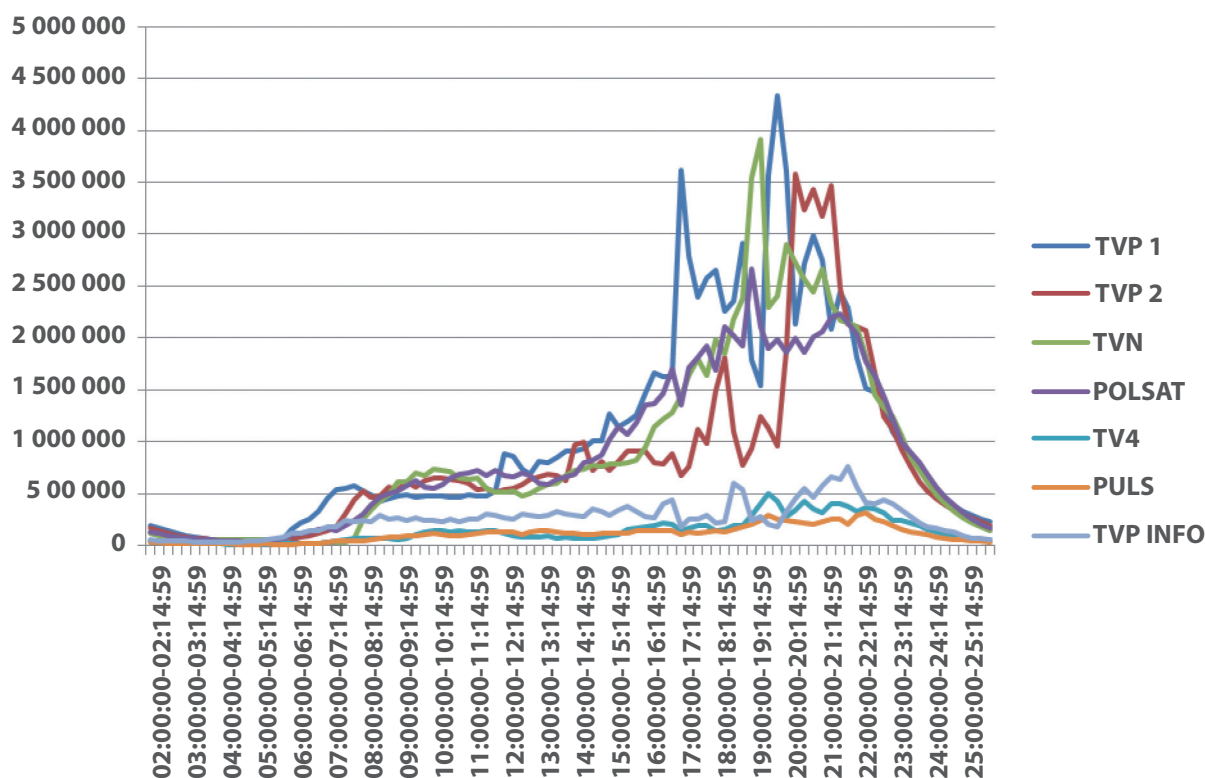
Oferta programów dla dzieci składa się w większości z programów zagranicznych w polskich wersjach językowych. Wyjątek stanowią programy MiniMini (dla młodszych dzieci) i TeleTOON+ (dla starszych dzieci i młodzieży) wchodzące w skład pakietu Cyfry+. Największą oglądalnością cieszą się programy z grupy Disney Channel oraz kanał Cartoon Network.

Jeśli chodzi o programy popularnonaukowe, polscy widzowie wybierają najchętniej zagraniczne programy takie jak Discovery lub National Geographic. Wśród programów filmowych liderem jest japoński AXN⁶⁰.

ROZKŁAD OGLĄDALNOŚCI TELEWIZJI W PORACH DNIA

Jak wynika z analizy danych telemetrycznych, pory największej oglądalności naziemnych programów telewizyjnych mieszczą się w podobnym przedziale czasowym, tj. między 18.00 a 23.00 (wykres nr 24), mimo że dla poszczególnych programów ulegają one indywidualnym przesunięciom. Na poniższym wykresie przedstawiono szczegółowe rozkłady dobowej oglądalności dla programów - TVP 1, TVP 2, TVP INFO, Polsat, TVN, Puls, TV4.

Wykres nr 24. Dobowa oglądalność programów naziemnych w 2011 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement

⁶⁰ AXN jest własnością medialnego skrzydła (Sony Pictures Television International) japońskiego koncernu Sony. W Polsce dystrybucją oraz promocją kanałów AXN zajmuje się HBO Polska.

Program TVP 1 największy wzrost oglądalności odnotowuje o godz. 17.00 i 19.30 podczas trwania audycji informacyjnych „Teleexpress” i „Wiadomości”. Natomiast Program TVP 2 cieszy się popularnością między godziną 20.00 a 22.00, kiedy nadawane jest pasmo serialowe.

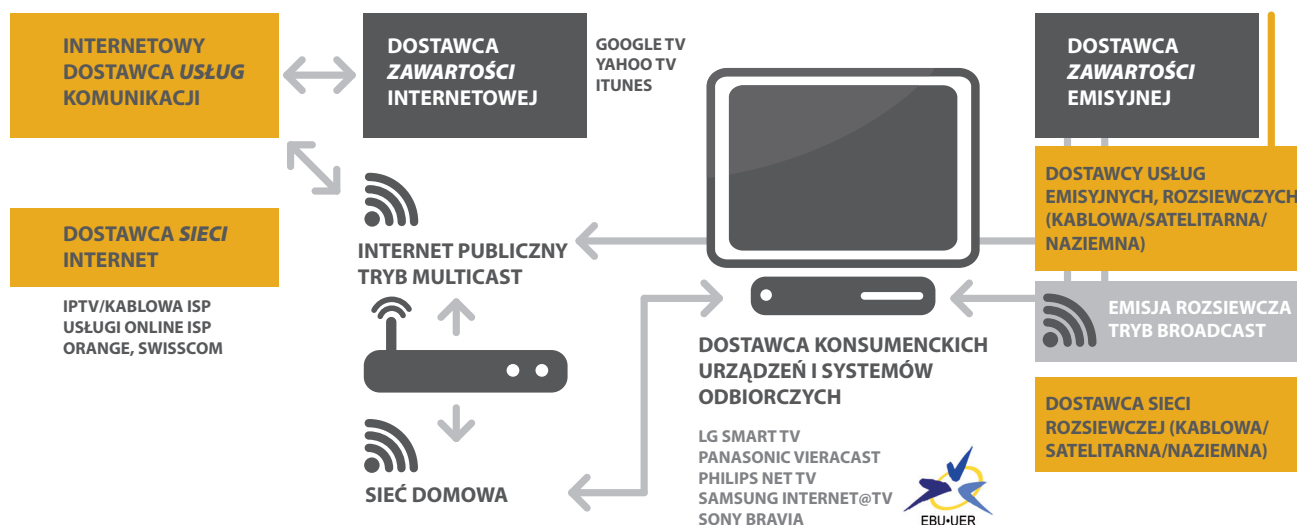
Podobnie jest w przypadku TVN o godz. 19.00 w czasie nadawania „Faktów” oraz po godz. 20.00, gdy emitowane są seriale.

Polsat gromadzi największą widownię o godz. 18.50 w trakcie „Wydarzeń” i po godz. 21.00 w paśmie filmowym.

4.3 Kto decyduje o ofercie programowej – operatorzy czy nadawcy?

Przedłużający się czas przygotowań do przejścia na nadawanie cyfrowe sprzyja osiągnięciu szczególnej pozycji przez operatorów platform satelitarnych, sieci kablowych i telekomunikacyjnych. Stają się oni nieodzownymi pośrednikami w dotarciu do szerokiej oferty programowej.

Schemat nr 1 Rywalizacja o uwagę odbiorcy (telewizja)



Wykorzystując swoją pozycję, operatorzy z jednej strony dyktują warunki swoim abonentom, z drugiej zaś konkurują między sobą, oferując oprócz coraz szerszej gamy programów również usługi dodatkowe. Dużą popularnością wśród odbiorców cieszy się na przykład system *Triple Play*, który zapewnia abonentom sieci telekomunikacyjnej oprócz usług łączności telefonicznej również dostęp do szerokopasmowego Internetu i telewizji. Podobne możliwości oferowane są również abonentom platform telewizyjnych czy sieci kablowych – ci również mogą podpisać z operatorem umowy na świadczenie usług dodatkowych. Jednakże konsekwencją takich umów jest korzystanie z określonego przez operatora pakietu programów (różnego w zależności od wysokości opłaty), a więc tym samym ograniczenie w pewnym sensie wolności wyboru oferty programowej przez odbiorcę.

Z kolei unijna dyrektywa o usłudze powszechnej⁶¹ mówi o możliwości wprowadzenia przez

⁶¹ Dyrektywa 2002/22/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 marca 2002 roku, zmieniona Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/136/WE z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników

państwa członkowskie tzw. zasady *must carry*, która polega na obowiązku dostarczania wybranych programów w sieciach łączności elektronicznej, w sytuacji, gdy jest to uzasadnione jasno sprecyzowanym i zgodnym z prawem wspólnotowym interesem ogólnym. Najczęściej status taki uzyskują programy nadawców publicznych. Pozostaje pytanie, na ile zasadne będzie kontynuowanie zasady *must carry* w erze cyfrowej, gdy każdy z operatorów będzie miał dużo większe możliwości, jeśli chodzi o pojemność oferowanych przez siebie pakietów.

Szerzej o zasadzie *must carry* w rozdz. VI. Kierunki regulacyjne

Pod koniec 2011 roku KRRiT⁶² przeprowadziła konsultacje społeczne w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów. Na ich podstawie stwierdzono, że klienci korzystający z usług operatorów rozprowadzających programy oczekują możliwości wyboru pojedynczych programów z oferty operatorów. Zwrócono uwagę, że chcąc korzystać z programów, którymi klient był zainteresowany, konieczne było wykupienie 2-3 dodatkowych pakietów *premium*. Z oferty ok. 100 programów dany klient

korzystał jedynie z 15-20 - tym samym miał wrażenie, że płaci za coś, czego nie potrzebuje a firma zwyczajnie go naciąga. Dodatkowo respondenci badania informowali o niezrozumiałym pakietowaniu programów: na przykład kanały sportowe sprzedawane są z erotycznymi w jednym pakiecie.

Ponadto wskazano na zmuszanie abonentów platform satelitarnych do używania dedykowanych dekodery i uniemożliwianie odbioru oferty na sprzęcie posiadanym przez abonenta⁶³, a także na brak norm jakościowych wobec oferowanych programów. Obecnie każdy z operatorów dostarcza programy w jakości regulowanej przez siebie, a nie obowiązującej normy technicznej.

Platformy konkurują ze sobą za pomocą różnego rodzaju promocji dla klientów, ale również poprzez swoiste „blokowanie” konkurencji dostępu do programów będących ich własnością lub wywodzących się z tej samej grupy kapitałowej.

>>

TABELA NR 13. WYKAZ PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH NADAWANYCH PRZEZ WŁAŚCICIELI PLATFORM ORAZ TVP, KTÓRE NIE SĄ DOSTĘPNE NA PLATFORMACH KONKURENTÓW

Cyfra+	Cyfrowy Polsat	n	Neostrada TP z telewizją
TVP 1HD	TVP1 HD	Canal+	Canal+
Polsat HD	Canal+	Canal+ HD	Canal+ HD
nPremium	Canal+ HD	Canal+ 3D	Canal+ 3D
nPremium 2	Canal+ 3D	Canal+ Film	Canal+ Film
nPremium 3	Canal+ Film	Canal+ Film HD	Canal+ Film HD
nPremium 4	Canal+ Film HD	Ale Kino+	Ale Kino+
Polsat Sport	Ale Kino+	Ale Kino+ HD	Ale Kino+ HD

⁶² Wyniki konsultacji w sprawie potrzeb i oczekiwań klientów wobec pakietowania programów, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konsultacje/wyniki-konsultacji-w-sprawie-potrzeb-i-oczekiwan-klientow-wobec-pakietowania-programow-po-redakcji.pdf

⁶³ Na przykład poprzez moduł CAM - Conditional Access Module - wbudowany w TV

Polsat Sport HD	Ale Kino+ HD	Polsat Sport	Polsat Sport
Polsat Sport Extra	nPremium	Polsat Sport HD	Polsat Sport HD
Polsat Sport News	nPremium 2	Polsat Sport Extra	Polsat Sport Extra
nSport	nPremium 3	Canal+ Sport	Canal+ Sport
nSport HD	nPremium 4	Canal+ Sport HD	Canal+ Sport HD
TVP Historia	nSport	Canal+ Gol	Canal+ Gol
TVN Style HD	nSport HD	Canal+ Gol HD	Canal+ Gol HD
TVN Turbo HD	Canal+ Sport	Canal+ Weekend	Canal+ Weekend
	Canal+ Sport HD	Canal+ Weekend HD	Canal+ Weekend HD
	Canal+ Gol	Kuchnia+	Kuchnia+
	Canal+ Gol HD	Domo+	Domo+
	Canal+ Weekend	Domo+ HD	Domo+ HD
	Canal+ Weekend HD	teleTOON+	teleTOON+
	TVN Style HD	teleTOON+ HD	teleTOON+ HD
	Kuchnia+	MiniMini+	MiniMini+
	Domo+	MiniMini+ HD	MiniMini+ HD
	Domo+ HD		
	teleTOON+		
	teleTOON+ HD		
	MiniMini+		
	MiniMini+ HD		

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

Wydaje się, że zasadne byłoby wprowadzenie przepisów wprowadzających neutralność technologiczną, która gwarantowałaby swobodny dostęp do oferty programowej.

4.4. Tendencje na rynku telewizyjnym – zmiana sposobu korzystania z mediów

Udostępnianie audycji telewizyjnych on-line, segmentacja treści oraz systematyczny wzrost popularności DVR, czyli nagrywania programów w formacie cyfrowym na dysk twardy daje widzowi możliwość wyboru dogodnego dla siebie czasu, w którym obejrzy ulubioną audycję. W ten sposób, dzięki rozwojowi technologii, następuje powolne przekazywanie władzy w ręce widza.

Postęp naukowy i ewolucja elektroniki spowodowały powstanie inteligentnych, wielofunkcyjnych urządzeń - smartfonów oraz telewizji hybrydowej, które łączą

możliwości telewizji i Internetu, dając konsumentom wybór nie tylko czasu, ale również nośnika oraz miejsca. Dzięki temu to odbiorca decyduje, kiedy i gdzie skorzysta z sieci lub obejrzy audycję. Temat ten został również poruszony w rozdziale I.

4.5. Naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T)

Polska jest jednym z ostatnich krajów unijnych, jeśli chodzi o datę przejścia na naziemne nadawanie cyfrowe. W tej chwili w Europie można wyróżnić trzy grupy krajów, ze względu na rodzaj odbieranego sygnału telewizyjnego.

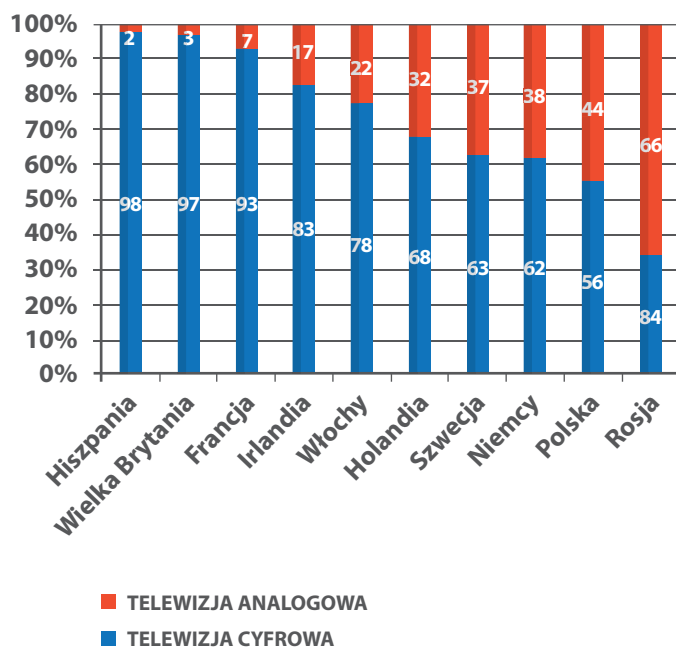
Pierwsza to kraje takie jak Hiszpania, Francja czy Wielka Brytania, gdzie odbiór telewizji cyfrowej za pomocą różnych platform (satelitarne, kablowe, naziemne) jest niemal powszechny. Jest to związane z przejściem na całkowite nadawanie cyfrowe oraz

dotychczasową popularnością naziemnych platform telewizyjnych.

Do drugiej grupy zaliczyć można kraje, gdzie sygnał cyfrowy z tych platform odbiera od 60 do 80% gospodarstw domowych. Do tej grupy należą też kraje takie jak Niemcy, Szwecja czy Holandia, gdzie bardzo rozpowszechnione są sieci kablowe, które często dają swoim abonentom możliwość pozostania przy starym systemie. Kraje te dodatkowo charakteryzuje niższy poziom oglądalności telewizji i to zarówno analogowej, jak cyfrowej.

Trzecia grupa to kraje takie jak Polska, gdzie co prawda sygnał cyfrowy rozprowadzany jest drogą kablową i satelitarną, ale nie nastąpiło jeszcze przełączenie telewizji naziemnej na nadawanie cyfrowe.

Wykres nr 25. Sposób odbioru telewizji w wybranych krajach europejskich w 2010 r.



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

Przejsie na odbiór cyfrowy wymagało w każdym kraju dostosowania urządzeń odbiorczych i nadawczych do nowego systemu. Wiązało się to ze znacznym nakładem sił i środków – z jednej strony budowy sieci nadajników sygnału, z drugiej przestrojenia anten zbiorczych lub zakupu nowych odbiorników/dekoderów.

Zmiana tradycyjnego łańcucha wartości, a szczególnie sposobu dystrybucji treści, która z technicznego punktu widzenia staje się bardziej złożona, co z kolei prowadzi do pojawiania się pośredników, którzy zapewniają niezbędne urządzenia techniczne (dekodery, oprogramowanie). W niektórych przypadkach to właśnie ci pośrednicy odgrywają dominującą rolę.

Cyfrowa konwergencja mediów i stopniowe zacieranie się jakościowych różnic pomiędzy poszczególnymi środkami przekazu jest faktem. Odbiór cyfrowy treści jest możliwy na następujących platformach: telewizja satelitarna (DVB-S)⁶⁴, telewizja kablowa (DVB-C)⁶⁵, telewizja internetowa (IPTV)⁶⁶, naziemna telewizja cyfrowa odbierana za pomocą odbiornika przenośnego (DVB-H)⁶⁷, mobilna telewizja cyfrowa oraz naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T)⁶⁸.

W Polsce działają trzy multipleksy naziemnej telewizji cyfrowej, z których jeden ma zasięg ogólnopolski (MUX-2). Konwersja przebiega „wyspowo”, na wybranych obszarach. Po okresach jednoczesnej emisji analogowej i cyfrowej będzie następowało wyłączanie systemu analogowego (szerzej na ten temat w Sprawozdaniu KRRiT).

⁶⁴ DVB-S (ang. Digital Video Broadcasting - Satellite) - jest standardem cyfrowej telewizji DVB, nadawanej przez satelity.

⁶⁵ DVB-C (ang. Digital Video Broadcasting - Cable) - jest standardem cyfrowej telewizji DVB.

⁶⁶ IPTV (ang. Internet Protocol Television) - telewizja internetowa

⁶⁷ System DVB-H (ang. Digital Video Broadcast Handheld) jest odmianą systemu DVB-T, dostosowaną do małych urządzeń przenośnych na przykład telefonów komórkowych

⁶⁸ DVB-T (ang. Digital Video Broadcasting - Terrestrial) - naziemna telewizja cyfrowa

Polski rynek abonentów telewizyjnych podzielony jest pomiędzy telewizję naziemną, platformy satelitarne i sieci kablowe⁶⁹. Naziemna telewizja cyfrowa (DVB-T) na tym etapie nadal stanowi niewielki fragment rynku telewizji naziemnej - ok. 8%.

Przewidywany wzrost użytkowników DVB-T nastąpi po wyłączeniu transmisji analogowej (switch-off), czyli w połowie 2013 r.⁷⁰ i po osiągnięciu 95% powierzchni kraju przez sygnał z MUX-1 po zakończeniu trzeciego etapu jego budowy. W kolejnych okresach do DVB-T mogą sukcesywnie dołączać osoby, którym kończą się umowy abonenckie na płatną telewizję, bądź odbiorcy najtańszych pakietów telewizji kablowej⁷¹. Analitycy oceniają jednak, że masowy wzrost popularności DVB-T nastąpi dopiero w momencie, kiedy przestanie istnieć alternatywa w postaci odbioru analogowego.

Z przeprowadzanych analiz rynku wynika, że na bezpłatną naziemną ofertę przejdą klienci najtańszych pakietów telewizji płatnej Cyfrowego Polsatu, Cyfry+ i „n”. Na podstawie doświadczeń innych krajów UE przewiduje się, że docelowo z DVB-T korzystać będzie do 40% widzów.

Korzyści z procesu cyfryzacji dla widza to przede wszystkim większa ilość programów telewizyjnych w obrębie jednego kanału⁷². Poza zwiększeniem ilości programów, naziemna telewizja cyfrowa oferuje lepszą jakość obrazu i dźwięku (wielokanałowy, przestrzenny dźwięk Dolby Digital) oraz oferuje następujące funkcje, które zwiększają atrakcyjność oglądania telewizji:

⁶⁹ Patrz wykres nr 3, s.11

⁷⁰ Zgodnie z ustawą o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, całkowite przejście z nadawania analogowego na cyfrowe na terenie Rzeczypospolitej Polskiej powinno nastąpić do dnia 31 lipca 2013 r.

⁷¹ *Prognoza rozwoju NTC Starcom*

⁷² W przypadku emisji cyfrowej na jednym kanale można odbierać jeden tzw. multipleks czy zestaw kilku kanałów telewizyjnych wysokiej rozdzielczości

- **EPG** (electronic programme guide) - elektroniczny przewodnik po programach, dzięki któremu na ekranie widzimy program telewizyjny wszystkich kanałów, jakie możemy odbierać,
- **PVR** (personal video recorder) - posiadając odpowiedni tuner możemy również nagrywać na twardy dysk (z możliwością zaprogramowania) programy telewizyjne oraz zatrzymać na chwilę program, który jest nadawany,
- **VoD** (video on demand) czyli wirtualna wypożyczalnia filmów i programów.

Odbiór naziemnej telewizji cyfrowej wiąże się z koniecznością wymiany starych odbiorników telewizyjnych na nowe lub zakup tunera DVB-T do starych odbiorników. Koszt najprostszego nowego telewizora z wbudowanym tunerem MPEG4 umożliwiającym odbiór DVB-T to ok. 550 zł, zaś najprostszą przystawkę cyfrową do telewizora analogowego można kupić za 50 zł⁷³.

Proces wdrażania DVB-T jest rozłożony w czasie i tak zaplanowany, aby odbiorcy nie stracili dostępu do ogólnodostępnych programów. Sygnał analogowy jest początkowo nadawany jednocześnie z cyfrowym, co powinno dać czas odbiorcom na wyposażenie gospodarstw domowych w odpowiednie odbiorniki.

Cyfryzacja zaostrzy konkurencję na rynku telewizji naziemnej, mobilizując nadawców do zwiększenia inwestycji w rozwój programów oraz zwiększenia wydatków na promocję.

Zgodnie z art. 16 ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, minister właściwy ds. łączności jest obowiązany do przeprowadzenia kampanii informacyjnej. Jak wynika z danych przedstawionych przez Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, działania, które zostały zrealizowane w tym zakresie to:

⁷³ Porównywarka internetowa cen *Ceneo* - marzec 2012 r.

- uruchomienie oficjalnej strony rządowej www.cyfryzacja.gov.pl, poświęconej procesowi cyfryzacji telewizji naziemnej, która umożliwi kontakt z konsultantem za pośrednictwem: VoiceLink, drogą mailową lub telefonicznie,
- emisja 30-sekundowych przekazów (9 spotów na temat procesu cyfryzacji telewizji naziemnej w telewizji publicznej oraz w stacjach komercyjnych 2 razy dziennie w tzw. *prime time*⁷⁴,
- emisja 3-minutowych przekazów (8 audycji przekazujących praktyczne informacje na temat odbioru naziemnej telewizji cyfrowej),
- kampania reklamowa w prasie, przeprowadzona w dzienniku Super Express, Super Ekspres TV oraz w Tele Magazynie, dodatku do dziennika „Polska”.

W 2012 roku Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji ma przeprowadzić badania stanu wyposażenia gospodarstw domowych, których wyniki będą służyły ocenie potrzeby wdrożenia planu pomocy Państwa dla osób, które mogą w wyniku cyfryzacji telewizji naziemnej utracić dostęp do oferty programowej. Trzeba będzie rozważyć sposoby pomocy zarówno finansowej (ewentualne ulgi czy raty dla osób narażonych na wykluczenie z powodów ekonomicznych), jak technicznej, konsumenckiej czy edukacyjnej. Kampania mogłaby zostać zintensyfikowana na przykład przez:

- informacyjne audycje radiowe, w celu dotarcia zwłaszcza do osób starszych;
- informacyjne lekcje w szkołach;
- ulotki rozpowszechniane przez jednostki samorządu terytorialnego;
- plakaty, reklamę zewnętrzną.

⁷⁴ Zgodnie z art. 12 ustawy o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej elementy kampanii informacyjnej w telewizji realizowane są wspólnie z nadawcami.

W związku z faktem, że do przewidzianej daty wyłączenia sygnału analogowego jest już niedużo czasu, działania takie powinny zostać podjęte jak najszybciej.

Realizacja procesu cyfryzacji spowoduje uwolnienie dywidendy cyfrowej. Wyłączenie telewizji analogowej umożliwi wykorzystanie zwolnionych zasobów częstotliwości na dodatkowe usługi. Wg dokumentu o charakterze strategicznym pt. Plan wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce, opracowanego przez Międzyresortowy Zespół ds. Telewizji i Radiofonii Cyfrowej i przyjętego przez rząd w czerwcu 2011 r. powstała w ten sposób dywidenda cyfrowa ma być spożytkowana na następujące potrzeby:

- uzupełnienie do pełnego pokrycia ogólnokrajowego zasięgu multipleksu MUX-3, zajmowanego w całości przez telewizję publiczną i pozwalającego na umieszczenie dodatkowej oferty programowej TVP,
- uzupełnienie do pełnego pokrycia ogólnokrajowego multipleksu MUX-6, przeznaczonego na usługę telewizji mobilnej,
- budowę dwóch ogólnokrajowych multipleksów telewizyjnych (MUX-4 i 5) dla nadawców koncesjonowanych celem poszerzenia oferty programowej okresu przejściowego.

Do ustalenia pozostaje kwestia sposobu zagospodarowania kolejnych multipleksów (4 i 5).

Szczególnie w oparciu o analizy rynkowe należy ustalić, czy istnieje potencjał ekonomiczny sektora do stworzenia kolejnych programów udostępnianych widzom w bezpłatnej ofercie. Doświadczenia z wyłonieniem programów rozprowadzanych w MUX-1 wskazują, że nadawcy mają trudności ze stworzeniem modelu programowo-biznesowego w otwartej dystrybucji DVB-T. Dotychczasowy sposób zagospodarowywania multipleksów DVB-T oparty był na udostępnieniu

niu nadawcom do wspólnego zagospodarowania wolnych zasobów częstotliwości na zasadach współużytkowania, z obowiązkiem wspólnego wyłonienia operatora technicznego. W przypadku kolejnego etapu wdrażania DVB-T należy rozważyć możliwości powołania aktywnego operatora multipleksu, który przedstawi organom regulacyjnym, czyli KRRiT oraz UKE, propozycję stworzenia pełnej oferty programowej wraz z pakietem usług dodatkowych.

Zakres częstotliwości 780 – 862 MHz obejmujący kanały telewizyjne o numerach od 61 do 69 stanowi ma zharmonizowaną w skali europejskiej dywidendę cyfrową, przeznaczoną na usługi telekomunikacyjne, w tym usługi dostępu do Internetu.

Wiadomo także, że w Komisji Europejskiej i w organizacji CEPT⁷⁵ toczą się prace nad harmonizacją w skali europejskiej tzw. dywidendy cyfrowej 2, która miałaby objąć kanały telewizyjne od 48 do 60 (częstotliwości 694 - 790 MHz).

Przyjęcie takiej koncepcji oznacza w Polsce konieczność rezygnacji w znacznej części z planów rozszerzenia telewizyjnej oferty programowej, a także pociągnie za sobą zmiany w konfiguracji multipleksów istniejących i związane z tym dodatkowe koszty. W krajach Europy Zachodniej koncepcja ta nie jest postrzegana jednoznacznie, szczególnie przez kraje, które już zagospodarowały cały zakres częstotliwości 470 – 790 MHz na usługi telewizji naziemnej.

Zajęcie przez polski rząd stanowiska w tej sprawie powinno być poprzedzone szeroką dyskusją z udziałem wszystkich uczestników rynku, regulatorów i rządu. Wydaje się, że organem właściwym do przeprowadzenia konsultacji publicznej w tym zakresie jest Urząd Komunikacji Elektronicznej. Konsultacja taka powinna dać odpowiedź na temat rzeczywistego zainteresowania wspomnianymi zasobami

częstotliwości wśród nadawców telewizyjnych, operatorów telekomunikacyjnych i inne podmioty rynkowe, a także o ewentualnych konsekwencjach ich wycofania z radiodiffuzji.

4.6 Implementacja dyrektywy w zakresie usług na żądanie w krajach europejskich

Interpretacja zapisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w zakresie usług na żądanie sprawia kłopoty wielu krajom europejskim. Poszczególne kraje przyjęły różne rozwiązania. W większości przypadków usługi takie podlegają jedynie obowiązkowi rejestracji, przy czym pojawiają się tu różnice interpretacyjne co do zakresu usług objętych regulacją. Niektóre organy regulacyjne prowadzą jedynie spisy usług rozpowszechnianych za pomocą platform dostępu, takich jak sieci kablowe czy telewizja internetowa, inne zaś włączają również sieci społecznościowe, usługi typu catch-up TV lokalnych stacji telewizyjnych oraz usługi VoD przeznaczone dla dorosłych.

>>

⁷⁵ Europejska Konferencja Administracji Poczty i Telekomunikacji (ang. European Conference of Postal and Telecommunications Administrations), CEPT jest organizacją koordynującą regulacje na rynku pocztowym i telekomunikacyjnym w Europie

TABELA NR 14. REJESTRACJA USŁUG NA ŻĄDANIE

BELGIA	<p>W części walońskiej przewidziany jest system rejestracji usług na żądanie przez audiowizualny organ regulacyjny CSA. Ponadto, specyfiką Walonii jest to, iż wszyscy dostawcy audiowizualnych usług medialnych, czy to linearnych, czy na żądanie, muszą na wstępie dokonać w CSA zgłoszenia (deklaracji) według reguł określonych rządowym rozporządzeniem z dn. 14 maja 2009 r.</p> <p>W części flamandzkiej na 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem świadczenia nielinearnej usługi radiowej, musi być ona zgłoszona regulatorowi rynku (VRM). Ponadto do VRM muszą również być zgłoszone nielinearne usługi telewizyjne na 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem świadczenia.</p>
BUŁGARIA	<p>Usługi na żądanie podlegają zasadom powiadomienia. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są zobowiązani do złożenia powiadomienia o prowadzonej działalności do Rady ds. Mediów Elektronicznych (CEM) w terminie jednego miesiąca od daty wejścia w życie ustawy.</p>
CZECHY	<p>Konieczne jest powiadomienie regulatora o planowanej działalności polegającej na świadczeniu audiowizualnej usługi medialnej na żądanie.</p>
FRANCJA	<p>Zgodnie z ustawą o swobodzie komunikacji z dn. 30 września 1986 r. istnieje rozróżnienie między nowymi AUM w zależności od tego, czy korzystają z częstotliwości naziemnych (analogowych lub cyfrowych) czy też z nich nie korzystają.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dostawcy nowych audiowizualnych usług medialnych korzystający z częstotliwości naziemnych podlegają procedurze koncesyjnej; 2. Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie nie korzystający z częstotliwości naziemnych przyznawanych przez CSA, mogą działać bez żadnych uprzednich formalności typu rejestracja czy koncesja. Niemniej jednak podlegają oni obowiązkom wynikającym z przepisów znowelizowanej ustawy o swobodzie komunikacji oraz kontroli CSA, który może wobec nich wszczynać postępowania oraz stosować przewidziane prawem sankcje, łącznie z odwołaniem się do Rady Stanu. <p>CSA w swoim stanowisku ws. nowych medialnych usług audiowizualnych wyraźnie stwierdza, iż „będzie czuwał, aby wszystkie AUM na żądanie podlegające kompetencjom Francji, podlegały jego regulacji w sposób zapewniający rzeczywistą konkurencję pomiędzy poszczególnymi podmiotami”. W związku z powyższym, CSA skłania się do tego, by jego kompetencje w zakresie rozwiązywania sporów rozciągnąć również na dostawców AUM na żądanie.</p>
HISZPANIA	<p>Zgodnie z nowymi regulacjami dostawcy audiowizualnych usług medialnych (w tym usług na żądanie) mają obowiązek dokonania wpisu do państwowego lub regionalnego rejestru publicznego, w zależności od zasięgu prowadzonej działalności.</p>
HOLANDIA	<p>Holenderscy dostawcy usług na żądanie muszą zarejestrować swoją działalność u holenderskiego regulatora (Commissariaat voor de Media) w przeciągu dwóch tygodni po rozpoczęciu świadczenia audiowizualnej usługi na żądanie. Komisarz sprawdzi, czy usługa jest audiowizualną usługą medialną w rozumieniu ustawy. Jeśli tak, Komisarz będzie monitorować, czy zakres usług jest zgodny z zasadami określonymi w ustawie.</p>

LITWA	Dostawcy usług nieliniowych mają obowiązek wpisu swojej działalności do rejestru.
MALTA	Zgodnie z ustawą implementującą Dyrektywę, dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie są zobowiązani do poinformowania regulatora o zamierzeniu podjęcia działalności.
RUMUNIA	Każda osoba zamierzająca dostarczyć audiowizualne usługi medialne na żądanie ma obowiązek przedłożyć regulatorowi, co najmniej 7 dni przed rozpoczęciem pracy, zgłoszenie takiego zamiaru.
SŁOWACJA	Dostawcy usług na żądanie mają obowiązek dostarczyć konieczne informacje umożliwiające monitoring oraz określenie jurysdykcji do regulatora. Dane te mogą być dostarczone w ciągu 60 dni od rozpoczęcia prowadzenia działalności.
SZWECJA	Wprowadzony został obowiązek rejestracji dostawców linearnych i nieliniowych usług.
WIELKA BRYTANIA	Każdy operator usługi na żądanie musi dokonać formalnego zgłoszenia swojej działalności do ATVOD (Stowarzyszenie na rzecz telewizji na żądanie, będące organem samoregulacyjnym).
WŁOCHY	Zgodnie z dekretem, działalność dostawcy audiowizualnych usług na żądanie podlega zgłoszeniu do regulatora. Podmiot chcąc rozpocząć taką działalność zobowiązany jest do złożenia stosownego oświadczenia regulatorowi.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

TABELA NR 15. UTWORY EUROPEJSKIE W AUDIOWIZUALNYCH USŁUGACH MEDIALNYCH NA ŻĄDANIE

BELGIA	W części walońskiej ustawa zakłada jedynie obowiązek właściwego promowania audycji europejskich w usługach na żądanie. W chwili obecnej CSA (organ regulacyjny) pracuje jednak nad systemem oceniania sposobów promowania tych audycji w katalogach, a także ewentualne doprecyzowanie obowiązku przez wprowadzenie kwot europejskich.
FRANCJA	Dekret z 12 listopada 2010 r. określa obowiązek umieszczania 60% utworów europejskich (40% utworów francuskich) w katalogach usług na żądanie. Przez pierwsze 3 lata obowiązek ten został ograniczony do 50% i 35%. Dodatkowo na dostawców, których roczny obrót przekracza 10 milionów euro nałożone zostały obowiązki udziału w produkcji europejskiej.
HISZPANIA	Dostawcy usług na żądanie powinni zarezerwować dla utworów europejskich 30% katalogu. Połowa tej rezerwacji dotyczy audycji w jednym z urzędowych języków Hiszpanii.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

4.7 Konkurencja i koncentracja na rynku medialnym i telekomunikacyjnym

Rynek mediów elektronicznych to obszar coraz bardziej wyrafinowanych technologii oraz eksploatacji kapitałowej. Do końca 2010 r. na rynku telewizyjnym można było mówić o oligopolu trzech nadawców programów naziemnych: TVP, Polsat i TVN, którzy łącznie mieli ponad 80% udziałów w rynku reklamy telewizyjnej. Ten układ sił przenosi się również częściowo na rynek operatorów telekomunikacyjnych i do sieci Internet.

Cyfrowy Polsat nabył 100% akcji w kapitale zakładowym Telewizji Polsat. Transakcja ta ma zapewnić Grupie Cyfrowy Polsat dywersyfikację przychodów oraz synergię w takich obszarach, jak: promocja, zabezpieczenie treści, marketing, transpondery, zakupy czy centralizacja funkcji administracyjnych

Zygmunt Solorz-Żak poprzez spółkę Aero2 i Narodowy Fundusz Inwestycyjny Magna Polonia jest także zaangażowany w:

- w świadczenie komercyjnych usług bezprzewodowego Internetu na częstotliwościach 900 MHz, 2500 MHz w technologii HSPA+, która zapewnia mobilny dostęp do szybkiego Internetu, umożliwiając pobieranie danych z prędkością do 28,8 Mb/s. Sieć Aero2 liczy ponad 510 stacji bazowych i ma zasięg ok. 60 proc. populacji;
- w budowę sieci szybkiego internetu w technologii LTE (ang. Long Term Evolution) na częstotliwości 1800 MHz, która może być nawet kilkadziesiąt razy szybsza niż obecnie wykorzystywane przez operatorów komórkowych. Dzięki takim sieciom można na przykład oglądać wideo w wysokiej rozdzielczości w komórkach oraz szybko przesyłać duże pliki przez internet. Nowa usługa świadczona jest hurtowo, co oznacza, że jest ona skierowana na przykład do operatorów komórkowych. Mogą oni m.in. wydzierżawić łącza i sprzedawać na nich detalicznie swoje usługi;

- nadawanie telewizji cyfrowej dla urządzeń mobilnych (DVB-H) do telefonów komórkowych i tabletów. POLSAT zapowiada stworzenie ze swoich kanałów tematycznych bukietu cyfrowego do odbioru w systemie mobilnym;
- tworzenie platformy do dystrybucji telewizyjnych treści przez Internet. Plan ten jest realizowany od kilku lat między innymi przy okazji platformy ipla.tv, która obecnie dostępna jest nie tylko w komputerach osobistych, ale także w telewizorach oraz urządzeniach mobilnych. Ipla pod względem oferty jest coraz bardziej konkurencyjna i może być postrzegana przez klientów jako alternatywa dla operatorów kablowych i satelitarnych.

Przejęcie Polkomtela przez grupę POLSAT, w październiku 2011 roku, daje szansę na ekspansywne zwiększenie bazy klientów w trzech obszarach działalności grupy kapitałowej inwestora: telefonii komórkowej, usług internetowych i telewizji cyfrowej.

W obliczu rosnącej konkurencji operatorów telekomunikacyjnych, konsolidujących się operatorów alternatywnych i platform satelitarnych, w styczniu 2012 roku Liberty Global, właściciel największej w Polsce telewizji kablowej, sfinalizował transakcję zakupu operatora sieci kablowej Aster od Mid Europa Partners. Połączenie UPC i Aster przyspiesza proces konsolidacji rozdrobnionej branży kablowej w Polsce, gdzie działa ponad 500 operatorów (w przeciwieństwie do Francji czy Wielkiej Brytanii, gdzie w każdym z tych krajów jest jeden operator kablowy).

Podpisanie umowy TVN z CANAL+⁷⁶ dotyczącej integracji w sektorze telewizyjnym i połączenia uzupełniających się produktowo platform telewizji satelitarnej „n” i CYFRA+ umożliwia powstanie oferty obejmującej szeroki zakres treści przy wykorzystaniu najnowszych

⁷⁶ Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zbada koncentrację grup medialnych ITI i Canal+, na mocy której ma powstać m.in. wspólna platforma satelitarna Cyfry+ i „n”. Komisja Europejska przekazała zbadanie takiej transakcji polskiemu urzędowi antymonopolowemu.

technologii. Przyszła programowa współpraca pomiędzy TVN i Canal+ wzmocni TVN na rynku, a połączenie obu platform wesprze obie firmy w walce o zrównoważenie silnej pozycji Cyfrowego Polsatu.

Brak koordynacji między ustawami regulującymi działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów utrudnia badanie przenikających się rynków nadawców i operatorów oraz określanie pozycji dominującej i zagrożeń dla warunków konkurencji.

Zgodnie z art. 36 ust. 2 pkt. 2 ustawy o radiofonii i telewizji, koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego nie udziela się, jeżeli rozpowszechnianie programów przez wnioskodawcę mogłoby spowodować m.in. „osiągnięcie przez wnioskodawcę pozycji dominującej w dziedzinie środków masowego przekazu na danym terenie”.

Z dotychczasowych doświadczeń KRRiT wynika jednak, że obecny kształt przepisów (brak definicji przejęcia kontroli nad działalnością nadawcy oraz pozycji dominującej dla rynku mediów, a także brak upoważnienia do zbierania od przedsiębiorców informacji niezbędnych do przeprowadzenia analiz) uniemożliwia skuteczne wykonywanie tego zadania.

Poważną przeszkodę stanowi także różna logika i cele przyświecające prawu konkurencji oraz regulacji medialnej:

- celem prawa konkurencji jest dbanie o właściwe funkcjonowanie wolnego rynku, a co się z tym wiąże, wolnej konkurencji pomiędzy podmiotami rynkowymi;
- celem nadrzędnym przepisów ograniczających koncentrację własności w mediach jest zachowanie pluralizmu mediów i nie dopuszczenie do tego, by jeden, czy wybrane podmioty zyskały dominującą moc opiniotwórczą.

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca posiada pozycję dominującą, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym, jeżeli ma możliwość działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów i konsumentów (nie jest niedozwolone posiadanie pozycji dominującej, ale jej nadużywanie). Domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Z kolei przepis art. 36 ust. 2 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji wyraźnie odnosi „pozycję dominującą na danym terenie” do całej dziedziny „środków masowego przekazu”, co obejmuje nie tylko dysponowanie na niej stacją radiową, telewizyjną, ale też na przykład gazetą⁷⁷. Jeżeli więc udział takiego podmiotu w każdym z tych osobnych rynków nie powoduje osiągnięcia pozycji dominującej, ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma zastosowania - choć w sumie podmiot ten może pośrednio lub bezpośrednio kontrolować większość informacji i opinii publikowanych w mediach na danym terenie.

Jeżeli przepis art. 36 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji ma znaleźć praktyczne zastosowanie, konieczne są zmiany ustawowe.

Państwa Członkowskie UE mogą podejmować działania na rzecz pluralizmu mediów inne niż obowiązujące dla kontroli koncentracji między przedsiębiorstwami na rynku wspólnotowym⁷⁸. Ustalenie ostatecznego kształtu regulacji w zakresie konkurencji dla kon-

⁷⁷ Zgodnie z tą linią rozumowania unijna „Zielona Księga nt. usług użyteczności publicznej” (COM(2003) 270) stwierdza, że „działania na rzecz pluralizmu mediów zazwyczaj zmierzają do ograniczenia udziałów w przedsiębiorstwach medialnych lub do zapobieżenia kumulacyjnej kontroli lub jednoczesnemu udziałowi w kilku przedsiębiorstwach medialnych”.

⁷⁸ Rozporządzenie Rady Unii Europejskiej nr 139/2004 na temat w art. 21 ust. 4, że Zgodnie więc z tezą przedstawioną w „Zielonej Księdze nt. usług użyteczności publicznej” i podtrzymaną w „Białej Księdze” (COM(2004) 374 final), zapewnienie pluralizmu mediów to sfera polityki państw członkowskich, a prawo wspólnotowe „dopuszcza przepisy krajowe mające chronić pluralizm”.

wergentnych rynków treści audiowizualnych i ich dystrybucji stanowi poważne wyzwanie dla ustawodawcy. Stosowanie takich rozwiązań wykraczających zarówno poza obecne kompetencje KRRiT, UKE jak i rolę UOKiK wymagałoby powołania zintegrowanego

regulatora tych rynków, który jednocześnie sprawowałby kontrolę nad koncentracją i konkurencją w swojej właściwości jako regulator sektorowy. Szerzej na ten temat w rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5 MEDIA PUBLICZNE

5.1 Podsumowanie doświadczeń w związku z nowym systemem wyboru władz mediów publicznych

Ustawa z 6 sierpnia 2010 roku *o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłatach abonamentowych* wprowadziła nowy sposób powoływania władz mediów publicznych. Na podstawie delegacji w niej zawartej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 9 września 2010 roku rozporządzenie *w sprawie regulaminu konkursu na członków rad nadzorczych spółki „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna”, spółki „Polskie Radio – Spółka Akcyjna” oraz spółek radiofonii regionalnej* (Dz. U. Nr 172, poz.1168). Szerzej na temat procesu wyłaniania władz w spółkach publicznej radiofonii i telewizji – patrz: Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2011 roku.

Po przeprowadzeniu konkursów Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dokonała podsumowania jego przebiegu i zwróciła uwagę na sprawy, które powinny, jej zdaniem, być wzięte pod uwagę przy kolejnych konkursach:

- Wymóg posiadania uprawnień do zasiadania w radach nadzorczych spółek Skarbu Państwa ograniczył udział większej liczby kandydatów z dorobkiem w dziedzinie mediów, co nie powinno oznaczać

zmiany tego wymogu w przyszłości, ale raczej sugerować podniesienie kompetencji formalnych przyszłych kandydatów;

- Zauważalny i niepokojący był zbyt niski udział kobiet (24 na 99 wszystkich członków Rad) oraz osób młodych (średnia wieku wszystkich kandydatów to 49-51 lat, z czego poniżej 40 roku życia wybrano 24 osoby);
- Szkoły artystyczne nie wyłoniły odpowiedniej liczby kandydatów, co spowodowane było wspomnianym wyżej brakiem uprawnień formalnych do zasiadania w radach nadzorczych, a także niewystarczającym, ich zdaniem, czasem na analizę kandydatur w ramach uczelni;
- Proponuje się stworzenie „zasobu kadrowego” z kandydatów rekomendowanych przez uczelnie, którzy pozytywnie przeszli całą procedurę konkursową, z którego KRRiT mogłaby w razie konieczności uzupełniać składy rad;
- Konieczne wydaje się doprecyzowanie przepisów dotyczących niedopuszczania możliwości łączenia różnych funkcji w organach spółek mediów publicznych;
- Postuluje się uelastyczenie przepisu dotyczącego funkcjonowania rad w pełnym składzie w przypadku rezygnacji któregoś z członków, tak aby mogła ona

działać do czasu uzupełnienia jej składu w postępowaniu konkursowym. Obecnie, aby spółka mogła funkcjonować prawidłowo, KRRiT musi przeprowadzić konkurs przed odwołaniem członka rady.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po wnikliwej analizie nasuwających się wniosków przygotowała propozycje zmian prawnych. Szerzej omawiamy je w rozdziale VI. Kierunki zmian regulacyjnych.

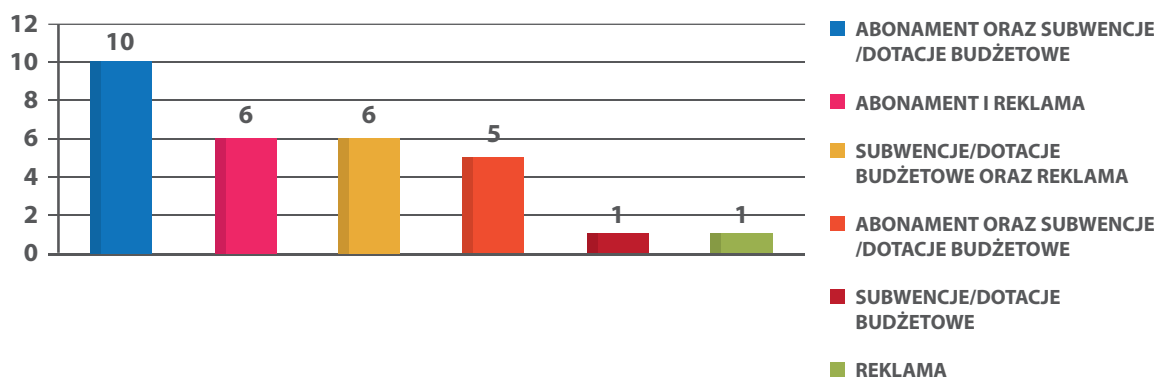
5.2 Modele finansowania mediów publicznych w krajach europejskich

Prawo Unii Europejskiej nie wskazuje, jakie modele finansowania mediów publicznych powinny przyjąć kraje członkowskie. W Protokole Amsterdamskim z 1997 roku podkreśla się swobodę wyboru systemu finansowania mediów publicznych przez państwa członkowskie zaznaczając jednocześnie, że zakresem finansowania mają być objęci określone nadawcy z tytułu realizowania przez nich misji publicznej oraz że finansowanie to nie może naruszać zasad obrotu gospodarczego i konkurencji wewnątrz Unii. Zdefiniowanie

szczegółowego zakresu misji pozostawiono również decyzji poszczególnych państw.

Jak wykazują analizy, państwa europejskie chętnie korzystają z pozostawionego im prawa i swobodnie kształtują swoją politykę w tym względzie. Mimo to należy podkreślić, iż z wyjątkiem Luksemburga (finansowanie z reklam) wszystkie pozostałe państwa członkowskie Unii Europejskiej zapewniły nadawcom publicznym pewien poziom finansowania ze środków publicznych. Część państw zdecydowała się na finansowanie działalności nadawców publicznych jedynie ze źródeł publicznych (Dania), niektóre dopuszczają inne dodatkowe dochody, na przykład ze sprzedaży audycji (Wielka Brytania). Większość jednak wspiera nadawców publicznych za pomocą środków abonamentowych zbieranych oddzielnie lub wraz z inną daniną publiczną. W pozostałych przypadkach źródłem publicznego finansowania pozostają środki budżetowe. Najczęściej stosowaną formą wsparcia jest system mieszany obejmujący zarówno środki publiczne, jak i przychody komercyjne, w tym zwłaszcza dochody z reklam.

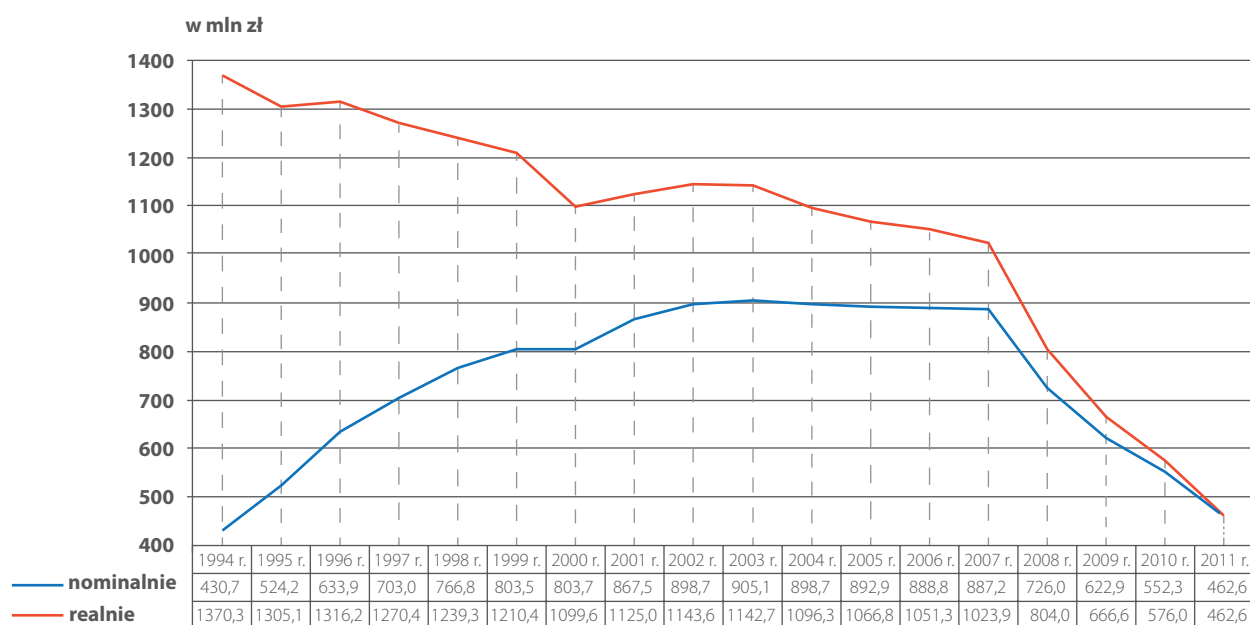
Wykres nr 26. Modele finansowania nadawców publicznych (liczba krajów)



Źródło: Analiza Biura KRRiT nr 5/2007, grudzień 2007; „Systemy poboru opłat abonamentowych w wybranych państwach europejskich (aktualizacja), A. Woźniak, P. Stęпка, M. Borkowska, E. Murawska-Najmiec

W przypadku opłaty abonamentowej, która jest najbardziej powszechnym źródłem finansowania mediów publicznych w Europie istotne jest, aby system ten był stabilny i przewidywalny. W przeciwnym wypadku zagraża to niezależności tych podmiotów, co wielokrotnie bardzo wyraźnie podkreśla w swych deklaracjach politycznych i zaleceniach Rada Europy. Regularny dopływ środków powinien być zagwarantowany poprzez sprawny system pobierania abonamentu. Polska jest obecnie na końcu listy pokazującej skuteczność ściągania tej publicznej opłaty wśród krajów Europy – mniej niż 30% gospodarstw domowych opłaca abonament. Dla porównania: procent osób uchylających się od płacenia abonamentu w Austrii to 4%, Czechach – ok. 5%, Niemczech – 2%, Wielkiej Brytanii – 5,2%, Włoszech – 26%⁷⁹. Wielka Brytania dodatkowo stosuje system planowania i przyznawania środków abonamentowych na okresy 10-letnie, co zapewnia stabilne działania mediom publicznym w dłuższej perspektywie.

Wykres nr 27. Wpływy abonamentowe w latach 1994-2011



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT

5.3 Kondycja finansowa mediów publicznych w Polsce

W latach 2008-2011 odnotowano wyraźny spadek ściągłości wpływów abonamentowych, co w konsekwencji spowodowało znaczne pogorszenie sytuacji finansowo-ekonomicznej nadawców publicznych. W Polskim Radiu SA 58% przychodów to wpływy abonamentowe, zaś w finansowaniu niektórych regionalnych spółek radia publicznego udział abonamentu stanowi prawie 90%. W budżecie Telewizji Polskiej SA w 2011 roku środki abonamentowe stanowiły jedynie 12% przychodów (dla porównania w 2003 roku – 32,7%)⁸⁰. Niewątpliwie jedną z przyczyn znacznego obniżenia płatności abonamentu w ostatnich latach były płynące ze strony polityków sygnały o zamiarze zniesienia tej obowiązkowej opłaty.

Poniższy wykres pokazuje poziom wpływów abonamentowych przekazywanych z rachunku bankowego KRRiT do spółek publicznej radiofonii i telewizji oraz spadek ich wartości realnej w latach 1994-2011.

⁷⁹ Dane Broadcasting Fee Association, maj 2010 r.

⁸⁰ Dane TVP SA

W analizowanym okresie najwyższa kwota wpływów abonamentowych została przekazana w 2003 roku i wynosiła 905,1 mln zł. Dla porównania w 2011 roku wpływy abonamentowe przekazane spółkom publicznej radiofonii i telewizji wynosiły 470,3 mln zł i były (w ujęciu nominalnym) niższe w porównaniu do 2003 roku o 48,9%. Jednocześnie wartość realna wpływów z 2011 roku obniżyła się w porównaniu do 2003 roku o 59,5%, natomiast w porównaniu do 1994 roku aż o 66,2%. Podsumowanie przedstawionych informacji znajduje się w Rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5.4 Problematyka pomocy publicznej a realizacja misji w związku z zaleceniami Komisji Europejskiej

Ważną część prawa konkurencji Unii Europejskiej stanowią przepisy określające zasady udzielania pomocy publicznej. Troska o zapewnienie niezakłóconych warunków konkurencji i handlu wewnątrz UE leży u podstaw przepisów traktatowych. Jednocześnie jednak zauważono, że w pewnych szczególnych sytuacjach, przy zastosowaniu określonych ograniczeń i środków kontroli mających zapewnić sprawne funkcjonowanie rynku wewnętrznego pomoc państwa jest potrzebna, pozwala bowiem realizować ważne społecznie cele interesu ogólnego. Unijne ramy prawne dotyczące pomocy publicznej, biorąc pod uwagę tę dychotomię celów, tworzą złożony kompleks reguł. Przepisy te podlegają regularnym przeglądom i zmianom.

Szczególna rola w nadzorze nad właściwym stosowaniem unijnego prawa pomocy publicznej spoczywa na Komisji Europejskiej, której traktat przyznał istotne kompetencje kontrolne i decyzyjne w przedmiotowym zakresie.

Oprócz reguł o charakterze ogólnym istnieje też wiele reguł szczególnych, sektorowych. Szczegółowe zasady udzielania pomocy publicznej określono też w prawie

unijnym dla obszaru radiofonii i telewizji.⁸¹

Przeważająca część tych zasad została transponowana do polskiego porządku prawnego, jednak w świetle rozwoju prawa unijnego, za istotne należy uznać zapewnienie pełnej implementacji nowych jego elementów:

- doprecyzowanie zakresu zadań powierzonych przez państwo nadawcom publicznym w związku z realizacją misji publicznej,
- określenie procedury uprzedniej oceny istotnych nowych usług medialnych; pomoc państwa na rzecz nadawców publicznych może być wykorzystywana w celu świadczenia usług za pośrednictwem różnych platform technicznych, także w środowisku nowych mediów. Jednak konieczne jest wcześniejsze zbadanie przez organ regulacyjny, przy zastosowaniu otwartych konsultacji publicznych, czy takie usługi spełniałyby wymogi protokołu amsterdamskiego, tzn. czy służą demokratycznym, społecznym i kulturalnym potrzebom społeczeństwa, przy właściwym uwzględnieniu ich ewentualnego wpływu na warunki handlu i konkurencję,

⁸¹ Należy tu wymienić w szczególności:

- Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej,
- Protokół amsterdamski z 1997 r. dotyczący systemu radiofonii i telewizji publicznej,
- Dyrektywę Komisji 2006/111/WE z dnia 16 listopada 2006 r. w sprawie przejrzystości stosunków finansowych między państwami członkowskimi a przedsiębiorstwami publicznymi, a także w sprawie przejrzystości finansowej wewnątrz określonych przedsiębiorstw,
- Rozporządzenie Rady 659/1999 z dnia 22 marca 1999 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE,
- Rozporządzenie Komisji 794/2004 z dnia 21 kwietnia 2004 r. w sprawie wykonania rozporządzenia Rady 659/1999 ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE, z późniejszymi zmianami,
- Decyzję Komisji 2012/21 z dnia 20 grudnia 2011 r. w sprawie stosowania art. 106 ust. 2 TSUE do pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych,
- Komunikat Komisji 2005/C 297/04 Wspólnotowe ramy dotyczące pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych (wraz z komunikatem Komisji 2011/C 337/02 przedłużającym okres stosowania ram),
- Dorobek orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej,
- Komunikat Komisji 2009/C 257/01 w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej.

- zapewnienie proporcjonalności publicznego finansowania; wprowadzenie mechanizmu zwrotu nadmiernej rekompensaty przekraczającej dozwolony limit 10% rocznych kosztów usługi publicznej przewidzianych w budżecie,
- zapewnienie skutecznego nadzoru nad realizacją misji publicznej poprzez badanie jakości realizacji zadań powierzonych nadawcom w ustawie, nadzór nad zgodnością działania nadawcy z misją publiczną, w tym ze standardami jakościowymi określonymi w tej misji.

5.5 Efekty wprowadzania planów finansowo-programowych

Znowelizowana w sierpniu 2011 roku ustawa o radiofonii i telewizji wprowadziła nowy mechanizm pozwalający planować i rozliczać misję publiczną przez jednostki radiofonii i telewizji publicznej. Przed zmianą przepisów nadawcy publiczni składali jedynie założenia programowe i finansowe do każdego z rozpowszechnianych programów jako całości, odpowiadające zadaniom wynikającym z art. 21 ust. 1. ustawy o radiofonii i telewizji. W praktyce założenia do planów programowych i finansowych miały charakter ogólny, często wyłącznie statystyczny.

Zgodnie z nowymi przepisami, środki abonamentowe są przydzielane na konkretne zadania służące realizacji misji. Dodany do art. 21 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji zobowiązuje nadawców do corocznego opracowywania w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji szczegółowych planów finansowo-programowych uwzględniających także koszty funkcjonowania i rozwoju tych podmiotów. Krajowa Rada wydała rozporządzenie szczegółowe dotyczące zawartości tych dokumentów. Z analizy procesu uzgodnień wynikają następujące wnioski:

- nie udało się osiągnąć takiego kształtu planów, który uzasadniałby przyznawanie środków – były zbyt ogólne i często ograniczały się do statystyki

(zgodnie z nowymi przepisami środki powinny być przydzielane na konkretne zadania);

- analiza oferty programowej oraz kondycji finansowej pokazała nie najlepszą sytuację mediów publicznych. Następuje tabloidyzacja oferty, dominacja form i gatunków typowych dla mediów komercyjnych, przez co misja publiczna jest marginalizowana. W małym stopniu obecna jest debata społeczna o ważnych dla kraju i poszczególnych grup społecznych tematach, nie ma audycji zwiększających wiedzę z różnych dziedzin, a także umożliwiających odbiorcom udział w kulturze;
- należałoby dążyć do zwiększenia liczby słuchowisk, reportaży, spektakli teatralnych, audycji poświęconych nowym technologiom, audycji dla dzieci i młodzieży;
- nadawcy, ze szczególnym udziałem Rad Programowych, powinni otworzyć się na współpracę z KRRiIT, by dopracować niesatysfakcjonujący jak dotychczas kształt planów;
- zarówno dla nadawców, jak i dla KRRiIT ważne jest, jak te zamierzenia oceniają odbiorcy, a także organizacje twórców i producentów – do tego mają służyć konsultacje;
- ustawa o opłatach abonamentowych nie wyposażała KRRiIT w odpowiednie narzędzia, które pozwalałyby sprawować rzeczywisty nadzór nad ich realizacją oraz wyciągać konsekwencje w przypadku nieprawidłowości. Powoduje to, że wspomniana nowelizacja ustawy niewiele zmieniła w kwestii kontroli KRRiIT nad realizacją misji w programach oraz w kwestii podejścia nadawców do realizacji nowych zasad. Konieczne są zmiany zarówno w ustawie o radiofonii i telewizji, jak i ustawie o opłatach abonamentowych. O proponowanych zmianach szerzej w Rozdziale VI Kierunki regulacyjne.

5.6 Strategie programowe nadawców publicznych

Polskie Radio SA, jak Telewizja Polska SA przygotowały strategie programowe na najbliższe kilka lat uwzględniające zmiany zachodzące na rynku mediów zarówno w sferze technologii dotarcia do widza/słuchacza, jak i zróżnicowanych zachowań nowych odbiorców. Obaj nadawcy publiczni stawiają w nich na wysoką wartość oferty programowej otwartej na różnorodne zainteresowania i potrzeby odbiorców oraz wykorzystanie wszelkich możliwych form dostępu do widza/słuchacza. Mimo trudnej sytuacji finansowej nadawcy publiczni deklarują, że przy przygotowywaniu oferty programowej nie będą kierować się wyłącznie oglądalnością, ponieważ zadaniem mediów publicznych powinno być wyznaczanie i promowanie najwyższych standardów etycznych, artystycznych i estetycznych.

Telewizja Polska postawiła sobie kilka kluczowych celów strategicznych, z których najważniejsze to:

- odbudowanie jej pozycji jako głównego opiniotwórczego medium poprzez m.in.: inicjowanie debat i akcji społecznych w najważniejszych sprawach cywilizacyjnych, otwarcie na dialog z widzami, organizacjami pozarządowymi, administracją publiczną, obecność na forach opinii, portalach społecznościowych, budowanie własnej społeczności, a także rozwój dziennikarstwa obywatelskiego;
- wysoka jakość audycji z wykorzystaniem własnego potencjału twórczego i produkcyjnego poprzez m.in.: stworzenie Funduszu Rozwoju Programowego, organizację konkursów form telewizyjnych w celu pozyskania scenariuszy oraz zróżnicowanie źródeł audycji poprzez rozwijanie współpracy ze środowiskami twórców i producentów zewnętrznych;
- zróżnicowanie i rozwój oferty programowej, usług medialnych i nowych mediów poprzez m.in.:

sprofilowanie anten, rozwój kanałów tematycznych, obecność oferty w sieciach szerokopasmowych IPTV, udostępnienie oferty w serwisach VoD i catch-up, produkcję audycji specjalnie na potrzeby Internetu, zwiększenie interaktywności przekazu, uruchomienie platformy edukacyjnej, przygotowanie projektu telewizji hybrydowej, cyfryzację i udostępnianie archiwów

- wzmocnienie roli i oferty oddziałów regionalnych poprzez m.in.: dostępność 16 programów regionalnych w multipleksie 3, rozwijanie regionalnych portali internetowych z treściami lokalnymi, partnerstwo i współpracę z władzami lokalnymi.

Polskie Radio SA w swej Strategii Rozwoju na lata 2011-2014 określiło wizję rozwoju tej instytucji, tak aby w przyszłości stała się instytucją multimedialną w nowatorski sposób wypełniającą misję publiczną przewidzianą w ustawie o radiofonii i telewizji. Najważniejsze cele strategiczne to:

- połączenie misji nadawcy publicznego z orientacją na odbiorców poprzez oferowanie różnorodnych gatunków odpowiadających gustom słuchaczy, dostosowanie treści do każdej technologii odbioru;
- obecność z ofertą w nowych segmentach rynku, jak: Internet, radio na wizji, radio przez komórkę, radio na żądanie, na satelitarnych platformach cyfrowych;
- cyfryzacja naziemnych nadajników cyfrowych – Polskie Radio będzie liderem radiofonii cyfrowej w Polsce;
- dokończenie cyfryzacji archiwum we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym i jego publiczne udostępnianie;
- efektywne zarządzanie unikatowym zasobem technologicznym – Multimedialną Radiową Bazą Danych (MRBD).

Zagrożeniem realizacji zdefiniowanych przez nadawców publicznych celów może być niestabilne finansowanie wynikające z nieskutecznego ściągania abonamentu. Duża odpowiedzialność spada tu przede wszystkim na władze państwowe i ich odpowiedzialne decyzje dotyczące wizji przyszłości i stabilnego funkcjonowania mediów publicznych.

5.7 Rola nadawców publicznych w procesie cyfryzacji

Cyfryzacja jest dla nadawców publicznych szansą na uatrakcyjnienie oferty programowej, poprawienie jakości technologicznej i wprowadzenia nowych platform dotarcia do odbiorcy, co stwarza możliwość wypełniania misji publicznej w nowy, bardziej efektywny sposób.

W przypadku Telewizji Polskiej przekaz cyfrowy daje możliwość zaproponowania widzom bogatszej oferty wykraczającej poza „ustawowe” programy TVP1, TVP2 i TVP Info. Korzystając z możliwości jakie daje przekaz satelitarny, telewizja publiczna emituje obecnie nowe programy wyspecjalizowane zarówno o charakterze misyjnym, jak TVP Kultura i TVP Historia, jak i o charakterze rozrywkowym jak TVP Seriale i TVP Sport, które dostępne są odpłatnie w większości sieci kablowych. Naziemna telewizja cyfrowa umożliwi dostarczanie dodatkowej oferty bezpłatnie. W okresie przejściowym, to znaczy do czasu wyłączenia telewizji analogowej i pozyskania dywidendy cyfrowej na nową ofertę, podstawowe programy TVP muszą być dostępne w multipleksach cyfrowych o zasięgu ogólnokrajowym na kilka miesięcy przed terminem tego wyłączenia zaplanowanego na 31 lipca 2013 r.

W Planie wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej, przyjętym przez Rząd w czerwcu 2011 r. dla telewizji publicznej przeznaczono docelowo jeden cały multipleks, co pozwala na skonstruowanie oferty złożonej z 8 programów w jakości SD. Jest to tzw. multipleks trzeci (MUX-3). Dla ułatwienia dotarcia z blokami regionalnymi do odbior-

ców programów TVP Info w regionach obsługiwanych przez poszczególne ośrodki TVP multipleks ten, jako jedyny, jest ściśle regionalizowany, to znaczy granice obszarów technicznego zasięgu sygnału cyfrowego pokrywają się z granicami administracyjnymi województw. Emisja cyfrowa MUX-3 rozpoczęła się w październiku 2010 r., a zakończy w kwietniu 2014 r., gdyż wszystkie kanały TV niezbędne do uzyskania pełnego pokrycia kraju dostępne będą dopiero po całkowitym wyłączeniu telewizji analogowej.

Zgodnie z przyjętym przez Urząd Komunikacji Elektronicznej harmonogramem wdrażania telewizji cyfrowej, w okresie przejściowym TVP uzyska pełne pokrycie kraju programami podstawowymi, to znaczy TVP1, TVP2 i TVP Info, w multipleksie pierwszym (MUX-1), którego budowa rozpoczęła się w grudniu 2011, a zakończy we wrześniu 2012 r. Po uzyskaniu pełnego pokrycia sygnałem cyfrowym MUX-3, programy podstawowe TVP zostaną z MUX-1 wyłączone, a zwolniona przepływność będzie przeznaczona na dodatkowe programy koncesjonowane. Nie wyklucza to możliwości ubiegania się przez TVP o te miejsca dla swoich programów wyspecjalizowanych. Uzyskanie dodatkowej „przestrzeni” programowej pozwoli TVP na zrealizowanie planów emisji części programów w jakości HD, do czego jest w pełni przygotowana.

Przejście publicznych nadawców radiowych na nadawanie cyfrowe jest ściśle związane z zakończeniem procesu cyfryzacji telewizji i wyłączeniem nadawania analogowego. Jednak w wielu krajach europejskich mimo wyłączenia telewizyjnego nadawania analogowego nie stworzono strategii i nie zaplanowano jeszcze daty wyłączenia nadawania analogowego radia, a raczej przewiduje się długi okres równoległego nadawania w tradycyjnej i nowej technologii. Największym problemem wydaje się koszt tego procesu, poniesienia którego nie chcą nadawcy ani państwa. Najbardziej zaawansowane projekty cyfryzacji radia przygotowano w Wielkiej Brytanii, Norwegii, Niemczech, Danii, Szwajcarii i Belgii. Szerzej o cyfryzacji radia w Rozdziale III Rok 2011 – radio.

Polskie Radio i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia wyraziły zainteresowanie zarządzaniem multipleksem ogólnokrajowym oraz multipleksami regionalnymi.

Wszystko wskazuje na to, że proces cyfryzacji radia w Polsce rozpocznie inicjatywa Polskiego Radia dotycząca budowy własnego multipleksu przeznaczonego na programy radiofonii publicznej. Konieczne będzie kontynuowanie konsultacji w sprawie konwersji cyfrowej wszystkich nadawców radiowych a także stworzenie grupy koordynującej proces wdrażania radiofonii cyfrowej złożonej z przedstawicieli strony rządowej, rynku i organów regulacyjnych.

5.8 Nadawcy publiczni a nowe media

Jak przewiduje Europejska Unia Nadawców (EBU), w związku ze zmianami technologicznymi, wśród nadawców publicznych nieunikniona będzie postępująca integracja procesów potrójnego planowania, zarządzania i produkcji do poziomu pełnej integracji produkcji multimediów tzw. TRI-MEDIA⁸².

Media publiczne nie mogą nie podążać za postępującymi zmianami, choć ich sytuacja jest trudna ze względu na zauważalny proces ich marginalizacji w Europie (stanowią 10% analogowych programów w krajach UE⁸³) i powracający w debacie publicznej wątek ich likwidacji jako podmiotów rzekomo zakłócających konkurencję ze względu na ich finansowanie ze środków publicznych. Trzeba tu wspomnieć, że Unia Europejska patrząc na media publiczne przez pryzmat zasad obowiązujących na wspólnym rynku i prawa konkurencji zezwala na włączenie w zakres misji publicznej nowych usług, jednak pod warunkiem, że mają one na celu zaspokojenie potrzeb demokratycznych, społecznych i kulturalnych społeczeństwa. Granicą jest tu działalność mająca ściśle komercyjny charakter, daleka od zadań misyjnych określonych w aktach prawnych.

⁸² Hubert Tilman, Bayerischer Rundfunk, Director of Production and Technology, prezentacja, Warszawa 24.02.2012 r.

⁸³ Karol Jakubowicz, „Nowa ekologia mediów”, Poltext, Warszawa, 2011

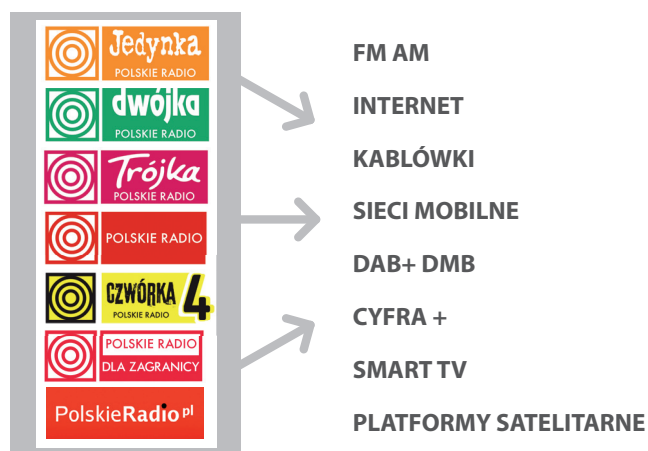
Dużym wsparciem dla mediów publicznych w ich zabiegach o miejsce i rolę w nowym zintegrowanym środowisku audiowizualnym są wypracowane przez Radę Europy standardy wyznaczające im szczególnie miejsce w społeczeństwie informacyjnym oraz wskazujące konieczność umożliwienia im pełnego korzystania z nowych technologii w realizacji misji publicznej⁸⁴. Najnowszą inicjatywą Rady Europy potwierdzającą wagę jaką Rada Europy przywiązuje do mediów publicznych jest Deklaracja Komitetu Ministrów RE oraz Zalecenie w sprawie ładu w mediach publicznych z 15 lutego 2012 r.

Aktywność mediów publicznych na nowych platformach dostępu pozwala na dotarcie z ofertą programową do nowej grupy odbiorców, którą stanowią głównie młodzi widzowie sprawnie posługujący się nowymi technologiami, odbierający świat w sposób zintegrowany. Obecny widz czy słuchacz stawia nowe wyzwania przed mediami: treść musi być dostępna szybko, wszędzie, także nieliniowo, powinna być dobrej jakości, najchętniej spersonalizowana, interaktywna.

Zarówno Polskie Radio jak i Telewizja Polska widzą zachodzące zmiany i oczekiwania odbiorców. Oto jak podążanie za oczekiwaniami odbiorców widzi Polskie Radio:

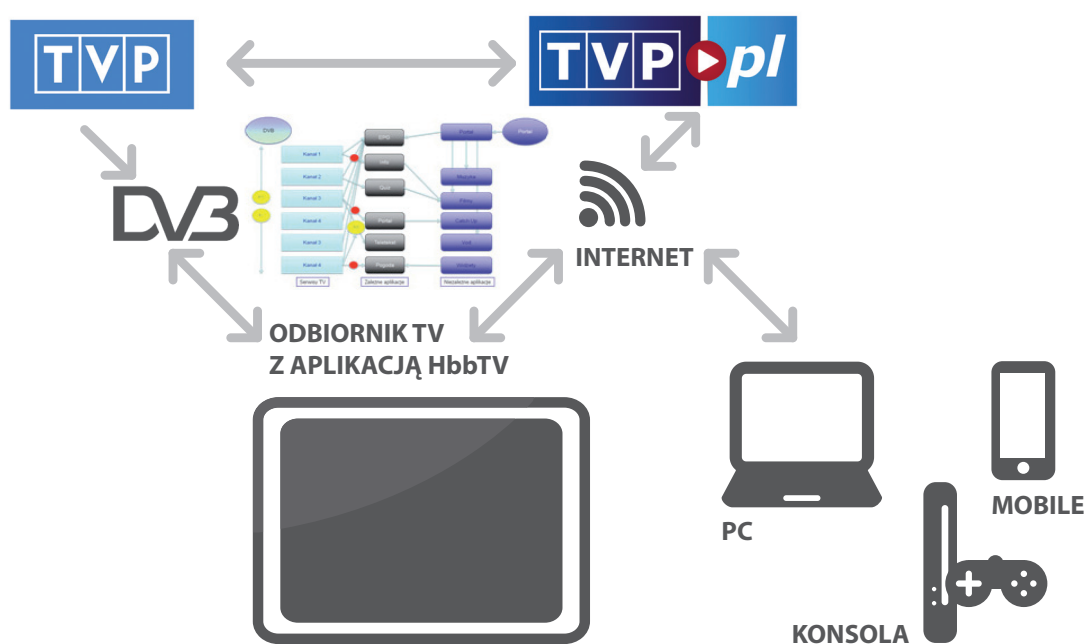
>>

⁸⁴ Zalecenie Komitetu Ministrów dotyczące środków promowania demokratycznej i społecznej roli radiofonii i telewizji cyfrowej [Rec(2003)9] oraz Zalecenie Komitetu Ministrów nt. zakresu misji mediów publicznych w Społeczeństwie Informacyjnym [CE/Rec(2007)3].



Dodatkowo coraz popularniejsze odbiorniki hybrydowe łączące w sobie środowisko tradycyjnego nadawania ze środowiskiem otwartego Internetu zmieniają całkowicie sposób myślenia o programie, jak pokazuje poniższy schemat TVP SA:

Źródło: Prezentacja „Nowoczesne technologie oraz strategia w produkcji i przekazie Polskiego Radia SA”, Paweł Mathia, Andrzej Mietkowski, Waldemar Listowski, Warszawa, 24.02.2012 r.



Źródło: Prezentacja „Cyfrowy tok produkcji – to dopiero początek” Wiesław Łodziński, Dyrektor ośrodka TVP Technologie, Warszawa, 24.02.2012 r.

Nowe technologie stwarzają dla nadawców publicznych nowe możliwości oferowania wartościowej, atrakcyjnej treści dostępnej na różnych platformach. Pozwalają także na dotarcie do nowych grup odbiorców – osób z dysfunkcją wzroku i słuchu – dotąd w znacznej mierze wykluczonych z czynnego odbioru programów radiowych i telewizyjnych.

Media publiczne, mimo pojawiających się głosów o ich zmierzchu w „społeczeństwie sieciowym”⁸⁵ nie znikną z rynku, tylko muszą znaleźć odpowiednie miejsce w nowym zintegrowanym środowisku.

⁸⁵ Prof. dr hab. Maciej Mrozowski, Konferencja „Modele mediów publicznych w Polsce i Europie”, Warszawa 1 marca 2012 r.

5.9 Cyfryzacja zasobów archiwalnych

Sprawa dostępu i korzystania z gromadzonych przez wiele lat zasobów programowych będących w dyspozycji Telewizji Polskiej oraz Polskiego Radia budziła wiele dyskusji i sporów. Jak wykazują doświadczenia krajów europejskich, audiowizualne zbiory archiwalne są zarządzane i udostępniane w różny sposób. Najczęściej są własnością publiczną zarządzaną przez specjalnie do tego powołane instytucje (na przykład Narodowy Instytut Audiowizualny INA we Francji, Instytut Dźwięku i Obrazu w Holandii czy Narodowe Archiwa Brytyjskiego Instytutu Filmowego). Mogą być też częścią ogólnonarodowych archiwów państwowych lub znajdować się w gestii nadawców (Polska, Czechy).

Zbiory te, aby mogły być udostępniane w szerokim zakresie wymagają nie tylko przeniesienia na nośnik cyfrowy i utrwalenia w formie plików, ale także pozyskania przez obecnych dysponentów zbiorów praw od twórców audycji. Wiele krajów dokonało już cyfryzacji swych audiowizualnych materiałów archiwalnych. W Polsce jak dotąd procesowi temu poddana została ok. ¼ archiwów Polskiego Radia i Telewizji Polskiej.

Do przyspieszenia procesu digitalizacji i szerokiego korzystania z archiwów mediów publicznych powinny przyczynić się umowy w sprawie cyfryzacji zbiorów podpisane przez Narodowy Instytut Audiowizualny z Polskim Radiem i Telewizją Polską. Dzięki nim istotna część posiadanych archiwów zostanie poddana procesowi cyfryzacji, zabezpieczona i udostępniona szerokiej publiczności na platformie Narodowego Instytutu Audiowizualnego oraz obu nadawców publicznych. Środki na realizację tego wieloletniego projektu pochodzą z rządowego Programu Kultura+ (Priorytet „Digitalizacja”) przewidzianego na lata 2011-2015, a zarządzanego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

6

KIERUNKI ZMIAN REGULACYJNYCH

Zgodnie z założeniami przyjętej w 2011 roku Strategii regulacyjnej Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przystąpiła w drugiej połowie ubiegłego roku do przeglądu obecnie obowiązujących przepisów w dziedzinie radiofonii i telewizji w celu sformułowania uwag *de lege ferenda*. Kierunki prac nad przygotowaniem założeń do zmiany otoczenia regulacyjnego zostały wstępnie zarysowane podczas prac nad implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz w trakcie procesu legislacyjnego prowadzonego w związku ustawą o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej. Konieczność zreformowania prawa mediów była także przedmiotem wielu konferencji i spotkań z udziałem posłów i senatorów, przedstawicieli instytucji rządowych, nadawców, uczestników rynku medialnego i organizacji branżowych. Rozwiązania wymagają następujące kwestie:

6.1 Modernizacja systemu finansowania mediów publicznych

Realna wartość wpływów abonamentowych z 2011 r. obniżyła się w ciągu ostatnich 6 lat o około 50%. Sytuacja ta zagraża istnieniu systemu mediów publicznych w Polsce i lokuje nasz kraj na jednym z ostatnich miejsc w Europie pod względem udziału środków publicznych w finansowaniu tych mediów. Nieskuteczny pobór abonamentu oraz skutki zwolnień od opłat abonamentowych powodują znaczne uszczerpienie wpływów abonamentowych, konsekwencją czego jest niski poziom finansowania misji publicznej ze środków publicznych. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że na nadawców publicznych nakładane są w różnych ustawach kolejne nowe obowiązki programowe, które generują koszty. Duże nakłady finansowe związane są także z udziałem mediów publicznych w konwersji cyfrowej.

Zdaniem KRRiT uzdrowienie sytuacji mediów publicznych wymaga systemowych działań w zakresie promocji abonamentu, uszczelnienia obecnie obowiązującego systemu abonamentowego oraz ustalenia strategii, która stanie się podstawą do zaprojektowania i uchwalenia nowych rozwiązań prawnych w tym zakresie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji inicjuje, koordynuje i uczestniczy w przedsięwzięciach promujących płaconie abonamentu. Szerzej działania te są opisane w Sprawozdaniu KRRiT z działalności w 2011 r.

Ważnym faktem w tej sprawie stało się orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z marca 2011 r. o prawnym obowiązku wnoszenia płat abonamentowych, a tym samym obowiązku wystawiania przez izby skarbowe tytułów wykonawczych za zaległości do pięciu lat w płaceniu abonamentu. W tym zakresie KRRiT podjęła działania wspólnie z Poczta Polska SA polegające na wzywaniu abonentów do bieżącego opłacania i regulowania zaległości w ramach tzw. umowy pilotażowej.

Zwiększenie wpływów z abonamentu umożliwiłoby podjęcie starań o ograniczenie udziału wpływów reklamowych w budżetach mediów publicznych, tak, aby abonament stał się dla nich głównym źródłem przychodu. Dlatego też wskazana byłaby refundacja z budżetu państwa skutków zwolnień z opłaty abonamentowej w celu minimalnego zabezpieczenia stabilnego finansowania.

Doprecyzowania wymagają też mechanizmy służące finansowaniu zadań powierzonych nadawcom publicznym, czyli:

- zmiana corocznego terminu ogłoszenia stawek kwot abonamentowych na następny rok oraz terminu ustalenia sposobu podziału wpływów z opłat abonamentowych, co pozwoliłoby dostosować wysokość środków publicznych przeznaczonych na finansowanie nadawców publicznych do prognozowania zapotrzebowania na nie;

- wprowadzenie do ustawy nowych zapisów, pozwalających na uzupełnienie skutków zwolnień finansowych, co zagwarantowałyby zwiększenie wpływów z abonamentu;
- rewizja dotychczas funkcjonującego systemu poboru abonamentu w związku z tym, że w 2013 roku Poczta Polska SA traci status operatora publicznego. Konieczne byłoby wprowadzenie przepisu dotyczącego wyboru operatora lub zawierania umów z operatorem publicznym na świadczenie usług związanych z poborem abonamentu;
- przepisy dotyczące kontroli rejestracji odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz obowiązku uiszczania opłaty abonamentowej. Powinien zostać precyzyjnie wskazany podmiot, który przeprowadzałby kontrolę, wydawałby decyzje pokontrolne oraz ustalałby tryb postępowania w tych sprawach, a także sposób naliczania kar;
- przejrzysty system rejestracji odbiorników radiowych i telewizyjnych, bez nadmiernych obciążeń dla użytkowników. Ustalając warunki i tryb rejestracji odbiorników Minister właściwy do spraw łączności powinien uwzględnić zasób i dostępność placówek operatora publicznego oraz jego organizację;
- pojęcia gospodarstwa domowego;
- terminu ogłoszenia stawek kwot abonamentowych na następny rok;
- zapisu dotyczącego osób zwolnionych z obowiązku uiszczania opłat abonamentowych, które ukończyły 60 lat oraz mają prawo do emerytury. Zapis ten polegałby na ustaleniu, że do zwolnienia uwzględnia się wysokość wszystkich przychodów, a nie tylko wynikających z prawa do emerytury;
- rozszerzenie wykazu osób zwolnionych z opłat abonamentowych poprzez uzupełnienie go o osoby, wobec których stwierdzono okresową całkowitą niezdolność do pracy w gospodarstwie rolnym;
- ograniczenie przepisu określającego przypadki, w których odbiorniki radiofoniczne i telewizyjne nie podlegają rejestracji;
- wprowadzenie przepisu określającego termin wniesienia opłaty wynikającej z decyzji pokontrolnej, w przypadku gdy wydana decyzja nie określa tego terminu;
- doprecyzowanie przepisu wskazującego podmiot właściwy do przeprowadzania kontroli i wydawania decyzji pokontrolnych w związku z naruszaniem ustawy o opłatach abonamentowych.

Ponadto konieczne jest doprecyzowanie przepisów dotyczących:

- terminu powstania obowiązku uiszczenia opłaty abonamentowej oraz terminu, w którym ustaje obowiązek uiszczania tej opłaty w sytuacji wyrejestrowania odbiornika lub nabycia prawa do zwolnienia z opłaty;
- listy podmiotów, które wnoszą opłatę abonamentową w wysokości odpowiadającej opłacie za jeden odbiornik, niezależnie od posiadanej liczby odbiorników;

Debata na temat stabilnego finansowania mediów publicznych w Polsce nie zakończy się sukcesem, dopóki nie nastąpi pełne porozumienie wszystkich decydentów co do konieczności daniny publicznej na rzecz tych mediów, jako ogólnonarodowego dobra społecznego pełniącego istotną rolę w tworzeniu nowoczesnego państwa i społeczeństwa, zaangażowanego technologicznie, otwartego na zmiany, które dba o edukację i rozwój społeczny, pielęgnuje tradycje i historię, sprzyja budowaniu tożsamości narodowej i gwarantuje harmonijną różnorodność poglądów, postaw i kultur.

Bez pilnego wprowadzenia nowoczesnego, solidarnego systemu finansowania mediów publicznych nastąpi ich całkowite załamanie i utrata zdolności do realizacji powierzonych tym instytucjom zadań.

Misji nadawców publicznych nie przejmie żaden z podmiotów rynkowych zorientowanych na zysk, nie będzie ona również w koniecznym wymiarze realizowana przez tzw. media trzeciego sektora, które tylko częściowo i w rozproszony sposób mogą przejąć obowiązki nadawców publicznych.

Zapewnienie odpowiedniego poziomu finansowania może być oparte wyłącznie na założeniu powszechnego dostępu do oferty programowej tworzonej przez nadawców publicznych. Trybunał Konstytucyjny⁸⁶ stwierdził, że w wyniku konieczności rejestracji odbiorników, obecnie obowiązujący wadliwy system powoduje faktyczną naganną nieskuteczność egzekucji opłaty abonamentowej. W krajach europejskich, w których funkcjonuje system abonamentowy, nie zbiera się tych opłat poprzez ustalanie faktu posiadania odbiornika radiowego lub telewizyjnego.

Z danych Głównego Urzędu Statystycznego⁸⁷ wynika, że 98,5% gospodarstw domowych jest wyposażonych w odbiorniki telewizyjne. Obecnie sygnał radiowy i telewizyjny jest także dostępny w wielu zintegrowanych wielofunkcyjnych urządzeniach.

Wydaje się być oczywiste, że nowy system finansowania mediów publicznych należy oprzeć na domniemaniu, że każde gospodarstwo domowe posiada możliwość wykorzystywania odbioru programów, w tym programów nadawców publicznych.

W przypadku faktycznego braku dostępu do programów, w systemie powinna być przewidziana możliwość złożenia oświadczenia, na podstawie którego

następowałoby zwolnienie z obowiązku wnoszenia daniny. Złożenie oświadczenia o nieposiadaniu odbiornika byłoby równoznaczne z udzieleniem zgody na przeprowadzenie kontroli przez podmiot uprawniony do zbierania opłat.

Powszechność opłaty (na poziomie 90%) pozwoli na znaczne obniżenie wysokości abonamentu.

W związku z faktem, że Poczta Polska SA w 2013 roku utraci status operatora publicznego, należy także przyjąć rozwiązanie ustawowe, w którym zostanie określony tryb wyboru przedsiębiorcy, któremu zostanie powierzone zadanie poboru abonamentu. Wybór ten powinien odbywać się w trybie konkursowym, w którym ocena ofert będzie uwzględniała:

- kwotę prowizji operatora;
- terminy przekazywania środków abonamentowych;
- sposób kontroli uiszczania opłaty abonamentowej;
- sposób załatwiania spraw związanych z korzystaniem ze zwolnień z opłaty abonamentowej przez osoby uprawnione oraz sposób kontroli ważności uprawnień do tych zwolnień;
- system informacji i komunikacji z podmiotami uiszczającymi opłatę abonamentową (na przykład serwis telefoniczny, internetowy) oraz proponowane udogodnienia związane z poborem opłaty abonamentowej, a także uzyskiwaniem zwolnień, o których mowa w art. 4 ustawy o opłatach abonamentowych⁸⁸ (np. możliwość dokonania opłaty w formie przelewu bankowego, pocztowego, płatność za pomocą SMS lub przy innych usługach, itp.).

⁸⁶ w wyroku z dnia 16 marca 2010 (sygn.akt. K/24/08).

⁸⁷ Mały Rocznik Statystyczny 2011.

⁸⁸ Dz.U. nr 85, poz. 728, ze zm.

Aby zapewnić wdrożenie niezbędnych inwestycji i zbudowanie właściwego systemu obsługi abonentów konieczne jest ustalenie odpowiednio długiego terminu obowiązywania umowy z operatorem, np. 10 – 15 lat. Relacje między organem regulacyjnym a operatorem abonamentu ustalone na podstawie zawartej umowy powinny regulować:

- wysokość prowizji operatora abonamentu;
- tryb i terminy przekazywania środków pochodzących z opłat abonamentowych;
- zakres dokumentacji związanej z wnioskami o umorzenia lub rozłożenia na raty opłat abonamentowych oraz tryb jej przekazywania Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji.

Ważną kwestią do rozstrzygnięcia pozostaje tworzenie i prowadzenie bazy danych o osobach podlegających obowiązkowi świadczenia opłat abonamentowych. Europejskie systemy finansowania mediów publicznych przewidują różne rozwiązania: np. pobór abonamentu na podstawie danych pochodzących od dostawców energii elektrycznej (Czechy) lub też pobór przy podatku od nieruchomości (Francja).

Niezależnie od sposobu identyfikacji osób (gospodarstw) objętych obowiązkiem opłaty abonamentowej podmiotowi, który udostępniłby operatorowi abonamentu bazy danych, powinna przysługiwać rekompensata kosztów administracyjnych ponoszonych w związku z jej prowadzeniem.

Biorąc pod uwagę niedoskonałość dotychczasowego systemu, który zaprzecza zasadom powszechności, sprawiedliwości i równości ponoszenia ciężarów publicznych, można również rozważyć wprowadzenie systemu abolicji dla osób posiadających zaległości w opłatach abonamentowych w dniu wejścia w życie nowych przepisów. Abolicja ta może odbywać się na podstawie rozwiązań systemowych lub w drodze

indywidualnych rozstrzygnięć, na przykład w oparciu o:

- długość okresu uiszczania opłaty abonamentowej;
- inne ciężary ponoszone z tytułu prowadzenia gospodarstwa domowego;
- średni dochód na osobę w gospodarstwie domowym lub średni dochód przedsiębiorcy;
- dotychczasową dostępność na danym obszarze programów jednostek publicznej radiofonii i telewizji nadawanych w systemie analogowym.

Wprowadzenie nowego systemu wymaga ustalenia sposobu przekazania danych nowemu operatorowi abonamentu przez Poczta Polską SA, terminu obowiązywania zmienionych przepisów z początkiem kolejnego roku po wejściu w życie ustawy – od 1 stycznia roku następnego po wejściu w życie ustawy.

Reasumując, nowy system musi zapewnić finansowanie długofalowe, niezbędne dla wdrożenia inwestycji w nowe technologie i realizację strategii programowych, a więc musi być oparty o realne, przewidywalne szacunki w perspektywie około 10 lat.

Jednocześnie po zapewnieniu odpowiedniego do potrzeb poziomu finansowania mediów publicznych będzie można dokonać analizy zasadności udziału nadawców publicznych w rynku reklamowym. W przypadku stwierdzenia, że realizacja zadań publicznych jest możliwa w oparciu o środki abonamentowe bez dodatkowego finansowania z przychodów reklamowych, można zakładać stopniowe wycofywanie się mediów publicznych z emisji reklam (na przykład na jednej z anten lub w dni wolne od pracy, czy w niektórych pasmach czasowych).

Udział społeczny w finansowaniu zadań publicznych wymaga jednak pełnej otwartości w budowaniu strategii programowych nadawców publicznych na potrzeby odbiorców, w szczególności na dostarczaniu

bezpłatnej oferty programowej dla szerokich grup odbiorców, na wszystkich platformach i we wszystkich systemach nadawania i przesyłu informacji.

6.2 Usprawnienie systemu wyboru władz mediów publicznych

Zdaniem KRRiT obowiązek przeprowadzania pełnego postępowania konkursowego z udziałem uczelni akademickich, każdorazowo w przypadku konieczności uzupełnienia składu rady nadzorczej (na przykład z powodu rezygnacji z członkostwa), prowadzi do czasowego uniemożliwienia funkcjonowania rady, bowiem zgodnie z obecnym brzmieniem ustawy, rada musi działać w pełnym składzie. KRRiT postuluje, aby w przypadku uzupełniania składu rad w trakcie kadencji uwzględnić możliwość zgłaszania kandydatur przez członków KRRiT spośród osób, które uprzednio uzyskały rekomendacje wyższych uczelni i dotarły do ostatniego etapu procedury konkursowej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji opowiada się za takim sprecyzowaniem przepisów, aby w sposób przejrzysty i jednoznaczny wykluczyć możliwość łączenia różnych funkcji we władzach spółek mediów publicznych. Opinię tę KRRiT wyraziła w stanowisku z 6 grudnia 2011 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dostrzega również potrzebę wyrażania opinii o kandydatach przez Rady Programowe, w których reprezentowane są różne środowiska społeczne i polityczne.

Wychodząc naprzeciw powyższym potrzebom uwzględniającym zarówno potrzebę zapewnienia sprawnego zarządzania mediami publicznymi, jak i praktyczne obserwacje i doświadczenia zebrane w toku pierwszego postępowania konkursowego, do rozstrzygnięcia pozostają następujące kwestie:

- Czy w przypadku wygaśnięcia mandatu członka rady nadzorczej w trakcie trwania kadencji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji może powołać w jego miejsce osobę spośród kandydatów biorących

udział w konkursie, w wyniku którego został on powołany bądź w przypadku braku takich kandydatów, przeprowadzić konkurs spośród kandydatów zgłoszonych przez członków KRRiT?

- Czy w przypadku niezgłoszenia odpowiedniej liczby kandydatów w konkursie albo niewyłonienia wymaganej liczby członków rady nadzorczej Krajowa Rada może przeprowadzić konkurs w zakresie miejsc nieobsadzonych, biorąc pod uwagę kandydatów zgłoszonych przez członków KRRiT?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć rady programowe publicznej radiofonii i telewizji w procedurę postępowania konkursowych?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć organizacje pożytku publicznego w procedurę postępowania konkursowych?
- Czy, a jeśli tak to w jaki sposób, należy włączyć organizacje pożytku publicznego w procedurę powoływania rad programowych publicznej radiofonii i telewizji?
- Jakie mechanizmy prawne powinny ograniczać obecne możliwości łączenia funkcji we władzach spółek publicznej radiofonii i telewizji?

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI PRZEPROWADZI KONSULTACJE SPOŁECZNE DOTYCZĄCE WYŻEJ WYMENIONYCH ZAGADNIENI I PRZYготUJE ZAŁOŻENIA DO NOWELIZACJI USTAWY O RADIOFONII I TELEWIZJI.

6.3 Dostosowanie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji do wyroku Trybunału Konstytucyjnego w zakresie delegacji do rozporządzenia ws. opłat koncesyjnych

W wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 19 lipca 2011 roku stwierdzono, że art. 40 ust 2 ustawy o radiofonii i telewizji jest niezgodny z art. 217 Konstytucji RP. Ustawodawca przekazał bowiem do całkowitego, sa-

moistnego uregulowania w akcie podstawowym istotny element konstrukcji opłaty za udzielenie koncesji tj. jej wysokość. Ustawodawca nie określił górnych ani dolnych granic stawek tej opłaty, w związku z czym o ostatecznym ciężarze tej daniny przesądza wyłącznie KRRiT. Ponadto Trybunał Konstytucyjny uznał, że art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji nie spełnia standardów konstruowania uprawnień ustawowych wynikających z art. 92 ust. 1 ustawy zasadniczej, ponieważ nie zawiera szczegółowych wytycznych, które wyznaczałyby KRRiT kierunek regulacji zawartych w rozporządzeniu w sposób wykluczający ich dowolność i tak, aby rozporządzenie zachowało charakter wykonawczy do ustawy. Jednocześnie Trybunał Konstytucyjny postanowił, że art. 40 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji oraz wydane na jego podstawie rozporządzenie tracą moc z upływem 12 miesięcy od dnia ogłoszenia wyroku. Termin ten minie 3 sierpnia 2012 roku.

W związku z powyższym KRRiT opracowała propozycję nowej delegacji do wydania rozporządzenia w sprawie opłat koncesyjnych oraz, aby uniknąć kolejnych zarzutów niekonstytucyjności, także propozycję zmiany treści art. 42 ustawy o radiofonii i telewizji, zawierającego delegację do wydania rozporządzenia w sprawie opłat rejestrowych.

Opracowana w formie legislacyjnej propozycja zawiera wskazanie:

- maksymalnych stawek;
- kryteriów ustalania wysokości opłaty zależnej od:
 - sposobu rozpowszechniania programu (analogowy, cyfrowy, satelitarny, w sieciach telekomunikacyjnych i innych),
 - zakresu fal (UKF, fale średnie),
 - standardu radia i telewizji naziemnej (DVB-T, DVB-H),
- maksymalnego czasu emisji reklam,
- wielkości miast w zasięgu programu,
- mechanizmu waloryzacji opłat;
- obowiązku ogłaszania przez Przewodniczącego KRRiT w Monitorze Polskim stawek opłat obowiązujących w danym roku kalendarzowym;
- terminu do wniesienia opłaty (60 dni);
- dwóch do wyboru sposobów wniesienia opłaty – jednorazowo bądź w formie opłat rocznych wraz z opłatą prolongacyjną z tego tytułu;
- opłaty koncesyjnej jako dochodu budżetu państwa;
- sposobu egzekucji opłaty koncesyjnej;
- stosowania odpowiednio przepisów Ordynacji Podatkowej.

6.4 Objęcie regulacją nowych mediów w stopniu odpowiadającym ich oddziaływaniu na odbiorców – pełna implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych

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

- obowiązków informacyjnych dostawców usług medialnych;
- zakazu nawoływania do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość;
- stopniowego wprowadzania ułatwień dostępu do usług osobom niepełnosprawnym;

- wymogów jakościowych dotyczących handlowych przekazów audiowizualnych;
- zasad dotyczących stosowania sponsorowania;
- zasad dotyczących stosowania lokowania produktu;
- zasad ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami;
- promowania utworów europejskich.

Na tym etapie prac rządowych należałoby zwrócić uwagę na konieczność zastosowania, zgodnie z założeniami dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, adekwatnych i spójnych rozwiązań w odniesieniu do nadawców linearnych i nielinearnych. Nałożenie obowiązków regulacyjnych powinno być powiązane ze skutecznymi, acz niedotkliwymi dla rynku instrumentami kontroli.

6.5 Ochrona interesu odbiorców poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań dotyczących zasady *must carry/must offer*

Obecny kształt zasady *must carry/must offer*, wprowadzony ustawą o naziemnej telewizji cyfrowej utrwala trójpodział rynku telewizyjnego między dotychczasowych nadawców. Zasada ta jest sprzeczna z dyrektywą o usłudze powszechnej, która formułuje możliwość nałożenia przez państwa członkowskie obowiązków tzw. *must carry*, o ile służą one wspieraniu rozwoju pluralistycznej i różnorodnej oferty programowej nadawców, którzy ze względu na „niszowy” charakter swoich programów nie mogliby utrzymać się wyłącznie w oparciu o mechanizmy rynkowe.

Ustawa o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej wprowadziła obowiązek dokonywania przez Przewodniczącego KRRiT regularnych przeglądów pod kątem skuteczności przyjętych rozwiązań prawnych. Przewodniczący KRRiT dokonał w 2012 roku takiego

przeгляdu i wyniki tej analizy wskazują na brak efektów, o których mowa w dyrektywie. Dlatego też wydaje się zasadne wprowadzenie innych rozwiązań, opartych o delegację dla organu regulacyjnego do ustalenia listy programów objętych zasadą *must carry*.

Poza objęciem zasadą *must carry* nadawców publicznych, należałoby rozważyć odstąpienie od ustawowego określenia listy programów telewizyjnych do obowiązkowego rozprowadzania. Obiektywny wybór programów koncesjonowanych objętych tą zasadą powinien być dokonywany przez organ regulacyjny po przeprowadzeniu odrębnego postępowania. Przywilej ten byłby przyznawany na określony czas – 5 lat, wystarczający do wypromowania nowego programu. Okres ten stanowi jednocześnie połowę czasu, na jaki wydana jest koncesja. Po tym okresie organ regulacyjny ponownie przeprowadzałby analizę zasadności nadania takiego statusu dotychczasowym lub nowym nadawcom, biorąc pod uwagę między innymi aktualnie dostępną dla odbiorców ofertę programową.

6.6 Zmiany w celu ułatwienia prowadzenia działalności przez nadawców

Modernizacji wymagają niektóre przepisy ustawy o radiofonii i telewizji w celu ułatwienia prowadzenia działalności przez nadawców. Należałoby rozważyć:

- wyłączenie stosowania oznaczeń „bez ograniczeń wiekowych”: w przypadkach uzasadnionych, takich jak transmisje z uroczystości państwowych i religijnych, koncerty itp.;
- ustalenie nowej definicji wyspecjalizowanego programu radiowego – obecna definicja była utworzona na potrzeby programów telewizyjnych (kanałów tematycznych) i nie odpowiada specyfice programu radiowego;

- wyłączenie programów dla mniejszości narodowych i etnicznych z obowiązku realizacji tzw. kwoty językowej polskiej;
- ewentualne zwiększenie limitu ogłoszeń nadawców w celu rozszerzenia możliwości informowania o programie;
- uproszczenie zasad informowania o sponsorowaniu audycji;
- umożliwienie przeniesienia uprawnień przez fundacje i stowarzyszenia wykonujące koncesję;
- uzupełnienie uprawnień wynikających z koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego o prawo do emisji przekazów tekstowych w związku z rozwojem technologii;
- wprowadzenie definicji przekazu charytatywnego;
- wprowadzenie definicji programu okolicznościowego i umożliwienie takiej działalności w krótkim okresie bez konieczności uzyskania koncesji;
- wprowadzenie definicji emisji próbnej/testu technicznego w ograniczonym czasie, co nie wymagałoby zmiany warunków technicznych rozpowszechniania programu.

6.7 Zmiany w ramach systemów samo – i współregulacji

W toku prac nad implementacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych ujawniły się trudności z włączeniem do prawa medialnego skutecznie działających rozwiązań samo- i współregulacyjnych - w Polsce brak jest tradycji prawnej w tym względzie. Umieszczenie współregulacji w systemie prawnym może budzić wątpliwości związane z zamkniętym ka-

talogiem źródeł powszechnie obowiązującego prawa.

Mimo, że media elektroniczne jako element demokracji istnieją w Polsce już prawie 20 lat, nie wykształciły się dotychczas silne i reprezentatywne stowarzyszenia użytkowników mediów. W innych krajach europejskich organizacje tego typu są ważnym partnerem dla organów regulacyjnych w systemie kontroli mediów i w dyskusji na temat ich roli i zadań.

Rozproszenie samorządowych organizacji dziennikarskich nie sprzyja powstawaniu skutecznych mechanizmów samokontroli i wspólnej platformy wypowiedzi środowiska mediów na własny temat.

Należałoby więc określić w ustawie o radiofonii i telewizji, jakie podmioty oraz usługi powinny być objęte zakresem współ- lub samoregulacji w przypadku programów linearnych oraz usług nielinearnych, jaka powinna być rola nadawców/dostawców usług audiowizualnych oraz regulatora w stosunku do organizacji współ- lub samoregulacyjnej, jaka powinna być forma prawna takich organizacji samo- i współregulacyjnych i jakimi instrumentami mają one się posługiwać w wykonywaniu swoich zadań, a także kto powinien nadzorować działalność organizacji współ- lub samoregulacyjnych i jakimi instrumentami powinny one dysponować.

W najbliższym czasie KRRiT przeprowadzi konsultacje w w/w kwestiach i na ich podstawie opracuje założenia do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji umożliwiające zaistnienie systemu współ- i samoregulacji jako elementu otoczenia regulacyjnego mediów.

6.8 Zmiany pobudzające rozwój różnorodnej oferty programowej

Obserwując procesy konsolidacji programów prowadzone przez dużych uczestników rynku z wysokim potencjałem finansowym oraz uwzględniając warunki ekonomiczne prowadzenia działalności w obszarze radiofonii i telewizji można dostrzec potrzebę wsparcia

niektórych sektorów rynku medialnego. W szczególności dotyczy to:

- wprowadzenia definicji tematyki lokalnej i nadawcy lokalnego w celu promowania pluralizmu geograficznego i ochrony interesów społeczności lokalnych wraz z systemem ewentualnych ulg w opłatach związanych z prowadzeniem działalności i preferencyjnymi zasadami uczestnictwa w postępowaniach o uzyskanie koncesji;
- rozwiązań promujących programy wyspecjalizowane „niszowe” - skierowane do wąskich grup odbiorców lub do grup, które są w ograniczonym stopniu przedmiotem zainteresowania reklamodawców, na przykład programy dla dzieci lub takie, które w związku z prowadzoną działalnością ponoszą wyższe koszty utrzymania (na przykład te z rozwiniętą ofertą programów dla osób niepełnoprawnych).

W najbliższym czasie KRRiT przeprowadzi konsultacje w ww. kwestiach i na ich podstawie opracuje założenia do zmiany ustawy o radiofonii i telewizji umożliwiające wprowadzenie mechanizmów wspierających dla tego typu nadawców.

6.9 Wprowadzenie przepisów regulujących uzyskiwania i wykonywania koncesji przez nadawców satelitarnych i kablowych

Liberalizacja zasad przyznawania koncesji na rozpowszechnianie programu w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego (w tym także rozpowszechniania rozsiewczego satelitarnego) jest uzasadniona ponieważ ten rodzaj rozpowszechniania programu nie jest związany z wykorzystaniem dobra rzadkiego. Należałoby rozważyć:

- ograniczenie konieczności przeprowadzania analizy ekonomiczno – finansowej w przypadku

wnioskodawców ubiegających się o udzielenie koncesji innej niż dla rozpowszechniania rozsiewczego naziemnego;

- ograniczenie obowiązków programowych nadawców nie nadających naziemnie do zadeklarowanego charakteru programu bez określania jego struktury;
- rezygnację z ustalania warunków technicznych rozpowszechniania programów ze względu na fakt, że nie są one objęte Planem Zagospodarowania Częstotliwości i ulegają zmianom niezależnie od nadawców tylko od operatorów satelitarnych;
- zdjęcie z nadawców obowiązku rozpoczęcia wykonywania koncesji w ustalonym terminie (nadawca nie blokuje miejsca innym uczestnikom rynku).

PROPOZYCJE TE W NAJBLIŻSZYM CZASIE ZOSTANĄ PRZEDŁOŻONE DO KONSULTACJI SPOŁECZNYCH, NA PODSTAWIE KTÓRYCH KRRIT OPRACUJE PROJEKT ODPOWIEDNIACH ZMIAN W USTAWIE O RADIOFONII I TELEWIZJI.

6.10. Wprowadzenie mechanizmów wspierania mediów lokalnych, społecznych i środowiskowych

Doświadczenia krajów europejskich w zakresie sektora mediów społecznych wskazują na potrzebę wypełniania przez tę grupę podmiotów luki między mediami publicznymi a komercyjnymi. Nadawcy społeczni oferują treści adresowane do grup społecznych i społeczności lokalnych, niewystarczająco eksponowanych lub pomijanych przez nadawców publicznych i komercyjnych. Rolą nadawcy społecznego jest wzbogacenie strukturalnego pluralizmu mediów i różnorodności treści.

Obecnie w Polsce działa tylko 8 nadawców społecznych. Niewielka ich liczba wskazuje, że regulacja nie stwarza sprzyjających warunków dla rozwoju tego

formatu. Wydaje się, że należałoby rozszerzyć katalog nadawców społecznych o nowe podmioty, na przykład:

- organizacje non profit;
- niezależne fundacje i stowarzyszenia;
- wyższe uczelnie;
- instytucje samorządowe;
- inne podmioty prawne;
- nadawców programów lokalnych o małym zasięgu, na przykład poniżej 100 tys. osób;
- nadawców programów w sieciach kablowych;
- nadawców programów niszowych.

Należałoby rozważyć wprowadzenie dodatkowych ulg finansowych dla nadawców społecznych. Oprócz zwolnienia z opłaty koncesyjnej mogłoby to być na przykład zwolnienie z opłaty za użytkowanie częstotliwości.

Rozważyć można także dopuszczenie emisji przekazów reklamowych przez nadawcę społecznego w ograniczonym zakresie, na przykład w wymiarze połowy czasu reklamowego. Całość uzyskanych przychodów reklamowych nadawca społeczny musiałby przeznaczyć na działalność antenową, charytatywną lub społeczną.

Nowe podmioty posiadające status nadawcy społecznego powinny być zobowiązane do realizowania zadań programowych jako interesu narodowego, zaspokajania potrzeb grup społecznych i środowiskowych, w tym również lokalności.

Nadawca społeczny korzystający z ulg i uprawnień powinien wywiązywać się z obowiązku składania rocznego sprawozdania z realizacji zadań programowych. Należałoby rozważyć wprowadzenie zakazu wykonywa-

nia innej koncesji komercyjnej przez nadawcę społecznego.

Po przeprowadzeniu konsultacji społecznych KRRiT przedstawi propozycję nowego statusu nadawcy społecznego, co łącznie z przepisami wspierającymi rynek nadawców lokalnych i wyspecjalizowanych ułatwi powstawanie niekomercyjnych przedsięwzięć medialnych.

6.11 Zapisy antykoncentracyjne

Z doświadczeń KRRiT w analizie powiązań kapitałowych na rynku mediów elektronicznych wynika, że obowiązujące obecnie przepisy w zakresie ochrony warunków konkurencji nie stanowią spójnego systemu z zadaniami regulatora sektora telekomunikacyjnego – Urzędu Komunikacji Elektronicznej, ani z zadaniami polskiego urzędu antymonopolowego - Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów działających w ramach ustawodawstwa unijnego.

Przepisy ustawy o radiofonii i telewizji w zakresie pozycji dominującej i określania rynku, na którym ona występuje, nie są komplementarne do pojęć zdefiniowanych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów. KRRiT nie ma instrumentów do pozyskiwania od przedsiębiorców informacji niezbędnych do sporządzania takich analiz.

Faktycznie więc koncentracja na rynku mediów podlega wyłącznie ogólnym przepisom antykoncentracyjnym.

Zdaniem KRRiT ustalenie odrębnego dla rynku medialnego systemu ochrony konkurencji na obecnym etapie konwergencji mediów i telekomunikacji wydaje się być niewystarczające. Należy więc podjąć dyskusję nad ustaleniem, czy istnieje szczególna potrzeba ochrony konkurencji w sektorze mediów i telekomunikacji ze względu na społeczne znaczenie tych rynków oraz

możliwe ograniczenie dostępu do mediów, w tym w szczególności informacji i kultury.

Po przeprowadzeniu analizy tego zagadnienia w oparciu o doświadczenia własne oraz w porozumieniu z Urzędem Komunikacji Elektronicznej i Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów KRRiT przedstawi tę problematykę do konsultacji społecznych.

6.12 Nowe media – nowy zintegrowany regulator

Z informacji zawartych w niniejszym dokumencie wynikają silne związki między zawartością (przekazem audiowizualnym) a jego nośnikiem (sieciami telekomunikacyjnymi oraz urządzeniami odbiorczymi). Dotychczasowy ścisły rozdział pomiędzy dostarczaniem usług a transmisją i przenoszeniem może się okazać niefunkcjonalny, a także stwarzać problemy w sferze oddziaływania na rynek i integracji pionowej. Wiele krajów europejskich dokonało przekształcenia organów regulacyjnych (na przykład Austria, Wielka Brytania, Włochy, Szwajcaria lub Słowenia). Wydaje się, że nadchodzi czas do podjęcia debaty na temat zasadności stworzenia zintegrowanego ciała regulacyjnego.

Zintegrowany regulator to:

- ułatwienia dla odbiorców - możliwość przedstawienia uwag, skarg i opinii w jednym urzędzie;
- unikanie dublowania działań organów: z uwagi na brak wyraźnych granic między telekomunikacją a nadawaniem występuje dublowanie niektórych czynności (na przykład ustalanie warunków technicznych rozpowszechniania programów w koncepcjach wydawanych przez Przewodniczącego KRRiT i w decyzjach rezerwacyjnych Prezesa UKE);
- lepsza współpraca wewnętrzna - wzięwszy pod uwagę fakt tradycyjnych konfliktów między celami

polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, który mógłby prowadzić do napięć pomiędzy dwiema instytucjami, utworzenie pojedynczego organu złagodziłoby te napięcia;

- oszczędność kosztów: istotna synergia w zakresie środków na wykonywanie zadań i funkcjonowanie obu instytucji, etc;
- podniesienie efektywności i przejrzystości regulacji, co pozytywnie wpłynęłoby na rozwój obu sektorów i pewność inwestycyjną dla przedsiębiorców;
- spójne podejście: zintegrowany regulator mógłby skuteczniej dokonać integracji interesu publicznego i efektywności ekonomicznej regulacji w tych samych ramach.

Przy niewątpliwych zaletach tego rozwiązania KRRiT dostrzega także pewne niebezpieczeństwa:

- odmiennosc doświadczeń regulacyjnych: z uwagi na fakt, że obydwie sektory nie opierają się na tym samym zbiorze wiedzy i umiejętności, być może regulacjami powinny jednak zajmować się odrębne instytucje;
- wyraźna granica konfliktu - wzięwszy pod uwagę istnienie konfliktu między celami polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, konflikt ten dotyczyłby także specjalistów z obydwu obszarów pracujących w tej samej strukturze. W przypadku odrębnych podmiotów linia podziału byłaby bardziej wyrazista;
- oddanie wyraźnym celom: dwie tradycje rządzące telekomunikacją i nadawaniem są do pewnego stopnia wzajemnie sprzeczne. Dziś są one w dalszym ciągu silne, niemożliwe do pogodzenia i stanowią podstawę różnych planów działania w przyszłości;

- niebezpieczeństwo dominacji: istnieje potencjalne ryzyko, że problematyka rynku telekomunikacyjnego zdominuje problematykę mediów (treści);
- ochrona interesu publicznego: dalszy rozdział struktur regulujących kwestie telekomunikacji i nadawania być może pozwoli uniknąć narażenia na szwank interesu publicznego w dziedzinie kultury na rzecz priorytetów ekonomicznych.

Podsumowanie

Z obrazu rynku mediów elektronicznych w 2011 roku wynika, że dalszy ich rozwój w dużej mierze zależy od decyzji dotyczących zmiany podejścia regulacyjnego.

Zdaniem KRRiT, konwergencja świata mediów i telekomunikacji oraz postępująca cyfryzacja powinna, między innymi, stymulować do stanowienia przejrzystego i otwartego na nowe sytuacje prawa. Prawo to umożliwiłoby przedsiębiorcom dalszy rozwój i dawało im pewność inwestowania. Nowe formy przekazu i dystrybucji powodują, że szczególnie tradycyjne radio i telewizja, na które ustawodawca nałożył wiele obowiązków programowych, a obecnie również technologicznych, mogą utracić swoją dotychczasową pozycję.

Koncesjonowanie, o ile nie jest związane z reglamentacją „dobra rzadkiego”, powinno zostać zredukowane do minimum. Rynek programów satelitarnych i kablowych rozwija się dynamicznie, lecz wymaga szybkiego reagowania nadawców na zmieniające się otoczenie konkurencyjne i upodobania odbiorców. Przyjazne otoczenie prawne dla tych nadawców mogłoby odwrócić niekorzystną tendencję do „delokalizowania” programów poza granicami Polski.

Wiele miejsca poświęcono w Informacji modernizacji systemu finansowania nadawców publicznych. W podsumowaniu przedstawionych propozycji należy jednak podkreślić, że państwa europejskie, mimo trwającego kryzysu, starają się nie ograniczać wsparcia dla wykonywania zadań publicznych w radiofonii i telewizji. Sytuacja polskich nadawców publicznych na tle radia i telewizji publicznej w innych krajach stanowi w tym zakresie rażące odstępstwo. Wprowadzenie skutecznego systemu abonamentowego lub innych rozwiązań zapewniających nadawcom publicznym możliwość finansowania ich działalności misyjnej wydaje się być absolutnym priorytetem.

Szczególną uwagę należy również poświęcić odbiorcom, którzy ze względu na sytuację finansową lub zdrowotną są, lub mogą być, ograniczeni w dostępie do mediów. Kulturowa, edukacyjna i informacyjna rola radiofonii i telewizji w ułatwieniu tym osobom uczestnictwa w życiu społecznym i zawodowym nie może zostać zastąpiona w żaden inny sposób.

Te wszystkie problemy a także inne, które być może nie zostały wystarczająco szeroko opisane w tegorocznej Informacji muszą znaleźć w najbliższym czasie rozwiązanie. Zadaniem KRRiT jest sygnalizowanie tych potrzeb i poszukiwanie rozwiązań wraz ze wszystkimi partnerami w dyskusji o dalszym rozwoju mediów elektronicznych.