

***Życzenia radosnych i ciepłych Świąt Bożego  
Narodzenia oraz wielu sukcesów w  
Nowym 2006 Roku  
składa Przewodnicząca i Członkowie  
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji***



Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

**Biuletyn Informacyjny**

**W NUMERZE**

Spotkanie członków KRRiT z Prezesem Rady Ministrów .....	2
Konsultacje społeczne: .....	3
Weszły w życie następujące rozporządzenia KRRiT: .....	4
Odnaczenia dla Radiowców .....	5
Nagrody KRRiT .....	6
Wystąpienie Przewodniczącej KRRiT w Sejmie RP 8 listopada 2005 roku w dyskusji nad projektem poselskim nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji.....	7
Konsultacje publiczne w sprawie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych w sposób cyfrowy poprzez wprowadzenie do multipleksu naziemnego .....	11
Wprowadzenie do konsultacji publicznej dwóch projektów ogłoszeń w sprawie rozpoczęcia konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów telewizyjnych w sposób cyfrowy w standardzie dvb-t drogą rozsiewczą naziemną .....	12
Informacja o wydatkach i wykorzystaniu czasu antenowego w radiu i telewizji na emisje płatnych ogłoszeń wyborczych zleconych przez Komitety Wyborcze w trakcie kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w 2005 roku.....	14
Informacja o wydatkach i wykorzystaniu czasu na emisję odpłatnych audycji wyborczych w radiu i telewizji w trakcie kampanii wyborczej na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2005 roku .....	28
Wybory '2005 do Parlamentu i na Urząd Prezydenta RP	
- przebieg i odbiór społeczny kampanii wyborczej w mediach elektronicznych.....	36
- emisja nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych oraz czas wystąpień polityków w audycjach własnych publicznego radia i telewizji (na podstawie sprawozdań nadawców).....	40
Działania KRRiT w sprawie przerw reklamowych w audycji TVP 2 „Załóż się” .....	44
Regulacje mediów elektronicznych w dobie konwergencji technologii	
Wystąpienie Przewodniczącej KRRiT, Danuty Waniek, na XXVII Konferencji PIKE w Krakowie .....	45
Konferencja Media i Polityka .....	49

Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych Konferencja KRRiT oraz MSWiA: „Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych - stan prawny, praktyka działania i perspektywy” .....	53
Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych w mediach publicznych.....	60
Współpraca Polsko-Ukraińska .....	63
Fragmety wystąpienia Przewodniczącej KRRiT .....	65
Konferencja międzynarodowa „Publiczne i komercyjne środki masowego przekazu jako europejskie wyzwanie dla Ukrainy. Czynniki regionalny” .....	70
Działalność międzynarodowa KRRiT przegląd wydarzeń międzynarodowych.....	72
Decyzje .....	78
Uchwały .....	82
Posiedzenia KRRiT .....	95
Informacja o wynikach kontroli działalności reklamowej i sponsorskiej 206 nadawców radiowych przeprowadzonej w pierwszej połowie 2005 .....	98

## **Spotkanie członków KRRiT z Prezesem Rady Ministrów**

12 grudnia 2005 roku Prezes Rady Ministrów Kazimierz Marcinkiewicz spotkał się z członkami Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Spotkanie dotyczyło głównie prac związanych z rozwojem naziemnej telewizji i radiofonii cyfrowej. Premier Kazimierz Marcinkiewicz poinformował, że wznowione zostaną prace międzyresortowego zespołu do spraw cyfryzacji, powstanie również dokument o społecznych skutkach cyfryzacji (określenia wymaga m.in. kwestia finansowania zakupu urządzeń służących do odbioru telewizji cyfrowej, odpowiedź na pytanie, czy ciężar zakupu mają ponieść odbiorcy, czy też będzie on w jakiejś części pokrywany przez państwo).

Premier Kazimierz Marcinkiewicz poruszył również kwestię radia nadającego dla Białorusi. Przewodnicząca KRRiT – Danuta Waniek poinformowała o trwającej procedurze rozpatrywania wniosków koncesyjnych złożonych przez podmioty zainteresowane realizacją tego przedsięwzięcia.

Podczas spotkania nie poruszano kwestii związanych ze zgłoszonym przez posłów Prawa i Sprawiedliwości projektem ustawy o radiofonii i telewizji.

## **Konsultacje społeczne:**

15.11.2005 roku KRRiT rozpoczęła postępowanie konsultacyjne dwóch projektów ogłoszeń w sprawie rozpoczęcia konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów telewizyjnych w sposób cyfrowy w standardzie DVB-T drogą rozszewczą naziemną. Uwagi na piśmie do obu projektów ogłoszeń należało nadsyłać do dnia 10 grudnia 2005 r. na adres: Departament Strategii i Analiz, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Skwer Wyszyńskiego 9, 01-015 Warszawa, E-mail: [dsa@krrit.gov.pl](mailto:dsa@krrit.gov.pl) (informacje w numerze).

22.11.2005 roku KRRiT rozpoczęła postępowanie konsultacyjne w sprawie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych w sposób cyfrowy poprzez wprowadzenie do multipleksu naziemnego (tzw. „cyfrowych koncesji programowych”). Uwagi na piśmie w tej sprawie należało nadsyłać do dnia 15 grudnia 2005 r. na adres: Departament Koncesyjny, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Skwer Wyszyńskiego 9, 01-015 Warszawa, E-mail: [dk@krrit.gov.pl](mailto:dk@krrit.gov.pl) (informacje w numerze).

Od 21.11.2005 roku w dziale KONSULTACJE SPOŁECZNE na stronach internetowych KRRiT dostępna jest „Informacja o wynikach konsultacji publicznej projektu harmonogramu i trybu postępowania KRRiT przy wprowadzaniu telewizji i radiofonii cyfrowej w standardzie kompresji sygnału telewizyjnego MPEG-4”.

## **Weszły w życie następujące rozporządzenia KRRiT:**

### **6 października 2005 roku**

Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 30 sierpnia zmieniające rozporządzenie w sprawie rodzajów dokumentów oraz wzoru oświadczenia potwierdzających uprawnienia do zwolnień od opłat abonamentowych; (Dz. U. nr 181, poz. 1523).

### **13 października 2005 roku**

Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 7 września w sprawie trybu ogłaszania konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozszewczą naziemną (Dz. U. nr 186, poz. 1565).

### **15 grudnia 2005 roku**

Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 20 września 2005 r. w sprawie sposobu prowadzenia przez nadawcę ewidencji czasu nadawania audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, audycji europejskich i audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych oraz czasu jej przechowywania (Dz.U nr 201, poz. 1676).

## **Odnaczenia dla Radiowców**

3 listopada 2005 roku Przewodnicząca KRRiT – Danuta Waniek na spotkaniu w siedzibie KRRiT wręczyła przyznane przez Prezydenta RP – Aleksandra Kwaśniewskiego odznaczenia za zasługi w działalności radiowej. Odnaczenia otrzymali:

### **Złoty Krzyż Zasługi**

1. Bryćko Ewa Maria – Radio Mazury – Ostróda
2. Drelinkiewicz Lucyna Maria – Radio Ex – Kraków
3. Kupka Ginter Paweł – Radio Piekary – Piekary Śl.
4. Latała Krystyna Maria – Radio Maks – Tarnów

### **Srebrny Krzyż Zasługi**

1. Bajer Piotr – Radio 5 – Suwałki
2. Drobnik Tomasz – Radio Kołobrzeg
3. Gackowski Piotr Mariusz – Radio Vigor – Słupsk
4. ks. Kapitan Sławomir – Katolickie Radio Podlasie – Siedlce
5. ks. Karp Bogumił Szczepan – Radio Victoria między Łodzią
6. Kasperczyk Paweł Piotr – Radio El – Elbląg
7. Konieczny Michał – Radio Elka – Leszno
8. Mielimonka Andrzej – Radio 90 – Wodzisław Śl.
9. Sambor Piotr – Radio Alex – Zakopane
10. Szwedo Bogusław Aleksander – Radio Leliwa – Tarnobrzeg

### **Brazowy Krzyż Zasługi**

1. Balcerzak Sławomir Jakub – Nasze Radio – Sieradz
2. Graczyk Piotr – Radio Afera – Poznań
3. Osika Jakub Stanisław – Radio Bieszczady – Sanok

## **Nagrody KRRiT**

W dniach 23 – 25 października 2005 roku w Kazimierzu nad Wisłą odbywał się Ogólnopolski przegląd Twórczości Radiowej w Dziedzinie Reportażu i Dokumentu „Kazimierz – 2005”.

Do konkursu zgłoszono 19 reportaży i dokumentów radiowych.

Nagrodę Główną Grand Prix, ufundowaną przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, jury konkursu przyznało Cezaremu Galkowi z Radia Zachód SA w Zielonej Górze za reportaż pt. „Lekcja anatomii Doktora Hagensa”. Doskonały warsztatowo reportaż przedstawiał kontrowersyjne wydarzenie w sposób wszechstronny i rzetelnie udokumentowany. Historia nieudanej inwestycji dr. Hagensa w Polsce stała się okazją do głębokich rozważań natury moralnej.

## **Wystąpienie Przewodniczącej KRRiT w Sejmie RP 8 listopada 2005 roku w dyskusji nad projektem poselskim nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji**

Panie marszałku, Wysoka Izbo!

Stanowisko KRRiT w związku z zaproponowaną przez PiS nowelizacją jest powszechnie znane. 30 listopada przesłaliśmy je na ręce Marszałka Sejmu. Mam nadzieję, że zawarta tam szczegółowa analiza prawna i nasze opinie zainteresują Wysoką Izbę, a waga argumentów użytych w tej wypowiedzi wpłynie na ostateczne decyzje. Dziś chcę odejść od szczegółowych analiz prawnych i skupić się na ewentualnych konsekwencjach tej nowelizacji, stawiając kilka zasadniczych pytań i wniosków.

**1. Projekt poselski nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji powstał w ekspresowym tempie, bez przeprowadzenia, niezbędnej w tej dziedzinie, debaty publicznej, także bez wykorzystania dostępnych analiz i opracowań eksperckich.** Pospieszny sposób konstruowania tej nowelizacji, a także zapowiadany sposób jej przeprowadzenia (inicjatywa poselska, nie rządowa) budzi naturalne obawy, że w dziedzinie ustalania ładu medialnego następuje „wylewanie dziecka z kąpielą”, co potwierdza lektura tekstu nowelizacji i jej uzasadnienia.

**2. Nieskrywanym, pierwszoplanowym celem tej nowelizacji jest dwuetapowa likwidacja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji,** a także reorganizacja URTiP-u (ale w tym wystąpieniu ograniczę się do perspektywy instytucji, którą kieruję). Gdyby był to cel jedyny, z pewnością po przedstawieniu argumentów merytorycznych poddaliśmy się osądowi nowo wybranego Parlamentu i Prezydenta.

Może nawet sięgnęlibyśmy po argumenty emocjonalne, przypominając, że ustawa o radiofonii i telewizji z 1992 roku była wielkim niezaprzeczalnym triumfem nowej Polski – państwa obywateli i wspólnym wytworem myśli wolnościowej wszystkich sił politycznych w ówczesnym Sejmie. Że ten mechanizm działał dobrze, dając podstawy rozwoju wolnych mediów. Że jego skład odzwierciedlał pluralizm myślenia, a nie „arytmetyczną demokrację”, tj. osiągnęto go na drodze konsensusu, w imię dobra nadrzędnego – ładu mediów elektronicznych w Polsce, zwróconych właśnie obywatelom. Dziś paradoksem jest to, że siły polityczne, chcące być jeszcze bardziej „wolnościowe”, wprowadzają coś na kształt dawnego Radiokomitetu, a przekreślają dorobek i potrzebę istnienia instytucji, której zręby kształtowały się za rządów dawnych opozycjonistów, spełniających marzenia o wolnych mediach. **Powodem tej zmiany jest jednoznaczny ruch personalny:** zastąpienie „tamtych” „swoimi” – bez doskonalenia mechanizmów, uniezależniających media od polityków.

Piętnastoletnia historia KRRiT dobrze odzwierciedla reguły demokracji, gdyż w KRRiT dominowały różne punkty widzenia, podobnie jak w Sejmie RP, gdzie raz przewagę miała lewica, raz prawica. KRRiT była jednak zawsze buforem między światem mediów a światem polityki, czego efektem jest pluralistyczny rynek mediów elektronicznych.

Kierowanie mediami publicznymi przez osoby nie pozostające w zależności od rządu (a tak było w przypadku Wiesława Walendziaka i Roberta Kwiatkowskiego) było swoistą gwarancją utrzymywania równowagi w przestrzeni publicznej, podobnie jak przewodniczenie KRRiT przez osoby z innych ugrupowań niż aktualny prezydent, czy premierzy.

Tymczasem nowelizacja zaproponowana przez grupę posłów z klubu PiS, jak sam oświadczył pan minister Jarosław Sellin w programie telewizyjnym, w którym również brałam udział – nie daje gwarancji na odpolitycznienie Rady. Wie o tym dobrze, bo pomimo istniejących mechanizmów niezależności Rady, sam jest przykładem, przecież nie jedynym, jak politycy wybierali do niej polityków.

**3. Ale ten pierwszoplanowy cel nowelizacji nie jest celem jedynym. Te mniej widoczne powody jej pośpiesznego przeprowadzenia są daleko poważniejsze! Sprawiają, że nie może to być dyskusja tylko o zwykłych reorganizacjach, „tanim państwie” itp., w tej sytuacji wzywam więc do szerokiej i dogłębnej społecznej debaty, stawiając następujące pytania: czy chcemy, aby ład medialny w naszym kraju co cztery lata organizowały kolejne rządy? czy w interesie obywateli i nadawców jest likwidacja mechanizmów pozwalających na niezależność regulatora i pluralizm w**



dziedzinie mediów elektronicznych? czy nowy rozdział w historii mediów elektronicznych – nieporównywalny do niczego przełom – cyfryzacja, ma kształtować tylko jedna wybrana spółka i jedna siła polityczna? czy poddanie niejasnym mechanizmom tworzącego się rynku cyfrowego, wartego wiele miliardów złotych, leży w interesie narodowym? czy chcemy regulacji wiążących, jeszcze bardziej niż do tej pory, władze mediów publicznych z jedną siłą polityczną (służą temu powiązanie kadencji KRRiT z kadencją Prezydenta, zmniejszenie jej składu, rezygnacja z zasady cyklicznie nakładających się co dwa lata kadencji członków); czy władze mediów publicznych mają być wymieniane każdorazowo po zmianie władzy, zgodnie ze wskazaniami polskiego wahadła wyborczego? czy nadawcy koncesjonowani i dziennikarze zatrudnieni w mediach elektronicznych mają koniunkturalnie orientować się na nową władzę i układać się z nią na czas kadencji? jak mechanizmy te wpłyną na pluralizm informacji i swobodny przepływ idei? czy nie jest to psucie prawa, bo przecież trzech obecnych posłów PiS-u, do niedawna zawodowo związanych z KRRiT, nie proponowało takich rozwiązań w czasach, kiedy rządziła inna opcja?! (AWS-UW)

4. **Propozycje przedstawione w nowelizacji są zaprzeczeniem obowiązującego ładu konstytucyjnego.** Dla wolnych mediów fundamentalne znaczenie ma bowiem funkcjonowanie w pełni niezależnego regulatora w dziedzinie mediów elektronicznych. Stwierdzenie to jest zapisane w konstytucji, a rozwiązanie takie wypracowano w 1992 roku na drodze porozumienia politycznego. Pogląd ten jest zgodny także z prawodawstwem UE, a Komisja Europejska w swym raporcie monitorującym harmonizację prawa w tym zakresie z prawem unijnym stwierdza, że należy wzmocnić Krajową Radę, aby skuteczniej mogła wypełniać swe obowiązki, wie o tym dobrze minister Sellin, natomiast zmiany, pod którymi się podpisał, czynią regres w tej dziedzinie i bezpośrednio wprzęgają politykę medialną, a szczególnie media publiczne, w domenę polityki rządowej.

5. **Jeśli zarzutem jest upolitycznienie Krajowej Rady, to trudno nie zauważyć,** że Wysoka Izba, niezależnie od głoszonych haseł, decyzjami politycznymi prawie zawsze w skład rady wybierała polityków. Natomiast proces naprawczy został rozpoczęty w łonie samej Rady i to z udziałem reprezentanta partii, która dziś proponuje stopniową likwidację Rady. Mam tu na myśli nie tylko „nowe otwarcie”, które było naszą odpowiedzią na frymarczenie mediami, jakie obnażyła „afery Rywina”. To także ogromny postęp w merytorycznych działaniach samej Rady; przygotowania nowych procedur pracy, analiz i opracowań dotyczących rynku medialnego, wreszcie fundamentalnych strategii, w tym odnoszących się do wyzwań cyfryzacji. Po niedobrych doświadczeniach miałam nadzieję, że nadszedł czas na zrównoważone zarządzanie w mediach publicznych, że należy wreszcie zaprojektować dojrzałą politykę medialną, przygotować cyfryzację mediów.

Teraz mają ochotę zajmować się tym znów politycy, i to jednej partii. Czy jest to dobra alternatywa dla procesu doskonalenia mechanizmów niezależności poprzez prawo i kulturę polityczną? W gruncie rzeczy cel jest przyziemny, co bez żenady przyznaje p. Jarosław Sellin: chodzi o to, aby przeszkodzić Krajowej Radzie w wyborze nowych Rad Nadzorczych mediów publicznych. Ich kadencja kończy się za pół roku, wybory muszą się więc odbyć wcześniej.

6. Wysoka Izba, kolejnym wyzwaniem dla inicjatorów projektu nowelizacji **jest osiągnięcie podobnego celu wśród nadawców koncesjonowanych.** I znowu projekt proponuje najprostszą drogę: **uczynienie z nadawców prywatnych klientów rządzącej partii,** a nie partnerów niezależnego regulatora. Temu służy przekazanie decyzji koncesyjnych w ręce rządowe, brak jasności co do zasad rekoncesjonowania, zapewnienie sobie wpływu na decyzje w zakresie cyfryzacji, a co za tym idzie – na otwierający się rynek o wielomiliardowych obrotach. My zawsze podkreślaliśmy i kiedyś głosił to również p. Jarosław Sellin, że decyzji koncesyjnych nie da się oderwać od decyzji programowych. Tak rozumiemy interes publiczny, którego strażnikiem w dziedzinie radiofonii i telewizji – na mocy Konstytucji – jest dotychczas KRRiT. Należy pamiętać o jeszcze jednym zagrożeniu: nowelizacja otwiera drogę do pełnej liberalizacji rynku. W dotychczasowej praktyce powiązanie częstotliwości z programem zapobiegało rządowi pieniądza i preferowaniu przez wielkie koncerny (z udziałem kapitału zagranicznego) miażdżących i łatwo sprzedających się treści. Obserwujemy to przecież na rynku prasowym, na którym w coraz większym stopniu prym wiedzie prawda tabloidu. Dzięki działaniu niezależnego regulatora rynek mediów elektronicznych, pomimo postępującej komercjalizacji, wygląda na szczęście inaczej.

7. W historii mediów elektronicznych wchodzimy w niezwykle ważny etap, porównywalny być może jedynie z momentem przyznania pierwszych koncesji dla wolnych mediów: rozpoczęcie procedury

konkursowej dla pierwszych multipleksów. **Projekt nowelizacji wyraźnie zmierza do odebrania KRRiT kompetencji w zakresie cyfryzacji.** Z całą mocą twierdzą, że jesteśmy właściwie przygotowani do podjęcia działań w tym zakresie; mamy dobry zespół pracowników i analityków rynku medialnego, ukształtowaną w trakcie piętnastoletniej tradycji pragmatykę postępowania w tym zakresie. Jesteśmy zdolni do przebudowania, zgodnie z demokratycznie przygotowaną strategią, rynku mediów elektronicznych, łącznie ze zmianą struktur regulacyjnych. **Proces cyfryzacji jest już poważnie zaawansowany, tak w zakresie legislacyjnym, regulacyjnym, jak i rynkowym.**

Krajowa Rada uczestniczyła w tworzeniu „Strategii przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej” – przyjętej przez Radę Ministrów i wypracowanej w Zespole rządowym, powołanym do spraw wprowadzania telewizji cyfrowej w Polsce, który pracował pod kierownictwem Ministra Infrastruktury. W dokumencie tym przyjęty został szczegółowy harmonogram wprowadzania telewizji cyfrowej z podziałem zadań i czasu ich wykonania dla poszczególnych organów, w tym Krajowej Rady jako wyłącznie umocowanej do przeprowadzenia i rozstrzygnięcia konkursu na operatora multipleksu, zgodnie z aktualnie obowiązującym Prawem telekomunikacyjnym. Nic nam nie wiadomo o tym, że strategia ta straciła ważność.

Własnym staraniem Krajowej Rady, działającej zgodnie z kompetencjami ustawowymi, przygotowane i przyjęte zostały następujące dokumenty:

- „*Działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w zakresie wprowadzania telewizji cyfrowej w Polsce*” – podejmujący zagadnienia budowania nowego rynku ze strony kompetencji Krajowej Rady i stanowiący dokument komplementarny wobec wspomnianej wyżej „Strategii przejścia...”. Jest to dokument, w którym Krajowa Rada wyklada zasady i procedury swego działania w zakresie cyfryzacji. Dokument ten (Dz.U. nr 186 poz.1565. Obowiązuje od 28.IX.) został poddany gruntownym konsultacjom z rynkiem, konsultacjom resortowym z UOKiK, URTiP i Ministerstwem Kultury, a także naukowym z Instytutem Łączności.

- W dniu 7 września 2005r., Krajowa Rada przyjęła rozporządzenie w sprawie konkursu na rezerwację częstotliwości dla operatora multipleksu na cele rozpowszechniania programów w sposób cyfrowy. Rozporządzenie to wraz z dokumentem „Działalność Krajowej Rady...”, zostało poddane gruntownym konsultacjom resortowym i rynkowym (Rozporządzenie KRRiT w sprawie trybu ogłaszania konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną).

- 15 listopada 2005r. Krajowa Rada przyjęła uzupełniający harmonogram konkursu i rezerwacji częstotliwości cyfrowych uwzględniający nową technologię kompresji sygnału MPEG-4, wobec pierwotnie przyjmowanej w „Strategii przejścia...” technologii MPEG-2. Nowa technologia MPEG-4 daje możliwość pomieszczenia w jednym sygnale jeszcze więcej programów niż MPEG-2 i jest najbliższym standardem przyszłości. Nowy Harmonogram uwzględnia potrzebę udzielania nowych koncesji na nieistniejące jeszcze programy, które mogłyby być ujęte w sygnale multipleksu. Aktualnie istnieje 7 programów nadawców telewizji naziemnej, co nie wypełnia całości sygnału multipleksu w dwóch częstotliwościach, przekazanych KRRiT przez Prezesa URTiP.

- W listopadzie Krajowa Rada przystąpiła do formalnych (art. 118) konsultacji ostatecznej formuły Ogłoszenia konkursu na rezerwację częstotliwości cyfrowych. Konsultacje te kończą się w dniu 10 grudnia 2005r.

- Także w listopadzie Krajowa Rada przyjęła nową treść Rozporządzenia w sprawie opłat za koncesje na rozpowszechnianie programów, w którym ustalono opłaty dla programów objętych „koncesjami cyfrowymi”, które będą rozpowszechniane poprzez wprowadzenie do sygnału multipleksu.

- Ostatnim krokiem jest już przystąpienie do konkursu przez formalne jego Ogłoszenie, po uwzględnieniu uwag wynikających z konsultacji. Ogłoszenie o konkursie planowane jest do 15 lutego 2006r., po uprzednim dokonaniu formalnych uzgodnień z Prezesem URTiP.

**Powyższe działania wskazują, że Krajowa Rada prawidłowo i zgodnie z prawem realizuje swe kompetencje w zakresie cyfryzacji. Odbieranie dziś, jak to się czyni w projekcie ustawy, tej kompetencji w czasie, gdy machina jest w pełnym ruchu spowodowałoby poważne wyhamowanie procesu cyfryzacji. I to w chwili, kiedy Unia Europejska oczekuje od nas**

**przyspieszenia działań oraz skrócenia czasu konwersji cyfrowej. Byłoby sprzeczne także z konstytucyjnym porządkiem medialnym, który Krajową Radę sytuuje jako wyłączny organ w zakresie radiofonii i telewizji, w tym także telewizji cyfrowej.** Mam nadzieję, że taki właśnie pogląd usłyszymy w czasie spotkania z Prezesem Rady Ministrów – Kazimierzem Marcinkiewiczem, na który zaproszono nas w najbliższy poniedziałek. Z pisma zapraszającego wynika, że przedmiotem spotkania będą zasady funkcjonowania KRRiT oraz decyzja Rady o przyznaniu pierwszych koncesji dla operatorów multipleksów cyfrowych w 2006 roku.

W zakończeniu swojego wystąpienia chcę zwrócić uwagę, że **proponowane zmiany dotyczą żywotnych aspektów interesu publicznego, w istocie dotyczą podstawowych praw obywatelskich i wolności rynku.** Dziś interes publiczny wymaga kompleksowych zmian w zakresie prawodawstwa, dotyczącego mediów elektronicznych, polegających przede wszystkim na ochronie pluralizmu w mediach, zapewnienie różnorodności programowej, popierania idei lokalności w mediach, ustalenie reguł ochrony treści programowych – szczególnie w kontekście czekającej nas cyfryzacji. O dezynwolturze twórców projektu świadczy nie tylko to, że nie odpowiada on na powyższe wyzwanie, czy poddaje rzeczywistość medialną jeszcze większej presji politycznej, ale nawet nie określa skutków ekonomicznych proponowanych przemian, do czego inicjatorów projektów ustaw zobowiązuje konstytucja.

Mówienie, że projekt nowelizacji przedłożony Wysokiej Izbie realizuje politykę taniego państwa i usprawnia kompetencyjnie działania Państwa na rynku medialnym jest zbyt dużym uproszczeniem i zaciemnia konsekwencje jego wprowadzenia w życie. Mówienie, że jest to pierwszy etap tworzenia zintegrowanego organu regulacyjnego dla radiofonii, telewizji i łączności – co zresztą pierwsza zaproponowała sama Krajowa Rada – jest również wprowadzaniem w błąd, ponieważ wiadomo, że rząd nie ma w parlamencie większości zdolnej zmienić konstytucję. W istocie jest to rozwiązanie trwałe – o celach takich, jakie opisałam. Co więcej, jeżeli dobrze wczytać się w projekt ustawy i jego uzasadnienie, widać wyraźnie, że ów nowy organ regulacyjny miałby działać zgodnie z duchem prawa telekomunikacyjnego, którego zadaniem jest chronić konkurencję. Innymi słowy, proponowany jest nam **liberalny eksperyment – uwolnienie radia i telewizji** od obowiązków wobec społeczeństwa i interesu publicznego oraz postawienie na pierwszym miejscu interesu właścicieli tych stacji.

Właściwym celem powinno być stworzenie nowego organu regulacyjnego, działającego na podstawie ustawy o radiofonii i telewizji oraz prawa telekomunikacyjnego, zdolnego myśleć i kategoriami demokratycznymi, społecznymi oraz kulturalnymi, i kategoriami technicznymi oraz gospodarczymi. Znane są na świecie przykłady takiego działania.

Krajowa Rada jest gotowa przedstawić odpowiednią propozycję metody i etapów tworzenia zintegrowanego organu regulacyjnego oraz przepisów do tego prowadzących.

**Obecna zaś propozycja to w istocie zasadnicza zmiana ładu konstytucyjnego, złamanie ducha Konstytucji i zachwianie dotychczasowej równowagi w zakresie ważnych uprawnień obywatelskich. Przekształcenia w tym kierunku, przeprowadzane nagle i z przyczyn politycznych, nie służą dobrze procesowi demokratyzowania się naszego kraju.**

**Obawiam się, że w ten sposób „tanie państwo” zamieni się w zwyczajną ustrojową tendetę.**

## **KONSULTACJE PUBLICZNE W SPRAWIE KONCESJI NA ROZPOWSZECHNIANIE PROGRAMÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH W SPOSÓB CYFROWY POPRZEZ WPROWADZENIE DO MULTIPLEKSU NAZIEMNEGO**

W związku z § 2 ust. 3 pkt 1 rozporządzenia z dnia 7 września 2005 roku Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie trybu ogłaszania konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną (Dz.U. Nr 186, poz. 1565), KRRiT prowadzi postępowanie konsultacyjne wobec wskazanych w tym przepisie aspektów.

Celem konsultacji jest zbadanie zainteresowania złożeniem wniosków o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych w sposób cyfrowy poprzez wprowadzenie do multipleksu naziemnego oraz opinii nt. planowanego trybu postępowania wobec wniosków udzielenie koncesji.

KRRiT w ramach prowadzonych konsultacji oczekuje, od wszystkich zainteresowanych podmiotów, informacji o planowanej przez nich liczbie programów do umieszczenia w multipleksach i charakterze tych programów.

Nie mogąc określić, na tym etapie prac, ostatecznej liczby programów mogących stanowić zasób składników audiowizualnych sygnału multipleksu, a także nie znając zamiarów operatorów

multipleksów, co do wyboru programów poza wskazanymi w ogłoszeniu (projekty ogłoszeń konsultowane są odrębnie; patrz strona internetowa KRRiT), Krajowa Rada będzie prowadziła postępowania zmierzające do wydania koncesji wszystkim zainteresowanym. Oferent uczestniczący w konkursie na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną będzie mógł je umieścić w uzupełnieniu swojej oferty. W tej jednakże sytuacji „cyfrowa koncesja programowa” nie będzie zapewniać umieszczenia programu w multipleksie, a jedynie umożliwiać wprowadzenie programu do sygnału multipleksu.

Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji rozpocznie się po zakończeniu konsultacji i będzie się toczyło na podstawie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji z wyłączeniem trybu przewidzianego w art. 34 (jak w przypadku programów satelitarnych i kablowych). Wnioski o udzielenie koncesji powinny być złożone zgodnie z przepisami określonymi w rozporządzeniu KRRiT z dnia 2 czerwca 1993 roku w sprawie zawartości wniosku oraz

szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych i telewizyjnych. KRRiT oczekuje na złożenie wniosków po podaniu do publicznej wiadomości informacji, o której mowa w konsultowanym równolegle „Harmonogramie i trybie postępowania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przy wprowadzaniu telewizji i radiofonii cyfrowej”. W Harmonogramie tym przewidziano, że wnioski o udzielenie „cyfrowych koncesji programowych” zostaną złożone w okresie 30 dni. Pozwoliłoby to na zakończenie postępowań w sprawie udzielenia tych koncesji przed podjęciem przez KRRiT uchwały w sprawie rozstrzygnięcia konkursów na operatorów multipleksów.

Danuta Waniek  
Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Warszawa, dnia 21 listopada 2005 roku

**WPROWADZENIE DO KONSULTACJI PUBLICZNEJ DWÓCH PROJEKTÓW OGŁOSZEŃ W  
SPRAWIE ROZPOCZĘCIA KONKURSU NA REZERWACJĘ CZĘSTOTLIWOŚCI NA CELE  
ROZPOWSZECHNIANIA LUB ROZPROWADZANIA PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH W  
SPOSÓB CYFROWY W STANDARDZIE DVB-T DROGĄ ROZSIEWCZĄ NAZIEMNĄ**

**(konsultacje zostały zakończone)**

Na podstawie Art. 118 ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz.1800, zm: Dz.U. z 2004 Nr 273, poz. 2703), niniejszym przedstawiamy do konsultacji publicznej dwa projekty ogłoszeń w sprawie rozpoczęcia konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów telewizyjnych w sposób cyfrowy w standardzie DVB-T drogą rozsiewczą naziemną.

W ramach prac przygotowawczych do ogłoszenia konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła w dn. 15 listopada 2005 r. dwa projekty ogłoszeń w tej sprawie, odpowiednio dla Multiplexu nr 1 i Multiplexu nr 2. Różnica pomiędzy projektami występuje w pkt I.1 i dotyczy listy częstotliwości przyporządkowanych danemu multiplexowi.

Zgodnie z § 2 ust. 2 rozporządzenia z dnia 7 września 2005 r. KRRiT w sprawie trybu ogłaszania konkursu na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych w sposób cyfrowy drogą rozsiewczą naziemną (Dz.U. Nr 186, poz. 1565), postępowanie konsultacyjne prowadzone jest wobec wskazanych w tym przepisie aspektów projektu ogłoszenia. W odniesieniu do przedstawionych w załączeniu projektów, konsultacjom podlegają zatem następujące fragmenty:

1) **część I;**

2) **część IV.**

Przedstawienie pełnego tekstu projektu ogłoszenia ma na celu zaznajomienie uczestników z jego treścią i w założeniu ma pozwolić na pełniejsze zrozumienie projektowanych procedur.

Jednocześnie zwracamy uwagę na te zagadnienia projektu ogłoszenia, na których rozstrzygnięciu szczególnie zależy KRRiT w wyniku niniejszych konsultacji. Dotyczy to:

1. Określenia trybu transmisji, tj. standardu kompresji i rodzaju modulacji, sygnału multiplexu. Należy podkreślić, że zapisy pkt I.1.3 projektu ogłoszenia nie przesądzają o wyborze standardu kompresji sygnału cyfrowego. Decyzja w tej sprawie podjęta zostanie na podstawie wyników niniejszych konsultacji, a także w wyniku ekspertyzy Instytutu Łączności na temat stabilności technologicznej MPEG-4 oraz uzyskanych informacji o przewidywanej dostępności odbiorników końcowych (bądź dekoderek) umożliwiających odbiór programów w określonym standardzie kodowania oraz ewentualnego horyzontu czasowego ich upowszechnienia się;

2. Możliwości umieszczenia programów radiowych w sygnale multiplexu, w ramach części przepływności zarezerwowanej na usługi dodatkowe oraz określenie preferowanego systemu kodowania sygnału cyfrowego (patrz pkt I.1.5 projektu ogłoszenia);

3. Ewentualnego ustanowienia wymogu wobec oferenta, polegającego na konieczności uwierzytelnienia składanej oferty poprzez przedstawienie umowy warunkowej lub listu intencyjnego podpisanego z nadawcą programu, który ma być umieszczony w sygnale multiplexu. Przepis § 13 ust. 1 cytowanego rozporządzenia KRRiT z dnia 7 września 2005 r. przewiduje możliwość sformułowania takiego wymogu w decyzji w sprawie dokonania rezerwacji częstotliwości, określając termin dwóch miesięcy na realizację tego wymogu. Niezależnie od powyższego KRRiT pragnie uzyskać opinie zainteresowanych stron na temat zasadności oczekiwania takiego uwierzytelnienia już na etapie składania ofert przez uczestników konkursu (dot. pkt I. 2).

KRRiT oczekuje uwag i wypowiedzi na temat wszystkich pozostałych elementów ogłoszenia, w częściach podlegających konsultacji. KRRiT wyraża gotowość poważnego rozważenia wszelkich uwag o charakterze merytorycznym, zmierzających do uzupełnienia lub udoskonalenia treści przedstawionych projektów ogłoszeń.

Informujemy, że przedstawiony do konsultacji projekt jest konsekwencją i rozwinięciem rozwiązań przyjętych przez KRRiT m.in. w rozporządzeniu z dnia 7 września 2005 oraz w części dokumentu pt. „Działalność KRRiT w zakresie wprowadzania naziemnej telewizji cyfrowej”. Jest również efektem wcześniejszych konsultacji publicznych m.in. wymienionych powyżej dokumentów, jak również konsultacji projektu harmonogramu i trybu postępowania KRRiT przy wprowadzaniu telewizji i radiofonii cyfrowej w standardzie kompresji sygnału telewizyjnego MPEG-4.

Rozwinięcie rozwiązań zawartych w „Działalności KRRiT w zakresie wprowadzania naziemnej telewizji cyfrowej” wynika z uwzględnienia zgłoszonych w trakcie konsultacji postulatów otoczenia rynkowego dotyczących przyspieszenia toku postępowania i skrócenia harmonogramu uruchomienia dwóch pierwszych multipleksów, poprzez równoległe przeprowadzenie procedury konkursowej na rezerwację częstotliwości oraz procesu przyznawania koncesji na rozpowszechnianie lub rozprowadzanie programów w sposób cyfrowy w standardzie DVB-T drogą rozsiewczą naziemną.

Projekt ogłoszenia zakłada dwuetapowość ustalania pełnej oferty programowej multipleksu. W pierwszej kolejności, w trakcie procedury konkursowej określone zostaną składniki audiowizualne sygnału multipleksu wybrane spośród 7 programów analogowych nadawanych obecnie drogą naziemną (dalej zwanych nieformalnie programami „obowiązkowymi”). Oferent będzie zobowiązany do wybrania spośród nich programów, które chciałby umieścić w sygnale multipleksu. Ostateczne przyporządkowanie tych programów zawarte będzie w decyzji w sprawie rezerwacji częstotliwości, zamykającej postępowanie konkursowe (patrz pkt 1.2. projektu ogłoszenia). W decyzji tej KRRiT będzie ewentualnie musiała skorygować brak, lub dublowanie się programów „obowiązkowych” w obu multipleksach. Decyzja ta zawierać też będzie zobowiązanie dla operatora do uzupełnienia – w określonym terminie – oferty programowej o programy, które uzyskały koncesję po ogłoszeniu konkursu (patrz pkt 1.4. projektu ogłoszenia). Równoległe z procedurą konkursową prowadzone będzie bowiem postępowanie koncesyjne, które umożliwi po zakończeniu konkursu na rezerwację częstotliwości przedstawić listę programów mogących stanowić zasób składników audiowizualnych sygnału multipleksu. Z tej listy operator będzie zobowiązany dobrać programy, tak by w pełni wykorzystał przepływność sygnału multipleksu. Uzupełnienie składników audiowizualnych odbywać się będzie w drodze zmiany decyzji o rezerwacji częstotliwości, dla zapewnienia realizacji celu określonego w art. 1 ust. 2 i w ramach kompetencji KRRiT określonych w art. 118 ust. 6 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Proces ten powinien się zakończyć przed uruchomieniem multipleksu.

Procedura ta rodzi pewne niedogodności z punktu widzenia zdolności pełnej oceny wniosku oferenta, jednak proponuje się jej przyjęcie w celu skrócenia procesu przygotowania uruchomienia dwóch pierwszych multipleksów. Niedogodności te nie będą występowały podczas kolejnych konkursów na rezerwację częstotliwości na cele rozpowszechniania lub rozprowadzania programów telewizyjnych w sposób cyfrowy w standardzie DVB-T drogą rozsiewczą naziemną, gdyż wtedy będzie istniała możliwość koncesjonowania nowych programów przed rozpoczęciem konkursu.

Zapraszamy do przedstawienia opinii nt. powyższej procedury, gdyż może ona podlegać konsultacji zgodnie z przepisami § 2. ust. 3, pkt 1 i 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 7 września 2005r.

Jednocześnie zawiadamiamy, że załączony dla informacji harmonogram i tryb postępowania KRRiT przy wprowadzaniu telewizji i radiofonii cyfrowej w standardzie kompresji sygnału telewizyjnego MPEG-4 (dwa pierwsze multipleksy) został przyjęty przez KRRiT w dn. 15 listopada 2005 r. Harmonogram uwzględnia uwagi i sugestie zgłoszone w trakcie konsultacji publicznej na jego temat.

Uwagi na piśmie do projektu ogłoszeń objętych niniejszymi konsultacjami, prosimy nadsyłać do 10 grudnia 2005 r. na adres: Departament Strategii i Analiz, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Skwer Wyszyńskiego 9, 01-015 Warszawa, E-mail: [dsa@krrit.gov.pl](mailto:dsa@krrit.gov.pl)

Projekt ogłoszenia dla Multiplesu nr 1 i Multiplesu nr 2 znajduje się na stronach internetowych KRRiT.

## INFORMACJA

### o wydatkach i wykorzystaniu czasu antenowego w radiu i telewizji na emisje płatnych ogłoszeń wyborczych zleconych przez Komitety Wyborcze w trakcie kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej w 2005 roku

Informację opracowano w Departamencie Reklamy Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na podstawie analizy danych nadesłanych przez nadawców.

Przeanalizowano dane z **281 programów radiowych i telewizyjnych**, w tym z:

- **202 programów radiowych;**
- **32 programów telewizyjnych;**
- **47 programów telewizji kablowej.**

Z wyżej wymienionych programów, płatnych ogłoszeń wyborczych nie emitowano w:

- 37 programach radiowych;
- 4 programach telewizyjnych;
- 1 programie telewizji kablowej.

W przedstawionej informacji, zarówno w tabelach jak i na wykresach przedstawione zostały dane dotyczące wydatków i wykupionego czasu w radiu i telewizji przez poszczególne komitety wyborcze w wyborach parlamentarnych. Ponieważ nie spłynęły dane od kilku nadawców (lokalnych), jak i kilkunastu małych telewizji kablowych, wszystkie dane należy traktować jako kategorię „co najmniej”, ponieważ komitety wyborcze poniosły większe wydatki zarówno na emisję, jak również na produkcję ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji, które to koszty nie zostały ujęte w przedstawionej informacji, a stanowią istotną pozycję w ogólnych kosztach kampanii w mediach elektronicznych.

**UWAGA:** W kategorii „czas” w tabelach i wykresach mogą wystąpić drobne rozbieżności spowodowane zaokrągleniem otrzymanych w informacjach czasów emisji w sekundach do pełnych minut.

**Na stronie 8** przedstawiono tabelę i wykres obrazujący wydatki poniesione na ogłoszenia wyborcze emitowane w radiu i telewizji. Z zawartych w tabeli danych wynika, że Komitety Wyborcze wydały na kampanie wyborcza w radiu i w telewizji nie mniej niż 38.587.556,41 zł. Największe wydatki poniósł **Komitet Wyborczy PiS** (łącznie: 12.141.355,81 zł – co stanowi 31% wszystkich wydatków), następnie **Komitet Wyborczy PO** (łącznie: 8.127.857,20 zł – co stanowi 21% wszystkich wydatków).

Komitety Wyborcze **Polskiej Partii Narodowej i Narodowego Odrodzenia Polski** nie zlecały emisji płatnych ogłoszeń wyborczych, natomiast **KW Polskiej Partii Pracy** zlecił emisję tylko w radiu na kwotę 679,85 zł.

**Na stronie 8** przedstawiono tabelę i wykres obrazujący czas wyemitowanych płatnych ogłoszeń przez poszczególne Komitety Wyborcze. Ogółem wyemitowano 44.241 minut ogłoszeń wyborczych w tym 27.271 minut w radiach i 16.965 w telewizjach. Przy czym w radiu najwięcej **KW PiS** (6.456 min, co stanowi 24% czasu przeznaczanego na reklamę w radio), a w telewizji **KW PO** (4.431 min – co stanowi 26% czasu przeznaczanego na reklamę w telewizji).

Łącznie **KW PO** wyemitował 10.551 minut ogłoszeń, a **KW PiS** 9.287 minut.

**Na stronie 9** przedstawiono czas emisji i wpływy z podziałem na kategorie nadawców.

Największy czas emisji odnotowano w radiach komercyjnych ze względu na dużą liczbę podmiotów radiowych. Natomiast największe wpływy zanotowała telewizja publiczna, ze względu na emisje we wszystkich swoich programach, a także ze względu na wysokie ceny reklam.

**Na stronie 9** przedstawiono wykorzystanie czasu emisji i wpływy w zależności od zasięgu nadawcy. Media lokalne wyemitowały 96% wszystkich płatnych ogłoszeń wyborczych odnotowując tylko 23% ogólnych wpływów z tych ogłoszeń.

**Na stronie 10** przedstawiono czas i wydatki komitetów wyborczych w programach telewizyjnych z uwzględnieniem statusu poszczególnych nadawców. Najwięcej czasu wykorzystano w telewizjach kablowych 11.608 minut, co stanowi 69% ogólnego czasu emisji ogłoszeń, natomiast ich wpływy stanowiły jedynie 3% ogólnych wpływów. Telewizja Publiczna przy 25% czasu uzyskała 68% wpływów. Natomiast naziemne telewizje komercyjne przy sprzedaży 6% ogólnego czasu reklamowego uzyskały 29% wpływu.

**Na stronie 10** przedstawiono czas i wydatki Komitetów Wyborczych w programach radiowych publicznych i komercyjnych. Nadawcy publiczni odnotowali dwukrotnie większe wpływy, niż mogło to wynikać ze sprzedaży czasu. Wpływy stanowiły 29% a czas stanowił 14% ogólnego czasu emisji ogłoszeń u nadawców radiowych.

**Na stronie 11** przedstawiono czas wyemitowanych ogłoszeń wyborczych przez nadawców radiowych w poszczególnych województwach.

Najwięcej ogłoszeń wyemitowali nadawcy radiowi w woj. mazowieckim: 2.845 min; (w tym KW PiS 813 min) w podkarpackim: 2.662 min (w tym KW PiS 589 min.) i w wielkopolskim: 2.659 min (w tym KW PO 726 min) Najmniej natomiast w opolskim: 735, min; pomorskim 745 min i w zachodnio-pomorskim: 891 min.

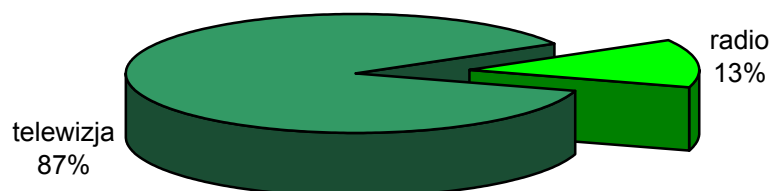
**Na stronach 12-13** przedstawiono wydatki na emisję ogłoszeń wyborczych przez Komitety Wyborcze w poszczególnych województwach. Najwięcej wydały Komitety Wyborcze w woj. mazowieckim: 478.215,17 zł (w tym KW PiS 100.291,79); w woj. łódzkim: 341.095,70 zł (w tym KW Samoobrona 130.658,93 zł) i w śląskim: 335.461,70 zł (w tym KW PiS 119.779,09 zł). Najmniejsze wydatki zanotowano w województwach: podlaskim: 84.820,48 zł; zachodnio-pomorskim 92.555,93 zł i w pomorskim: 104.520,55 zł.

#### Wydatki na płatne ogłoszenia wyborcze wyemitowane w radiu i telewizji (w zł)

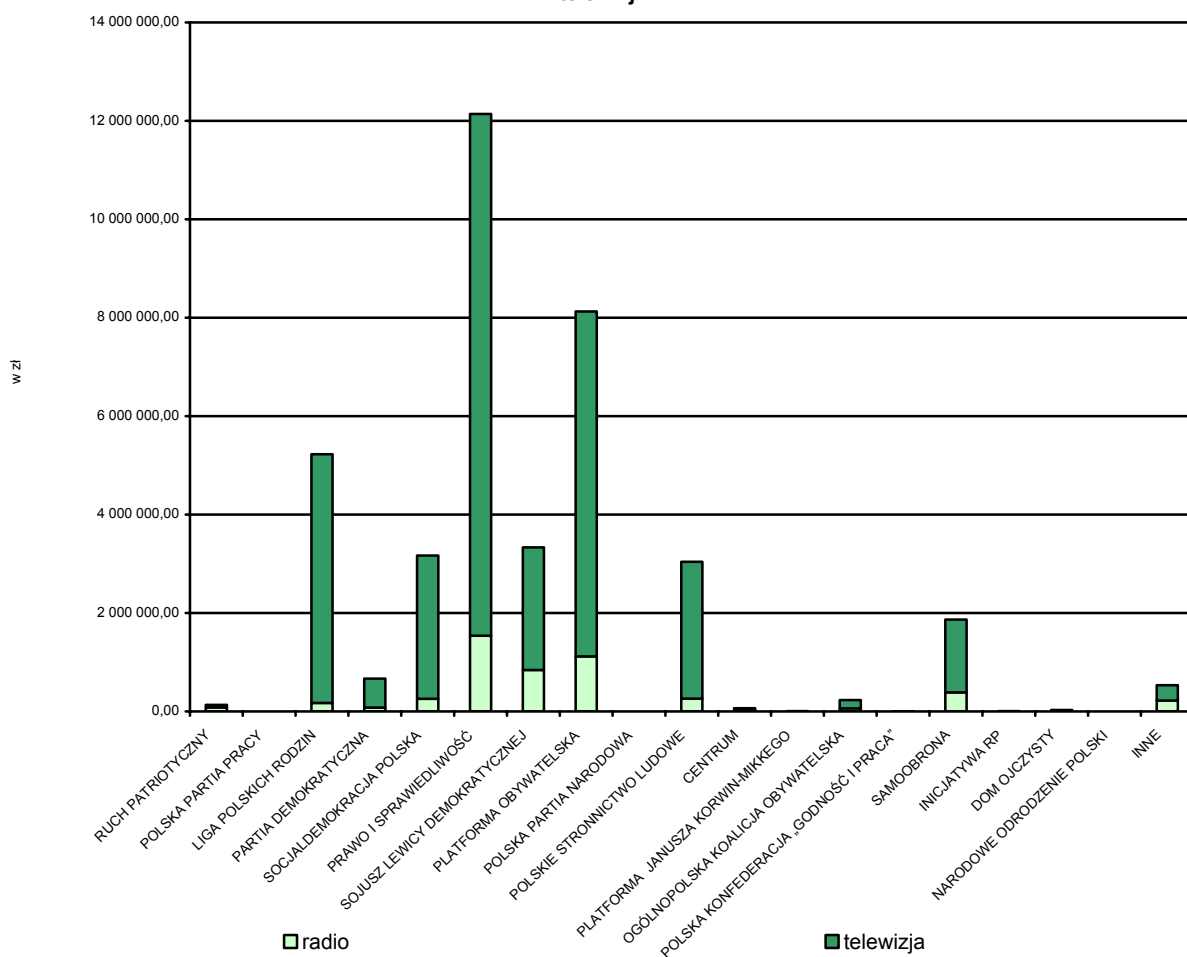
	radio	telewizja	radio i telewizja
RUCH PATRIOTYCZNY	81 811,92	52 322,87	134 134,79
POLSKA PARTIA PRACY	679,85	0,00	679,85
LIGA POLSKICH RODZIN	172 438,10	5 054 491,61	5 226 929,71
PARTIA DEMOKRATYCZNA	77 791,12	588 836,54	666 627,66
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	257 813,95	2 911 253,64	3 169 067,59
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	1 539 014,14	10 602 341,67	12 141 355,81
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	841 536,52	2 493 321,05	3 334 857,57
PLATFORMA OBYWATELSKA	1 118 082,69	7 009 774,51	8 127 857,20
POLSKA PARTIA NARODOWA	0,00	0,00	0,00
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	261 288,32	2 780 225,81	3 041 514,13
CENTRUM	16 554,80	48 564,83	65 119,63
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	122,00	7 710,40	7 832,40
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	61 269,95	171 063,34	232 333,29
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	0,00	2 196,00	2 196,00
SAMOBRONA	388 174,17	1 480 004,12	1 868 178,29
INICJATYWA RP	1 457,90	3 865,94	5 323,84
DOM OJCZYSTY	19 291,04	9 650,20	28 941,24
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0,00	0,00	0,00
INNE	222 300,15	312 307,26	534 607,41
<b>RAZEM</b>	<b>5 059 626,62</b>	<b>33 527 929,79</b>	<b>38 587 556,41</b>



### Wydatki na płatne ogłoszenia wyborcze wyemitowane w radiu i telewizji



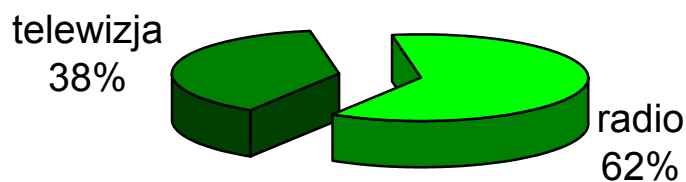
### Wydatki na płatne ogłoszenia wyborcze poniesione przez poszczególne komitety w radiu i telewizji



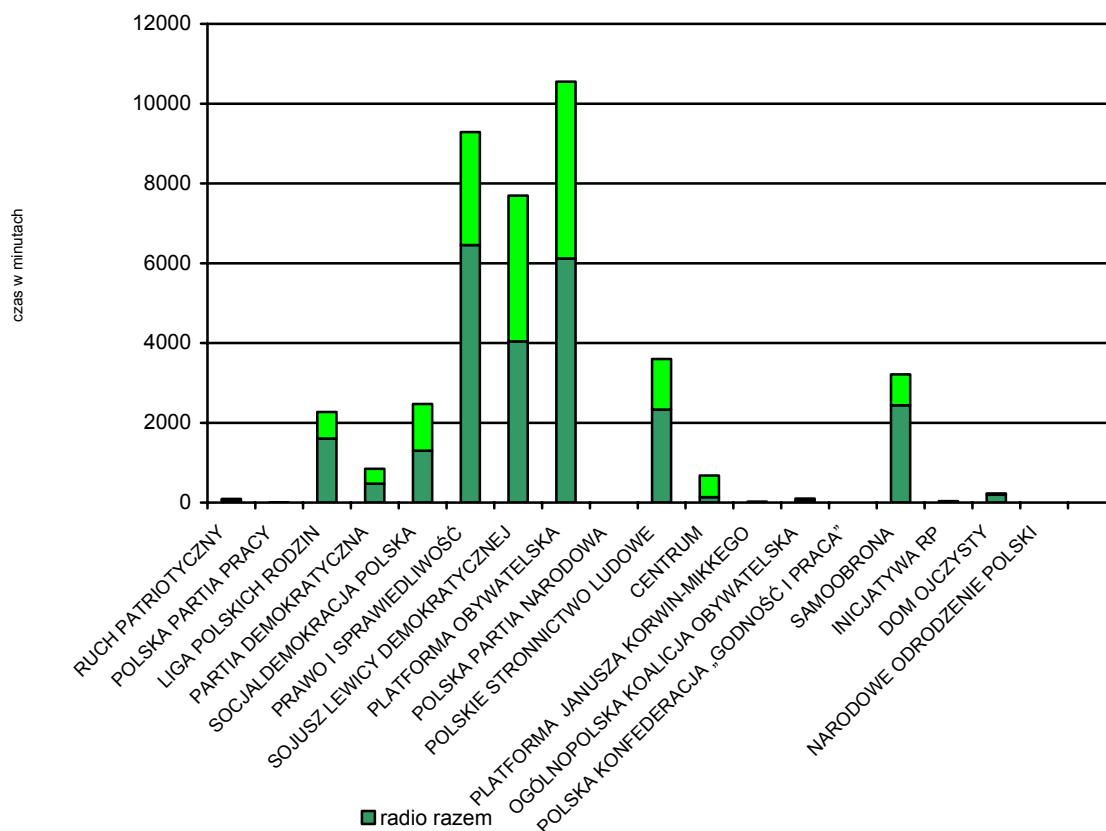
**Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji (w minutach)**

	radio razem	telewizja razem	radio i telewizja
RUCH PATRIOTYCZNY	60	32	92
POLSKA PARTIA PRACY	3	0	3
LIGA POLSKICH RODZIN	1 604	667	2 271
PARTIA DEMOKRATYCZNA	472	374	846
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	1 299	1 171	2 470
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	6 456	2 831	9 287
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	4 042	3 652	7 694
PLATFORMA OBYWATELSKA	6 120	4 431	10 551
POLSKA PARTIA NARODOWA	0	0	0
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	2 331	1 269	3 600
CENTRUM	138	541	679
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	5	21	26
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	44	57	101
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	0	1	1
SAMOOBRONA	2 438	775	3 213
INICJATYWA RP	7	28	35
DOM OJCZYSTY	196	32	228
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0	0	0
INNE	2 056	1 083	3 139
<b>RAZEM</b>	<b>27 271</b>	<b>16 965</b>	<b>44 236</b>

**Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji**

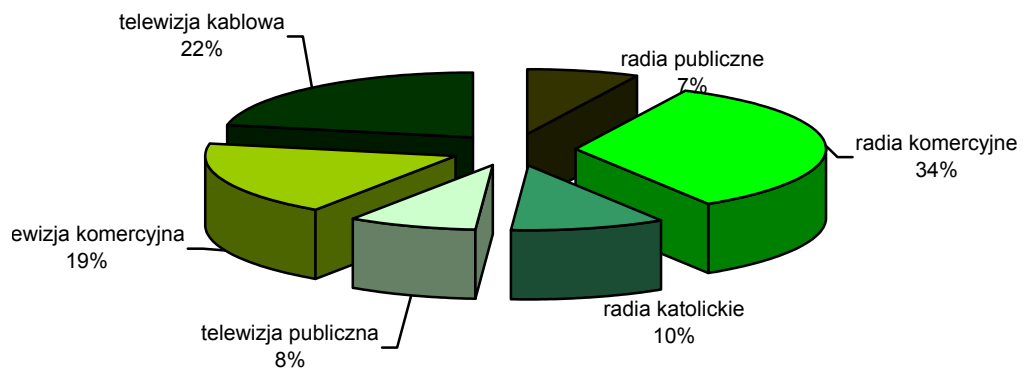


Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu i telewizji

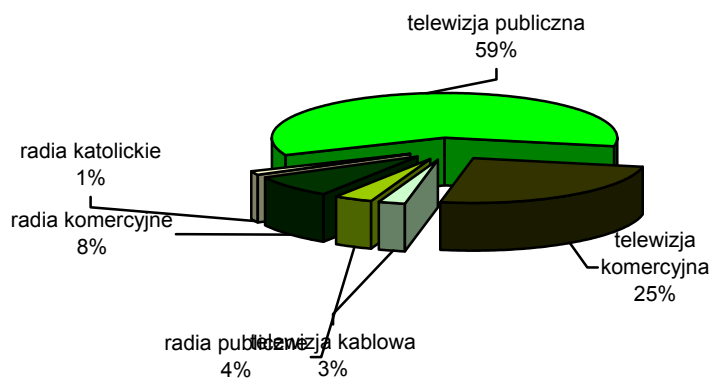


	czas w minutach	wpływy brutto w zł
radia publiczne	3 902	1 442 496,61
radia komercyjne	18 009	3 071 022,89
radia katolickie	5 365	546 107,12
telewizja publiczna	4 329	22 965 053,18
telewizja komercyjna	1 028	9 590 870,96
telewizja kablowa	11 613	972 005,65
	<b>44 246</b>	<b>38 587 556,41</b>

### Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w poszczególnych mediach

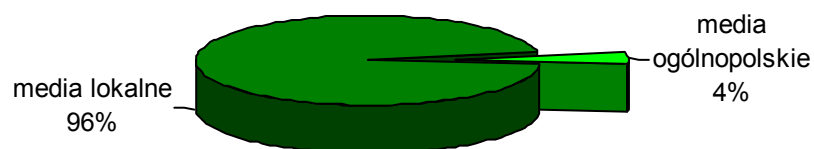


### Wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w poszczególnych mediach

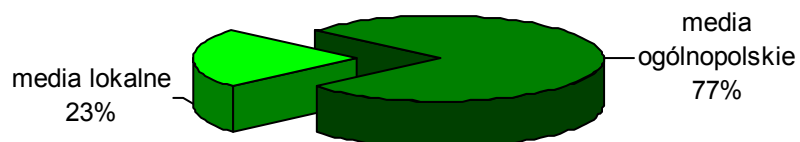


	czas w minutach	wpływy brutto w zł
radia ogólnopolskie i ponadregionalne	572	1 727 446,57
telewizja ogólnopolska	1 252	28 159 388,22
<b>media ogólnopolskie</b>	<b>1 824</b>	<b>29 886 834,79</b>
radia lokalne	26 734	3 451 035,95
telewizja lokalna i regionalna	15 691	5 249 685,67
<b>media lokalne</b>	<b>42 425</b>	<b>8 700 721,62</b>
	<b>44 249</b>	<b>38 587 556,41</b>

#### Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych



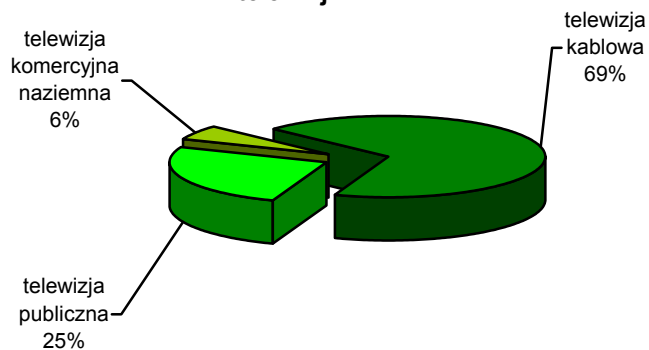
#### Wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych



### Telewizja – czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych (w minutach)

	telewizja publiczna	telewizja komercyjna naziemna	telewizja kablowa	telewizja razem
RUCH PATRIOTYCZNY	13	5	13	31
POLSKA PARTIA PRACY	0	0	0	0
LIGA POLSKICH RODZIN	285	44	338	667
PARTIA DEMOKRATYCZNA	118	38	217	373
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	182	68	920	1 170
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	698	297	1 835	2 830
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	814	206	2 631	3 651
PLATFORMA OBYWATELSKA	1 260	188	2 982	4 430
POLSKA PARTIA NARODOWA	0	0	0	0
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	334	38	896	1 268
CENTRUM	49	42	448	539
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	3	0	17	20
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	23	0	34	57
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	1	0	0	1
SAMOOBRONA	350	50	374	774
INICJATYWA RP	0	20	8	28
DOM OJCZYSTY	2	4	25	31
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0	0	0	0
INNE	190	22	870	1 082
<b>RAZEM</b>	<b>4 322</b>	<b>1 022</b>	<b>11 608</b>	<b>16 952</b>

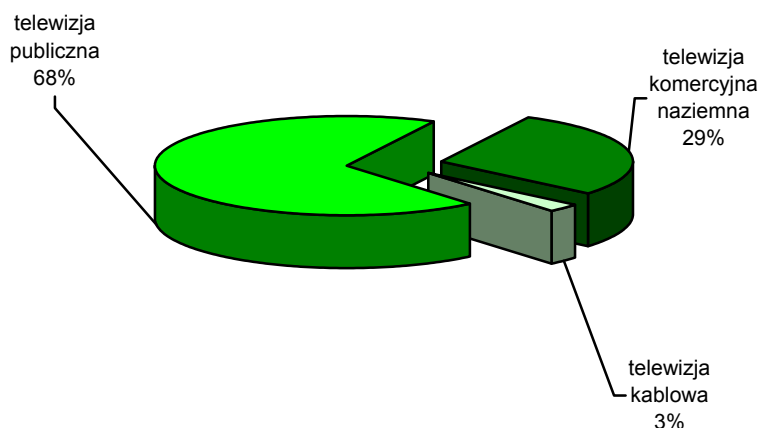
### Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w telewizji



### Telewizja – wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych (w zł)

	telewizja publiczna	telewizja komercyjna naziemna	telewizja kablowa	telewizja razem
RUCH PATRIOTYCZNY	14 444,31	36 600,00	1 278,56	52 322,87
POLSKA PARTIA PRACY	0,00	0,00	0,00	0,00
LIGA POLSKICH RODZIN	4 695 622,53	317 932,00	40 937,08	5 054 491,61
PARTIA DEMOKRATYCZNA	244 647,08	320 450,45	23 739,01	588 836,54
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	1 554 896,93	1 289 979,26	66 377,45	2 911 253,64
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	6 050 451,10	4 379 019,46	172 871,11	10 602 341,67
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	1 639 059,92	663 467,09	190 794,04	2 493 321,05
PLATFORMA OBYWATELSKA	5 209 998,03	1 575 377,48	224 399,00	7 009 774,51
POLSKA PARTIA NARODOWA	0,00	0,00	0,00	0,00
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	1 820 615,88	871 293,50	88 316,43	2 780 225,81
CENTRUM	26 406,90	9 040,20	13 117,73	48 564,83
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	3 660,00	0,00	4 050,40	7 710,40
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	161 656,16	0,00	9 407,18	171 063,34
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	2 196,00	0,00	0,00	2 196,00
SAMOOBRONA	1 301 039,18	113 139,77	65 825,17	1 480 004,12
INICJATYWA RP	0,00	2 704,50	1 161,44	3 865,94
DOM OJCZYSTY	1 537,20	7 320,00	793,00	9 650,20
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0,00	0,00	0,00	0,00
INNE	238 821,96	4 547,25	68 938,05	312 307,26
<b>RAZEM</b>	<b>22 965 053,18</b>	<b>9 590 870,96</b>	<b>972 005,65</b>	<b>33 527 929,79</b>

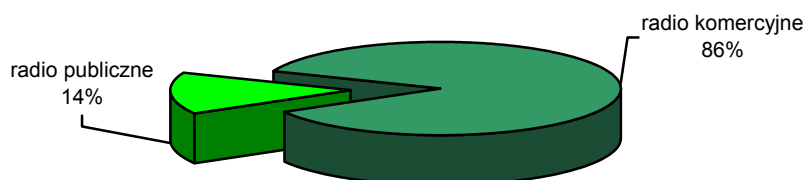
### Wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w telewizji



### Radio – czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w minutach

	radio publiczne	radio komercyjne	radio razem
RUCH PATRIOTYCZNY	17	43	60
POLSKA PARTIA PRACY	1	2	3
LIGA POLSKICH RODZIN	89	1 515	1 604
PARTIA DEMOKRATYCZNA	24	448	472
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	101	1 198	1 299
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	1 257	5 199	6 456
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	706	3 335	4 041
PLATFORMA OBYWATELSKA	738	5 381	6 119
POLSKA PARTIA NARODOWA	0	0	0
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	545	1 786	2 331
CENTRUM	30	107	137
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	0	5	5
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	6	37	43
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	0	0	0
SAMOOBRONA	184	2 253	2 437
INICJATYWA RP	0	7	7
DOM OJCZYSTY	5	191	196
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0	0	0
INNE	194	1 862	2 056
<b>RAZEM</b>	<b>3 897</b>	<b>23 369</b>	<b>27 266</b>

### Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radio

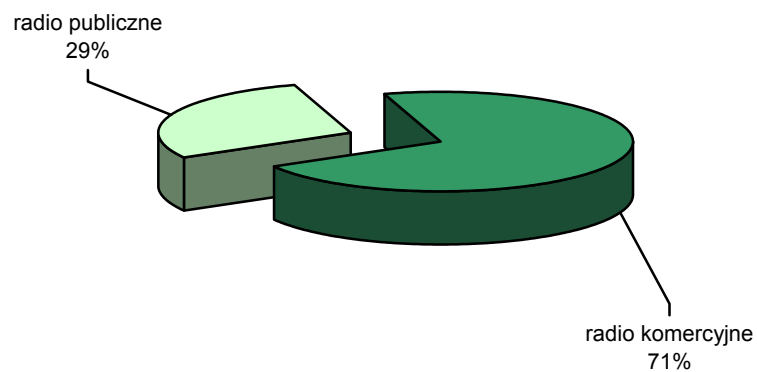




### Radio – wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych (w zł)

	radio publiczne	radio komercyjne	radio razem
RUCH PATRIOTYCZNY	1 911,98	79 899,94	81 811,92
POLSKA PARTIA PRACY	366,00	313,85	679,85
LIGA POLSKICH RODZIN	24 501,94	147 936,16	172 438,10
PARTIA DEMOKRATYCZNA	5 463,16	72 327,96	77 791,12
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	115 757,25	142 056,70	257 813,95
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	592 137,03	946 877,11	1 539 014,14
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	224 000,19	617 536,33	841 536,52
PLATFORMA OBYWATELSKA	229 056,14	889 026,55	1 118 082,69
POLSKA PARTIA NARODOWA	0,00	0,00	0,00
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	106 515,51	154 772,81	261 288,32
CENTRUM	5 841,36	10 713,44	16 554,80
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	0,00	122,00	122,00
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	57 341,95	3 928,00	61 269,95
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	0,00	0,00	0,00
SAMOOBRONA	42 463,78	345 710,39	388 174,17
INICJATYWA RP	0,00	1 457,90	1 457,90
DOM OJCZYSTY	3 133,78	16 157,26	19 291,04
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0,00	0,00	0,00
INNE	34 006,54	188 293,61	222 300,15
<b>RAZEM</b>	<b>1 442 496,61</b>	<b>3 617 130,01</b>	<b>5 059 626,62</b>

### Wpływy z emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radio



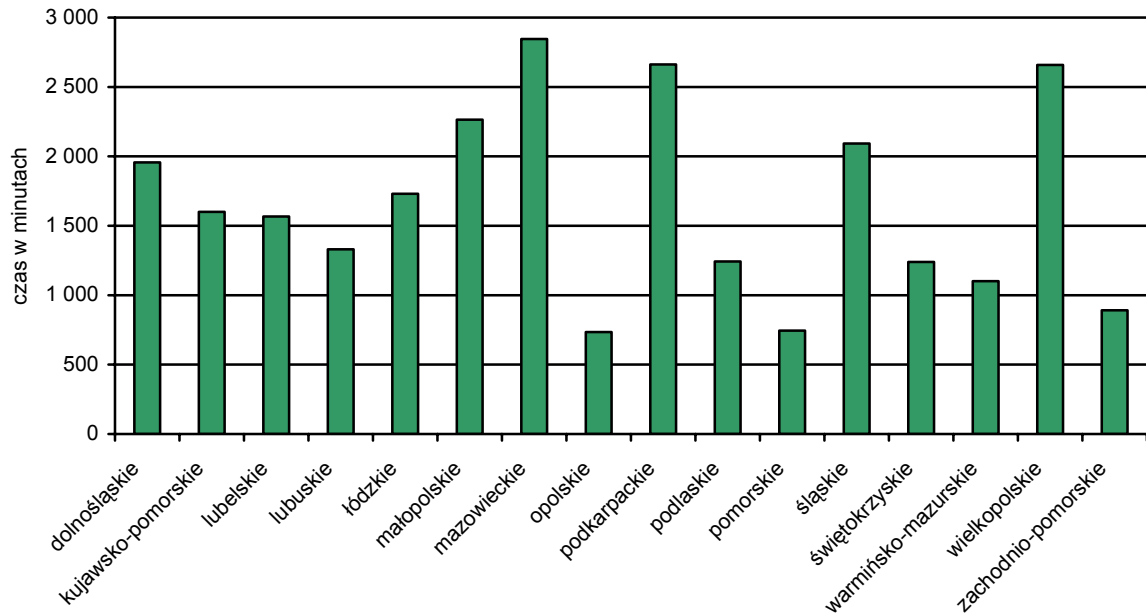
**Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu wg województw (w minutach)**

	dolnośląskie	kujawsko-pomorskie	lubelskie	lubuskie	łódzkie	małopolskie	mazowieckie	opolskie	podkarpackie	podlaskie	pomorskie	śląskie	świętokrzyskie	warmińsko-mazurskie	wielkopolskie	zachodnio-pomorskie	razem
RUCH PATRIOTYCZNY	0	0	0	1	0	12	0	0	0	39	0	0	0	7	0	0	59
POLSKA PARTIA PRACY	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	3
LIGA POLSKICH RODZIN	41	65	48	27	67	272	260	12	536	88	24	31	30	36	61	0	1 598
PARTIA DEMOKRATYCZNA	70	16	4	0	40	26	83	16	22	0	43	52	0	0	80	15	467
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	112	179	197	19	35	19	46	13	37	11	0	112	89	82	291	37	1 279
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	427	358	296	195	363	585	813	167	589	566	202	680	293	437	180	130	6 281
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	443	354	272	437	158	188	207	102	185	237	146	271	229	157	337	207	3 930
PLATFORMA OBYWATELSKA	675	379	484	498	174	524	445	218	313	168	238	579	236	74	726	287	6 018
POLSKA PARTIA NARODOWA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	16	79	172	65	140	142	225	176	495	29	29	82	287	135	167	49	2 288
CENTRUM	0	0	0	0	22	19	7	0	0	0	0	0	0	89	0	0	137
PLATFORMA JANUSZA KORWIN-MIKKEGO	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	0	0	0	0	0	15	22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	37
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I PRACA”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SAMOOBRONA	164	118	35	13	363	17	596	15	276	51	41	158	69	44	281	69	2 310
INICJATYWA RP	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
DOM OJCZYSTY	0	14	0	0	0	94	3	0	45	9	0	0	5	0	10	13	193
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INNE	8	33	59	75	362	351	138	16	164	45	22	128	0	38	526	84	2 049
	1 956	1 600	1 567	1 330	1 731	2 264	2 845	735	2 662	1 243	745	2 093	1 239	1 101	2 659	891	26 661

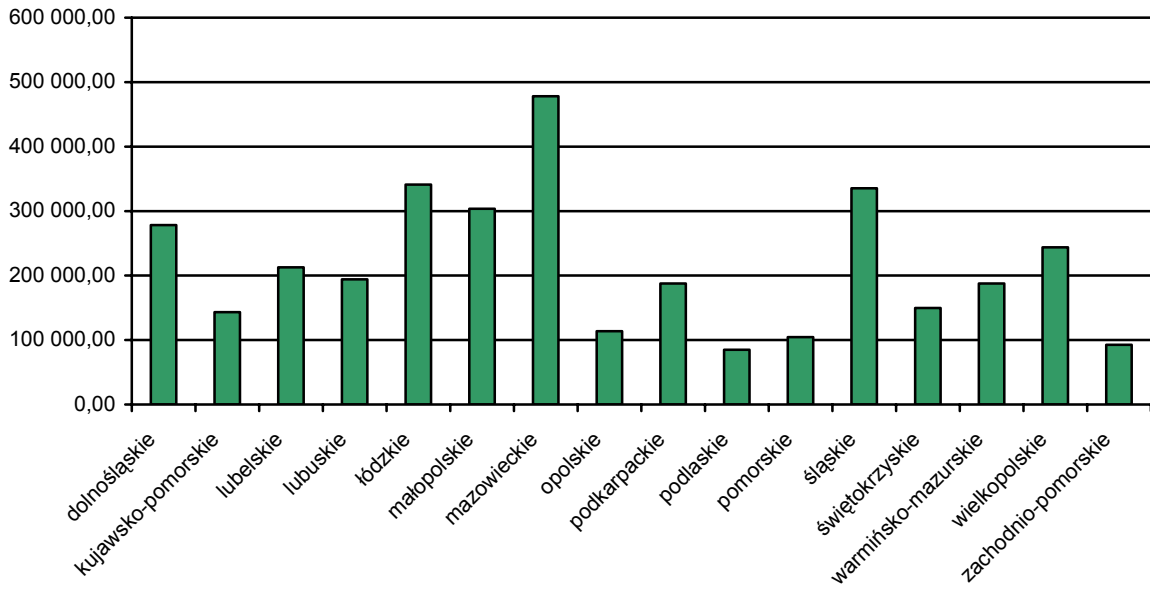
**Wydatki na emisję płatnych ogłoszeń wyborczych wyemitowanych w radio wg województw (w zł)**

	dolnośląskie	kujawsko-pomorskie	lubelskie	lubuskie	łódzkie	małopolskie	mazowieckie	opolskie	podkarpackie	podlaskie	pomorskie	śląskie	świętokrzyskie	warmińsko-mazurskie	wielkopolskie	zachodniopomorskie
RUCH PATRIOTYCZNY	0,00	0,00	0,00	205,27	0,00	2 810,88	0,00	0,00	0,00	3 216,77	0,00	0,00	0,00	75 579,00	0,00	0,00
POLSKA PARTIA PRACY	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	366,00	313,85	0,00	0,00
LIGA POLSKICH RODZIN	7 199,16	1 746,44	8 147,12	5 681,04	8 160,94	36 980,77	39 120,81	1 045,29	40 356,62	3 224,46	3 018,52	3 754,47	3 808,84	3 050,00	7 143,62	0,00
PARTIA DEMOKRATYCZNA	9 708,86	976,00	214,11	0,00	3 907,05	5 627,06	37 147,84	1 264,90	677,99	0,00	695,40	7 435,90	0,00	0,00	9 343,01	793,00
SOCJALDEMOKRACJA POLSKA	6 526,85	14 355,08	20 917,68	2 601,90	4 722,37	3 316,00	4 325,45	828,38	2 064,24	1 073,79	0,00	17 375,27	10 997,91	9 124,50	17 431,11	3 136,01
PRAWO I SPRAWIEDLIWOŚĆ	70 538,02	32 956,49	50 386,04	29 558,34	66 789,70	74 965,82	100 291,79	27 974,91	54 691,30	36 626,35	30 510,57	119 779,09	28 269,15	50 738,47	33 345,53	25 215,94
SOJUSZ LEWICY DEMOKRATYCZNEJ	51 835,95	39 120,48	34 500,46	56 472,75	37 353,64	29 858,73	50 503,15	15 426,74	12 190,73	19 554,45	27 715,65	56 068,95	26 301,92	14 210,52	26 087,89	23 251,74
PLATFORMA OBYWATELSKA	105 816,08	37 138,10	50 803,67	75 072,65	30 170,74	71 283,10	89 638,53	34 742,88	15 802,19	10 989,39	28 415,38	66 948,92	31 835,18	6 682,31	74 069,53	24 095,03
POLSKA PARTIA NARODOWA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POLSKIE STRONNICTWO LUDOWE	5 076,47	3 723,68	29 804,76	9 703,89	14 192,57	17 351,06	31 805,21	28 171,45	35 688,27	1 677,50	4 109,40	13 016,50	38 314,28	11 099,48	11 754,22	4 412,98
CENTRUM	0,00	0,00	0,00	0,00	2 659,60	2 758,42	4 056,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7 080,28	0,00	0,00
PLATFORMA JANUSZA KORWINMIKKEGO	0,00	122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OGÓLNOPOLSKA KOALICJA OBYWATELSKA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 228,00	700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
POLSKA KONFEDERACJA „GODNOŚĆ I	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SAMOOBRONA	19 473,56	9 470,11	7 067,46	2 498,37	130 658,93	3 817,32	99 046,04	2 581,12	12 197,56	2 820,27	7 134,95	32 075,00	6 685,10	2 546,79	28 498,82	2 796,47
INICJATYWA RP	0,00	0,00	0,00	0,00	1 457,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DOM OJCZYSTY	0,00	732,00	0,00	0,00	0,00	9 021,90	300,00	0,00	4 023,56	366,00	0,00	0,00	3 133,78	0,00	1 238,00	475,80
NARODOWE ODRODZENIE POLSKI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INNE	2 093,12	2 872,49	10 778,77	12 299,11	41 022,26	42 698,08	21 279,85	1 570,14	9 982,44	5 271,50	2 920,68	19 007,60	0,00	7 310,60	34 814,55	8 378,96
	<b>278 268,07</b>	<b>143 212,87</b>	<b>212 620,07</b>	<b>194 093,32</b>	<b>341 095,70</b>	<b>303 717,14</b>	<b>478 215,17</b>	<b>113 605,81</b>	<b>187 674,90</b>	<b>84 820,48</b>	<b>104 520,55</b>	<b>335 461,70</b>	<b>149 712,16</b>	<b>187 735,80</b>	<b>243 726,28</b>	<b>92 555,93</b>

**Czas emisji płatnych ogłoszeń wyborczych w radiu w poszczególnych województwach**



**Wydatki na emisję płatnych ogłoszeń wyborczych emitowanych przez nadawców radiowych w poszczególnych województwach**



**INFORMACJA**  
**o wydatkach i wykorzystaniu czasu na emisję odpłatnych audycji wyborczych w radiu i**  
**telewizji w trakcie kampanii wyborczej na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2005**  
**roku**

Informacja opracowana w Departamencie Reklamy Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na podstawie analizy  
danych nadesłanych przez nadawców

Odpłatne audycje wyborcze w kampanii wyborczej na prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej emitowane były w następujących ogólnopolskich programach:

- radiowych:
  - Polskiego Radia SA,
  - Radia Zet,
- telewizyjnych:
  - Program 1 TVP SA,
  - Program 2 TVP SA,
  - Telewizja TVN SA,
  - Telewizja POLSAT.

Kampania wyborcza na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej rozpoczęła się w dniu 24 maja 2005 r. (dzień ogłoszenia postanowienia Marszałka Sejmu o wyborach).

Niezależnie od czasu przyznanego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych każdy komitet mógł, wyłącznie w okresie od 15 dnia przed dniem wyborów do dnia zakończenia kampanii wyborczej (od godz.0.00 dnia 24 września 2005 do godz. 24.00 dnia 7 października 2005 r.), odpłatnie rozpowszechniać audycje wyborcze w programach publicznych i niepublicznych nadawców radiowych i telewizyjnych. Łączny czas rozpowszechniania odpłatnie audycji wyborczych nie mógł przekroczyć 15% łącznego czasu przyznanego danemu komitetowi na nieodpłatne rozpowszechnianie audycji wyborczych (art. 83 a ust. 1 ustawy z dnia 27 września 1990 r. o wyborze Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej).

Zgodnie z art. 83 ust. 2 ww. ustawy, łączny czas rozpowszechniania nieodpłatnie audycji wyborczych, przed pierwszą turą wyborów, wynosił 25 godzin w Telewizji Polskiej, w tym do 5 godzin w TV Polonia, i 35 godzin w Polskim Radiu, w tym do 5 godzin w programie przeznaczonym dla zagranicy.

Wynika z tego, że przed pierwszą turą wyborów każdy komitet mógł odpłatnie wyemitować 843 sekund odpłatnych audycji wyborczych w telewizji (ok. 14 minut) i 1181 sekund reklam w radiu (ok. 20 minut).<sup>1</sup>

Zgodnie z art. 83 ust. 9 ww. ustawy w wypadku zarządzenia ponownego głosowania, w okresie od 9 dnia przed dniem głosowania, do dnia zakończenia kampanii wyborczej przed dniem ponownego głosowania Telewizja Polska i Polskie Radio rozpowszechniają nieodpłatnie audycje wyborcze przygotowywane przez komitety obu kandydatów, z tym że łączny czas wynosi 6 godzin w Telewizji Polskiej i 8 godzin w Polskim Radiu.

W drugiej turze każdy z kandydatów mógł wyemitować w telewizji 1620 sekund płatnych audycji wyborczych (27 minut) i w radiu 2160 sekund (36 minut).

**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych w programach radiowych i telewizyjnych przed I turą wyborów (w sekundach)**

	Polskie Radio S.A.	Radio ZET	radio razem	TVP 1	TVP 2	TVN	POLSAT	telewizje razem	radio i telewizja łącznie
HENRYKA BOCHNIARZ				320	40	520		880	880
MAREK BOROWSKI									
LESZEK BUBEL									
MACIEJ GIERTYCH	400		400	90	90		60	240	640
LIWIUSZ ILIASZ									
LECH KACZYŃSKI				270	210	240	240	960	960
JAROSŁAW KALINOWSKI									
JANUSZ KORWIN-MIKKE									
ANDRZEJ LEPPER									
JAN PYSZKO									
ADAM SŁOMKA									
DONALD TUSK		1 155	1 155	330	180	420	90	1 020	2 175
STANISŁAW TYMIŃSKI									
<b>razem</b>	<b>400</b>	<b>1 155</b>	<b>1 555</b>	<b>1 010</b>	<b>520</b>	<b>1 180</b>	<b>390</b>	<b>3 100</b>	<b>4 655</b>

**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych w programach radiowych i telewizyjnych przed II turą wyborów (w sekundach)**

	Polskie Radio S.A.	Radio ZET	radio razem	TVP 1	TVP 2	TVN	POLSAT	telewizje razem	radio i telewizja łącznie
LECH KACZYŃSKI	1 260	912	2 172	630	210	540	240	1 620	3 792
DONALD TUSK	840	865	1 705	630	360	480	150	1 620	3 325
<b>razem</b>	<b>2 100</b>	<b>1 777</b>	<b>3 877</b>	<b>1 260</b>	<b>570</b>	<b>1 020</b>	<b>390</b>	<b>3 240</b>	<b>7 117</b>

Płatne audycje wyborcze emitowane były przez dwóch ogólnopolskich nadawców radiowych (Polskie Radio SA i Radio ZET) oraz w czterech programach telewizyjnych (Program 1 i 2 TVP, Telewizja POLSAT i TVN).

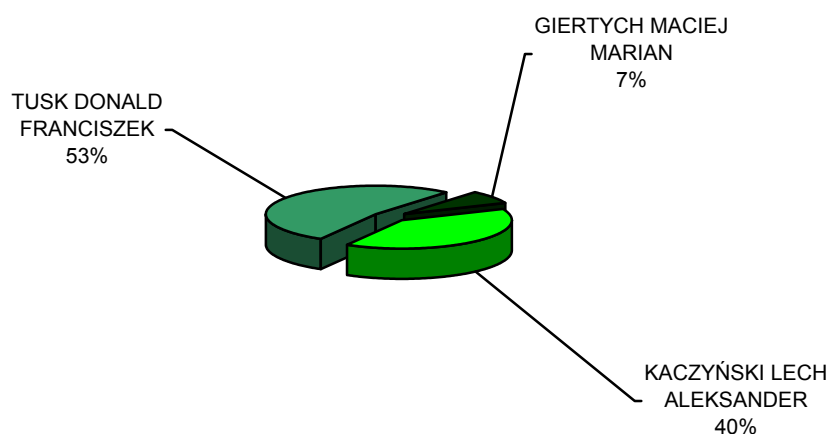
W radiu odpłatne audycje wyborcze emitowali następujący kandydaci: Maciej Giertych, Lech Kaczyński i Donald Tusk, w telewizji: Henryka Bochniarz, Maciej Giertych, Lech Kaczyński i Donald Tusk.

Łącznie, w radiu wyemitowano 91 minut odpłatnych audycji wyborczych i 106 minut w telewizji.

**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych w programach radiowych  
(w sekundach)**

	<b>Polskie Radio S.A.</b>	<b>Radio ZET</b>	<b>radio razem</b>
HENRYKA BOCHNIARZ			
MAREK BOROWSKI			
LESZEK BUBEL			
MACIEJ GIERTYCH	400		<b>400</b>
LIWIUSZ ILIASZ			
LECH KACZYŃSKI	1 260	912	<b>2 172</b>
JAROSŁAW KALINOWSKI			
JANUSZ KORWIN-MIKKE			
ANDRZEJ LEPPER			
JAN PYSZKO			
ADAM SŁOMKA			
DONALD TUSK	840	2 020	<b>2 860</b>
STANISŁAW TYMIŃSKI			
<b>razem</b>	<b>2 500</b>	<b>2 932</b>	<b>5 432</b>
<i>Razem w minutach</i>	42	49	91

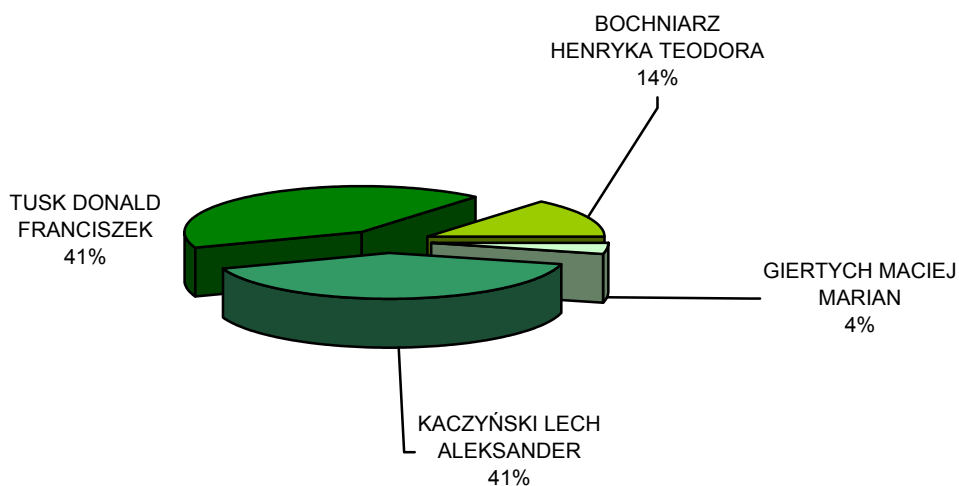
**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych poszczególnych  
kandydatów w radiu**



**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych w programach telewizyjnych  
(w sekundach)**

	TVP 1	TVP 2	TVN	POLSAT	telewizje razem
HENRYKA BOCHNIARZ	320	40	520		880
MAREK BOROWSKI					
LESZEK BUBEL					
MACIEJ GIERTYCH	90	90		60	240
LIWIUSZ ILIASZ					
LECH KACZYŃSKI	900	420	780	480	2 580
JAROSŁAW KALINOWSKI					
JANUSZ KORWIN-MIKKE					
ANDRZEJ LEPPER					
JAN PYSZKO					
ADAM SŁOMKA					
DONALD TUSK	960	540	900	240	2 640
STANISŁAW TYMIŃSKI					
<b>razem</b>	<b>2 270</b>	<b>1 090</b>	<b>2 200</b>	<b>780</b>	<b>6 340</b>
<i>Razem w minutach</i>	<i>38</i>	<i>18</i>	<i>37</i>	<i>13</i>	<i>106</i>

**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych poszczególnych kandydatów  
w programach telewizyjnych**

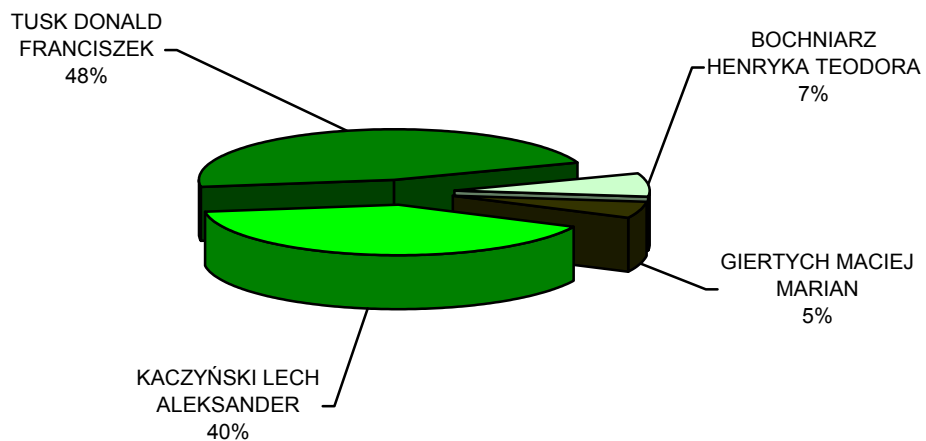




**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych w programach radiowych i telewizyjnych**

	radio i telewizja (w sekundach)	radio i telewizja (w minutach)
HENRYKA BOCHNIARZ	880	15
MAREK BOROWSKI		
LESZEK BUBEL		
MACIEJ GIERTYCH	640	11
LIWIUSZ ILIASZ		
LECH KACZYŃSKI	4 752	79
JAROSŁAW KALINOWSKI		
JANUSZ KORWIN-MIKKE		
ANDRZEJ LEPPER		
JAN PYSZKO		
ADAM SŁOMKA		
DONALD TUSK	5 500	92
STANISŁAW TYMIŃSKI		
<b>razem</b>	<b>11 772</b>	<b>197</b>

**Czas emisji odpłatnych audycji wyborczych poszczególnych kandydatów w programach radiowych i telewizyjnych**



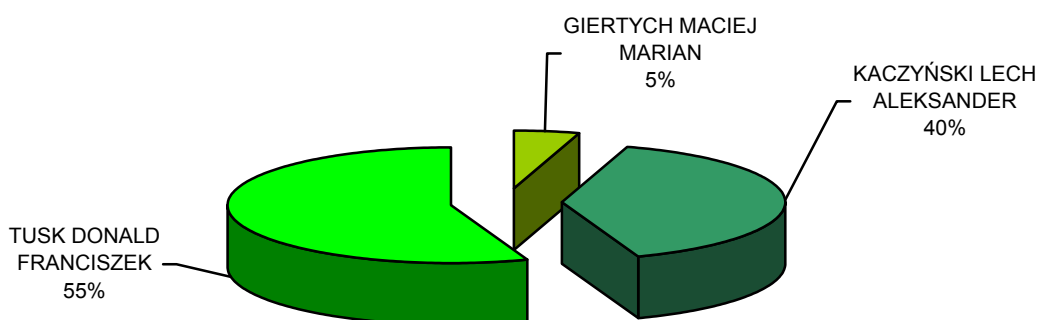
## Wydatki na odpłatne audycje wyborcze

Wydatki na odpłatne audycje wyborcze w programach radiowych i telewizyjnych wyniosły 3 579 475,12 zł, z czego wydatki w programach radiowych wyniosły 711 507,66 zł (20% wszystkich wydatków), a w programach telewizyjnych 2 867 967,46 zł (80% wszystkich wydatków).

### Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborcze w programach radiowych (w zł)

	Polskie Radio S.A.	Radio ZET	radio razem
HENRYKA BOCHNIARZ			
MAREK BOROWSKI			
LESZEK BUBEL			
MACIEJ GIERTYCH	32 879,00		<b>32 879,00</b>
LIWIUSZ ILIASZ			
LECH KACZYŃSKI	110 532,00	172 971,60	<b>283 503,60</b>
JAROSŁAW KALINOWSKI			
JANUSZ KORWIN-MIKKE			
ANDRZEJ LEPPER			
JAN PYSZKO			
ADAM SŁOMKA			
DONALD TUSK	37 191,70	357 933,36	<b>395 125,06</b>
STANISŁAW TYMIŃSKI			
<b>razem</b>	<b>180 602,70</b>	<b>530 904,96</b>	<b>711 507,66</b>

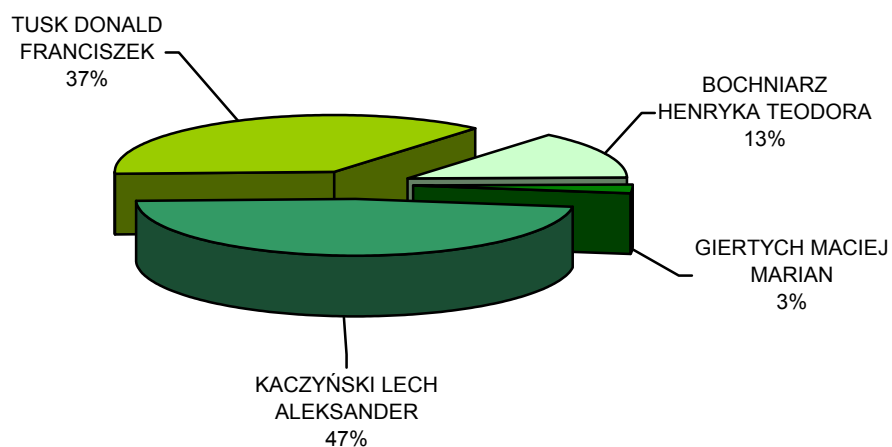
### Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborczych w programach radiowych



**Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborczych w programach telewizyjnych  
(w zł)**

	TVP 1	TVP 2	TVN	POLSAT	telewizje razem
HENRYKA BOCHNIARZ	131 968,62	10 162,60	244 762,50		<b>386 893,72</b>
MAREK BOROWSKI					
LESZEK BUBEL					
MACIEJ GIERTYCH	33 702,50	25 406,50		18 239,00	<b>77 348,00</b>
LIWIUSZ ILIASZ					
LECH KACZYŃSKI	446 732,28	135 978,76	437 382,20	334 219,00	<b>1 354 312,24</b>
JAROSŁAW KALINOWSKI					
JANUSZ KORWIN-MIKKE					
ANDRZEJ LEPPER					
JAN PYSZKO					
ADAM SŁOMKA					
DONALD TUSK	381 087,74	119 825,96	410 151,80	138 348,00	<b>1 049 413,50</b>
STANISŁAW TYMIŃSKI					
<b>razem</b>	<b>993 491,14</b>	<b>291 373,82</b>	<b>1 092 296,50</b>	<b>490 806,00</b>	<b>2 867 967,46</b>

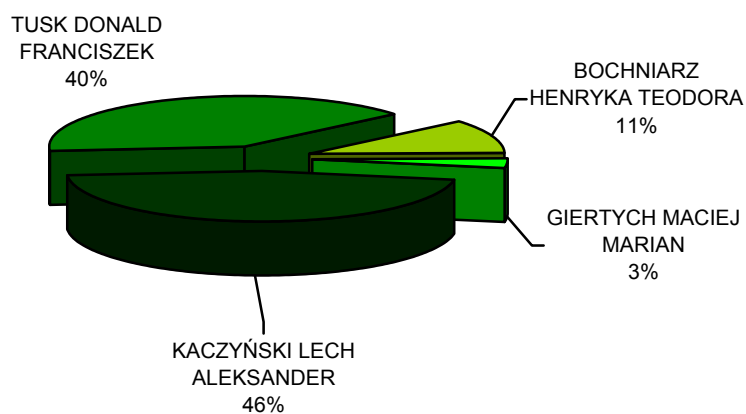
**Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborczych w programach  
telewizyjnych**



**Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborczych  
w programach radiowych i telewizyjnych  
(w zł)**

	radio i telewizja łącznie
HENRYKA BOCHNIARZ	386 893,72
MAREK BOROWSKI	
LESZEK BUBEL	
MACIEJ GIERTYCH	110 227,00
LIWIUSZ ILIASZ	
LECH KACZYŃSKI	1 637 815,84
JAROSŁAW KALINOWSKI	
JANUSZ KORWIN-MIKKE	
ANDRZEJ LEPPER	
JAN PYSZKO	
ADAM SŁOMKA	
DONALD TUSK	1 444 538,56
STANISŁAW TYMIŃSKI	
<b>razem</b>	<b>3 579 475,12</b>

**Wydatki na emisję odpłatnych audycji wyborczych w programach  
radiowych i telewizyjnych**



## WYBORY '2005 DO PARLAMENTU I NA URZĄD PREZYDENTA RP

### - przebieg i odbiór społeczny kampanii wyborczej w mediach elektronicznych

Ordynacja wyborcza każe przeznaczyć w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej i TV Polonia 15 godzin na emisję nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych w kampanii do Sejmu i Senatu, a w kampanii prezydenckiej – 25 godzin w I turze i 6 godzin w ewentualnej II turze. Oznacza to codzienną emisję w programach ogólnokrajowych TVP bloków audycji wyborczych do parlamentu trwających od 40 do 90 minut, a w kampanii prezydenckiej – bloków audycji zajmujących w tych programach w I turze 1 godzinę dziennie, w II – 25 minut dziennie. Audycje te, zgodnie z ustaleniami KRRiT podjętymi w wyniku uzgodnień z nadawcami, nadawane były kampanii '2005 w pierwszej części dnia: z rana i przed południem (TVP 2: godz. 9.00-10.30; 10.30-12.00) lub wczesnym popołudniem (TVP 1: godz. 15-16 i 16-17; TVP 2: godz. 14.30-15, godz. 15 – 16).

Oprócz tych audycji, w okresie kampanii parlamentarnej, czyli do 23 września br., nadawano w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej następujące pozycje publicystyki wyborczej, przygotowanej przez nadawcę:

#### w TVP 1:

- audycję „**Pod lupą**” (12 wydań), mającą postać felietonów, w których analizowano propozycje komitetów wyborczych i działania polityków biorących udział w kampanii, trwającą ok. 15 minut, emitowaną od 5 września codziennie od poniedziałku do czwartku ok. godz. 17.20 do końca kampanii parlamentarnej, tj. do 22 września,

- audycję „**Wybory Polaków**” (7 wydań), trwającą ok. godziny, realizowaną na „sesjach wyjazdowych” w różnych miastach Polski, z licznym udziałem miejscowej społeczności; w audycji programy komitetów i partii, przedstawiane przez ich liderów, konfrontowano na żywo z opiniami przedstawicieli społeczeństwa, szczególnie zainteresowanych omawianym zagadnieniem – np. bezrobotnych, pracowników służby zdrowia, nauczycieli, drobnych przedsiębiorców itd. „Wybory Polaków” nadawano od 7 września do końca kampanii dwa razy w tygodniu (w środy i czwartki) wieczorem po prime time'ie, tj. o godzinie 22-iej. Jedynie ostatnie wydanie, 23 września, wyemitowano w najlepszej porze antenowej, tj. o godz. 20.20,

- stałą codzienną audycję „**Prosto w oczy**”, emitowaną późnym wieczorem (ok. godz. 23.00) i trwającą ok. 15 minut, która na okres kampanii wyborczej (12 wydań) została przekształcona w audycję komentującą bieżące wydarzenia kampanii i programy poszczególnych partii,

– audycję „**Misja specjalna**” (2 wydania), nadaną w trakcie kampanii dwa razy, w poniedziałki wieczorem (o godz. 21.50) i trwającą ok. 45 minut, poświęconą tzw. kulisom kampanii wyborczej;

#### w TVP 2:

- audycję „**W imieniu obywatela**” (4 wydania), podobnie jak „Wybory Polaków” poświęconą weryfikacji przed telewidzami programów poszczególnych partii, realizowaną w studio z udziałem publiczności, emitowaną przez dwa tygodnie kampanii w niedziele i poniedziałki wieczorem (ok. godz. 22.45) i trwającą ok. godziny.

Z kolei w ramach kampanii prezydenckiej nadano w TVP SA następujące audycje publicystyczne:

#### w TVP 1:

- cykl godzinnych debat pn. „**Prezydent dla Polski**” (łącznie 8 wydań), w których omawiano główne elementy programów wyborczych kandydatów i ich stanowiska w węzłowych sprawach publicznych. W I turze w debatach nadawanych codziennie od 29 września do 7 października w godzinach wieczornych (początkowo o godz. 22-iej, następnie w prime time'ie, tj. o godz. 20.20) zaprezentowano wszystkich trzynastu kandydatów, zapraszanych po 2-3 osoby, w konfiguracjach zależnych od osiąganego w sondażach poparcia społecznego. W II turze przeprowadzono debatę końcową z udziałem obu kandydatów, a oprócz tego oddzielnie wywiad z każdym z nich.

#### w TVP 2:

- audycję „**Wybory Prezydenta**”, nadaną w I turze wyborów prezydenckich (2 wydania w godzinach późnowieczornych, tj. ok. godz. 23-24), trwającą ok. 60 minut; w audycji toczono debaty na temat ważnych kwestii politycznych i społecznych (np.: Europa a islam – zagrożenia; polityka Polski w tym zakresie), stawianych przed kandydatami przez redakcję i zmuszających ich do wyjścia poza krąg zagadnień, na których chcieliby się koncentrować z własnej inicjatywy. Zaprezentowano stanowiska 10 kandydatów na prezydenta (pozostali, w tym dwaj liderzy sondaży przedwyborczych: Donald Tusk i Lech Kaczyński, odmówili udziału w audycji, tłumacząc to niemożnością zaprezentowania programu przy dużej liczbie uczestników).

Łącznie, jak wynika z materiałów nadawcy, telewizja publiczna poświęciła na emisję własnych publicystycznych audycji wyborczych 116, 5 godzin emisji: w TVP 1 – 42 godz., w TVP 2 – 6 godz. (oraz w TVP 3 -12,5 godziny, w TV Polonia – blisko 58 godz.), w tym na kampanię parlamentarną – 61 godzin (w TVP 1: 19,5 godziny, w TVP 2: 4 godziny), na kampanię prezydencką – 55,5 godziny (w TVP 1: 20 godzin, w TVP 2: 2 godziny). Czas ten jest blisko trzykrotnie większy niż czas przeznaczony – zgodnie z ordynacjami wyborczymi – na emisję nieodpłatnych (obligatoryjnych) audycji wyborczych przygotowywanych przez komitety wyborcze. Licząc zaś razem z czasem nadawania audycji obligatoryjnych, kampania wyborcza zajęła w telewizji publicznej, blisko 164 godziny, w tym 61 godzin w TVP 1 i 25 godzin w TVP 2. Kondensacja problematyki wyborczej była więc w obu programach ogólnokrajowych telewizji w okresie kampanii bardzo duża.

**Powstaje pytanie, do jak szerokiego grona odbiorców udało się dotrzeć telewizji publicznej z kampanią wyborczą?** Celem podjętego przez nadawcę wysiłku, zarówno w zakresie nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych, jak i audycji własnych, powinno być zapoznanie możliwie szerokiego kręgu widzów – potencjalnych wyborców, z programami partii, ugrupowań i kandydatów na Prezydenta RP, umożliwienie im wyrobienia sobie własnej oceny tych programów.

**Jak wynika z danych telemetrycznych (AGB Polska), nadane w obu kampaniach nieodpłatne obligatoryjne audycje komitetów wyborczych miały bardzo niewielką widownię.**

Poszczególne bloki audycji komitetów wyborczych oglądało średnio w kampanii parlamentarnej w TVP 1 ok. 820 tys. widzów, czyli ok. 2,3% ogółu populacji Polaków, i nieco tylko więcej – 884 tysiące, tj. 2,5% – w kampanii prezydenckiej. W TVP 2 audycje te miały jeszcze mniejszą widownię: średnio 600 tys., tj. 1,7% Polaków w kampanii parlamentarnej, i 530 tys., tj. 1,5% populacji, w kampanii prezydenckiej. Liczby te i odsetki okazują się niewielkie nie tylko w zestawieniu z liczbą około 29 mln Polaków powyżej 18 roku życia uprawnionych do głosowania, do których audycje te powinny dotrzeć – ale także w porównaniu z widownią innych audycji o charakterze (o tematyce) społeczno-politycznej – np. dzienników, nadanych w tym samym okresie i w porównywalnej porze, tj. przed południem i wczesnym popołudniem. I tak np. widownia „Wiadomości” nadanych w TVP 1 w pierwszej części dnia w tym samym okresie, kiedy emitowano obligatoryjne audycje wyborcze, wynosiła średnio 1,3 mln osób, tj. 3,7% ogółu Polaków – czyli ok. półtora raza więcej niż uzyskiwały średnio audycje komitetów wyborczych w tym programie. Także w TVP 2 widownia dzienników nadawanych w porównywalnej porze była większa niż audycji wyborczych – wynosiła ok. 900 tys. osób, tj. 2,5% populacji.

Wielkość widowni audycji poszczególnych komitetów wyborczych, nadawanych w ramach bloków wyborczych, była podobna. Wynosiła ona (średnio w obu programach TVP) od 1,9% do 2,1% społeczeństwa. Wynika stąd, że widzowie traktowali bloki obligatoryjnych audycji jako jedną całość i nie wykazywali szczególnych preferencji dla konkretnych komitetów czy kandydatów. Zacieraniu różnic między programami i wizerunkiem poszczególnych komitetów sprzyja zapewne (wymagane przez ordynację wyborczą dla zachowania równowagi) zestawianie tych audycji w blokach.

Mała widownia audycji komitetów wyborczych związana jest niewątpliwie z niekorzystną porą ich emisji, przypadającą na godziny, kiedy większość dorosłych Polaków jest zajętych poza domem, pracą zawodową lub nauką i nie może oglądać telewizji. Pora ta była przyczyną, że audycje komitetów wyborczych trafiły przede wszystkim do osób starszych (w wieku powyżej 60 lat), niepracujących już zawodowo.

**Audycje własne dotyczące wyborów, przygotowane przez TVP, miały w obu kampaniach znacznie większą widownię niż obligatoryjne audycje komitetów wyborczych.** Związane to było zarówno z lepszą porą emisji audycji własnych, jak i zapewne z atrakcyjniejszą dla widzów ich formułą.

Największą średnią widownię spośród wyemitowanych audycji własnych poświęconych tematyce wyborów parlamentarnych zgromadziła audycja „Pod lupą”. Oglądało ją średnio 2,4 mln osób.

Kolejną pod względem wielkości widowni był cykl audycji „Wybory Polaków”, tj. jak wskazywano wcześniej, debaty tematyczne dotyczące najważniejszych problemów społecznych, takich jak bezpieczeństwo, ochrona zdrowia, edukacja, bezrobocie itp. Audycje tego cyklu oglądało średnio 2,2 mln Polaków. Największą widownię miała ostatnia przedwyborcza debata poświęcona naprawie państwa (23.09), którą nadano w czasie najlepszej oglądalności (godz. 20.20; pozostałe debaty po godz. 22). Obejrzało ją prawie 4 mln widzów. Drugą w kolejności pod względem wielkości widowni była debata na temat bezrobocia (15.09), którą obejrzało 2, 4 mln widzów. Pozostałe audycje cyklu gromadziły widownię poniżej 2 mln.

Cykl „W imieniu obywatela”, nadawany w TVP 2, oglądało średnio 1,2 miliona widzów. Największą widownię (1,5 mln widzów) zgromadziło ostatnie wydanie przed wyborami (19 września), z udziałem liderów Samoobrony oraz PSL. Nieco mniej widzów (1,3 mln) zgromadziła audycja z udziałem polityków SLD oraz Prawa i Sprawiedliwości. Najmniejszą widownię miały wydania z udziałem polityków SDPL i PO oraz LPR i Partii Demokratycznej (wykres w załączeniu).

Taką samą widownię zgromadził cykl „Misja specjalna”, poświęcony kulisom prowadzenia kampanii przez największe sztaby wyborcze oraz przebiegowi i wynikom prawyborów. Oglądało go średnio 1,2 miliona widzów.

Wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” w TVP 1 oglądało średnio 1,1 mln widzów. Największą widownię zgromadziły 3 wydania: z udziałem Donalda Tuska – 1,8 mln widzów; Marka Borowskiego, Marka Siwca i Kazimierza Kutza – 1,5 mln oraz z udziałem Lecha Kaczyńskiego – 1,3 mln. Pozostałe wydania audycji miały widownię ok. 700 tys.- 1,1 mln.

**Audycje własne TVP nadane w ramach I i II tury kampanii prezydenckiej zgromadziły większą widownię niż audycje poświęcone wyborom parlamentarnym.**

Audycja „Pod lupą”, kontynuowana w trakcie kampanii prezydenckiej, miała średnio 2,7 mln widzów. Wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” oglądało w kampanii prezydenckiej średnio 1,5 mln widzów.

Największą widownię w całej kampanii zgromadziły prezydenckie debaty wyborcze. Cykl „Prezydent dla Polski” w TVP 1 oglądało średnio 3,2 mln widzów, przy czym ostatnie wydania tej audycji przed głosowaniem w I jak i II turze (6,7 i 21 października br) zgromadziły od 4 do 5 mln osób.

Cykl „Wybory prezydenta” w TVP 2 oglądało średnio 1,3 mln osób.

Analiza widowni audycji własnych TVP poświęconych wyborom pokazała, że zainteresowanie kampanią – zarówno parlamentarną, jak i prezydencką – mierzone liczbą widzów, było wyraźnie zróżnicowane w zależności od wieku i wykształcenia widzów, a także – choć w mniejszym stopniu – zależnie od płci.

Audycje te były oglądane najczęściej przez widzów w wieku dojrzałym (powyżej 40 roku życia) i starszych. Cezurę stanowił wiek 40 lat. Wśród młodzieży (16 – 20 lat) oraz ludzi młodych (20- i 30-latków) zainteresowanie kampanią było znacznie mniejsze. Osoby te oglądały audycje wyborcze mało licznie i były generalnie niedoreprezentowane wśród widzów.

Zainteresowanie kampanią wzrastało także wraz z wykształceniem widzów. Osoby z wykształceniem średnim i wyższym oglądały audycje wyborcze zdecydowanie częściej niż niżej wykształceni.

Bardziej zainteresowane kampanią były także – jak wynika z analizy wielkości widowni – kobiety niż mężczyźni. Oglądały one stosunkowo liczniej niż mężczyźni wszystkie audycje wyborcze. Jedynie wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” były oglądane stosunkowo częściej przez mężczyzn niż przez kobiety.

Zróżnicowanie widowni zależało także od miejsca od zamieszkania. Mieszkańcy wsi oglądali audycje wyborcze zdecydowanie mniej licznie niż mieszkańcy miast. Natomiast wielkość miasta nie

różnicowała widowni. Zarówno w miastach mniejszych (do 100 tys.) jak i większych (powyżej 100 tys.) średnia wielkość widowni była podobna.

Obok telewizji publicznej, także nadawcy koncesjonowani nadawali – w ramach istniejących wcześniej stałych cykli publicystycznych – audycje poświęcone wyborom. Zyskały one także znaczną widownię, choć, należy dodać, na ogół mniejszą niż audycje nadawane w porównywalnej porze w TVP.

Audycję „**Co z tą Polską**” w TV Polsat oglądało w okresie kampanii parlamentarnej średnio 2 mln widzów, w czasie kampanii prezydenckiej – nieco więcej, tj. średnio 2,2 mln osób. Największą widownię w czasie trwania kampanii parlamentarnej zgromadziły audycje z udziałem Donalda Tuska i Włodzimierza Cimoszewicza (8 września) oraz z udziałem Lecha Kaczyńskiego (22 września) – każdą z nich obejrzało 2,4 mln widzów. W czasie trwania kampanii prezydenckiej najwięcej widzów zyskały nadane dwukrotnie (26 września i 13 października) audycje z udziałem dwóch prowadzących w sondażach kandydatów na prezydenta: Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego – 2,5 mln i 2,9 mln widzów.

W programie **TVN** problematyka wyborcza przedstawiana była w stałym cyklu pn. „**Teraz my**”. W okresie kampanii parlamentarnej wyemitowano dwa czterdziestominutowe wydania tej audycji, z udziałem Jana Rokity i Jarosława Kaczyńskiego oraz Andrzeja Leppera i Wojciecha Olejniczaka. Widownia obu wydań była podobnej wielkości – wyniosła 1,4 – 1,5 mln osób. W trakcie kampanii prezydenckiej widownia tej audycji wzrosła – oglądało ją średnio 1,7 mln widzów.

Wyborom poświęcone były także, w okresie kampanii prezydenckiej, dwie debaty z udziałem kandydatów: Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego. Zgromadziły one stosunkowo najwięcej widzów – 3,6 mln osób.

Podobnie jak audycje wyborcze nadawane w telewizji publicznej, także i w telewizjach komercyjnych audycje poświęcone wyborom oglądali przede wszystkim, tj. znacznie częściej niż inni, widzowie z wykształceniem średnim i wyższym oraz widzowie powyżej 40 roku życia. W tym ostatnim przypadku wyjątek stanowi audycja TVN „Teraz my”, która przyciągnęła nieco młodszą widownię niż inne audycje, tj. także trzydziestolatków.

## **Podsumowanie**

Analiza wielkości widowni obu kampanii wyborczych w telewizji publicznej pokazuje, że większym zainteresowaniem widzów cieszyły się audycje poświęcone kampanii prezydenckiej.

Z przedstawionej analizy wynika też kilka ważnych wniosków:

1. Obligatoryjne audycje komitetów wyborczych trafiają do bardzo niewielkiej tylko części potencjalnej widowni telewizyjnej. Zasięg ich odbioru jest ograniczony. Wydaje się, że główną przyczyną tego stanu rzeczy jest niekorzystna pora ich emisji. Nadawane były generalnie w pierwszej części dnia. Ta pora emisji nie pozwalała na obejrzenie tych audycji przez osoby aktywne zawodowo i uczące się. Miały one małe szanse, aby zapoznać się z bezpośrednią prezentacją programów przez komitety wyborcze. Drugą przyczyną małej widowni audycji komitetów wyborczych może być także formuła tych audycji, niezbyt, jak można sądzić, atrakcyjna dla odbiorców. Audycje te, o krótkim czasie trwania, a więc nie dające szansy na szersze przedstawienie programu, budowane były często statycznie i niejednokrotnie niewiele się różniły od płatnych ogłoszeń wyborczych.

2. Niezwykle ważna jest obserwacja, że audycje poświęcone wyborom generalnie w małym stopniu dotarły do młodszej części społeczeństwa, tj. do osób poniżej 40 roku życia. Wyniki analiz widowni powinny być sygnałem dla nadawców, że wśród tworzonych przez nich audycji wyborczych powinny się znaleźć także audycje adresowane specjalnie do osób młodych, przedstawiające problematykę wyborczą z ich perspektywy i uwzględniającą ich doświadczenia i potrzeby.

Oprac. Justyna Reisner, Elżbieta Saar



## WYBORY '2005 DO PARLAMENTU I NA URZĄD PREZYDENTA RP

### - emisja nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych oraz czas wystąpień polityków w audycjach własnych publicznego radia i telewizji (na podstawie sprawozdań nadawców)

Departament Programowy sprawdzał na podstawie sprawozdań TVP SA i PR SA, czy nadawcy publiczni wywiązali się z obowiązku emisji nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych w kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu RP, a także na urząd Prezydenta RP. Prześledzono także nadesłane przez tych nadawców wykazy i zestawienia czasu wypowiedzi polityków w audycjach własnych – informacyjnych i publicystycznych – nadanych w trakcie trwania kampanii wyborczej.

W telewizyjnych i radiowych audycjach informacyjnych do czasu wystąpień polityków nadawcy zaliczyli wyłącznie wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów (tzw. setki), oraz cytowane ich wypowiedzi przez dziennikarzy. Natomiast w audycjach publicystycznych czas wystąpień polityków obliczano po odjęciu czasu nadania własnych materiałów redakcyjnych nadawców. W audycjach z udziałem kilku osób za czas wystąpień polityków nadawcy przyjęli czas trwania audycji dzielony przez liczbę uczestników.

## TELEWIZJA POLSKA S A

### KAMPANIA PARLAMENTARNA

W obu programach telewizji publicznej (TVP 1 i TVP 2) na **nieodpłatne audycje** przygotowane przez 13 komitetów wyborczych w ramach kampanii do Sejmu i Senatu przeznaczono: dla 9 partii biorących udział w kampanii wyborczej do obu Izb – po 1 godzinie 22 minuty czasu antenowego, a dla 4 uczestniczących tylko w kampanii wyborczej do Sejmu (Ruchu Patriotycznego, Platformy JKM, Polskiej Partii Pracy i Ogólnopolskiej Koalicji Obywatelskiej) nieco powyżej 55 minut.

Większość komitetów wyborczych czas ten w pełni wykorzystała. Wyjątkiem były komitety Ogólnopolskiej Koalicji Obywatelskiej (nie wykorzystał 70% przyznanego mu czasu antenowego), Polskiej Partii Narodowej (nie wykorzystał 4 minut) oraz Ruchu Patriotycznego i Sojuszu Lewicy Demokratycznej (nie wykorzystali po kilka sekund).

**We własnych audycjach informacyjnych i publicystycznych** związanych z kampanią parlamentarną najwięcej czasu poświęcono dwóm głównym ugrupowaniom politycznym w tych wyborach parlamentarnych: Platformie Obywatelskiej oraz Prawu i Sprawiedliwości.

**W audycjach informacyjnych** przedstawiciele PO oraz PiS wypowiadali się po ok. 40 minut, co łącznie stanowiło ponad połowę (54%) wypowiedzi reprezentantów wszystkich prezentowanych partii. Daleko za nimi znalazły się inne ugrupowania polityczne: Samoobrona (14 min.), Socjaldemokracja Polska (niespełna 14 min.), Liga Polskich Rodzin (11 min.), Sojusz Lewicy Demokratycznej (ok. 10 min.), Partia Demokratyczna – demokraci.pl (7 min.), PSL (6 min.) i Ruch Patriotyczny (2 min.). Obecność przedstawicieli pozostałych ugrupowań i partii w audycjach informacyjnych była właściwie niewidoczna.

**Podobnie było w audycjach publicystycznych. Przedstawiciele Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości mogli najszerzej i najdłużej prezentować swoje programy również w audycjach publicystycznych.** Wypowiedzi przedstawicieli PO zajęły 1 godzinę i 50 minut, a Prawa i Sprawiedliwości o pół godziny mniej. Po 1 godzinie przypadło Socjaldemokracji Polskiej i Sojuszowi Lewicy Demokratycznej. Krócej wypowiadali się przedstawiciele LPR, Samoobrony, PSL i Partii Demokratycznej – demokraci.pl (po około pół godziny) Najmniej było wypowiedzi przedstawicieli Ruchu Patriotycznego, Polskiej Partii Narodowej (PPN), Platformy JKM – zajęły one od kilku minut do kilkunastu sekund. W audycjach tych nie występował w ogóle Komitet Wyborczy OKO.

Łącznie w audycjach informacyjnych i publicystycznych najwięcej czasu zajęli politycy partii wiodących w sondażach przedwyborczych, a więc PO (2 godz. 30 min.) i PiS (2 godz. 26 min.). W następnej kolejności byli przedstawiciele partii lewicowych: SLD (1 godz. 52 min), Socjaldemokracji Polskiej (1 godz. 17 min.). Wypowiedzi reprezentantów kolejnych partii nie przekraczały 1 godziny: LPR (52 min.) i Samoobrony (50 min.). Reprezentantom PSL udostępniono w tych audycjach 40 min. czasu, a Partii Demokratycznej- demokraci.pl – 35 min. Pozostałe partie i ugrupowania startujące w wyborach parlamentarnych miały kilkuminutowe sekwencje (Platforma JKM, PPN) lub w ogóle nie były obecne.

Jeśli wziąć pod uwagę tylko dwie partie prowadzące w sondażach przedwyborczych, oba programy telewizji polskiej zachowały równe proporcje czasu w audycjach informacyjnych, natomiast w audycjach publicystycznych wypowiedzi przedstawicieli komitetu Platformy Obywatelskiej zajęły więcej czasu (o 30 min.) niż Prawa i Sprawiedliwości.

## KAMPANIA PREZYDENCKA

W kampanii wyborczej na urząd Prezydenta RP w dwóch ogólnopolskich programach – TVP 1 i TVP 2 – na każdego z trzynastu kandydatów w I turze wyborów przypadało po 90 minut. W II turze natomiast czas ten był dłuższy, po 2 godziny 30 minut dla każdego z kandydatów (po połowie w każdym z tych programów).

**W pierwszej turze przyznanego bezpłatnego czasu antenowego nie wykorzystał w pełni żaden komitet wyborczy.** Najsłabszą telewizyjną kampanię wyborczą prowadził sztab Henryki Bochniarz, wykorzystując zaledwie 40% przyznanego czasu. Nie w pełni zagospodarowały swój czas sztaby: Macieja Giertycha, który w trakcie kampanii wycofał swoją kandydaturę (pozostało 12 minut), Leszka Bubla (8 minut), Marka Borowskiego i Jarosława Kalinowskiego (po około 5 minut) oraz Adama Słomki i Stanisława Tymińskiego (po ok. 4 minuty). Swojego czasu nie wykorzystały w pełni również sztaby Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska (po około 3 minuty).

**Natomiast w drugiej turze wyborów Lech Kaczyński nie wykorzystał 20 minut bezpłatnego czasu antenowego przysługującego mu w ogólnopolskich programach** (10 min. w TVP 1 i 10 min. w TVP 2). Drugi z kandydatów Donald Tusk wykorzystał przyznany mu czas w całości.

Podobnie jak w wyborach parlamentarnych, telewizja publiczna i w tej kampanii nadawała wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów wyborczych we **własnych audycjach informacyjnych i publicystycznych.**

**W czasie pierwszej tury wyborów zarówno audycje informacyjne jak i publicystyczne zdominowane były przez wypowiedzi dwóch kandydatów Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego oraz przedstawicieli ich sztabów.** W obu programach telewizji publicznej wypowiedzi pierwszego z kandydatów zajęły 2 godziny 50 minut, a drugiego – 2 godziny 75 minut. Czasy wystąpień pozostałych kandydatów i ich komitetów były znacznie krótsze: Marek Borowski (52 minuty), Andrzej Lepper (37 minut), pozostali występowali po kilkanaście minut.

**W drugiej turze wyborów więcej czasu zajęły wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego sztabu, mniej natomiast drugiego z kandydatów – Lecha Kaczyńskiego (audycje publicystyczne – 4 minuty więcej, audycje informacyjne – 13 minut).** Ponadto, o ile w audycjach publicystycznych znaleźli się przedstawiciele wszystkich komitetów wyborczych, ale w audycjach informacyjnych nie było wystąpień przedstawicieli komitetów Stanisława Tymińskiego i Janusza Korwin-Mikke.

## POLSKIE RADIO SA

### KAMPANIA PARLAMENTARNA

**W programach Polskiego Radia SA – w pierwszym, drugim i trzecim oraz w Radio Bis każdy z trzynastu komitetów wyborczych otrzymał po 1 godzinie 55 minut bezpłatnego czasu antenowego w**

wyborach do Sejmu i po 53 minuty do Senatu. **Wszystkie komitety wykorzystały przyznany im czas w całości.**

Politycy i przedstawiciele komitetów wyborczych wypowiadali się także we **własnych audycjach informacyjnych oraz w audycjach publicystycznych.**

**W audycjach informacyjnych** Polskiego Radia czas udostępniony przedstawicielom partii i ugrupowań startujących w wyborach wyniósł 1 godzinę i 25 minut – najwięcej w programie trzecim (ponad 40 min) i w programie pierwszym (pół godziny). **W programach 1, 2 i 3 najdłużej wypowiadali się przedstawiciele Platformy Obywatelskiej (21 min.), wyprzedzając o 5 minut polityków Prawa i Sprawiedliwości.**

**Program 3 PR skupiał się głównie na trzech partiach** – wspomnianych już PO (12 min.) i PiS (prawie 10 min.) oraz na Socjaldemokracji Polskiej (6 min.). Następne w kolejności były LPR i SLD (po 4 min.), Ruch Patriotyczny (3 min.) Wypowiedzi przedstawicieli pozostałych partii i ugrupowań w tym programie miały charakter bardzo krótkich sekwencji.

**Inaczej rozłożyły się tzw. czasy polityków w programie pierwszym.** Tu ten sam wymiar czasowy, po 5 minut, miały trzy ugrupowania: PO, SLD i PSL, a tuż za nimi, z nieco ponad 4 minutami – Prawo i Sprawiedliwość. Po 2 minuty przypadły reprezentantom LPR, Samoobrony, Ruchu Patriotycznego, a 1 minuta – Partii Demokratycznej – demokraci.pl. O pozostałych partiach i ugrupowaniach nie informowano.

**Odmienne wyglądał udział przedstawicieli komitetów wyborczych i polityków w audycjach publicystycznych,** w których mogli się oni wypowiadać w trzech programach (oprócz Programu 2, w którym nie podnoszono tematyki wyborczej) przez 6 godzin 35 minut. **Łącznie w tych trzech programach najwięcej czasu, bo po 45 minut, uzyskały 3 komitety wyborcze: SLD, LPR i Samoobrona.** Po około pół godziny przypadło przedstawicielom: PO, PiS-u, PSL, Partii Demokratycznej demokraci.pl, Platformie Janusza Korwin-Mikke oraz Socjaldemokracji Polskiej. W programach tych były prezentowane wypowiedzi wszystkich ugrupowań. Idealnie równy czas był zachowany w Radiu Bis, gdzie przedstawiciele wszystkich ugrupowań zajęli po 6 minut czasu antenowego (oprócz PO, którego reprezentant nie przybył na spotkanie). W programie trzecim czas wystąpień poszczególnych reprezentantów wynosił: 15 minut – PO, SLD, LPR, Ruch Patriotyczny, Samoobrona, Ogólnopolski Komitet Wyborczy i Platforma Janusza Korwin-Mikke; 10 minut – PiS, Partia Demokratyczna demokraci.pl i Polska Partia Narodowa oraz 5 minut – SDPL, PSL i Polska Partia Pracy.

Najbardziej zróżnicowane były czasy wystąpień polityków w programie 1, w którym najwięcej czasu (po 24 minuty) zajęli przedstawiciele 3 partii: SLD, LPR i Samoobrona oraz PSL (21 minut). Czas wystąpień pozostałych ugrupowań był krótszy i wahał się od 16 minut (SDPL, demokraci.pl) poprzez 14 minut (PO, PiS) do poniżej 10 minut (Platforma JKM, PPN, OKO, PPPPracy). Nie występowali natomiast przedstawiciele Ruchu Patriotycznego.

Łącznie w audycjach informacyjnych i publicystycznych Polskiego Radia najwięcej czasu zajęły wypowiedzi polityków: SLD (56 min.), LPR (53 min), PO (49 min.) i PiS (48 min.). W następnej kolejności były: PSL (39 min.), Partia Demokratyczna – demokraci.pl (36 min.) i Socjaldemokracja Polska (35 min.). Wypowiedzi kolejnych ugrupowań startujących w wyborach wyniosły: Platformy JKM (31 min.), Ruchu Patriotycznego (25 min.), PPN (23 min.), OKO (22 min.) i PPPPracy (14 min.).

#### **KAMPANIA PREZYDENCKA**

W ogólnopolskich programach radiowych (1, 2, 3, Radio Bis) każdemu z kandydatów **w pierwszej turze** przyznano po 2 godziny 9 minut bezpłatnych audycji wyborczych. **Czas ten został w całości wykorzystany przez wszystkie sztaby wyborcze.**

Natomiast **w drugiej turze** na wypowiedzi dwóch kandydatów lub ich przedstawicieli przeznaczono po 3 godziny 16 minut. **Nadano ich jednak mniej, bowiem każdy z kandydatów nie wykorzystał po 10 minut przysługującego czasu.**

W programie 1, 2 i 3 Polskiego Radia nadawano wypowiedzi polityków i przedstawicieli komitetów wyborczych w ramach **audycji informacyjnych**. Zajęły one w sumie 1 godzinę 30 minut, z czego połowę wyemitowano w programie trzecim. We wszystkich trzech programach najczęściej emitowano głównie wypowiedzi Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska (90% wszystkich wypowiedzi). W ogóle nie byli prezentowani: Leszek Bubel, Iłasa Liwiusz, Jan Pyszko, Adam Słomka.

W wyborczych **audycjach publicystycznych** nadawanych w programie trzecim i pierwszym występowali wszyscy kandydaci lub ich komitety (z wyjątkiem Stanisława Tymiańskiego w programie 3). Wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego sztabu zajęły najwięcej czasu: 2 godziny 7 minut, to jest o 17 minut więcej niż Lecha Kaczyńskiego. Znacząco również zaistniał sztab Andrzeja Leppera, który znalazł się jako trzeci jeśli chodzi o czas antenowy (1 godzina 23 minuty). W audycjach publicystycznych prezentowane były programy wyborcze i wypowiedzi polityków nieobecnych w audycjach informatycznych: Adama Słomki, Jana Pyszka, Liwiusza Iłasa, bądź tych którzy ledwo tam zaistnieli, jak: Henryka Bochniarz lub Janusz Korwin-Mikke.

W pierwszej turze wyborów dwaj najważniejsi kandydaci na urząd prezydenta mieli do dyspozycji prawie ten sam czas w audycjach informacyjnych. Natomiast w audycjach publicystycznych większe preferencje zyskiwał Donald Tusk.

Podczas drugiej tury wyborów więcej czasu zarówno w audycjach informacyjnych jak i publicystycznych zajęły wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego komitetu wyborczego. Na łączny czas 5 godzin 49 minut wypowiedzi, 55% przypadło właśnie kandydatowi Platformy Obywatelskiej.

Przygotował Departament Programowy

## **Działania KRRiT w sprawie przerw reklamowych w audycji TVP 2 „Załóż się”**

23 listopada 2005 roku Przewodnicząca KRRiT skierowała wezwanie do Prezesa Zarządu „Telewizji Polskiej” SA w sprawie zaniechania przerywania audycji „Załóż się” w celu emisji reklam. Działania TVP stanowią wyraźny precedens w postępowaniu nadawcy publicznego, odnotowany przez nadawców komercyjnych i rynek reklamowy. Reakcje rynku i zgłaszane uwagi sprawiły że KRRiT zajęła się tą sprawą. Wezwanie publikowane poniżej poprzedziły wnikliwe analizy i opinie merytoryczne Departamentu Programowego.

**Pan  
Jan Dworak**  
Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA

**Na podstawie art. 10 ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji wzywam do natychmiastowego zaniechania przerywania audycji „Załóż się” w celu emisji reklam.**

W audycji „Załóż się” emitowanej w programie 2 TVP sztucznie wydzielono części dla włączenia reklam wewnątrz audycji, co narusza art. 16 a ust. 7 ww. ustawy stanowiący zasadę, iż w programach publicznej telewizji audycje nie mogą być przerywane reklamami, poza wyjątkami wskazanymi w ust. 3 ww. artykułu. Takim wyjątkiem jest, przykładowo, nadawanie reklam w trakcie audycji składającej się z autonomicznych części.

Audycja „Załóż się” nie składa się z autonomicznych części, to znaczy takich, które stanowiłyby samoistną i tłumaczącą się całość. Audycja jest samoistną całością skonstruowaną z wyraźnie zarysowanego początku, rozwinięcia akcji i zakończenia. Istnieją elementy spinające audycję i tworzące z niej jedność – wybór przez widzów najlepszego ich zdaniem zakładu, jak również zakład, jaki trwa pomiędzy prowadzącymi audycję, a którego rozwiązanie następuje w finale audycji. Napisy końcowe pojawiające się po sztucznie wydzielonych częściach, nie są zgodne z zawartością każdej z części. Wszystko to świadczy o tym, że audycja „Załóż się” jest samoistną i jednorodną całością i nie może być przerywana w celu emisji reklam i telesprzedaży.

Przewodnicząca KRRiT  
Danuta Waniek

## Regulacje mediów elektronicznych w dobie konwergencji technologii

Wystąpienie Przewodniczącej KRRiT, Danuty Waniek, na XXVII Konferencji PIKE w Krakowie

Szanowni Państwo,

powszechnie wiadomo, że zadaniem Państwa jest stworzenie takich warunków funkcjonowania przedsiębiorstw medialnych, by odbiorca miał zapewniony dostęp do różnorodnych źródeł programu i informacji i nikt nie uzyskiwał nadmiernego wpływu na opinię publiczną, wynikającego ze zdominowania rynku medialnego.

Stąd wynika potrzeba zapewnienia zarówno programowego, jak i strukturalnego pluralizmu na rynku mediów.

Funkcjonowanie rynku mediów elektronicznych w oparciu jedynie o prawo ochrony konkurencji mogłoby doprowadzić do powstania oligopolu źródeł informacji. W interesie publicznym jest więc zastosowanie takich rozwiązań publicznoprawnych, które gwarantują wielość niezależnych od siebie źródeł informacji i zapobiegają nadmiernemu ich wpływowi na odbiorcę. Należy jednak przy tym pamiętać, że na otwartym rynku europejskim i globalnym nadmiernie restrykcyjna polityka na rzecz ochrony pluralizmu strukturalnego mogłaby być przeciwskuteczna, gdyż osłabiałaby zdolność polskich organizacji medialnych do konkurencji i do obrony przed wykupieniem przez podmioty zagraniczne. Potrzebna jest więc koncepcja zrównoważona i taką państwo znajdziecie w naszej strategii.

Opracowanie to ma charakter multidyscyplinarny - obejmuje problematykę podejmowaną także w zakresie czterech innych dziedzin polityki Państwa:

- polityki prasowej, medialnej czy audiowizualnej;
- kulturalnej i edukacyjnej;
- telekomunikacyjnej;
- gospodarczej.

Ma również związek ze strategią informatyzacji kraju.

Wiele uwagi poświęcono w Strategii modelowi regulacji mediów elektronicznych, w tym określono pożądany kształt, rolę i kompetencje zintegrowanego organu regulacyjnego w dziedzinie mediów oraz sieci i usług komunikacji elektronicznej. Przedstawiono program działań na rzecz bezpiecznego korzystania z Internetu, z uwzględnieniem konieczności znalezienia równowagi między swobodnym przepływem informacji w Internecie a ochroną godności ludzkiej, w szczególności osób małoletnich.

Opracowując naszą strategię byliśmy świadomi, że ze względu na cyfryzację i konwergencję techniczną i rynkową integrację oraz przenikanie się wszystkich środków masowego przekazu, łączności i nowych technik informacyjno-komunikacyjnych, ze względu na ewolucję ładu regulacyjnego w mediach elektronicznych, wynikającą z przyjęcia zasady neutralności technologicznej, regulacyjna polityka Państwa musi objąć szerszy zakres problematyki mediów elektronicznych niż do tej pory określony w ustawie o radiofonii i telewizji.

Trwające prace w Unii Europejskiej i w Radzie Europy idą w kierunku zmiany „pionowego” na „poziomy”, technicznie neutralny porządek regulacyjny, w tym wprowadzenia horyzontalnej, technologicznie neutralnej, stopniowalnej regulacji zawartości audiowizualnej, niezależnie od środka jej przenoszenia.

Konieczność uzupełnienia dotychczasowych pojęć i dziedzin polityki Państwa (w jednym z dokumentów Rady Europy stworzono nową definicję „mediów”: „termin ten odnosi się do wszelkich środków komunikowania wykorzystywanych do regularnego rozpowszechniania redagowanej informacji, zarówno w Internecie, jak i poza nim, takich jak gazety, czasopisma, radio, telewizja oraz internetowe serwisy informacyjne”).

Jak już wspomniałam, postęp techniczny uwidacznia się m.in. w postępującym procesie cyfryzacji mediów elektronicznych. Do jego konsekwencji można zaliczyć powstawanie alternatywnych sieci dystrybucji sygnału radiowego i telewizyjnego. Szacuje się, że do 2006 r. 1,5 mln gospodarstw domowych będzie miało dostęp do sieci szerokopasmowych. Już obecnie TP SA uruchomiła usługę ADSL „Neostrada”, z której korzysta 0,75 mln abonentów. TP SA planuje też uruchomić usługi telewizyjne dostarczane systemem ADSL.

Z kolei więksi operatorzy kablowi modernizują swoje sieci, by stać się operatorami sieci szerokopasmowych, oferującymi tzw. Triple Play (TV, telefonia, Internet w kablu), czyli - obok programów telewizyjnych - także usługi telefoniczne oraz dostęp do Internetu. W tej roli niektórzy operatorzy angażują się także w zestawianie programów telewizyjnych, bądź w ogóle w działalność telewizyjną, łącząc w obrębie jednego przedsiębiorstwa działalność programową, nadawczą i dystrybucyjną, realizowaną za pośrednictwem sieci kablowych.

Komunikat Komisji Europejskiej "Electronic Communications: the Road to the Knowledge Economy" [COM(2003) 65 final] wymienia telewizję cyfrową i telewizję kablową (obok komputera, telefonii UMTS oraz sieci R-LAN), jako drogi dostępu do tzw. usług Społeczeństwa Informacyjnego (usług teleinformatycznych), czyli usług informacyjnych, transakcyjnych i rozrywkowych, uzyskiwanych drogą elektroniczną i za opłatą.

Telewizja cyfrowa i kablowa staną się nieodłącznym elementem technicznej i programowej infrastruktury Społeczeństwa Informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy, jako jedne z głównych platform zapewniających obywatelom dogodny i interaktywny dostęp do e-rządu, e-zdrowia, e-edukacji, e-handlu itp. Przyczynią się też do szybkiego upowszechnienia i korzystania z tych usług, do zapobiegania społecznemu wykluczeniu, promowania innowacji, zapewniania swobody wyboru i rozwijania konkurencji.

Koncepcje rozwijania Społeczeństwa Informacyjnego koncentrujące się na łączności i Internecie pomijają istotną, a w przyszłości być może dominującą platformę w tym zakresie - czyli właśnie telewizję cyfrową. **Jedynie zintegrowana i kompleksowa polityka Państwa obejmująca wszystkie media elektroniczne będzie adekwatna do rzeczywistości oraz pozwoli na wykorzystanie pełnego ich potencjału rozwojowego i gospodarczego. Stąd konieczność objęcia pojęciem „mediów elektronicznych” zarówno radiofonii i telewizji, jak i nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych.**

Polityka Państwa musi uwzględniać fakt dwoistego charakteru organizacji medialnych

- a. jako instytucji demokratycznych, kulturalnych i oświatowych z jednej strony oraz
- b. z drugiej jako przedsiębiorstw, korzystających z ustawowo zagwarantowanej swobody działalności gospodarczej.

Jednocześnie polityka publiczna musi uwzględniać rolę procesów rynkowych, jako w dużej mierze autonomicznego czynnika kształtującego sytuację na rynku mediów elektronicznych.

Cyfryzacja i konwergencja powodują zaangażowanie znacznie większej liczby podmiotów w działalność medialną, a zwłaszcza w zestawianie ofert programowych, a więc i kupno licencji programowych, a potencjalnie także w produkcję programu i w działalność telewizyjną w ogóle.

Przemiany rynkowe i technologiczne prowadzić będą do wyłonienia się czterech głównych typów podmiotów:

1. dostawcy programów (zawartości) - nadawcy programów radiowych czy telewizyjnych, dostawcy zawartości mediów elektronicznych (np. internetowej);
2. dystrybutorzy zawartości - przedsiębiorcy zapewniający zaoferowanie zawartości odbiorcom, np. operatorzy multipleksów, sieci kablowych, platform satelitarnych, stron internetowych itp.;
3. operatorzy usług komunikacji elektronicznej, np. operatorzy sieci dostarczający sygnał odbiorcy, pośredniczący między dystrybutorami a odbiorcami;

4. operatorzy „udogodnień towarzyszących”, takich jak systemy warunkowego dostępu, EPG itp.

Jeden przedsiębiorca może oczywiście pełnić więcej niż jedną z wymienionych wyżej ról, jednak przepisy powinny nie dopuszczać do wykorzystywania takiej sytuacji w celu zakłócenia konkurencji.

Istotnymi sektorami rynku są telewizja kablowa i satelitarna. Jest to głównie sfera działania mechanizmów rynkowych, nie wymagających nowych form interwencji Państwa, poza stosowanymi obecnie. W niektórych przypadkach proponuje się liberalizację obecnych przepisów.

Swoisty element rynku stanowią przekazy tekstowe, rozpowszechniane przez operatorów kablowych. Nie wymagają one koncesji lub rejestracji, niemniej - ze względu na możliwość pojawienia się w nich treści łamiących przepisy obowiązujące w programach radiowych i telewizyjnych (patrz art. 16-18 u.r.t.), powinny odpowiednio podlegać tym samym przepisom. Wymaga to nowelizacji art. 19 ust. 2 u.r.t.

Generalnie można wyróżnić następujące podtypy nadawców z punktu widzenia dostępności widza do różnych treści i źródeł informacji oraz z punktu widzenia przedsiębiorstw medialnych i ich dostępu do rynku reklamowego:

1. nadawcy programów naziemnych (analogowych, a w przyszłości cyfrowych);
2. nadawcy programów rozpowszechnianych lub rozprowadzanych jedynie drogą kablową lub satelitarną (w niektórych przypadkach już cyfrowe);
3. nadawcy programów dostępnych na innych platformach (Internet, telefonia, UMTS, itp.).

Programy mogą być dostępne bezpłatnie, albo kodowane i płatne.

Operatorzy kablowi zobowiązani zostaną do rezerwacji jednego kanału na potrzeby wyspecjalizowanego programu lokalnego o charakterze informacyjnym - własnego, lub dostarczonego przez innego nadawcę. Konkurs w tej sprawie ogłaszać i przeprowadzać będzie organ regulacyjny. W przypadku nierozstrzygnięcia konkursu, po roku od zakończenia procedury konkursowej, kanał przez 5 kolejnych lat pozostaje do dyspozycji operatora kablowego. Przed upływem piątego roku organ regulacyjny zobowiązany jest do ponownego przeprowadzenia procedury konkursowej. W przypadku pozytywnego wyniku, operator sieci kablowej zobowiązany jest do zwolnienia zarezerwowanego kanału i przeznaczenia go na program informacyjny. Wymaga to zmian w rozdz. 5 u.r.t.

Konieczne jest także stworzenie w ustawie o radiofonii i telewizji nowych przepisów z zakresu must carry, zapewniających obecność programów nadawców publicznych w multipleksach (w przypadku, gdy nadawcy ci nie dysponują własnym multipleksem). Rozważenia wymaga, czy obowiązek must carry odnosi się również do koncesjonowanych programów nadawców publicznych. Jeżeli sprawa ta nie zostanie uregulowana w ustawie, organ regulacyjny powinien otrzymać kompetencję podejmowania decyzji odnośnie każdego takiego programu na podstawie oceny jego charakteru i zawartości.

Ponadto powinny być zmienione zapisy art. 43 u.r.t., mówiące o kolejności wprowadzania programów do sieci kablowych. Obowiązek ten może zostać rozszerzony na platformy satelitarne i innych operatorów telekomunikacyjnych rozprowadzających programy radiowe i telewizyjne.

W projekcie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji należy uwzględnić jasne i przejrzyste zapisy zasady must carry. Zasadą tą muszą być objęte podstawowe programy telewizji i radiofonii publicznej. Programy te są i powinny być nadal zwolnione z wymogu rejestracji przez operatora. W świetle cytowanych wymogów dyrektywy (że zasada ta musi dotyczyć „określonych kanałów i programów radiowych i telewizyjnych”), powstaje pytanie o dodatkowe programy koncesjonowane nadawców publicznych. Nie wydaje się możliwe utrzymanie blankietowego zapisu, że zasadą must carry powinny być objęte wszystkie programy rozpowszechniane przez nadawców publicznych.

W związku z obowiązkiem wprowadzenia programów telewizji i radiofonii publicznej do sieci, logicznym jest wprowadzenie do ustawy zapisu o zwolnieniu operatorów z obowiązku podpisywania



umów z nadawcami, wymaganych przez ustawę Prawo autorskie i pokrewne. Nie ograniczy to obowiązków nałożonych na operatorów kablowych przez ustawę Prawo autorskie i pokrewne.

W proponowanej zmianie obowiązkowi must carry powinien odpowiadać jednak obowiązek nakładany na nadawców - tzw. must offer (obowiązek udostępnienia programu operatorowi obciążonego obowiązkiem must carry).

Jednocześnie rozstrzygnięcia wymaga kwestia „pakietyzacji” programów, dokonywanej przez operatorów kablowych lub satelitarnych. Udostępnienie programu objętego obowiązkiem must carry w droższym pakiecie może oznaczać, że dostęp do programu, który powinien być powszechnie dostępny, napotkać może na barierę finansową trudną do przekroczenia dla części odbiorców. Programy nadawców publicznych powinny więc być dostępne w najtańszych pakietach.

Cyfryzacja i konwergencja technologiczna wywiera silny wpływ na porządek regulacyjny i model regulacji mediów elektronicznych. Podaża on w stronę regulacji poziomej zarówno infrastruktury mediów elektronicznych, jak i zawartości audiowizualnej tychże mediów.

Obecnie regulacja mediów elektronicznych wchodzi w zakres kompetencji 3 następujących organów regulacyjnych:

- Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT) - w zakresie zawartości i rezerwacji częstotliwości dla radiofonii i telewizji,
- Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty (URTIP) - w zakresie infrastruktury telekomunikacyjnej,
- Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) - w zakresie ochrony konkurencji, zarówno w telekomunikacji jak i radiofonii i telewizji.

W związku z postępującą konwergencją i cyfryzacją coraz trudniej jest oddzielić - czy to dla celów praktycznych, czy regulacyjnych - odrębne dotąd dziedziny łączności oraz radiofonii i telewizji. O postępującej integracji i współzależności obu dziedzin świadczy dodatkowo ustawa Prawo telekomunikacyjne, wymagająca ścisłej współpracy między KRRiT i URTiP w różnych aspektach funkcjonowania radiofonii i telewizji cyfrowej, jak również historia tworzenia strategii wprowadzania radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce, gdy okazało się, że jej opracowanie jest niemożliwe bez połączenia wysiłków obu tych instytucji regulacyjnych. W wielu krajach doszło już do połączenia organów regulacyjnych telekomunikacji oraz radiofonii i telewizji. Istnieje potrzeba dokonania tego również w Polsce.

Nowy zintegrowany organ regulacyjny musi spełnić następujące warunki aby zapewnić sobie efektywność działania i legitymizację społeczną:

- zachowanie całkowitej bezstronności i niezależności oraz zachowanie przejrzystej struktury wewnętrznej, nie mówiąc już o dobrej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej jako warunków niezbędnie koniecznych do elastycznego reagowania wynikającego z postępu technologicznego i zmian rynkowych.

Reasumując, polityka Państwa w dziedzinie mediów elektronicznych kierować się powinna następującymi zasadami i celami:

- ochroną swobody wypowiedzi i informacji oraz wolności mediów i ich roli w systemie demokratycznym zgodnie z Konstytucją RP oraz ze standardami międzynarodowymi;

- dbaniem - w interesie kultury polskiej - o rozwój polskich mediów elektronicznych oraz polskiej produkcji programowej i zawartości mediów elektronicznych, w tym Internetu.

## Konferencja Media i Polityka

17 – 18 listopada 2005, w Ośrodku konferencyjnym Instytutu Studiów Polonijnych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie – Przegorzanach, odbyła się konferencja naukowa pt. „MEDIA I POLITYKA, Wybory 2005 – Sejm, Senat, Prezydent”. Organizatorzy konferencji: Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych i Uniwersytet Jagielloński, zwrócili się do Przewodniczącej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o udział w konferencji i patronat. Ostatecznie ustalono, że KRRiT wraz z PKW „zagospodaruje” odrębną część programu sympozjum. Po inauguracyjnym wykładzie prof. dr hab. Andrzeja Antoszewskiego z Uniwersytetu Wrocławskiego pt. „Wybory 2005 a polski system partyjny” sesja plenarna rozpoczęła się od panelu KRRiT, którego moderatorem była Przewodnicząca KRRiT dr hab. Danuta Waniek. Panel zatytułowany był: „Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji oraz Państwowa Komisja Wyborcza w kampaniach wyborczych 2005”. Po wprowadzeniu Przewodniczącej, analizującym przebieg i specyfikę tegorocznych kampanii wyborczych oraz odbiór audycji wyborczych, głos zabrali paneliści. Dr hab. Stanisław Jędrzejewski mówił o wyzwaniach i dylematach dziennikarskich, kolejno głos zabierali dyrektorzy w Biurze KRRiT. Pan Robert Kroplewski mówił o aspektach prawnych kampanii wyborczych, pan Stanisław Celmer o wydatkach i wykorzystaniu czasu antenowego przez sztab wyborczy, pan Jarosław Firlej poinformował o rodzajach skarg napływających do KRRiT i podjętych działaniach. W panelu uczestniczył także pan Kazimierz Czaplicki – sekretarz Państwowej Komisji Wyborczej, który poinformował o działaniach PKW w trakcie kampanii wyborczych w 2005 roku.

Dla uczestników konferencji praktyczne informacje o działaniach instytucji odpowiedzialnych za przebieg kampanii wyborczych w mediach okazały się bardzo istotne. Przebieg konferencji był rejestrowany i już niebawem ukaże się wydawnictwo konferencyjne, współfinansowane przez KRRiT, do którego odsyłamy zainteresowanych czytelników.

Poniżej przedstawiamy merytoryczną część programu konferencji:

### 17 listopada 2005r. (piątek)

- godz. 10:00 Uroczyste otwarcie konferencji  
Magnificencja Rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego  
Prof. dr hab. Karol Musioł  
Dziekan Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych  
Prof. dr hab. Wiesław Kozub-Ciembroniewicz  
Dziekan Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej  
Prof. dr hab. Michał du Vall  
Prezes Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych  
Prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas  
Prezes Zarządu Oddziału PTNP w Krakowie  
Prof. dr hab. Barbara Krauz-Mozer
- 10:30 – 11:00 Sesja plenarna:  
Prof. dr hab. Andrzej Antoszewski, Uniwersytet Wrocławski,  
„Wybory 2005 a polski system partyjny”
- 11:00 – 12:00 Panel Plenarny I  
Moderator: dr hab. Danuta Waniek – Przewodnicząca KRRiT  
Paneliści:  
dr hab. Stanisław Jędrzejewski – członek KRRiT  
Robert Kroplewski – dyrektor Departamentu Prawnego KRRiT  
Stanisław Celmer – dyrektor Departamentu Reklamy KRRiT  
Jarosław Firlej – v-ce dyrektor Departamentu Prezydialnego KRRiT  
Kazimierz Czaplicki – sekretarz Państwowej Komisji Wyborczej
- 12:30 – 13:15 Panel Plenarny II: „Kampanie wyborcze 2005 roku

w mediach publicznych”

Moderator: Jarosław Szczepański – rzecznik prasowy Telewizji Polskiej SA, Warszawa (wraz z zaproszonymi gośćmi)

- 14:30 – 16:00 Panel Plenarny III: „Sztaby wyborcze w wyborach parlamentarnych i prezydenckich”  
Moderator: red. Kamil Durczok – Telewizja Polska SA, Warszawa + zaproszeni goście
- 16:30 – 18:00 Panel Plenarny IV: „Partycypacja wyborcza: na rozdrożu”  
Moderator: prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas – Uniwersytet Jagielloński  
Paniści:  
Agata Gwadera-Urlep, Uniwersytet Wrocławski  
Młodzież w kampaniach wyborczych  
Joanna Dzwonczyk, Akademia Ekonomiczna, Kraków  
Przyczyny absencji w wyborach 2005 roku  
Agnieszka Sora – v-ce prezes GfK Polonia, Warszawa  
Maciej Siejewicz – rzecznik prasowy GfK Polonia, Warszawa  
Sondaże w kampaniach wyborczych
- 18:00 – 18:30 Sesja plenarna:  
Prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas, Uniwersytet Jagielloński  
„Czarny PR – teoria i praktyka wyborcza”

**18 listopada 2005r. (piątek)**

- 9:00-10:30 Panel V: „Medialny wizerunek polityki – demontaż czy odbudowa?”  
Moderator: prof. T. Goban-Klas – Uniwersytet Jagielloński, Kraków  
Paniści:  
Bogusława Dobek-Ostrowska, Uniwersytet Wrocławski:  
Profesjonalizacja polskich kampanii wyborczych  
Barbara Kijewska, Uniwersytet Gdański  
Obecność polityków w pismach kobiecych w okresie kampanii wyborczej 2005  
Iwona Hofman, Uniwersytet im. M. Curie – Skłodowskiej  
Czy „czwarta władza” staje się pierwszą?  
Stefan J. Rittel, Akademia Świętokrzyska  
Polityczny tekst medialny  
Maria Grzelak Rajchel, Uniwersytet Wrocławski  
Rola sondaży w kampanii  
Mirosława Wielopolska-Szymura, Uniwersytet Śląski  
Techniki propagandowe w kampanii wyborczej
- 11:00 – 12:30 c.d. Panelu V  
Moderator: prof. dr hab. Tadeusz Kowalski – Rada Nadzorcza TVP SA, Uniwersytet Warszawski  
Paniści:  
Małgorzata Babińska, PWSZ im. Angelusa Silesiusa Wałbrzych  
Oblicza polityki w mediach – polityka dla elit, polityka dla mas  
Janina Frasz, Uniwersytet Wrocławski  
„Debata”- polityczna audycja telewizyjna  
Bartłomiej Łódzki, Uniwersytet Wrocławski  
Relacjonowanie kampanii parlamentarnej w „Wiadomościach” TVP  
Panel V – c.d.  
Wiesława Piątkowska-Stepaniak, Uniwersytet Opolski  
Media na straży demokracji- utopia czy rzeczywistość  
Ilona Niedbał-Buba, Uniwersytet Wrocławski  
Polskie wybory 2005 w komentarzach brytyjskiej prasy  
Katarzyna Maciejewska, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski  
Problematyka wyborcza na łamach Super Expressu na przykładzie kampanii wyborczej 2005

- 9:00 – 10:30 Panel VI: „Medialny wizerunek polityki – aspekty prawne i marketingowe”  
Moderator: prof. dr hab. K. Pałeczki – Uniwersytet Jagielloński  
Paneliści:  
Dorota Piontek, UAM Poznań  
Wizerunek polityków w prasie kobiecej  
Robert Wiszniewski, Uniwersytet Wrocławski  
Rynek wyborczy w Polsce. Iluzja czy rzeczywistość?  
Małgorzata Janik-Wiszniewska, PWSZ Wałbrzych  
Prezydencka reklama wyborcza - forma i środki wizualnej prezentacji  
Marek Mazur, Uniwersytet Śląski  
Rola marketingu politycznego w kampanii wyborczej 2005 w Polsce  
Michał Kuś, Uniwersytet Wrocławski  
Polityk jako produkt – przykład Donalda Tuska  
Agnieszka Kasińska-Metryka, Akademia Świętokrzyska  
Kampania negatywna – próba refleksji i analizy na przykładzie wyborów prezydenckich w Polsce 2005 r.  
Lucyna Szot, Uniwersytet Wrocławski  
Prawna ochrona wizerunku kandydatów – wybory 2005 w Polsce  
Tomasz Płudowski, Akademia Świętokrzyska, Coll. Civitas  
Komunikacja polityczna w wyborach prezydenckich 2005  
Agnieszka Sznajder, Stowarzyszenie Doradców Europejskich  
Medialny wizerunek kandydatki na urząd prezydenta w Polsce w roku 2005
- 12:30 – 14:00 Panel VII: „Wyborczy Salon Polityczny”  
Moderator: red. Janina Paradowska – red. „Polityki”+ zaproszeni goście
- 15:00 – 16:30 Panel VIII: „Model prezydentury: doświadczenia i propozycje przyszłość”  
Moderator: dr hab. Katarzyna Sobolewska-Myślik – Akademia Pedagogiczna, Kraków  
Paneliści:  
Tadeusz Godlewski, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz  
Między systemem prezydencko-parlamentarnym a parlamentarno-prezydenckim  
Jerzy Sielski, Uniwersytet Szczeciński  
Cechy osobowościowe idealnego prezydenta w systemie politycznym w Polsce  
Krzysztof Kowalczyk, Uniwersytet Szczeciński  
Koncepcja prezydentury w ujęciu Prawa i Sprawiedliwości
- 15:00 – 16:30 Panel IX: „System wyborczy w Polsce: dylematy?”  
Moderator: prof. dr hab. Andrzej Antoszewski – Uniwersytet Wrocławski  
Paneliści:  
Arkadiusz Żukowski, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski,  
Dylematy wyboru systemu wyborczego. Kontekst ordynacji do Sejmu i Senatu RP  
Adam Drosik, Uniwersytet Opolski  
Koncepte większościowego systemu wyborczego w programach i stanowiskach partii politycznych prezentowanych w medialnej kampanii parlamentarnej 2005  
Agnieszka Hess, Uniwersytet Jagielloński  
Mechanizmy tworzenia list wyborczych – rzetelna informacja czy pułapka?  
c.d. Panelu IX  
Moderator: prof. dr hab. Arkadiusz Żukowski – Uniwersytet Warmińsko-Mazurski  
Paneliści:  
Głos preferencyjny – złudzenie wyboru  
Adam Dyla, Uniwersytet Jagielloński  
Zasadność podziału na okręgi wyborcze w wyborach do Sejmu  
Dominik Sieklucki, Uniwersytet Jagielloński  
Lewica w wyborach parlamentarnych 2001-2005 a przekształcenia systemu wyborczego
- 15:00 – 16:30 Panel X: „Polskie kampanie 2005 – wybrane problemy”

Moderator: dr Danuta Karnowska – Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz  
Paneliści:

Mariusz Tomaszewski, PWSZ Legnica

Polityka ekologiczna w programach wyborczych partii politycznych.

Analiza wyborów parlamentarnych w 2005

Sławomir Czarnik, Uniwersytet Wrocławski

Problem stosunków polsko-niemieckich w kampanii wyborczej

(parlamentarnej i prezydenckiej) Prawa i Sprawiedliwości

Magdalena Darowska-Skawińska, Uniwersytet Wrocławski

Kampania wyborcza Partii Demokratycznej – Demokraci.PL

– nowa formuła partyjności?

Łukasz Tomczak, Uniwersytet Szczeciński

Ugrupowania lewicowe w wyborach parlamentarnych 2005 roku

15:00 – 16:30 Panel XI: „Debiuty polityczne – dylematy wyboru”

Moderator: Jacek Stawiski – Dyrektor Informacji Radia RMF.FM, Kraków

Panel z udziałem studentów politologii i dziennikarstwa

i komunikacji społecznej uczelni krakowskich (Uniwersytet

Jagielloński, Akademia Pedagogiczna, Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości

w Krakowie, Krakowska Szkoła Wyższa

im. A. Frycza-Modrzewskiego)

16:45 – 17:45 Sesja Plenarna Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych

17:45 – 18:00 Zakończenie obrad konferencji.

## **DOSTĘP MNIejszości NARODOWYCH I ETNICZNYCH DO MEDIÓW ELEKTRONICZNYCH**

**Konferencja KRRiT oraz MSWiA:**

**„Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych - stan prawny, praktyka działania i perspektywy”**

KRRiT oraz MSWiA zorganizowały w Krakowie w dniu 23 listopada br. konferencję na temat dostępu mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych. W styczniu tego roku Parlament przyjął ustawę o ochronie mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym, kończąc tym samym wieloletni proces tworzenia regulacji, dotyczących statusu mniejszości w naszym kraju. Z kolei w roku ubiegłym Rada Europy zakończyła proces monitorowania wykonania przez Polskę Ramowej Konwencji Rady Europy o mniejszościach narodowych i etnicznych. Także w roku ubiegłym Rząd RP przyjął Krajowy Program Przeciwdziałania Dyskryminacji Rasowej, Ksenofobii i Związanej z Nimi Nietolerancji. Przyjęcie tego programu wynikało z podpisania przez Polskę deklaracji z 2001 roku, będącej efektem konferencji w Durbanie. W związku z tym organizatorzy konferencji uznali, że należy z jednej strony przybliżyć nadawcom i przedstawicielom mniejszości narodowych i etnicznych wiedzę na temat nowych regulacji prawnych oraz wynikających z nich obowiązków w odniesieniu do uprawnień mniejszości w zakresie dostępu do mediów elektronicznych. Ponadto, że należy podjąć próbę wspólnej refleksji wszystkich środowisk i instytucji, jakie współpracują w tej dziedzinie, nad skuteczniejszą realizacją ustawowych obowiązków oraz nad perspektywami współpracy.

Warto przypomnieć, że w 1989 roku w życiu publicznym w Polsce pojawiły się dwa nowe elementy istotne z punktu widzenia mniejszości narodowych i etnicznych.

Po pierwsze, przełom 1989 roku przyniósł wolność stowarzyszania się, a po drugie rozpoczął się proces powstawania niezależnych mediów.

Dla mniejszości, zamieszkujących terytorium Polski, stało się możliwe samoorganizowanie oraz troska o własny język i kulturę.

Niezaprzeczalnym jest, że podstawowym czynnikiem budowania poczucia własnej, narodowej tożsamości był i pozostanie żywy język ojczysty, kontakt z nim oraz jego używanie, które znajduje najpełniejszy wymiar w obszarze kultury, edukacji oraz mediów.

W zakresie praw mniejszości narodowych i etnicznych, a przede wszystkim w zakresie ich dostępu do mediów elektronicznych, czyli do posiadania własnych audycji propagujących język ojczysty i ojczystą kulturę, znaczenie przełomowe miało przyjęcie 29 grudnia 1992 roku ustawy o radiofonii i telewizji.

W art. 21 ustawa ta zobowiązuje nadawców publicznych do uwzględniania potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych.

W okresie od 1992 roku do dzisiaj w realizacji tego zobowiązania nadawców, a jednocześnie ważnego uprawnienia mniejszości, Polska przeszła długą drogę, przyjmując zarówno szczegółowe regulacje wewnętrzne, jak i ratyfikując zagraniczne akty prawne, w tym Ramową Konwencję Rady Europy.

Wiadomo jednak, że regulacje prawne mają istotny, ale tylko częściowy wpływ na politykę medialną wobec mniejszości narodowych i etnicznych. Decydująca jest praktyka stosowana przez nadawców publicznych, gdyż to na nich, w świetle ustawy o radiofonii i telewizji, spoczywa bezpośredni obowiązek realizacji potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych. Trzeba podkreślić, że w ciągu ostatnich 10 lat udało się wypracować wiele mechanizmów skuteczniejszego dialogu pomiędzy środowiskami mniejszości a przedstawicielami mediów. Istotną rolę w inicjowaniu takiego dialogu odegrał Międzyresortowy Zespół Mniejszości Narodowych i Etnicznych, działający przy Ministrze Spraw Wewnętrznych i Administracji, współpracujący z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Ważnym partnerem w tym dialogu stała się również, powołana w 2002 roku bezpośrednio przez organizację mniejszości - Rada Mediów Elektronicznych Mniejszości Narodowych i Etnicznych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji włączyła się aktywnie we wszystkie działania związane z obecnością w mediach publicznych audycji

dla mniejszości narodowych oraz audycji o mniejszościach narodowych, w tym również audycji tworzonych w językach macierzystych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zainicjowała stałe spotkania z udziałem przedstawicieli Programu TVP 3 oraz Rady Mediów Elektronicznych Mniejszości Narodowych i Etnicznych. Te spotkania regularnie odbywały się w latach 2002 - 2003.

Niestety ta wzajemna wymiana doświadczeń została od ponad roku zaniechana.

Podobne kontakty mają miejsce z nadawcami radiowymi. Dzięki tym kontaktom udało się m.in. uruchomić nowy cykl programowy dla mniejszości ukraińskiej i łemkowskiej w regionalnych rozgłoszeniach Polskiego Radia: w Radiu Kraków SA i Radiu Wrocław SA.

Dodajmy jeszcze, że na podstawie ustawy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji monitoruje wykonanie obowiązku uwzględniania potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych. Przy podziale abonamentu Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uwzględnia realizację przez publiczne media programów dla mniejszości. Określając w swojej uchwale z 23 września 2003 roku zadania rozgłośni regionalnych i zasady ich rozliczania przy podziale środków abonamentowych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji m.in. podkreśliła, że w programach rozgłośni, na terenie których zamieszkuje mniejszości narodowe i etniczne, obowiązkowym elementem programu będą audycje adresowane do tej grupy odbiorców, nadawane w godzinach od 5.00 do 1.00. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wykonując zadania ustawowe jest także inicjatorem spotkań i konferencji, poświęconych problemom mniejszości i ich obecności w mediach, a także jest inicjatorem cyklu szkoleń dla dziennikarzy, wywodzących się z mniejszości narodowych i etnicznych. Szkolenia te realizowane są wspólnie z organizacjami mniejszości narodowych i etnicznych oraz nadawcami publicznymi.

Wracając do sprawy podziału abonamentu, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w wymienionej uchwale określiła zadania rozgłośni regionalnych w zakresie tworzenia programu oraz przyjęła jednolite zasady podziału wpływów abonamentowych dla spółek regionalnej radiofonii w latach 2004 - 2006. Zgodnie z tymi zasadami wpływy abonamentowe dzielone były w sposób ogólny na działalność programową, czyli na realizację tzw. misji regionalnej, oraz realizację przedsięwzięć programowych o charakterze uniwersalnym. W przyjętych zasadach nie zostały więc wyodrębnione szczegółowo określone kwoty z przeznaczeniem na audycje dla mniejszości, lecz zobowiązano rozgłoszenie do tworzenia takich audycji i przeznaczania na potrzeby ich realizacji odpowiednich środków finansowych. Taki sposób podziału środków abonamentowych został przyjęty po konsultacjach ze spółkami publicznej radiofonii, ale ten sposób nie spotkał się z aprobatą organizacji mniejszości.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, uwzględniając zobowiązania nowo przyjętej ustawy o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym oraz mając dodatkowo na względzie postulaty środowisk mniejszości narodowych, przyjęła 30 czerwca bieżącego roku uchwałę nr 300, w której określiła nowe zasady podziału dla mediów publicznych, a więc dla radia i dla telewizji, środków finansowych, obejmujących wpływy abonamentowe oraz wpływy pozaabonamentowe na 2006 rok i lata następne.

Zgodnie z nowo przyjętymi zasadami Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach tych środków wyodrębnia kwoty na finansowanie kosztów audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych, z jednoczesnym podaniem prognozowanej liczby godzin tych audycji.

W bieżącym roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na sfinansowanie kosztów produkcji audycji dla mniejszości narodowych przeznaczyła dodatkowe wpływy tzw. wpływy pozaabonamentowe dla Radia Białystok SA oraz Radia Olsztyn SA.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji świadoma znaczenia spraw dostępu mniejszości narodowych i etnicznych do mediów, po raz pierwszy w historii istnienia wolnego rynku mediów przygotowując „Strategię Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005-2020”, zaproponowała odrębne zapisy dotyczące tej problematyki.

11 października 2005 roku Rada Ministrów przyjęła naszą strategię jako dokument rządowy i rekomendowała nowej Radzie Ministrów, wyłonionej po wyborach parlamentarnych, dalsze prace z uwzględnieniem założeń zawartych w tym opracowaniu.

W zakresie dotyczącym mniejszości narodowych i etnicznych w Strategii rekomenduje się w szczególności, aby Polska podjęła działania zmierzające do realizacji uwag, zawartych w rezolucji Komitetu Ministrów Rady Europy w sprawie monitorowania wykonania przez Polskę ramowej Konwencji Rady Europy o ochronie mniejszości narodowych i etnicznych. Przy realizacji tego zadania należy w szczególności uwzględnić następujące kwestie:

- wprowadzanie w sektorze mediów zmian zwłaszcza w zakresie tworzenia dodatkowych audycji radiowych i polepszania ich geograficznego zasięgu w stosunku do rozproszonych mniejszości narodowych;
- przywiązywanie większego znaczenia do stałego angażowania osób należących do mniejszości narodowych w tworzenie audycji adresowanych do mniejszości.

W konferencji wzięli udział Hanno Hartiga, szef Departamentu Mniejszości, Mediów i Równości w Dyrekcji Generalnej Praw Człowieka w Radzie Europy, prof. Grzegorz Janusz, ekspert Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, przedstawiciele Komisji Wspólnej Rządu i Mniejszości Narodowych i Etnicznych, nadawców publicznych oraz dziennikarze realizujący audycje w językach mniejszości.

I. CH.

#### **Fragmety listu Arkadiusza Czartoryskiego, sekretarza stanu w MSWiA do uczestników konferencji**

Pozwólcie teraz Państwo na kilka refleksji, które w moim przekonaniu mogą być dobrym punktem wyjścia do dalszej dyskusji na temat obecności w mediach elektronicznych audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym.

Po pierwsze, istotne jest to, by audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych docierały do adresatów. W praktyce wymaga to ich emitowania przez wszystkie ośrodki, w zasięgu których znajdują się znaczące skupiska osób należących do mniejszości, a także zapewnienia odpowiedniego zasięgu nadajników. Należy wyrazić zadowolenie, że z każdym rokiem wzrasta liczba ośrodków realizujących audycje dla mniejszości. Pewnym problemem nadal pozostaje jednak zasięg niektórych nadajników, choć i w tym zakresie następuje poprawa. Cieszy, że nadawcy publiczni dostrzegają ten problem. Jest on szczególnie dotkliwy dla osób należących do mniejszości narodowych i etnicznych, które zamieszkują tereny odległe od dużych ośrodków, a niekiedy tereny przygraniczne.

Po drugie, częstotliwość i pora nadawania. Jest to oczywiście ta sfera, w której konieczny jest rozsądny kompromis. Przedstawiciele mniejszości są, w sposób oczywisty, zainteresowani audycjami nadawanymi w jak najlepszych porach oglądalności - lub słuchalności - i o jak najdłuższym czasie ich emisji. Zrozumiałe jest, że nie zawsze jest to możliwe. Istotne jest jednak to, aby układając ramowy plan audycji, pamiętać o znaczeniu tych audycji dla podtrzymywania tożsamości narodowej i etnicznej mniejszości. Ważne są także stałe pory nadawania audycji.

Po trzecie, jest niezwykle istotne, aby audycje dla mniejszości realizowane były z ich udziałem. Z satysfakcją należy stwierdzić, że w ostatnim czasie do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji nie docierały sygnały świadczące o naruszaniu tej zasady.

I wreszcie kwestia ściśle związana z poprzednią - jakość audycji dla mniejszości. Trzeba przyznać, że o ile na początku lat dziewięćdziesiątych publiczne radio i telewizja dopiero uczyły się, jak powinny wyglądać takie audycje - to obecnie są one przygotowywane w sposób profesjonalny. Jednocześnie jednak, wszyscy Państwo - wielu z was jest nie tylko odbiorcami, ale także autorami tych audycji - zdajecie sobie sprawę, jak wiele w dalszym ciągu można w tym zakresie zrobić. Szczególnie cenną inicjatywą są więc kursy dla dziennikarzy wywodzących się z mniejszości.

Mam nadzieję, że w trakcie konferencji uda się Państwu przeprowadzić dyskusję w sprawie modelu audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. Wypracowanie takiego modelu wzmocniłoby niewątpliwie pozycję mediów publicznych jako instytucji wspomagających działania służące zachowaniu tożsamości kulturowej mniejszości narodowych i etnicznych oraz zachowaniu języka regionalnego.



W trakcie konferencji będziecie Państwo dyskutowali przede wszystkim o mediach publicznych, ale należy zauważyć, że w ostatnim czasie audycje w językach mniejszości oraz w języku regionalnym nadawane są także przez nadawców prywatnych. Świadczy to o tym, że problematyka, która stanowi przedmiot konferencji, jest żywa i budzi zainteresowanie mediów, nie tylko z obowiązku, ale także z uwagi na oczekiwania słuchaczy i widzów.

Życząc, aby Państwa spotkanie zaowocowało nowymi pomysłami i przyczyniło się do rozwiązywania ewentualnych problemów, pragnę wyrazić nadzieję, że w niedługim czasie będziemy mieli jeszcze okazję wspólnie rozmawiać na ten tak ważny temat, który zgromadził Państwa na konferencji w Krakowie.

**Fragmety wystąpienia Hanno Hartiga, szefa Departamentu Mniejszości, Mediów i Równości w Dyrekcji Generalnej Praw Człowieka w Radzie Europy**

Zapewnienie mniejszościom dostępu do środków przekazu jest niezwykle istotne zarówno dla umacniania pokoju i stabilności wielonarodowych społeczeństw, jak i z punktu widzenia praw człowieka. Z jednej strony środki przekazu, oferując płaszczyznę komunikacji w ramach społeczności i między nimi, odgrywają istotną rolę w upowszechnianiu tolerancji i dialogu międzykulturowego, sprzyjając w ten sposób spójności społeczeństwa. Z drugiej strony, występując jako nośnik kultury grupowej, środki przekazu stanowią wartościowe forum dla osób należących do mniejszości narodowych lub etnicznych, umożliwiające im zachowanie i rozwijanie najważniejszych elementów ich tożsamości.

Rada Europy już dawno temu zrozumiała znaczenie środków przekazu dla ochrony mniejszości i opracowała wiele norm w tym zakresie. Celem mojej prezentacji jest dokonanie identyfikacji i krótkiego przeglądu tych norm pochodzących z różnych źródeł, w tym z Europejskiej karty języków regionalnych lub mniejszościowych, Europejskiej konwencji o telewizji ponadgranicznej oraz różnych uchwał i zaleceń Zgromadzenia Parlamentarnego i Komitetu Ministrów Rady Europy. Oprócz Rady Europy znaczną pracę w zakresie ustalania norm wykonała ostatnio OBWE, która opracowała wytyczne w sprawie używania języków mniejszości w elektronicznych środkach przekazu przyjęte przez Wysokiego Komisarza ds. Mniejszości Narodowych w październiku 2003 r. Ja jednak skoncentruję się na normach wynikających z Europejskiej konwencji praw człowieka i z Konwencji ramowej o ochronie mniejszości narodowych. Jak później wyjaśnię, mechanizmy kontrolne uwzględnione w tych dwóch konwencjach stanowią cenne instrumenty tworzenia norm w interesującej nas dziedzinie.

Zanim omówimy szczegółowo odpowiednie normy opracowane przez Radę Europy, warto na chwilę zatrzymać się i przypomnieć najważniejsze informacje o Europejskiej konwencji praw człowieka i Konwencji ramowej o ochronie mniejszości narodowych. Europejska konwencja praw człowieka ustala katalog powszechnie obowiązujących praw obywatelskich i politycznych, które mają podstawowe znaczenie dla uczciwego, efektywnego funkcjonowania każdego systemu demokratycznego. Osoby uznające się za ofiary naruszenia konwencji mogą zgłaszać skargi do Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu. Trybunał rozpatruje skargę i - jeżeli uzna, że państwo naruszyło konwencję - wydaje wiążące orzeczenie, któremu państwo to musi się podporządkować. Konwencja ramowa o ochronie mniejszości narodowych jest pierwszym w historii prawnie wiążącym, wielostronnym instrumentem służącym ochronie mniejszości narodowych. Komitet Doradczy złożony z 18 niezależnych ekspertów odpowiada za ocenę wdrożenia Konwencji ramowej przez państwa będące jej stronami. Komitet Doradczy nie rozpatruje poszczególnych przypadków domniemanych naruszeń, jak Europejski Trybunał Praw Człowieka, ale przyjmuje opinie oceniające ogólną realizację Konwencji ramowej przez państwa będące jej stronami.

O jakich więc normach mówimy, kiedy dyskutujemy o zapewnieniu dostępu do środków przekazu osobom należącym do mniejszości? Co ten obowiązek oznacza dla państw?

Z przeglądu najważniejszych tekstów i orzecznictwa Europejskiego Trybunału Praw Człowieka oraz Komitetu Doradczego Konwencji Ramowej wynika, że mówimy o co najmniej dwóch różnych celach, gdy dyskutujemy o zapewnieniu mniejszościom dostępu do środków przekazu:

\* pierwszym celem jest konieczność zapewnienia, że członkowie mniejszości nie będą dyskryminowani w dostępie do dominujących środków przekazu;

\* drugi cel to zapewnienie członkom mniejszości narodowych możliwości tworzenia własnych środków przekazu i korzystania z nich.

Kamieniem węgielnym arsenału środków prawnych Rady Europy w dziedzinie środków przekazu jest oczywiście wolność słowa chroniona przez artykuł 10 Europejskiej konwencji praw człowieka. Prawo to jednoznacznie obejmuje prawo do odbioru i przekazywania myśli przy użyciu elektronicznych środków przekazu bez udziału państwa. Dlatego - choć artykuł 10 Konwencji praw człowieka nie wspomina dosłownie o „mniejszościach narodowych” - opowiedzenie się Trybunału za swobodą dostępu do przekazu stanowi pośrednią obronę prawa członków mniejszości do emisji audycji w językach mniejszości przed podejmowanymi przez władze próbami regulacji tej dziedziny poprzez ustalanie limitów języków państwowych.<sup>1</sup> Innymi słowy, dwa pierwsze zdania artykułu 10 można rozumieć jako wsparcie - choć niekoniecznie wymóg - emisji audycji w językach mniejszości bez interwencji państwa. Ponadto, w przypadku zarzutu naruszenia artykułu 10 mówiącego o prawie do wolności słowa, członkowie mniejszości mogą się powoływać na artykuł 14 Europejskiej konwencji praw człowieka (dotyczący zakazu dyskryminacji), aby podkreślić, że naruszenie artykułu 10 stanowi również dyskryminację.<sup>2</sup> Dlatego Europejska konwencja praw człowieka może w zasadzie zapewnić zadośćuczynienie osobom, których prawo do dostępu do środków przekazu naruszono w obydwu znaczeniach, o których wcześniej wspominałem.

Jednak Europejska konwencja praw człowieka i orzecznictwo Trybunału w dziedzinie środków przekazu same w sobie nie wystarczą do ustanowienia jednoznacznych norm dotyczących dostępu mniejszości do środków przekazu. Orzecznictwo Trybunału należy uzupełnić innymi źródłami, aby otrzymać pełny obraz europejskich norm w tej dziedzinie. Jedną z przyczyn tej sytuacji jest to, że artykuł 10 Europejskiej konwencji praw człowieka pośrednio wspierający emisję audycji w językach mniejszości, jednocześnie zostawia władzom państw szeroki margines prawa do nakazywania licencjonowania firm zajmujących się emisją, telewizją lub kinem. Oczywiście, ważne względy techniczne uzasadniają wymóg licencjonowania emisji w każdym kraju. Względy te to konieczność uporządkowanej regulacji przedsiębiorstw zajmujących się emisją audycji i realizacja zasad międzynarodowych. Jednakże Europejski Trybunał Praw Człowieka w swoim orzecznictwie wykazuje tendencję do przyznawania władzom państw wyjątkowo szerokiego marginesu uznaniowości w zakresie interpretacji „dozwolonych podstaw” wydawania licencji przez państwo. W związku z tym, choć Europejska konwencja praw człowieka w zasadzie zapewnia ochronę emisji audycji w języku mniejszości, do Trybunału wniesiono niewiele spraw dotyczących emisji audycji w językach mniejszości w kontekście limitów języków państwowych. Dlatego orzecznictwo Trybunału w tym zakresie jest skromne.

Powróćmy do Konwencji ramowej o ochronie mniejszości narodowych, a zwłaszcza do jej artykułu 9, zwracającego szczególną uwagę na sprawy związane ze środkami przekazu. W przeciwieństwie do Europejskiej konwencji praw człowieka, Konwencja ramowa o ochronie mniejszości narodowych została stworzona specjalnie w celu uwzględnienia szczególnych potrzeb osób należących do grup mniejszościowych. Dlatego, choć artykuł 9 Konwencji ramowej również stwierdza, że strony mogą żądać licencji na emisję audycji, postanowienie to jest obwarowane dwoma istotnymi zastrzeżeniami: proces przydzielania licencji musi być prowadzony „bez dyskryminacji” i musi być „oparty na obiektywnych kryteriach” (art. 9 pkt 2). Wynika stąd, że Konwencja ramowa wymaga od państw będących jej stronami większej ostrożności przy nakładaniu na rozgłośnie limitów językowych niż Konwencja praw człowieka. Również artykuł 10 Konwencji praw człowieka tylko implikuje prawo członków mniejszości do organizacji własnych środków przekazu, natomiast artykuł 9 punkt 3 Konwencji ramowej wyraźnie mówi o zapewnieniu „możliwości tworzenia własnych środków przekazu i korzystania z nich” jako pozytywnym zobowiązaniu państw-stron.

Jakie zatem normy wynikają z opinii Komitetu Doradczego w zakresie dostępu mniejszości do środków przekazu?

Czytając opinie można wyróżnić co najmniej pięć ważnych spraw:

1. Po pierwsze, Komitet Doradczy stale podkreśla **znaczenie przyjęcia konkretnych przepisów prawa** regulujących dostęp członków mniejszości narodowych do środków przekazu. Dlatego w swojej drugiej opinii w sprawie Republiki Czeskiej przyjętej w lutym 2005 r. Komitet Doradczy z zadowoleniem stwierdził, że niedawno przyjęta ustawa o publicznym radiu i telewizji wymienia wśród

zadań publicznych środków przekazu zobowiązanie do udziału w zachowaniu tożsamości kulturowej osób należących do mniejszości narodowych.

2. Po drugie, Komitet Doradczy **skrytykował szerokie stosowanie limitów języków państwowych** w mediach elektronicznych, wzywając do zastąpienia ich opartym na motywacji wsparciem dla języków państwowych. Problem ten wystąpił na przykład w przyjętej w 2002 r. opinii Komitetu w sprawie Ukrainy, w której uznano ustawę ustanawiającą udział procentowy audycji w języku państwowym, a zatem ograniczającą czas antenowy dla audycji w językach mniejszości, za nadmierne ograniczenie praw członków mniejszości narodowych do otrzymywania informacji w językach mniejszości.

3. Po trzecie, Komitet Doradczy **podkreślił konieczność istnienia specjalnych środków zapewniających praktyczną realizację prawa członków mniejszości do dostępu do środków przekazu**. Komitet Doradczy wskazał w swoich opiniach następujące dobre przykłady w zakresie dostępu mniejszości do dominujących środków przekazu:

- organizowanie szkoleń i stosowanie innych środków w celu uniknięcia propagowania negatywnych stereotypów Romów i innych mniejszości;
- umożliwienie członkom mniejszości wpływu na treść programów publicznego radia i telewizji poprzez rezerwowanie dla nich miejsc w komitetach redakcyjnych;
- zapewnienie ich obecności w niezależnych radach tworzonych w celu regulacji i kontroli środków przekazu.

W zakresie ułatwiania tworzenia środków przekazu będących własnością mniejszości, Komitet Doradczy wskazał między innymi następujące środki:

- zapewnianie środków na emisję programów mniejszości;
- tworzenie korzystnych zasad przydzielania licencji mniejszościom;
- przydzielanie mniejszościom odrębnych częstotliwości.

Dobrym przykładem w tym zakresie jest nowa polska Ustawa o mniejszościach narodowych i etnicznych przyjęta w styczniu 2005 r., która wprowadziła dwa specjalne środki zapewniające mniejszościom dostęp do emisji programów. Zgodnie z artykułem 35 tej ustawy, rozgłośnie uwzględnią w swoich programach audycje informacyjne w językach mniejszości narodowych i etnicznych, zaś dyrektorzy oddziałów emitujących programy w językach mniejszości narodowych i etnicznych podczas ustalania składu komitetów redakcyjnych uwzględnią kandydatów proponowanych przez mniejszości narodowe i etniczne. Z zadowoleniem przyjmują te postanowienia, których celem jest poprawa dostępu mniejszości do emisji programów, i czekam na informacje o ich realizacji od uczestników dzisiejszej konferencji.

4. Po czwarte, Komitet Doradczy ostrzegł, że dostępność wyprodukowanych za granicą audycji w języku mniejszości narodowej nie likwiduje konieczności produkcji audycji w tym języku w kraju. Ustalenie to uwzględniono w pierwszej opinii Komitetu Doradczego w sprawie Estonii przyjętej w 2002 r.

5. Po piąte, **Komitet Doradczy preferuje rozpatrywanie poszczególnych przypadków** przy opracowywaniu zaleceń zawartych w jego opiniach w sprawie poszczególnych krajów. Konkretnie trudności napotymane przez mniejszości w dziedzinie środków przekazu zależą od wielu czynników, w tym od wielkości danych mniejszości, ich koncentracji w jednym regionie, dostępności infrastruktury środków przekazu w poszczególnych miejscach itp. Dlatego podczas formułowania zaleceń na podstawie artykułu 9 Konwencji ramowej Komitet Doradczy zawsze zwraca uwagę na konkretne okoliczności dotyczące członków mniejszości w danym kraju.

*1 Orzeczenie w sprawie Informationsverein Lentia i inni przeciw Austrii, 24 lipca 1993 r.*

*2 Orzeczenie w sprawie Kalin przeciw Turcji, 10 listopada 2004 r.*

**Konferencja KRRiT i MSWiA**  
**„Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych**  
**- stan prawny, praktyka działania i perspektywy”**

Kraków, 23 listopada 2005 r. Międzynarodowe Centrum Kultury Rynek Główny 25

- 9.00-9.30      Otwarcie konferencji:  
Prof. Aleksander Łuczak, Zastępca Przewodniczącej KRRiT
- 9.30-9.45      Hanno Hartig, szef Departamentu Mniejszości, Mediów i Równości w Dyrekcji  
Generalnej Praw Człowieka w Radzie Europy: Dostęp mniejszości narodowych i  
etnicznych do mediów elektronicznych w świetle Ramowej Konwencji o Ochronie  
Mniejszości Narodowych
- 9.45-10.00     dr Beata Klimkiewicz, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet  
Jagielloński: Mniejszości w mediach elektronicznych: modele i rozwiązania
- 10.00-10.15    prof. Grzegorz Janusz, ekspert Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka: Dostęp  
mniejszości narodowych i etnicznych do mediów elektronicznych w świetle przepisów  
obowiązujących w Polsce oraz standardów europejskich
- 10.15-10.30    Dobiesław Rzemieniewski, naczelnik Wydziału Mniejszości Narodowych i Etnicznych  
Departamentu Wyznań Religijnych oraz Mniejszości Narodowych i Etnicznych  
MSWiA: Działania administracji rządowej wspierające obecność mniejszości  
narodowych i etnicznych w mediach elektronicznych
- 10.30-10.45    Izabella Chruślińska, dyrektor Departamentu Integracji Europejskiej i Współpracy z  
Zagranicą w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji: Audycje dla mniejszości  
narodowych i etnicznych w polskim radiu i telewizji
- 10.45 -11.10    Pytania do prelegentów
- 11.30-11.45    Piotr Tyma, przewodniczący Rady Mediów Elektronicznych Mniejszości Narodowych i  
Etnicznych: Model funkcjonowania audycji telewizyjnych w językach mniejszości  
narodowych i etnicznych na przykładzie „Telenowyn”
- 11.45-12.00    Jerzy Kalina, dziennikarz OTVP Białystok: Model funkcjonowania audycji  
telewizyjnych w językach mniejszości na przykładzie „Sami o sobie”
- 12.00-12.15    Sebastian Fikus, wiceprezes Zespołu Producentckiego „PRO FUTURA” w Opolu:  
Model funkcjonowania audycji telewizyjnych w językach mniejszości na przykładzie  
„Schlesien Journal”
- 12.15-12.45    Artur Jabłoński, prezes Zrzeszenia Kaszubsko-Pomorskiego: Wyzwania i perspektywy  
audycji w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz w języku regionalnym w  
obliczu nowych ram prawnych - nowe rozwiązania na przykładzie Radia KaszDbD
- 12.45-13.00    Janusz Andrzejowski, prezes Radia Kraków SA: Radio internetowe dla mniejszości  
narodowych i etnicznych - wymiar europejski
- 13.15-15.00    Dyskusja panelowa: Ustawodawstwo a praktyka działania. Wnioski z  
dotychczasowych doświadczeń i perspektywy działalności w przyszłości (sposoby  
finansowania audycji dla mniejszości, zasady powoływania audycji, merytoryczna  
formuła audycji, relacje nadawców z zespołami realizacyjnymi i środowiskami  
mniejszości, dopuszczalne limity interwencji nadawców, problem podnoszenia  
kwalifikacji redaktorów)  
Moderator: prof. Grzegorz Janusz  
Uczestnicy panelu: Danuta Głowacka-Mazur - MSWiA, Izabella Chruślińska - KRRiT,  
Jarosław Szczepański - TVP SA, Piotr Tyma - Rada Mediów Elektronicznych  
Mniejszości Narodowych i Etnicznych, Jan Smyk - Radio Białystok, Andrzej Russak -  
Radio Opole, Andrzej Watemborski - Radio Koszalin
- 15.00-15.45    Dyskusja
- 15.45-16.00    Podsumowanie konferencji  
Danuta Głowacka-Mazur, zastępca dyrektora Departamentu Wyznań Religijnych oraz  
Mniejszości Narodowych i Etnicznych MSWiA

## Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych w mediach publicznych

Mówiąc o audycjach realizowanych dla mniejszości narodowych i etnicznych w mediach publicznych, należy rozpocząć od wyraźnego rozróżnienia: mówimy o audycjach realizowanych w językach mniejszości i języku regionalnym oraz odrębnie o audycjach realizowanych w języku polskim poświęconych tematyce mniejszości narodowych i etnicznych. O tym rozróżnieniu warto przypominać, ponieważ dotychczasowe wieloletnie doświadczenie pokazuje, że w środowisku nadawców publicznych dość często zaciera się granica pomiędzy tymi dwiema kategoriami audycji. Dlatego ważna jest kwestia, aby w rozmowach o dostępie mniejszości do mediów elektronicznych pilnować tego rozróżnienia. To do pierwszej kategorii programów odnoszą się zapisy w ustawie o radiofonii i telewizji, kiedy mówi się o uwzględnianiu potrzeb mniejszości w mediach publicznych, w tym emitowaniu programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym. To te programy mają służyć ochronie, zachowaniu i rozwojowi tożsamości kulturowej mniejszości oraz podtrzymywania języka macierzystego. Druga kategoria programów, bardzo istotna, ma służyć przede wszystkim większości społeczeństwa, a nie mniejszości, wpisuje się w budowanie społeczeństwa obywatelskiego, ma uwrażliwiać na sprawy i problemy mniejszości.

Regulacje prawne mają istotny, ale tylko częściowy wpływ na politykę medialną wobec mniejszości narodowych i etnicznych. Decydująca jest praktyka stosowana przez nadawców publicznych, gdyż to na nich w świetle ustawy o radiofonii i telewizji spoczywa obowiązek realizacji potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych.

Mówiąc o praktyce działania warto pamiętać o perspektywie czasowej, mówimy o działaniach i problemach, jakie miały miejsce w okresie prawie piętnastu lat. Problemy istotne z punktu widzenia mniejszości narodowych i etnicznych pierwszej połowy lat 90-tych w odniesieniu do mediów elektronicznych zmieniły w znacznej części charakter. Wówczas najwięcej problemów wywołał postulat uruchomienia audycji realizowanych w językach mniejszości narodowych i etnicznych.

Dzisiaj są nadawane następujące audycje, realizowane w językach macierzystych mniejszości narodowych i etnicznych w publicznej telewizji i radiofonii:

- Magazyny realizowane przez Oddział TVP Białystok dla poszczególnych mniejszości „Tydzień Białoruski”, „Przegląd Ukraiński”, „Panorama Litewska”, „Rosyjski Głos”, „My Romowie” i „Podlaski Orient” (magazyn mniejszości tatarskiej);
- „Telenowyny” (audycja realizowana w języku ukraińskim przez TVP3 Regionalna w Warszawie);
- Schlesien Journal (audycja dla mniejszości niemieckiej emitowana przez TVP w Opolu, ale realizowana przez niezależny zespół dziennikarski mniejszości niemieckiej);
- Rodno zemla (cykliczny magazyn kaszubski, własnej produkcji, o społeczności kaszubskiej, realizowany i emitowany przez Oddział TVP w Gdańsku);
- Ukraiński Visnyk , magazyn realizowany w języku ukraińskim przez TVP SA Olsztyn;
- Oddział TVP w Krakowie niektóre edycje programu „U siebie” nadaje w języku romskim;
- Radio Białystok SA („Ukraińska dumka” w języku ukraińskim, „Pad znakam Pahoni” i „Duchounyja sustreczy” w języku białoruskim i „Litewski Magazyn Radiowy” w języku litewskim);
- Radio Olsztyn SA (audycje w języku ukraińskim oraz w języku niemieckim);
- Radio Opole SA („Śląskie aktualności” i „Prosto z Kolonii” w języku niemieckim, „Nasz Heimat” w języku polskim i niemieckim);
- Radio Katowice SA („Pojednanie i przyszłość”, audycja w języku niemieckim);

- Radio Kraków SA („Kermesz" audycja łemkowsko-ukraińska);
- Radio Rzeszów SA („Magazyn w języku ukraińskim");
- Radio Koszalin SA („Magazyn ukraiński "w języku ukraińskim i „Magazyn kaszubski" w języku kaszubskim);
- Radio Wrocław SA „Sami swoi" formuła mieszana, audycja ukraińsko, łemkowsko, romska ale także informacje w j. polskim;
- Radio Gdańsk SA, „Magazyn Kaszubski", oraz „Kleka", magazyny nadawane w języku kaszubskim.

Z różnych przyczyn w Polsce nie funkcjonuje ani w telewizji, ani w radiu jeden model audycji czy programów dla mniejszości realizowanych w językach macierzystych. Używając terminu model audycji, mamy na myśli 3 elementy: strukturę finansowania, strukturę redakcyjno-dziennikarską oraz formułę audycji. Również proponowane przez mniejszości audycje i magazyny realizowane w językach ojczystych znacznie się między sobą różnią. Wstępnie cele audycji dla mniejszości realizowanych w ich językach (zdefiniowane w wyniku dyskusji z przedstawicielami mniejszości) można określić w następujący sposób: przedstawiciele mniejszości oczekują, że powinny one zawierać informacje dotyczące życia samych środowisk mniejszości, być autoprezentacją tych społeczności i ich problemów w stosunku do większości, być dopełnieniem funkcji mediów elektronicznych w informacji o „macierzach" tychże mniejszości.

Wydaje się, że w znacznym stopniu to zróżnicowanie wypływa ze zróżnicowania potrzeb różnych mniejszości. Dla jednych ważna jest przede wszystkim informacja dotycząca życia ich zbiorowości, dla innych pokazanie szerszego spektrum tematów i problemów. Warto przypomnieć, że w 2001 roku magazyn „Telenowyny" realizowany w języku ukraińskim (przygotowywany w WOT), otrzymał nagrodę przewodniczącego KRRiT właśnie za otwarty i oryginalny sposób ukazywania tematyki społeczności ukraińskiej w Polsce.

Jeśli chodzi o drugą kategorię audycji realizowanych w języku polskim o problemach i sprawach mniejszości narodowych i etnicznych, warto zwrócić uwagę na jeden aspekt. Raz do roku nadawcy publiczni proszeni są w związku z organizowanymi posiedzeniami otwartymi Sejmowej Komisji Mniejszości poświęconymi kwestiom dostępu do przedstawienia sprawozdania. Dołączają do niego listę realizowanych audycji, niestety bardzo często, a dotyczy to przede wszystkim TVP SA, na liście tej znajdują się programy, które nie mają nic wspólnego z tematyką mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce, są to programy realizowane dla/ i o Polonii, festiwal Kultury Kresowej, czy o problemach narodowościowych i konfliktach etnicznych w Izraelu i Bliskim Wschodzie.

I. Chruślińska

#### **Fragменты podsumowania konferencji:**

Wielokrotnie podkreślano w trakcie dzisiejszej konferencji konieczność wypracowania stałych mechanizmów współpracy pomiędzy nadawcami publicznymi a przedstawicielami mniejszości narodowych i etnicznych, które będą funkcjonowały niezależnie od zmian personalnych w mediach publicznych. Jednym z wielokrotnie przewijających się postulatów zarówno ze strony mniejszości, jak i przedstawiciela KRRiT, było utworzenie stanowiska do spraw programów mniejszościowych przy Zarządzie Telewizji Polskiej SA, a być może również przy ośrodkach regionalnego Polskiego Radia SA. Osoba pełniąca tego typu stanowisko miałaby za zadanie nie tylko odpowiadać za rozwiązywanie już zaistniałych problemów, ale również, a może przede wszystkim, na drodze rozmów i mediacji, koordynować realizację wspólnych pomysłów, wspólnych rozwiązań. Pan Jarosław Szczepański, rzecznik prasowy Zarządu TVP SA, uczestniczący w konferencji, zobowiązał się do przekazania prezesowi prośby o utworzeniu stanowiska do spraw programów mniejszościowych. A także, co jest niezwykle istotne, również przekazania propozycji stworzenia w przyszłości grupy roboczej, która wypracowałaby model tworzenia kosztorysów audycji mniejszościowych, a także model funkcjonowania audycji mniejszościowych w strukturach publicznych nadawców.

Pani dr Beata Klimkiewicz w swoim wystąpieniu wskazała na sześć warunków, dzięki którym niektórzy nadawcy w Europie odnieśli sukces zajmując się aktywnie tematyką mniejszości narodowych i etnicznych, warto je w podsumowaniu konferencji przypomnieć, gdyż mogą one odegrać ważną rolę również w Polsce:

- programy o i dla mniejszości powinny być kulturowo otwarte, większość programów powinna być w dwóch językach - języku większościowym i języku mniejszościowym. To przyciąga znacznie większą grupę widzów;
- programy takie powinny być dostępne w sieciach kablowych a także na satelitach;
- programy mniejszościowe nie powinny być poddawane testowi rynku, testowi oglądalności;
- audycje dla mniejszości nie powinny tylko informować o kulturze, o życiu grup mniejszości, ale także zawierać elementy nauki języka mniejszości, a także np. promować młodych zdolnych ludzi wywodzących się z grup mniejszościowych;
- powinny być stałym elementem krajobrazu medialnego, a więc stałe miejsce w siatce programów;
- audycje mniejszościowe powinny pełnić rolę informatorów publicznych.

Chciałabym na zakończenie zacytować wypowiedź pana Artura Jabłońskiego, który mówił o tym, że poszukiwanie modelu rozwiązania funkcjonowania w ogóle obecności w mediach mniejszości narodowych i etnicznych czy języka regionalnego nie tylko w mediach publicznych wymaga poszukiwania różnych rozwiązań. Artur Jabłoński powiedział: „Różnego typu możliwości prawne drzemą w przepisach dotyczących nie tylko mniejszości lecz przepisach dotyczących sytuacji wszystkich obywateli polskich”. Warto zatem pamiętać o tym, że choć istnieje ustawowy obowiązek mediów publicznych do tego, aby emitować programy dla mniejszości narodowych i etnicznych w ich językach oraz we współpracy z mniejszościami, ale również mniejszości powinny postarać się być może wykorzystać wszystkie mechanizmy prawne, które są zagwarantowane w prawie polskim dla obywateli Rzeczypospolitej tak, aby mogły mówić głosem, który będzie słyszalny jak najszerzej i jak najdonośniej.

Danuta Głowacka-Mazur,  
zastępca dyrektora Departamentu Wyznań Religijnych oraz Mniejszości Narodowych i  
EtnicznychMSWiA

Zapis całej konferencji ukaże się na stronie internetowej KRRiT w styczniu 2006 r.

## WSPÓŁPRACA POLSKO-UKRAIŃSKA

Konferencja współorganizowana przez KRRiT i Radę Europy w Kijowie: „Publiczne i komercyjne środki masowego przekazu jako europejskie wyzwanie dla Ukrainy. Czynniki regionalny”.

Konferencję „Publiczne i komercyjne środki masowego przekazu jako europejskie wyzwanie dla Ukrainy. Czynniki regionalny” zorganizowała w Kijowie na początku listopada Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wspólnie z Radą Europy i ukraińskimi partnerami – Internews-Ukraina i Stowarzyszeniem Niezależnych Nadawców. W roku bieżącym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, mając wieloletnie doświadczenie współpracy z Radą Europy, realizuje, w ramach Programu Wsparcia i Pomocy Technicznej, cykl staży dla dziennikarzy ukraińskich mediów regionalnych. Staże tego typu objęły dziennikarzy i menedżerów z Odessy, Mykołajewa, Sum, Charkowa, Berdiańska, Charkowa oraz konferencję w Kijowie. Program ten oparty jest na zasadzie dzielenia się doświadczeniami pomiędzy różnymi krajami członkowskimi Rady Europy. W konferencji kijowskiej brali udział obok ekspertów ukraińskich eksperci z Polski, Danii, Czech i Bośni-Hercegowiny.

Po zakończeniu wyborów prezydenckich 2005 roku i zwycięstwie pomarańczowej rewolucji rozpoczęto na Ukrainie dyskusję o konieczności stworzenia na bazie radiofonii i telewizji państwowej systemu nadawcy publicznego. Inicjatorem dyskusji była koalicja organizacji społecznych „Nadawcy Społeczni”. Koalicja ta wspólnie z innymi organizacjami pozarządowymi, niezależnymi ekspertami oraz dziennikarzami przygotowała projekt ustawy o publicznej radiofonii i telewizji oraz projekty zasad polityki redakcyjnej nadawców publicznych.

W czerwcu br. odbyło się pierwsze głosowanie w Parlamencie Ukrainy 21 uchwały o „Perspektywach utworzenia publicznej radiofonii i telewizji na Ukrainie” z 13 kwietnia 2005 roku, za którą głosowała zdecydowana większość posłów. Niestety w przeddzień konferencji w czasie drugiego czytania projekt nie przeszedł. Oznacza to, że do wyborów parlamentarnych na Ukrainie przewidzianych na koniec marca przyszłego roku sprawa transformacji mediów państwowych w publiczne pozostanie na poziomie debat i dyskusji eksperckich.

Czas ten warto wykorzystać na dokładną analizę plusów i minusów tego procesu. Dotyczy to również wzajemnych uzależnień rynku komercyjnego od rynku, w przyszłości, mediów publicznych. Na Ukrainie od początku lat 1990 dość intensywnie rozwinął się rynek mediów komercyjnych, szczególnie na poziomie regionalnym. Ukraiński rynek komercyjny jest znacząco zróżnicowany strukturalnie, w związku z tym że powstawał jako alternatywa dla systemu nadawcy państwowego.

Internews-Ukraina i Stowarzyszenie Niezależnych Nadawców na Ukrainie, współorganizatorzy konferencji, mają przekonanie, że wśród nadawców regionalnych na Ukrainie nie ma dokładnego wyobrażenia ani o zaletach, ani o potencjalnych zagrożeniach, jakie niesie za sobą stworzenie systemu nadawcy publicznego.

Po pomarańczowej rewolucji, kiedy sytuacja w mediach uległa znacznej pozytywnej zmianie, likwidacji systemu tzw. „temnykiw”, a więc braku cenzury, pewna liczba najbardziej skutecznych menedżerów regionalnych komercyjnych stacji radiowych i telewizyjnych przeszła do obwodowych państwowych stacji radiowych i telewizyjnych. Wielu nadawców obawia się realnego zagrożenia, dawni nadawcy państwowi, którzy zostaną przekształceni w nadawców publicznych, będą w stanie konkurować z nadawcami komercyjnymi, co z czasem może doprowadzić do zniszczenia systemu nadawców komercyjnych. Część obserwatorów obawia się, że w razie odnowienia systemu autokratycznego na Ukrainie w dziedzinie nadawcy publicznego państwo może otrzymać monopol na informację.

Celem konferencji było omówienie zagrożeń i szans stworzenia systemu nadawcy publicznego, a także stworzenie grupy roboczej i praktycznych rekomendacji dla rządu Ukrainy oraz innych organów władzy państwowej i samorządów lokalnych w odniesieniu do warunków tworzenia systemu nadawców publicznych oraz zachowania równowagi pomiędzy sektorem komercyjnym a publicznym na poziomie krajowym i regionalnym.



Uczestnikami konferencji byli przedstawiciele organów władzy państwowej, menedżerowie stacji telewizyjnych i radiowych, dziennikarze, przedstawiciele dziennikarskich instytucji oświatowych, organizacji społecznych sektora medialnego, medialnych organizacji związków zawodowych.

Opracowała: I. Chruślińska

Poniżej publikujemy program konferencji oraz obszernie fragmenty wystąpienia Danuty Waniek, Przewodniczącej KRRiT.

## Fragmety wystąpienia Przewodniczącej KRRiT

Inicjatywa Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, aby zorganizować tę konferencję, nie była przypadkowa, podobnie jak i wybór tematu. Dzisiejsza konferencja wyrasta z podejścia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wspólnych polsko-ukraińskich kontaktów oraz wpisuje się w kilkuletnie już inicjatywy podejmowane przez nas w odniesieniu do współpracy polsko-ukraińskiej w dziedzinie mediów. Staramy się realizować w praktyce kierunki tzw. wielkiej polityki, Ukraina jest dla Polski strategicznym partnerem. Ostatnio w kontekście członkostwa Polski w Unii Europejskiej wiele mówiono w naszym kraju o miejscu Ukrainy w poszerzonej Europie, o ewentualnych zadaniach Polski w tym kontekście. Zdecydowana większość polskiej klasy politycznej uważa, że wypracowanie miejsca dla Ukrainy w przyszłej Unii Europejskiej wymaga wsparcia Polski i uznaje, że jest to ważne zadanie zarówno z powodów geopolitycznych, jak i gospodarczych, oraz stanowi jedno z ważniejszych wyzwań naszej polityki europejskiej.

Mamy świadomość, że bez bliskich kontaktów ludzi, a także środowisk profesjonalnych, i bez realizacji wspólnych projektów nie da się wprowadzić w życie założeń wielkiej polityki. Z tych powodów Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji tak aktywnie włączyła się w działania na rzecz polsko-ukraińskiej współpracy. Proszę mi pozwolić w kilku słowach przypomnieć parę najistotniejszych inicjatyw Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w tym obszarze.

Przede wszystkim staramy się inicjować działania dotyczące polsko-ukraińskiej współpracy przygranicznej w dziedzinie mediów elektronicznych. W tym celu zorganizowaliśmy kilka spotkań i konferencji z udziałem przedstawicieli mediów regionalnych z Polski i Ukrainy. Współpracujemy z odpowiednikiem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na Ukrainie – Narodową Radą ds. Telewizji i Radia, z którą mamy podpisaną umowę o wzajemnej współpracy. W latach 2003-2004 zrealizowaliśmy wspólnie z BBC World z Wielkiej Brytanii i Centrum Inicjatyw Medialnych na Ukrainie wspólny projekt Unii Europejskiej „Wsparcia dla niezależnych mediów na Ukrainie”. W ramach tego projektu ukraińscy dziennikarze i ludzie mediów mieli okazję spotkać się i porozmawiać z przedstawicielami najważniejszych mediów w Polsce, w tym w szczególności mediów publicznych.

W roku bieżącym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, mając wieloletnie doświadczenie współpracy z Radą Europy, realizuje, w ramach Programu Wsparcia i Pomocy Technicznej, cykl staży dla dziennikarzy ukraińskich mediów regionalnych. Staże tego typu objęły dziennikarzy i menedżerów z Odessy, Mykołajewa, Sum, Charkowa, Berdiańska.

Również dzisiejsza konferencja realizowana jest w ramach tego samego Programu Wsparcia i Pomocy Technicznej Rady Europy. Program ten oparty jest na zasadzie dzielenia się doświadczeniami pomiędzy różnymi krajami członkowskimi Rady Europy. W konferencji biorą udział obok ekspertów ukraińskich, eksperci z Polski, Danii, Czech i Bośni-Hercegowiny.

Tak jak wspominałam, wybór tematu konferencji nie jest przypadkowy. Nasi ukraińscy partnerzy zaproponowali ten temat, który na Ukrainie w ostatnim półroczu w kontekście mediów elektronicznych, stanowił podstawę do debat publicznych oraz prac w ukraińskim parlamencie – w Radzie Najwyższej. Temat ten to stworzenie warunków do transformacji mediów państwowych w media publiczne.

Podobnie jak w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej, proces tworzenia systemu mediów publicznych powinna poprzedzać dokładna analiza jego plusów i minusów, w tym również analiza dotycząca interesów poszczególnych podmiotów sfery medialnej. Dotyczy to również relacji pomiędzy nadawcami publicznymi i komercyjnymi. Nasza konferencja powinna przynieść odpowiedzi przynajmniej na niektóre z powyższych aspektów.

W Polsce podstawowym celem polityki medialnej państwa jest zapewnienie swobody wypowiedzi i wolności mediów tak, aby zasady te pozostawały w zgodzie z Konstytucją RP oraz ze standardami międzynarodowymi, określonymi zwłaszcza w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka i Podstawowych Wolności oraz w art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, a także w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka.

Ze względu na szczególne cechy radiofonii i telewizji, polityka medialna różnych państw, w tym Polski, tradycyjnie zmierzała do realizacji różnych celów polityki państwowej, określonej w specjalnych, wyodrębnionych aktach prawnych:

\* w sferze zawartości programowej radia i telewizji, uregulowanej w ustawie o radiofonii i telewizji, dąży się do ochrony niezależności mediów, pluralizmu i różnorodności, a także do zaspokajania potrzeb odbiorców w zakresie informacji, kultury, oświaty, ochrony małoletnich, czy wreszcie do istnienia i właściwego funkcjonowania publicznej radiofonii i telewizji. Pragnę podkreślić w tym miejscu, że ustawa gwarantując nadawcom samodzielność w zakresie programu nierozdzielnie łączy tę samodzielność z odpowiedzialnością za treści przekazywane w programie. Ustawa dopuszcza kontrolę działalności programowej nadawców tylko w ściśle określonych przypadkach. W szczególności kontrola jest dopuszczalna, gdy naruszone zostały przepisy o ochronie małoletnich, bądź przepisy dotyczące emisji reklam, ich częstotliwości i czasu trwania. Ale trzeba podkreślić, że jest to zawsze kontrola ex post, czyli kontrola po emisji. Niedopuszczalna i konstytucyjnie zabroniona jest wszelka kontrola przed emisją, gdyż to wprowadzałoby cenzurę prewencyjną, z którą po 1989 roku, a więc po wprowadzeniu nowego demokratycznego porządku prawnego w naszym kraju, definitywnie zerwano. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie pełni więc takich funkcji, które w jakikolwiek sposób łączyłyby się z bezpośrednią ingerencją w tworzenie i rozpowszechnianie programu;

\* w odniesieniu do rynkowych aspektów funkcjonowania radiofonii i telewizji dąży się, poprzez odpowiednie zapisy prawa antymonopolowego, do ochrony konkurencji, ale także do zapewnienia dobrej kondycji ekonomicznej sektora audiowizualnego jako całości.

W Polsce publiczna radiofonia i telewizja, jej zręby zaczęły powstawać po 1989 roku, zaś w obecnym kształcie istnieje od roku 1992, kiedy to weszła w życie obecnie obowiązująca ustawa o radiofonii i telewizji.

Ustawa wprowadziła przede wszystkim odseparowanie świata polityki od nadawców, a w tym nadawców publicznych. Tym buforem na styku polityki i mediów jest właśnie Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, która utrzymuje kontakty z rządem i parlamentem z jednej strony oraz nadawcami z drugiej. Trybunał Konstytucyjny orzekając o zgodności ustawy o radiofonii i telewizji z Konstytucją RP i określając rolę nadawców publicznych podkreślił, że istotą reformy z 1992 roku było przekształcenie rządowej radiofonii i telewizji w radiofonię i telewizję publiczną. Chodziło więc przede wszystkim o odseparowanie radia i telewizji od rządu i powiązanej z nim większości parlamentarnej tak, aby uniemożliwić traktowanie środków przekazu jako politycznego instrumentu rządzenia.

Programy publicznej radiofonii i telewizji powinny w szczególności rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk oraz sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej. Ten ustawowy nakaz zachowania wewnętrznego pluralizmu w programach publicznej radiofonii i telewizji możliwy jest do zrealizowania tylko pod warunkiem zachowania ich wyraźnego dystansu od aktualnego dysponenta politycznego.

W tym celu ustawa o radiofonii i telewizji stworzyła trzy poziomy decyzji w sprawach publicznej radiofonii i telewizji: Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, a w ramach spółek publicznej radiofonii i telewizji rady nadzorcze oraz zarządy tych spółek. Stanowią one tak zwane bufory pomiędzy władzami politycznymi a redakcjami, realizującymi działalność programową radiofonii i telewizji. Powiązania z władzami politycznymi ma tylko Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, ale i jej pozycję należy interpretować w oparciu o zasadę niezależności, gdyż nie istnieją żadne formy bezpośredniego powiązania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z aparatem rządowym.

Od ogólnej zasady niezależności nadawców publicznych można wskazać dwa podstawowe wyjątki:

\* nadawcy publiczni umożliwiają bowiem naczelnym organom państwowym bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa,

\* nadawcy publiczni stwarzają partiom politycznym, ogólnokrajowym organizacjom związków zawodowych i związkom pracodawców możliwość przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych.

Ale podkreślam, że są to wyjątki, gdzie wyłącznie określone podmioty (naczelnice organa państwa, partie polityczne, związki zawodowe) mają w ściśle określonych warunkach szczególne uprawnienia wobec mediów publicznych, to znaczy gdy zachodzi konieczność bezpośredniej prezentacji czy wyjaśnienia polityki państwa – na przykład Prezydent RP ma prawo zwrócić się o czas antenowy do nadawcy publicznego. Zaś nadawca publiczny ma obowiązek ten czas udostępnić. Z kolei partie polityczne czy związki zawodowe mają prawo do udziału w specjalnych audycjach tworzonych przez nadawców publicznych w celu prezentacji swoich stanowisk w najważniejszych sprawach publicznych. Te sprawy szczegółowo regulują rozporządzenia wydane na podstawie ustawy przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji.

Podkreślić należy, że celem ustawy o radiofonii i telewizji było przede wszystkim zapewnienie niezależności nadawców publicznych od ośrodków władzy. Stąd też pojawiło się pojęcie nadawca publiczny w odróżnieniu od dotychczasowego określenia nadawca państwowy. Za jeden z podstawowych warunków zapewnienia tej niezależności uznano nowe zasady finansowania nadawców publicznych. Według ustawy o radiofonii i telewizji to finansowanie jest niezależne od rządu, parlamentu i Prezydenta RP i ma trzy podstawowe źródła: abonament, rynek reklam oraz własna działalność gospodarcza. Realizacji tego sposobu finansowania służy nowa forma prawna nadawców publicznych – spółka prawa handlowego, działająca jako jednoosobowa spółka Skarbu Państwa, w której Skarb Państwa jest reprezentowany przez ministra Skarbu Państwa. Ale ustawa o radiofonii i telewizji jednocześnie podkreśla, że zarząd spółki nie jest związany poleceniami i zakazami, ustanowionymi przez Walne Zgromadzenie, czyli przez ministra Skarbu Państwa, jeżeli dotyczą one treści programu.

Ustawa o radiofonii i telewizji z 1992 roku podzieliła więc istniejący wcześniej organ państwowy, czyli Komitet do spraw Radia i Telewizji tzw. Radiokomitet, na następujące podmioty:

- Spółkę Telewizja Polska Spółka Akcyjna wraz z 16 oddziałami terenowymi w największych miastach Polski, z reguły stanowiących siedzibę województwa;
- Spółkę Polskie Radio Spółka Akcyjna;
- 7 regionalnych rozgłośni Polskiego Radia, działających jako samodzielne spółki.

Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji, system mediów publicznych tworzy więc 19 podmiotów, działających w oparciu o przepisy ustawy z 1992 roku oraz Kodeksu spółek handlowych.

W każdej z tych 19 spółek powołane są następujące organy:

- Zarząd,
- Rada Nadzorcza,
- Rada Programowa jako organ opiniotwórczo-doradczy.

Wspólnym organem dla wszystkich spółek mediów publicznych jest Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy, którego podstawowym zadaniem w stosunku do mediów publicznych jest rozpatrywanie i zatwierdzanie sprawozdań z działalności organów poszczególnych spółek w danym roku rozrachunkowym i udzielanie tym organom skwitowania z wykonania nałożonych obowiązków.

Być może w tym momencie zadajcie sobie Państwo pytanie: czy forma spółek prawa handlowego dla nadawców publicznych jest dobrym rozwiązaniem? Na to pytanie mogę odpowiedzieć, że poprzez tę formę zagwarantowano nadawcom publicznym niezależność polityczną i gospodarczą oraz nie dopuszczono do sytuacji zmarginalizowania roli nadawców publicznych, jak to miało miejsce w innych byłych krajach socjalistycznych.

I nadal Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przywiązuje ogromną wagę do tego wszystkiego, co wiąże się z zagwarantowaniem mediom publicznym właściwej roli i pozycji społecznej. Wychodzimy z przekonania, że tylko media publiczne są w stanie zapewnić powszechny dostęp do najważniejszych wydarzeń i do programów określających narodową tożsamość. Edukacja obywatelska wymaga istnienia silnych mediów publicznych, które muszą mieć stworzone warunki umożliwiające wypełnianie

misji społecznej, która od niedawna, bo od 2004 roku, czyli od wejścia Polski do Unii Europejskiej, jest zdefiniowana w ustawie.

Obowiązkiem państwa jest więc stwarzanie warunków, w szczególności prawnych, finansowych, technicznych i technologicznych, które umożliwią wypełnianie przez media publiczne ich zadań wobec społeczeństwa. Media publiczne jako instytucja narodowa nie mogą być przedmiotem gry politycznej. Idea prywatyzacji mediów publicznych, głoszona przez niektóre nasze ugrupowania partyjne, jest w opinii Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wymierzona w ład demokratycznego państwa.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała „Strategię państwa polskiego w zakresie mediów elektronicznych na lata 2005-2020”. Takie opracowanie zostało przygotowane po raz pierwszy w naszym kraju, odkąd istnieje wolny rynek mediów, czyli pierwszy raz od 1992 roku.

Opracowanie to zostało przyjęte przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji jednogłośnie i w trybie ustawowym zostało przekazane Prezesowi Rady Ministrów, który odpowiada za kształtowanie polityki państwa w dziedzinie medialnej w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Zachęcam wszystkich Państwa, aby wszelkie prace dotyczące organizacji rynku mediów rozpoczynać właśnie od takich perspektywicznych opracowań, które przede wszystkim będą proponować kierunki rozwoju rynku mediów w długiej perspektywie, a także umożliwiać będą elastyczne reakcje na nowe trendy i przemiany zachodzące na tym rynku, w tym w szczególności na tak szybko zachodzące zmiany, wywołane rozwojem postępu technicznego.

Nadawcom publicznym poświęcamy w naszej strategii bardzo wiele uwagi. Czynimy to ze względu na ich znaczenie w polskiej radiofonii i telewizji, w polskiej demokracji, kulturze i życiu społecznym. Nasze propozycje zmierzają do tego, żeby zapewnić nadawcom publicznym możliwość bezpiecznego działania w warunkach pewności, zarówno obowiązków, jakie na nich spoczywają, jak i pewności finansowania odpowiedniego do realizacji tych obowiązków.

Uważamy, że zapewnienie nadawcom publicznym zdolności do właściwego wykonywania ich zadań wymaga przede wszystkim:

- stworzenia systemu precyzyjnego określania i rozliczania misji programowej. Instrumentem prawnym służącym realizacji tego celu jest według nas licencja programowa, a więc dokument wydawany przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, w którym są ściśle określone zobowiązania i zasady ich finansowania;
- stworzenia procedury określania tzw. kontraktu służby publicznej, podpisywanego przez zarząd i przewodniczącego KRRiT w porozumieniu z Ministrem Skarbu Państwa, Ministrem Kultury i Ministrem Finansów. Integralną częścią tego kontraktu są wspomniane przeze mnie licencje programowe. Kontrakt taki ponadto określałby zadania mediów publicznych w zakresie nowych technologii, zadania inwestycyjne, sposób finansowania wykonania tych zadań;
- zreformowanie systemu zarządzania mediami publicznymi i zapewnienie im odpowiedniego i stabilnego finansowania ze środków publicznych, zapewne przejrzystości gospodarki finansowej oraz stopniowe zmniejszanie uzależnienia finansów mediów publicznych od rynku reklamowego, co z kolei sprzyja zarówno postulatом nadawców komercyjnych (zrozumiałe jest, że chcą, aby tzw. tort reklamowy dzielony był wyłącznie dla mediów komercyjnych), jak i postulatом społecznym, czyli że zmniejszenie udziału reklam ograniczy komercyjny charakter oferty programowej nadawców publicznych i sprzyjać będzie wyłącznie realizacji ich zadań misyjnych.

W naszej strategii za zadania priorytetowe uznaliśmy rozpoczęcie procesu wprowadzania naziemnej cyfrowej radiofonii i telewizji. Jest to proces o ogromnym znaczeniu społecznym w sensie korzyści, jakie jego realizacja przyniesie. Ale jest to jednocześnie proces niezwykle skomplikowany i wymagający koordynacji właściwie wszystkich dziedzin działalności państwowej. O problemach związanych z wprowadzaniem naziemnej cyfrowej radiofonii i telewizji mówimy w naszym drugim dokumencie, opisującym wszystkie podstawowe aspekty tego procesu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji intensywnie uczestniczy w pracach rządowego zespołu powołanego przez Premiera, który opracował przyjętą przez Radę Ministrów strategię przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej. Obecnie w ten sam sposób tworzony

jest dokument poświęcony radiofonii cyfrowej. Wszystkie regulacje dotyczące tych ważnych kwestii, które pozostają w kompetencji Krajowej rady Radiofonii i Telewizji są tworzone w sposób demokratyczny i podlegają szerokiemu procesowi konsultacji, zarówno z nadawcami, jak i innymi instytucjami, które są zainteresowane procesem konwersji technologicznej. Jest to zgodne z duchem i literą polityki wspólnotowej, która została określona w pakiecie unijnych dyrektyw o komunikacji elektronicznej.

W tym kontekście pragnę jednak zwrócić Państwa uwagę na jeszcze jeden aspekt tej sprawy. Przejście z nadawania analogowego na cyfrowe z punktu widzenia odbiorcy, czyli społeczeństwa, to istotne poszerzenie oferty programowej. Z punktu widzenia nadawców to ogromny biznes liczony w miliardach złotych. Naszą rolą jest również to, aby w tej biznesowej konkurencji zapewnić właściwą pozycję mediom publicznym i nie pozwolić, aby w sposób ograniczony korzystały one ze zdobyczy postępu technicznego. Teraz stoimy przed rozwiązaniem głównego problemu, czy media publiczne, a w tym konkretnym przypadku Telewizja Polska SA, miałyby swój własny multipleks. Przyznam, że jestem zwolenniczką takiego rozwiązania. Tak jest zresztą w większości krajów europejskich. Ale podejmując nasze ostateczne rozwiązania musimy uwzględnić wszystkie interesy wszystkich podmiotów działających na rynku mediów elektronicznych w Polsce, gdyż ustawa o radiofonii i telewizji, a przede wszystkim Konstytucja RP, nakazuje Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji stanie na straży wolności słowa w radiu i telewizji, ochronę samodzielności nadawców i interesów odbiorców, a także zapewnianie otwartego i pluralistycznego charakteru radiofonii i telewizji. W celu realizacji tych zadań przed laty w 1992 roku została utworzona Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako niezależny od aparatu rządowego konstytucyjny organ państwowy. Tak więc dokonując pewnego skrótu można powiedzieć, że rolą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jest tworzenie takiego ładu w eterze, gdzie równoprawne warunki rozwoju ma zapewniony zarówno sektor mediów publicznych, jak i sektor mediów komercyjnych. Patrząc na to od strony efektów rzeczywistych, można powiedzieć, że mamy dobre efekty, nasz rynek medialny jest zróżnicowany i pluralistyczny. Pluralizm zapewnia w swej istocie możliwość wypowiedzi wszystkich poglądów, odzwierciedlenia różnych kultur, sposobu życia różnych grup społecznych, zapewnienia wypowiedzi mniejszościom. Pluralizm powinien redukować potencjalne konflikty społeczne, gdyż musi pozwalać na zróżnicowaną debatę publiczną, prowadzącą do wypracowania kompromisu między różnymi racjami. Pluralizm musi służyć dobru wspólnemu i interesowi publicznemu.

Polski rynek mediów elektronicznych jest pluralistyczny. Polski rynek mediów elektronicznych reguluje ponad 250 decyzji koncesyjnych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, które zapewniają różnorodną ofertę programową, a więc realizują różnorodne zapotrzebowania społeczne. Mamy bardzo zróżnicowaną ofertę programów satelitarnych, gdzie znakomitą większość stanowią programy wyspecjalizowane, poświęcone zarówno informacji, jak i publicystyce, edukacji, filmowi, poradnictwu, motoryzacji, religii, rozrywce, sportowi itp. Coraz bardziej rozwiniętym segmentem rynku mediów elektronicznych jest rynek telewizji kablowych, na którym istnieje ponad 600 operatorów, zarządzających ponad 800 sieciami i mających w swej dyspozycji prawie 5 milionów gniazd abonenckich. Z naszych statystyk wynika, że około 50% ludności naszego kraju ma możliwość oglądania ponad 400 programów dostępnych drogą satelitarną lub w sieciach telewizji kablowej, z czego ponad 50 programów jest emitowanych w języku polskim. Ta przytoczona przeze mnie statystyka stanowi wymierny efekt świadczący o rozwoju polskiego rynku mediów elektronicznych., którego prawną podstawę stanowią przepisy ustawy o radiofonii i telewizji.

Kończąc moją wypowiedź, pragnę jeszcze podziękować wszystkim partnerom współpracującym z nami przy przygotowaniu tej konferencji, a szczególnie Internews-Ukraina i Stowarzyszeniu Niezależnych Nadawców oraz Ambasadzie RP w Kijowie.

## Konferencja międzynarodowa

### PUBLICZNE I KOMERCYJNE ŚRODKI MASOWEGO PRZEKAZU JAKO EUROPEJSKIE WYZWANIE DLA UKRAINY. CZYNNIK REGIONALNY

#### PROGRAM

	Moderator: Dmytro Krykun
10:00 – 10:30	1. Otwarcie konferencji (Danuta WANIEK, Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Polska)
10:30 – 11:15	2. Publiczne media: standardy Rady Europy i Unii Europejskiej (Karol JAKUBOWICZ (Polska), Przewodniczący Komitetu Zarządzającego Rady Europy ds. mediów i nowych usług komunikacyjnych)
11:15 – 11:30	3. Sytuacja mediów na Ukrainie z perspektywy utworzenia systemu publicznej radiofonii i telewizji (Vitaliy SZEWCZENKO, Przewodniczący Ukraińskiej Rady ds. Radiofonii i Telewizji)
	II. Sesja I: Ukraińskie środki masowego przekazu w kontekście utworzenia mediów publicznych: przegląd na poziomie ogólnokrajowym i regionalnym
	Moderator: Dmytro Krykun
11:30 – 11:45	Koncepcje utworzenia mediów publicznych na Ukrainie Oleksandr TKACZENKO, Przewodniczący firmy medialnej „Nova Studio”
11:45 – 12:00	Media publiczne i komercyjne na Ukrainie: Jak zmieni się polityka w stosunku do mediów komercyjnych? Oleksandr BOGUCKI, Dyrektor Generalny stacji ICTV
	Podstawowa dyskusja:
12:00 – 12:30	Media regionalne w kontekście utworzenia systemu publicznej radiofonii i telewizji Genadiy SERGEEV, „Chernivtsi” miejska telewizja Czerniowiec; Yakiv BRYNZA, ODTRK Zaporozże; Larysa YAKUBENKO, ODTRK Sumy;
12:30 – 12:45	Podstawowa dyskusja: Tematy do dyskusji: 1. Ogólnokrajowe i regionalne media publiczne i komercyjne stan współczesny i perspektywy rozwoju 2. Ogólnokrajowi i regionalni nadawcy publiczni: podstawy utworzenia i perspektywy 3. Publiczni nadawcy i ich wpływ na rozwój rynku mediów komercyjnych na poziomie ogólnokrajowym i regionalnym – doświadczenia (Czechy, Dania, Polska)
	III. Sesja II. Problemy współistnienia mediów publicznych i komercyjnych na Ukrainie w kontekście doświadczeń zagranicznych
	Moderator: Kostiantyn Kvurt
	Tematy do dyskusji: Sposoby restrukturyzacji nadawców państwowych oraz sprawa gwarancji socjalnych.
14:15 – 14: 25	Wstęp: Ukraińskie realia restrukturyzacji nadawców państwowych Kostiantyn Kvurt
14:25 – 15:00	Dyskusja System finansowania mediów publicznych
15:00 – 15:10	Wstęp: Modele finansowania mediów publicznych na Ukrainie Kostiantyn Kvurt
15:10 -15:50	Dyskusja Zabezpieczenie niezależności mediów publicznych: efektywne zarządzanie i publiczna kontrola.
15:50 – 16:00	Wstęp: Publiczna Rada jako główny model kontroli publicznej mediów publicznych na Ukrainie Olga Bolshakova
16:00 – 16:40	Dyskusja Wpływ nowej technologii na perspektywy rozwoju mediów publicznych:
16:40 – 16:50	Wstęp: Rozwój nowych technologii z perspektywy mediów publicznych: Kontekst ukraiński

16:50 -17:20

Dyskusja

Główni uczestnicy dyskusji:

Christian Nissen, niezależny ekspert ds. rynku medialnego, ekspert Rady Europy

Karol. Jakubowicz, Przewodniczący Komitetu Zarządzającego Rady Europy ds. mediów i nowych usług komunikacyjnych

Dusan Babic, Członek Zarządu nadawcy publicznego w Bośni i Hercegowinie, ekspert Media Plan Institute

Petr Mares, Członek Panelu Doradczego Stowarzyszenia ds.

Międzynarodowych (Czechy), były Wicepremier rządu Republiki Czech

17:40 – 18:30

IV. Dyskusja końcowa: utworzenie grupy roboczej i opracowanie rekomendacji

Moderator: Kostiantyn Kvurt



## **DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA KRRIT**

### **PRZEGLĄD WYDARZEŃ MIĘDZYNARODOWYCH**

**Unia Europejska**

**UE**

**Komisja Europejska uznała pomoc publiczną udzieloną przy wprowadzaniu cyfrowej telewizji naziemnej w Berlinie-Brandenburgii za nielegalną**

Decyzja KE stanowi zakończenie postępowania wszczętego w lipcu 2004 r. na podstawie skarg od operatorów kablowych. W swojej decyzji Komisja uznała, że udzielona nadawcom komercyjnym pomoc w wysokości ok. 4 milionów euro jest niezgodna z zasadami udzielania pomocy publicznej określonymi w Traktacie, ponieważ zakłóca konkurencję. Jednocześnie Komisja wskazała, iż pomoc udzielona nadawcom, która nie została jej notyfikowana, podlega zwrotowi.

Komisja zwróciła uwagę, iż pomoc publiczna przyznana nadawcom przy wprowadzaniu cyfrowej telewizji naziemnej w Berlinie-Brandenburgii nie była udzielona na podstawie szczególnych kosztów z tym związanych. Wskazano również, iż taka forma pomocy pośrednio uprzywilejowała naziemną telewizję cyfrową w odniesieniu do innych konkurencyjnych platform, co narusza zasadę neutralności technologicznej.

Dodatkowo, podkreślając pełne poparcie dla przejścia na nadawanie cyfrowe, w decyzji zawarto wytyczne odnoszące się do zapewnienia w jak najpełniejszy sposób zgodności pomocy publicznej w tym zakresie z regułami Traktatu.

Ponadto Komisja wskazała w swoim komunikacie prasowym przykłady dopuszczalnych form pomocy publicznej dla procesu przejścia na nadawanie cyfrowe, w szczególności:

- Finansowanie rozwoju sieci transmisyjnej na obszarach, gdzie w innym przypadku odbiór sygnału telewizyjnego byłby niedostateczny;
- Finansowe rekompensowanie nadawcom publicznym kosztów nadawania za pomocą wszystkich platform pod warunkiem, że stanowi to część ich misji publicznej;
- Subsydia dla konsumentów na rzecz zakupu dekodery cyfrowych pod warunkiem, że są technologicznie neutralne, w szczególności gdy zachęcają do stosowania otwartych standardów;
- Rekompensata finansowa dla nadawców, którzy musieli zakończyć nadawanie w systemie analogowym przed wygaśnięciem koncesji pod warunkiem, że uwzględniono przyznane im zasoby cyfrowe.

#### **Konferencja Unii Europejskiej w Liverpoolu**

W dniach 20-22 września 2005 r. w Liverpoolu odbyła się zorganizowana przez Wielką Brytanię (prezydencja) i Komisję Europejską konferencja Between Culture and Commerce, poświęcona problematyce rewizji dyrektywy o „Telewizji bez Granic”. Konferencja była podzielona na panele tematyczne (odpowiadające dokumentom konsultacyjnym opublikowanym przez Komisję Europejską tzw. Issue Papers):

- zasady stosowane do usług audiowizualnych;
- prawo do informacji i prawo do krótkich relacji;
- różnorodność kulturowa oraz wspieranie europejskiej i niezależnej produkcji audiowizualnej;
- reklama w usługach audiowizualnych;
- pluralizm mediów;

- ochrona małoletnich i godności ludzkiej oraz prawo do odpowiedzi.

Podsumowując konferencję, komisarz Viviane Reding podkreśliła, że obecnie występują trzy możliwe warianty dla nowych wspólnotowych ram prawnych dotyczących treści audiowizualnych. Są to: pozostawienie bez zmian obecnej dyrektywy, częściowa nowelizacja i uporządkowanie obecnej dyrektywy lub opracowanie nowej dyrektywy spełniającej potrzeby zarówno przemysłu jak i konsumentów. Jeśli państwa członkowskie zdecydują się na wprowadzenie nowej dyrektywy, to taka dyrektywa z pewnością potwierdziłaby wspólnotowe wartości europejskie, doprowadziłaby do przyjęcia „miękkiego podejścia” do regulacji nowych usług audiowizualnych oraz unowocześniłaby zasady stosowane wobec tradycyjnej telewizji. W kwestii zakresu przyszłej dyrektywy podstawowym zadaniem UE będzie zapewnienie równych szans dla platform służących przekazywaniu podobnych treści audiowizualnych. Ponadto w sytuacji, gdy zmiany technologiczne oraz konwergencja prowadzą do zwiększenia liczby usług, konieczne jest przyjęcie technologicznie neutralnego podejścia do regulacji, co stanowi podstawowe uzasadnienie dla wprowadzenia jasnego rozróżnienia pomiędzy usługami linearnymi a nielinearnymi. Dodatkowo komisarz Reding postulowała m.in. wprowadzenie jasnych reguł dotyczących zjawiska product placement.

#### **Publiczne konsultacje nad rewizją dyrektywy o „Telewizji bez Granic”**

Dnia 5 września minął ustalony przez Komisję Europejską termin nadsyłania pisemnych stanowisk w ramach publicznych konsultacji nad rewizją tzw. dyrektywy o „Telewizji bez Granic”. Zainteresowane podmioty miały możliwość ustosunkowania się do sześciu tzw. dokumentów problemowych (issue papers), które odnosiły się do następujących kwestii:

- Przedmiotowy i terytorialny zakres dyrektywy;
- Prawo do informacji i prawo do krótkich relacji;
- Różnorodność kulturowa oraz wspieranie europejskiej i niezależnej produkcji audiowizualnej;
- Przepisy dotyczące reklamy w usługach audiowizualnych;
- Ochrona małoletnich i godności ludzkiej. Prawo do odpowiedzi;
- Pluralizm mediów.

Z możliwości przedstawienia swoich uwag skorzystało około dwustu podmiotów, wśród których oprócz instytucji państwowych (np. właściwe ministerstwa lub ciała regulacyjne) znalazły się europejskie organizacje branżowe (np. EBU, ECCA, AER), krajowe organizacje branżowe (niemiecki VPRT), grupy audiowizualne (Bertelsmann, Mediaset) firmy sektora telewizyjnego (np. BBC, Canal Plus ORF, RTL), firmy telekomunikacyjne (France Telecom, Vodafone) czy tzw. dotcomy (Yahoo, jak również wiele organizacji społecznych nie związanych bezpośrednio z europejską branżą audiowizualną (Toy Industries of Europe, International Ice Hockey Federation).

**Czechy**

**CZ**

#### **MTG kupuje udziały w Prima TV**

Szwedzka firma medialna Modern Times Group (MTG) znana z inwestycji na rynku mediów m.in. w państwach bałtyckich oraz na Węgrzech kupiła od amerykańskiej firmy GES Media Europe 50% udziałów w drugiej co do wielkości prywatnej stacji telewizyjnej Prima TV (około 26% rynku oglądalności). MTG ma możliwość dokupienia kolejnych udziałów w stacji. Zgodnie z podpisaną umową MTG ma prawo do trzech miejsc w radzie nadzorczej a także do obsadzenia stanowiska dyrektora wykonawczego. Wartość transakcji szacuje się na około 96 mln EUR.

## **CME przejmuje sportową stację Galaxie Sport**

Amerykańska firma medialna Central European Media Enterprises (CME), która jest właścicielem 9 stacji telewizyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej (w tym największej naziemnej stacji telewizyjnej w Czechach TV Nova oraz największej naziemnej stacji telewizyjnej na Słowacji Markiza TV), odkupiła od czeskiej grupy inwestycyjnej PPF 100% udziałów w sportowym kanale Galaxie Sport. Kanał jest rozprowadzany drogą satelitarną i kablową i dociera do około 700 000 gospodarstw domowych w Czechach i na Słowacji. Kanał ten dysponuje prawami do nadawania transmisji z najbardziej popularnych dyscyplin sportowych w obu państwach, jak na przykład rozgrywek ligi hokeja na lodzie czy meczów angielskiej i hiszpańskiej ligi piłkarskiej. Wartość transakcji określa się na 5,1 mln \$.

## **Łotwa**

**LV**

Przygotowane przez komisję parlamentarną, a następnie poprawione przez Radę Ministrów projekty dwóch aktów prawnych: ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o mediach publicznych, które mają zastąpić obecne prawo medialne wzbudziły wiele kontrowersji i spotkały się z krytyką m.in. OBWE, International Press Institute, jak również wielu ekspertów w dziedzinie mediów. Kontrowersje wzbudza przede wszystkim pomysł przeniesienia dużej części kompetencji dotychczasowego ciała regulacyjnego do ministerstwa kultury, co w praktyce oznaczać będzie likwidację regulatora. Zdaniem większości wspomnianych komentatorów, taki model oznaczać będzie silną interwencję państwa w obszar mediów, co może zagrażać ich niezależności. Do zadań Ministerstwa Kultury w tym obszarze miałyby należeć między innymi zajmowanie się skargami oraz wyrwykowy monitoring programowy. Przydzielaniem koncesji na nadawanie oraz na produkcję programu zajmować ma się Komisja ds. Użyteczności Publicznej. Pracami Komisji miałyby kierować pięcioosobowa rada, której członkowie mają być nominowani przez rząd i zatwierdzani przez Parlament. Ponadto komisja ma także podlegać Ministerstwu Gospodarki.

Media publiczne (telewizja i radio) zgodnie z projektem nowej regulacji mają podlegać Krajowej Radzie ds. Mediów Publicznych. W jej skład wchodzić ma siedmiu członków wybieranych przez Parlament, a wskazywanych przez różne grupy społeczne i polityczne np. prezydenta, rząd, 1/3 deputowanych, związki zawodowe. W gestii rady pozostawać miałyby między innymi nominowanie dyrektorów generalnych zarządzających publicznym radiem i telewizją. Według komentatorów, zbyt wielu członków rady miałyby być nominowanych przez władze, co mogłoby w znacznym stopniu ograniczyć niezależność tych mediów. Ponadto projekt regulacji przewiduje całkowity zakaz emitowania reklam i telesprzedaży przez media publiczne. Ich finansowanie ma zapewnić budżet państwa (co miałyby wymagać bezpośrednich negocjacji z rządem), działalność komercyjna oraz dotacje i darowizny. Według niektórych ekspertów oznaczać to może zbyt duże uzależnienie mediów publicznych od świata polityki.

Dodatkowo pewne kontrowersje wzbudzały także nowe przepisy odnoszące się do zjawiska koncentracji w mediach jak również kwestii przejrzystości własności mediów.

## **Słowenia**

**SI**

Dnia 25 września odbyło się w Słowenii referendum dotyczące nowego prawa regulującego media publiczne. Niewielką większością głosów (50,2%) nowa regulacja została przyjęta. Wcześniej projekt ten został skrytykowany przez International Press Instytut. Swoje uwagi przekazali także eksperci Rady Europy. Krytyka dotyczyła przede wszystkim kwestii niewystarczającego zapewnienia niezależności mediów publicznych od świata polityki. Według nowego prawa część członków rady programowej oraz rady nadzorczej wybierać ma parlament. Nowe prawo ma wejść w życie około 10 listopada.

**Publikacja niezależnego raportu na temat oceny i potencjalnych skutków rozszerzenia zakresu dyrektywy o „Telewizji bez Granic”**

Brytyjski regulator rynku mediów elektronicznych i telekomunikacji OFCOM opublikował niezależny raport końcowy sporządzony na jego zamówienie i poświęcony ocenie potencjalnych skutków rozszerzenia zakresu rewidowanej obecnie tzw. dyrektywy o „Telewizji bez Granic”. Głównym zadaniem tego dokumentu jest analiza ewentualnych kosztów oraz zysków związanych z rozszerzeniem przedmiotowego zakresu tej dyrektywy, co jest rozważane w trakcie procesu jej rewizji. Studium to obejmuje okres od 2006 do 2010 roku i zostało ono przeprowadzone w oparciu o dane z czterech największych rynków europejskich (Francja, Niemcy, Włochy i Wielka Brytania) oraz Szwecji.

Badając skutki rozszerzenia zakresu dyrektywy „O telewizji bez granic” na nowe usługi audiowizualne rozpatrzono dwa scenariusze: dużego i małego rozszerzenia. W obu przypadkach zakłada się, że usługi nielinearne będą podlegać jedynie podstawowym uregulowaniom, jak na przykład: ochrona małoletnich, identyfikacja reklamy, zakaz reklamy wyrobów tytoniowych oraz lekarstw na receptę, prawo do odpowiedzi czy oznaczenia dostawcy treści. Oba scenariusze opowiadają się za objęciem wszystkich linearnych usług telewizyjnych nie tylko wspomnianymi powyżej podstawowymi, ale także szczegółowymi przepisami, jak na przykład: kwoty europejskie i niezależne, przepisy dotyczące reklamy, zakaz reklamy alkoholu, zakaz sponsoringu czy dostęp do wydarzeń o dużym znaczeniu. Podstawową różnicą pomiędzy dwoma scenariuszami jest fakt, iż w przypadku dużego rozszerzenia linearne usługi radiowe (tradycyjne i przez Internet) są objęte szczegółowymi przepisami, a w przypadku drugiego scenariusza usługi te nie są regulowane. Ogólną konkluzją wynikającą z tego raportu jest obawa, iż w koszty związane z dużym rozszerzeniem zakresu dyrektywy mogą być większe niż spodziewane się z tego tytułu korzyści. Takie skutki może przynieść szczegółowe regulowanie takich usług jak IPTV, telewizja internetowa czy telewizja mobilna. Korzyści mogą być odczuwalne w przypadku, gdy rozszerzone zostaną podstawowe przepisy dyrektywy za pomocą współregulacji.

Raport zawiera poniższe zestawienie dotyczące kosztów i zysków związanych z rozszerzeniem zakresu dyrektywy „O Telewizji bez Granic”.

**Fuzja NTL i Telewest**

Po długotrwałych negocjacjach podpisano umowę pomiędzy dwoma dużymi operatorami kablowymi i zarazem dostawcami Internetu szerokopasmowego NTL i Telewest, której rezultatem ma być utworzenie jednej firmy. Zgodnie z umową NTL ma przejąć udziały w Telewest, tworząc w ten sposób drugą co do wielkości firmę z branży komunikacji elektronicznej. W rezultacie powstanie firma, która będzie największym dostawcą szerokopasmowego Internetu (ok. 2,5 mln abonentów), drugim co do wielkości na rynku brytyjskim dostawcą płatnej telewizji (3,3 mln abonentów) oraz drugim co do wielkości podmiotem na rynku telefonii stacjonarnej (4,3 mln abonentów). Zakończenie procesu powstawania nowej firmy przewiduje się na pierwszy kwartał 2006 roku.

**Harmonogram przejścia na nadawanie cyfrowe**

Tessa Jowell, sekretarz stanu w Ministerstwie Kultury przedstawiła harmonogram przechodzenia z nadawania analogowego na cyfrowe oraz program związanego z tym wsparcia dla osób starszych i potrzebujących. Harmonogram przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe w Wielkiej Brytanii planowany jest na lata 2008-2012. Rząd zakłada, że w tym okresie w Wielkiej Brytanii zaprzestane zostanie nadawanie analogowe i będzie można odbierać telewizję cyfrową (naziemnie, satelitarnie, kablowo lub za pomocą linii telefonicznej). Ponadto rząd zaproponował program wsparcia związanego z zakupem i instalacją urządzeń do odbioru telewizji cyfrowej dla osób powyżej 75 roku życia i osób niepełnosprawnych. Program finansowany będzie przez BBC ze środków abonamentowych.

Według danych Ofcom-u na koniec czerwca 2005 roku 63% (15,7 mln) gospodarstw domowych w Wielkiej Brytanii odbiera sygnał telewizji cyfrowej za pośrednictwem różnych platform.

Kategoria	Obszar	Ocena wpływu
Bezpośrednia korzyść	Spójność wspólnego rynku	Mała korzyść. Nowe usługi audiowizualne mają raczej charakter krajowy albo globalny, a nie paneuropejski.
	Ochrona małoletnich/zdrowia	Istotna korzyść społeczna wywołana zastosowaniem publicznego etc. podstawowych regulacji. Lecz najlepiej przy zastosowaniu mechanizmu współregulacji
	Wspomaganie produkcji europejskiej i niezależnej	Mało korzyści, gdyż rozszerzenie przepisów dot. kwot może doprowadzić do zmniejszenia różnorodności i pluralizmu treści
Korzyści pośrednie	Promocja konkurencji wśród usług audiowizualnych	Odwrotny efekt w stosunku do zamierzonego. Rozszerzenie audiowizualnych może osłabić a nie wzmocnić konkurencję.
Koszty bezpośrednie	Dostosowanie	Koszty dostosowania zwiększą się ze względu na przynajmniej dziesięciokrotny wzrost podmiotów objętych przepisami. Szacuje się, że dyrektywa dotyczyć będzie dziesiątek tysięcy podmiotów.
	Prawna niepewność	Większa prawna niepewność zahamuje rozwój tych usług w UE.
	Specyficzne koszty usług	Zastosowanie przepisów kwotowych w przypadku nowych linearnych usług telewizyjnych może utrudnić ich rozwój.
	Koszty dostosowania dostawców	Duży dostawcy Internetu mogliby przenieść się poza obszar UE, internetu a mali dostawcy ograniczyliby ofertę usług audiowizualnych
Koszty pośrednie	Wpływy na rozwój łącz szerokopasmowych	Rozszerzenie może spowolnić rozwój treści audiowizualnych szerokopasmowych w Internecie przez operatorów sieci stacjonarnych oraz w ten sposób pogorszy sytuację pozostałych 40% gospodarstw domowych kupujących łącza szerokopasmowe

#### Zobowiązanie w sprawie praw medialnych do meczów ligi angielskiej

Komisja Europejska otrzymała poprawione zobowiązanie angielskiej organizacji skupiającej piłkarskie kluby pierwszoligowe (Football Association Premier League- FALP) dotyczące sprzedaży przez tą organizację praw medialnych do meczów angielskiej pierwszej ligi od 2007 roku. Zobowiązanie to jest rezultatem prowadzonego przez Komisję Europejską postępowania zgodnie ze wspólnotowym prawem konkurencji (art. 81 TWE). Zgodnie z dokumentem nadesłanym przez FALP prawa medialne sprzedawane w imieniu piłkarskich klubów pierwszoligowych będą podzielone na sześć zrównoważonych pakietów przy

jednoczesnym zakazie nabycia wszystkich pakietów przez jeden podmiot. Każdy z pakietów będzie sprzedawany oddzielnie. Aukcja ta będzie monitorowana przez obserwatora wyznaczonego przez Komisję Europejską. Kwestia sprzedaży prawa medialnych do meczów pierwszej ligi angielskiej wzbudziła obawy Komisji Europejskiej już w grudniu 2002 roku.

Hiszpania

ES

Dnia 16 listopada mija termin do zgłaszania uwag i poprawek do projektu ustawy o państwowym radiu i telewizji. Przedstawiciele grup parlamentarnych oraz środowiska mediów są enigmatyczni w swych wypowiedziach dla prasy, niemniej jednak Jose Manuel Lara, prezydent stowarzyszenia UTECA oraz

szef Antena 3 zapewnił, że zgodnie z rozwiązaniami przyjętymi przez rząd i popieranymi w parlamencie przez rządzącą partię PSOE, wprowadzono limit w dostępie do rynku reklam, ustalając maksymalną kwotę reklam w programach państwowego radia i telewizji w wymiarze 9 minut w ciągu godziny.

Zebrali i opracowali:  
Wojciech Kołodziejczyk, Paweł Stępka, Albert Woźniak  
Marcin Karolak (Departament Prawny)

## DECYZJE

### DECYZJA Nr 5

z dnia 10 października 2005 r.

Na podstawie art. 104 i 155 Kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2000 r. Nr 98 poz. 1071 z późn. zm.) w związku z postanowieniami ugody zawartej przed Sądem Okręgowym w Warszawie,

#### Postanawia się:

Zmienić decyzję Przewodniczącego KRRiT nr 14 z dnia 25 września 2001 roku w pkt. 2 i nadać mu następujące brzmienie:

„2. Nałożyć na Lidię Piotrowicz karę pieniężną w wysokości  
1 000 złotych (słownie: tysiąca złotych).”

#### UZASADNIENIE

Pani Lidia Piotrowicz zamieszkała w Jarocinie rozpowszechniała program radiowy pod nazwą „Ja – Radio Jarocin” na podstawie koncesji nr 159/95 – R z dnia 2 marca 1995 roku. Decyzją nr 14 z dnia 25 września 2001 roku Przewodniczący KRRiT nałożył na p. Piotrowicz karę pieniężną w wysokości 2 000 złotych tytułem naruszenia art. 54 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji. Od przedmiotowej decyzji nadawca złożył dnia 12 10 2001 r. odwołanie do Sądu Okręgowego – Sądu Gospodarczego w Warszawie.

W trakcie postępowania sądowego sygn. akt XX GC 27/04, strony zawarły dnia 7 lipca 2005 roku ugodę, na mocy której Lidia Piotrowicz wycofała skargę z dnia 12.10.2001 r. i wyraziła zgodę na zmianę pkt.2 Decyzji z dnia 25 września 2001r. Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o nałożeniu kary pieniężnej przez zmianę wysokości kary do kwoty 1000 zł, płatne następujący sposób: kwota 600 zł (sześćset zł) płatna na rachunek KRRiT w terminie do 22 lipca 2005 r. i kwotę 400 zł (czterysta złotych) płatna na cele społeczne na rzecz Stowarzyszenia „Teraz Europa” z siedzibą w Jarocinie w terminie do 22 lipca 2005 r.

Skarżąca spełniła powyższe świadczenia, przekazując następnie kopie dowodów wpłaty do KRRiT. W związku z powyższym, rezultatem spełnienia ugody przez Skarżącą jest zmiana decyzji nr 14 z dnia 25 września 2001 i ustalenie treści pkt. 2 tej decyzji zgodnie z zapisem ustalonym przez strony w drodze przedmiotowej ugody.

Wobec czego należało orzec jak na wstępie.

Od niniejszej decyzji stronie przysługuje wniosek o ponowne rozpatrzenie sprawy w trybie art. 127 § 3 Kodeksu postępowania administracyjnego, w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszej decyzji.

Danuta Waniek  
Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

## DECYZJA Nr 6/2005

z dnia 27 października 2005 r.

Na podstawie art. 53 ust. 1 w związku z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (j.t. Dz. U. z 2004 roku, Nr 253, poz. 2531) oraz art. 104 i 107 Kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 i z 2001 r., Nr 49, poz. 509 z późn. zm) po rozpatrzeniu z urzędu wyników kontroli emisji Programu 1 Telewizji Polskiej S.A. z dnia 3 października 2005 r. z godzin 700-800

### postanawia się:

1. Stwierdzić naruszenie przez nadawcę Telewizję Polską SA z siedzibą w Warszawie przepisu art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (j.t. Dz. U. z 2004 roku, Nr 253, poz. 2531).
2. Nałożyć na nadawcę karę pieniężną w wysokości 6 080 zł (sześć tysięcy osiemdziesiąt złotych).
3. Karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszej Decyzji na rachunek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

w NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

### UZASADNIENIE

Artykuł 16 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji określa, że reklamy nie mogą zajmować więcej niż 12 minut w ciągu godziny nadawania programu. Nadawca przekroczył dopuszczalny, dwunastominutowy limit nadawania reklam w godzinie, emitując 3 października 2005 r. w Programie 1 TVP SA w godzinach 700-800 – 12 minut 36 sekund reklam.

W dniu 4 października 2005 r. dyrektor Departamentu Reklamy Biura KRRiT, działając z upoważnienia Przewodniczącej KRRiT, zwrócił się z prośbą do Prezesa Telewizji Polskiej SA o nadesłanie wyjaśnień dotyczących przyczyn zaistniałego naruszenia.

W nadesłanym w dniu 19 października 2005 r. wyjaśnieniu, jako powód przekroczenia limitu reklam, podano przesunięcia programowe podczas emisji na żywo, audycji „Kawa czy Herbata”. Obowiązujące w TVP SA procedury emisji reklam nie mogą stwarzać możliwości łamania przepisów ustawy oraz nie mogą stanowić usprawiedliwienia przekraczania limitu czasu emisji reklamy w godzinie. Emitując program na żywo nadawca powinien dłożyć należytej staranności i nie dopuścić do przekroczenia obowiązującego ustawowego limitu.

Od decyzji stronie przysługuje odwołanie za pośrednictwem Przewodniczącej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego w terminie 14 dni od dnia jej doręczenia.

Danuta Waniek  
Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji



## DECYZJA Nr 7/2005

z dnia 1 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 10 ust. 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (j.t. Dz. U. z 2004 roku, Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.) oraz art. 104 i 107 Kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) oraz uchwały Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji nr 607 z dnia 30 listopada 2005 r.

### postanawia się:

wezwać spółkę Telewizję Polską SA z siedzibą w Warszawie do zaniechania działań polegających na naruszeniu art. 16 a ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji w zakresie emisji reklam w trakcie audycji „Załóż się” w Programie 2 TVP.

### UZASADNIENIE

Audycję „Załóż się” nadaną w Programie 2 TVP 30 września br. dwukrotnie przerwano blokami reklam, co narusza art. 16 a ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji, zgodnie z którym w programach publicznej telewizji audycje nie mogą być przerywane reklamami, poza wyjątkami wymienionymi w ust. 3 ww. artykułu. Audycji „Załóż się” nie można uznać za żaden z wymienionych wyjątków, tzn. ani za transmisję zawodów sportowych, ani za transmisję innych wydarzeń zawierających przerwy, ani za audycję składającą się z autonomicznych części.

„Załóż się” jest widowiskiem rozrywkowym łączącym cechy gatunkowe talk show i teleturnieju. Audycja jest samoistną całością skonstruowaną z wyraźnie zarysowanego początku-wprowadzenia, rozwinięcia akcji i zakończenia. Audycja rozpoczyna się od dynamicznej czołówki, w której głos z offu przedstawia krótką charakterystykę audycji. Następnie dwoje prowadzących (Steffen Möller i Anna Popek) przedstawia główne założenia audycji, reguły gry, czas i miejsce akcji oraz zasady udziału widzów w audycji. Rolą głównego prowadzącego (Steffen Möller) jest nie tylko wprowadzanie do akcji uczestników i rozmowa z nimi, ale jest on również zawodnikiem jednej z gier, której rozstrzygnięcie nastąpi w zakończeniu audycji. Gra, w której uczestniczy prowadzący, jest jednym z elementów spinających audycję i budujących w niej napięcie. Rozstrzygnięcie gry jest punktem kulminacyjnym audycji. Akcja w audycji konstruowana jest na zasadzie wzrastającego napięcia i systematycznego rozbudzania ciekawości odbiorcy. W rozwinięciu akcji rozegrano 5 gier-zakładów – 3 w wydzielonej przez nadawcę części pierwszej i 2 w części drugiej, czyli rozwinięcie akcji zostało sztucznie podzielone przez nadawcę na dwie części. W części 3. (podział nadawcy) znalazł się punkt kulminacyjny całej audycji – prowadzący przegrał zakład i musiał wykonać zadanie karne oraz rozstrzygnięto grę, w której za pośrednictwem SMS-ów uczestniczyli widzowie.

Napisy końcowe były sztucznie doklejone do pierwszej i drugiej części, bowiem nie były one w pełni zgodne z zawartością żadnej z nich. W pierwszej części występowali: Katarzyna Bujakiewicz, Andrzej Grabowski i Tomasz Kammel, a w napisach wymieniono nazwiska wszystkich uczestników audycji, w tym również tych, którzy mieli dopiero wystąpić w części drugiej: Beaty Kozidrak i Limahla. Czołówka drugiej i trzeciej części różniła się od czołówki pierwszej części, ponieważ pominięto w nich całe wprowadzenie obecne w części pierwszej (założenia audycji, reguły gry, przedstawienie uczestników itp.).

Widowisko rozrywkowe Załóż się ze względu na układ kompozycyjny i dramaturgię jest samoistną, spójną całością. Żadna z części wyodrębnionych przez nadawcę nie mogłaby istnieć samodzielnie i niezależnie od pozostałych, wywołałoby to bowiem u widzów dezorientację i chaos poznawczy.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zna audycje składające się z autonomicznych części, np. serie fabularne (np. Nash Bridges) czy dokumentalne, które mają wspólny tytuł i tego samego bohatera – jak omawiana audycja, lecz akcja każdej z części rozgrywa się w innym miejscu, w innym czasie i w każdej z nich opowiedziana jest inna historia, która nie pozostaje w zależności przyczynowo-skutkowej z historią innych części. W przeciwieństwie do omawianego widowiska każda z części serii Nash Bridges jest autonomiczna, w związku z czym mogą one być pokazywane w dowolnej kolejności, gdyż nie ma to wpływu na rozumienie ich przez widza.

23 listopada 2005 r. Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wezwała nadawcę na podstawie art. 10 ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji do natychmiastowego zaniechania przerywania audycji Załóż się w celu emitowania reklam. Nadawca, pomimo wezwania, nie zaniechał nadawania reklam w trakcie trwania audycji Załóż się. Wobec tego postanowiono jak w sentencji.

Od decyzji stronie przysługuje na mocy art. 56 ust.1 ustawy o radiofonii i telewizji odwołanie za pośrednictwem Przewodniczącej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego w terminie 14 dni od dnia jej doręczenia.

Danuta Waniek  
Przewodnicząca Krajowej Rady  
Radiofonii i Telewizji

## UCHWAŁY

### UCHWAŁA Nr 500/2005

z dnia 19 października 2005 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w zw. z art. 38 ust. 1 pkt 3 i 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (t.j. Dz.U. 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

#### postanawia

1. Cofnąć koncesję Nr 243/99-R z dnia 30 lipca 1999 roku, udzieloną spółce „Racja” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na rozpowszechnianie programu radiowego pod nazwą „Radio RACJA”.
2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w przedmiotowej sprawie.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

### UCHWAŁA nr 504/05

z dnia 3 listopada 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 33 ust. 2 i 3 oraz art. 37 ust. 1 pkt 1, 2, 3 lit. k, l, pkt 4-7 i ust. 2 i 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), po rozpatrzeniu wniosku Nr TVK 0023/05 z dnia 19 sierpnia 2005 r. Przedsiębiorstwa Przemysłowo Handlowego Aura Sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinie, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

#### postanawia

I. Udzielić, po otrzymaniu od Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty postanowienia w zakresie art. 37 ust. 1 pkt 3 lit. k, l u.r.t., Przedsiębiorstwu Przemysłowo-Handlowemu Aura Sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinie przy ul. Madalińskiego 8 zwanemu dalej Koncesjonariuszem, koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „TV AURA” w sieci telewizji kablowej.

II. Program będzie rozpowszechniany na obszarze objętym następującą siecią kablową:

Lp.	Nazwa Operatora zarządzającego siecią	Lokalizacja stacji czołowej zasilającej sieć	Nr z rejestru przeds. telekomunikacyjnych
1.	Przedsiębiorstwo Przemysłowo - Handlowe Aura Sp. z o.o.	Pl. Wolności 1 Pyrzyce	2656

III. Program będzie rozpowszechniany nie mniej niż 1,5 godziny/dobę, 6 dni w tygodniu.

Koncesjonariusz jest obowiązany uzyskać zgodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na skrócenie czasu rozpowszechniania programu.

IV. Program będzie oznaczony na antenie przez jego nazwę zapisaną w koncesji.

V. Program będzie miał charakter uniwersalny, tzn. będzie zawierał różne gatunki i formy telewizyjne oraz różnorodną problematykę.

VI. Program Koncesjonariusza w dobowym czasie nadawania nie może zawierać więcej niż 50 % audycji i innych przekazów nie wytworzonych przez Koncesjonariusza ani na jego wyłączne zamówienie, rozpowszechnionych lub rozpowszechnianych równocześnie w programie innego nadawcy.

VII. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny.

VIII. Koncesjonariusz jest obowiązany rozpocząć rozpowszechnianie programu nie później niż 3 miesiące od dnia otrzymania koncesji.

IX. Koncesji udziela się na 10 lat

X. 1. a) Udziałowcami Koncesjonariusza są:

- Tadeusz Darczyński
- Teresa Ostrowska
- Edyta Ostrowska-Marszałek
- Andrzej Wendt

b) Posiadanie przez podmioty niewymienione w ppkt 1 lit. a) co najmniej 50% udziałów w kapitale zakładowym Koncesjonariusza lub co najmniej 50% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza oznacza przejęcie kontroli nad Koncesjonariuszem.

2. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o każdorazowej zmianie w strukturze kapitałowej Koncesjonariusza lub uprawnień do głosowania na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza z zaznaczeniem osiągnięcia lub przekroczenia progu 10%, 20%, 30% albo 40% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza przez podmiot nie wymieniony powyżej w ppkt 1. lit a). Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność nastąpiła.

3. Ppkt 2 stosuje się również bezpośrednio do przypadku ustanowienia zastawu na udziałach połączonego z pełnomocnictwem do wykonywania prawa głosu z tych udziałów, a także do innych czynności prawnych skutkujących przejściem prawa głosu na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza lub przyznaniem innych uprawnień umożliwiających wpływanie na podejmowanie uchwał przez Zgromadzenie.

4. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wystąpieniu którejkolwiek z okoliczności określonych w art. 4 § 1 pkt 4 i 5 ustawy z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), pozwalających stwierdzić, iż spółka będąca Koncesjonariuszem stała się spółką dominującą lub powiązaną w rozumieniu cytowanego powyżej przepisu.

5. Uprawnienia wynikające z koncesji nie mogą być przeniesione na inny podmiot. W przypadku łączenia, podziału czy innego rodzaju przekształceń spółek handlowych, o których mowa w ustawie z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), uprawnienia te mogą przejść na inny podmiot powstały w wyniku przekształceń o jakich mowa powyżej, za zgodą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

6. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o ogłoszeniu upadłości w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

7. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wydaniu prawomocnego orzeczenia zakazującego Koncesjonariuszowi prowadzenia działalności gospodarczej objętej koncesją, w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

XI. Nabycie lub objęcie udziałów oraz nabycie praw do udziałów Przedsiębiorstwa Przemysłowo Handlowego Aura Sp. z o.o. przez podmiot zagraniczny wymaga zezwolenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

XII. Koncesjonariusz jest obowiązany powiadomić Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o:

- nabyciu praw majątkowych do środków masowego przekazu, a w szczególności akcji, udziałów lub innych uprawnień kapitałowych w spółkach posiadających tytuły prasowe, rozpowszechniających programy radiowe, telewizyjne lub prowadzących agencje prasowe, nabyciu, wydzierżawieniu lub uzyskaniu innego prawa majątkowego do przedsiębiorstwa lub innej jednostki organizacyjnej prowadzącej taką działalność,

Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność wystąpiła.

XIII. Nadawca jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.).

XIV. W związku z prowadzoną działalnością Koncesjonariusz zobowiązany jest do przestrzegania przepisów prawa, które wynikają z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, w tym w szczególności ustaw regulujących zagadnienia wskazane w art. 3, 6 ust. 2 pkt 10, 16b, 37 oraz art. 38 ust. 1 pkt 2.

XV. Koncesjonariusz zapewni dobrą jakość techniczną sygnału będącego nośnikiem programu.

XVI. Naliczyć opłatę za udzielenie koncesji na podstawie rozporządzenia KRRiT z dnia 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 12 poz. 153 z późn. zm.).

Opłatę należy uiścić w terminie sześćdziesięciu dni od daty wydania koncesji na rachunek KRRiT:

NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

XVII. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w/w sprawie na warunkach ustalonych niniejszą uchwałą oraz zgodnie z technicznymi warunkami rozpowszechniania programu uzgodnionymi przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

## UCHWAŁA Nr 528/2005

z dnia 3 listopada 2005 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 oraz art. 38 ust. 1 pkt 3 i 4 w związku z art. 38 ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

### postanawia

1. Wszczać postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 277/2002-T z dnia 7 maja 2002 roku, wydanej spółce „ANTENA 2” Sp. z o.o. na rozpowszechnianie w sposób rozsiewczy satelitarny programu telewizyjnego pod nazwą „PILOT”.

2. Upoważnić Przewodniczącą KRRiT do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania o cofnięcie w/w koncesji.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

## UCHWAŁA nr 625/05

z dnia 14 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 33 ust. 2 i 3 oraz art. 37 ust. 1 pkt 1, 2, 3 lit k, l, pkt 4-7, ust. 2 i 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), po rozpatrzeniu wniosku Nr TVK 0027/05 z dnia 12 września 2005 r. Wiesława Serafina zamieszkałego w Nowym Sączu, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

### postanawia

I. Udzielić, po otrzymaniu od Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty postanowienia w zakresie art. 37 ust. 1 pkt 3 lit. k, l ustawy o radiofonii i telewizji, Wiesławowi Serafinowi zamieszkałemu w Nowym Sączu przy ul. Sichrawy 17, zwanemu dalej Koncesjonariuszem, koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „RTK lokalny” w sieci telewizji kablowej.

Lp.	Nazwa Operatora zarządzającego siecią	Lokalizacja stacji czołowej zasilającej sieć	Nr z rejestru przeds. telekomunikacyjnych
1.	Regionalna Telewizja Kablowa sp. j. L. Iwański i Wspólnicy	Ul. Armii Krajowej 3/59 Nowy Sącz	2129

II. Program będzie rozpowszechniany na obszarze objętym następującą siecią kablową:

III. Program będzie rozpowszechniany nie mniej niż 6 godzin na dobę.

Koncesjonariusz jest obowiązany uzyskać zgodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na skrócenie czasu rozpowszechniania programu.

IV. Program będzie oznaczony na antenie przez jego nazwę zapisaną w koncesji.

V. Program będzie miał charakter uniwersalny, tzn. będzie zawierał różne gatunki i formy telewizyjne oraz różnorodną problematykę.

VI. Program Koncesjonariusza w dobowym czasie nadawania nie może zawierać więcej niż 50 % audycji i innych przekazów nie wytworzonych przez Koncesjonariusza ani na jego wyłączne zamówienie, rozpowszechnionych lub rozpowszechnianych równocześnie w programie innego nadawcy.

VII. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny.

VIII. Koncesjonariusz jest obowiązany rozpocząć rozpowszechnianie programu nie później niż 3 miesiące od dnia otrzymania koncesji.

IX. Koncesji udziela się na 10 lat.

X. Koncesjonariusz jest obowiązany powiadomić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o:

- nabyciu praw majątkowych do środków masowego przekazu, a w szczególności akcji, udziałów lub innych uprawnień kapitałowych w spółkach posiadających tytuły prasowe, rozpowszechniających programy radiowe, telewizyjne lub prowadzących agencje prasowe, nabyciu, wydzierżawieniu lub uzyskaniu innego prawa majątkowego do przedsiębiorstwa lub innej jednostki organizacyjnej prowadzącej taką działalność,

Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność wystąpiła.

XI. Koncesjonariusz jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (tj. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.).

XII. W związku z prowadzoną działalnością Koncesjonariusz obowiązany jest do przestrzegania przepisów prawa, które wynikają z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, w tym w szczególności ustaw regulujących zagadnienia wskazane w art. 3, 6 ust. 2 pkt 10, 16b, 37 oraz art. 38 ust. 1 pkt 2.

XIII. Koncesjonariusz zapewni dobrą jakość techniczną sygnału będącego nośnikiem programu.

XIV. Uprawnienia wynikające z koncesji nie mogą być przeniesione na inny podmiot.

XV. Naliczyć opłatę za udzielenie koncesji na podstawie rozporządzenia KRRiT z dnia 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 12 poz. 153 z późn. zm.).

Opłatę należy uiścić w terminie sześćdziesięciu dni od daty wydania koncesji na rachunek KRRiT:

NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

XVI. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w/w sprawie na warunkach ustalonych niniejszą uchwałą oraz zgodnie z technicznymi warunkami rozpowszechniania programu uzgodnionymi przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

## UCHWAŁA nr 626/05

z dnia 14 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 33 ust. 2 i 3 oraz art. 37 ust. 1 pkt 1, 2, 3 lit. k, l, pkt 4-7 i ust. 2 i 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), po rozpatrzeniu wniosku Nr TVK 0028/05 z dnia 26 września 2005 r. SFERA TV Sp. z o.o. z siedzibą w Rudzie Śląskiej, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

I. Udzielić, po otrzymaniu od Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty postanowienia w zakresie art. 37 ust. 1 pkt 3 lit. k, l u.r.t., spółce SFERA TV Sp. z o.o. z siedzibą w Rudzie Śląskiej przy ul. P. Niedurnego 69 zwanej dalej Koncesjonariuszem, koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „SFERA TV” w sieciach telewizji kablowej.

Lp.	Nazwa Operatora zarządzającego siecią	Lokalizacja stacji czołowej zasilającej sieć	Nr z rejestru przeds. telekomunikacyjnych
1.	Przedsiębiorstwo Broker-Service Sp. z o.o.	Os. Powstańców Śląskich (sp17) Żory	392
2.	ELSAT Sp. z o.o.	Ul. Stara 15 Ruda Śląska	1044

II. Program będzie rozpowszechniany na obszarze objętym następującymi sieciami kablowymi::

III. Program będzie rozpowszechniany nie mniej niż 6 godzin na dobę.

Koncesjonariusz jest obowiązany uzyskać zgodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na skrócenie czasu rozpowszechniania programu.

IV. Program będzie oznaczony na antenie przez jego nazwę zapisaną w koncesji.

V. Program będzie miał charakter uniwersalny, tzn. będzie zawierał różne gatunki i formy telewizyjne oraz różnorodną problematykę.

VI. Program Koncesjonariusza w dobowym czasie nadawania nie może zawierać więcej niż 50 % audycji i innych przekazów nie wytworzonych przez Koncesjonariusza ani na jego wyłączone zamówienie, rozpowszechnionych lub rozpowszechnianych równocześnie w programie innego nadawcy.

VII. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny.

VIII. Koncesjonariusz jest obowiązany rozpocząć rozpowszechnianie programu nie później niż 1 miesiąc od dnia otrzymania koncesji.

IX. Koncesji udziela się na 10 lat

X. 1. a) Udziałowcami Koncesjonariusza są:

- Iwona Moś

- Mateusz Golicz



b) Posiadanie przez podmioty niewymienione w ppkt 1 lit. a) co najmniej 50% udziałów w kapitale zakładowym Koncesjonariusza lub co najmniej 50% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza oznacza przejęcie kontroli nad Koncesjonariuszem.

2. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o każdorazowej zmianie w strukturze kapitałowej Koncesjonariusza lub uprawnień do głosowania na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza z zaznaczeniem osiągnięcia lub przekroczenia progu 10%, 20%, 30% albo 40% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza przez podmiot nie wymieniony powyżej w ppkt 1. lit a). Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność nastąpiła.

3. Ppkt 2 stosuje się również bezpośrednio do przypadku ustanowienia zastawu na udziałach połączonego z pełnomocnictwem do wykonywania prawa głosu z tych udziałów, a także do innych czynności prawnych skutkujących przejściem prawa głosu na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza lub przyznaniem innych uprawnień umożliwiających wpływanie na podejmowanie uchwał przez Zgromadzenie.

4. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wystąpieniu którejkolwiek z okoliczności określonych w art. 4 § 1 pkt 4 i 5 ustawy z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), pozwalających stwierdzić, iż spółka będąca Koncesjonariuszem stała się spółką dominującą lub powiązaną w rozumieniu cytowanego powyżej przepisu.

5. Uprawnienia wynikające z koncesji nie mogą być przeniesione na inny podmiot. W przypadku łączenia, podziału czy innego rodzaju przekształceń spółek handlowych, o których mowa w ustawie z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), uprawnienia te mogą przejść na inny podmiot powstały w wyniku przekształceń o jakich mowa powyżej, za zgodą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

6. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o ogłoszeniu upadłości w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

7. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wydaniu prawomocnego orzeczenia zakazującego Koncesjonariuszowi prowadzenia działalności gospodarczej objętej koncesją, w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

XI. Nabycie lub objęcie udziałów oraz nabycie praw do udziałów SFERA TV Sp. z o.o. przez podmiot zagraniczny wymaga zezwolenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

XII. Koncesjonariusz jest obowiązany powiadomić Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o:

- nabyciu praw majątkowych do środków masowego przekazu, a w szczególności akcji, udziałów lub innych uprawnień kapitałowych w spółkach posiadających tytuły prasowe, rozpowszechniających programy radiowe, telewizyjne lub prowadzących agencje prasowe, nabyciu, wydzierżawieniu lub uzyskaniu innego prawa majątkowego do przedsiębiorstwa lub innej jednostki organizacyjnej prowadzącej taką działalność.

Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność wystąpiła.

XIII. Nadawca jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.).

XIV. W związku z prowadzoną działalnością Koncesjonariusz zobowiązany jest do przestrzegania przepisów prawa, które wynikają z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, w tym w szczególności ustaw regulujących zagadnienia wskazane w art. 3, 6 ust. 2 pkt 10, 16b, 37 oraz art. 38 ust. 1 pkt 2.

XV. Koncesjonariusz zapewni dobrą jakość techniczną sygnału będącego nośnikiem programu.

XVI. Naliczyć opłatę za udzielenie koncesji na podstawie rozporządzenia KRRiT z dnia 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 12 poz. 153 z późn. zm.).

Opłatę należy uiścić w terminie sześćdziesięciu dni od daty wydania koncesji na rachunek KRRiT:

NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

XVII. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w/w sprawie na warunkach ustalonych niniejszą uchwałą oraz zgodnie z technicznymi warunkami rozpowszechniania programu uzgodnionymi przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

#### **UCHWAŁA nr 627/05**

z dnia 14 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 33 ust. 2 i 3 oraz art. 37 ust. 1 pkt 1, 2, 3 lit. k, l, pkt 4-7 i ust. 2 i 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), po rozpatrzeniu wniosku Nr TVK 0030/05 z dnia 6 października 2005 r. Telewizji Kablowej Świdnik Sp. z o.o. z siedzibą w Świdniku, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

#### **postanawia**

I. Udzielić, po otrzymaniu od Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty postanowienia w zakresie art. 37 ust. 1 pkt 3 lit. k, l u.r.t., Telewizji Kablowej Świdnik Sp. z o.o. z siedzibą w Świdniku przy ul. C.K. Norwida 9 zwanej dalej Koncesjonariuszem, koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „Program Lokalny TKŚ” w sieci telewizji kablowej.

II. Program będzie rozpowszechniany na obszarze objętym następującą siecią kablową::

Lp.	Nazwa Operatora zarządzającego siecią	Lokalizacja stacji czołowej zasilającej sieć	Nr z rejestru przeds. telekomunikacyjnych
1.	Telewizja Kablowa Świdnik Sp. z o.o.	Ul. C.K. Norwida 9 Świdnik	1918

III. Program będzie rozpowszechniany nie mniej niż 1 godzinę 5 dni w tygodniu.

Koncesjonariusz jest obowiązany uzyskać zgodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na skrócenie czasu rozpowszechniania programu.

IV. Program będzie oznaczony na antenie przez jego nazwę zapisaną w koncesji.

V. Program będzie miał charakter uniwersalny, tzn. będzie zawierał różne gatunki i formy telewizyjne oraz różnorodną problematykę.

VI. Program Koncesjonariusza w dobowym czasie nadawania nie może zawierać więcej niż 50 % audycji i innych przekazów nie wytworzonych przez Koncesjonariusza ani na jego wyłączone zamówienie, rozpowszechnionych lub rozpowszechnianych równocześnie w programie innego nadawcy.

VII. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny.

VIII. Koncesjonariusz jest obowiązany rozpocząć rozpowszechnianie programu nie później niż 3 miesiące od dnia otrzymania koncesji.

IX. Koncesji udziela się na 10 lat.

X. 1. a) Udziałowcami Koncesjonariusza są:

- Włodzimierz Witold Zieliński
- Marek Zbigniew Gieleta
- Telewizja Kablowa Telecom-Romatec Sp. z o.o.
- Spółdzielnia Mieszkaniowa w Świdniku
- Gmina Miejska Świdnik

b) Posiadanie przez podmioty niewymienione w ppkt 1 lit. a) co najmniej 50% udziałów w kapitale zakładowym Koncesjonariusza lub co najmniej 50% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza oznacza przejęcie kontroli nad Koncesjonariuszem.

2. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o każdorazowej zmianie w strukturze kapitałowej Koncesjonariusza lub uprawnień do głosowania na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza z zaznaczeniem osiągnięcia lub przekroczenia progu 10%, 20%, 30% albo 40% głosów na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza przez podmiot nie wymieniony powyżej w ppkt 1. lit a). Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność nastąpiła.

3. Ppkt 2 stosuje się również bezpośrednio do przypadku ustanowienia zastawu na udziałach połączonego z pełnomocnictwem do wykonywania prawa głosu z tych udziałów, a także do innych czynności prawnych skutkujących przejściem prawa głosu na Zgromadzeniu Wspólników Koncesjonariusza lub przyznaniem innych uprawnień umożliwiających wpływanie na podejmowanie uchwał przez Zgromadzenie.

4. Koncesjonariusz zobowiązany jest do informowania Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wystąpieniu którejkolwiek z okoliczności określonych w art. 4 § 1 pkt 4 i 5 ustawy z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), pozwalających stwierdzić, iż spółka będąca Koncesjonariuszem stała się spółką dominującą lub powiązaną w rozumieniu cytowanego powyżej przepisu.

5. Uprawnienia wynikające z koncesji nie mogą być przeniesione na inny podmiot. W przypadku łączenia, podziału czy innego rodzaju przekształceń spółek handlowych, o których mowa w ustawie z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych (t.j. Dz.U. z 2000 r. Nr 94 poz. 1037 z późn. zm.), uprawnienia te mogą przejść na inny podmiot powstały w wyniku przekształceń o jakich mowa powyżej, za zgodą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

6. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o ogłoszeniu upadłości w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

7. Koncesjonariusz zobowiązany jest do poinformowania na piśmie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o wydaniu prawomocnego orzeczenia zakazującego Koncesjonariuszowi prowadzenia działalności gospodarczej objętej koncesją, w terminie 14 dni od dnia, w którym ta okoliczność nastąpiła.

XI. Nabycie lub objęcie udziałów oraz nabycie praw do udziałów Telewizji Kablowej Świdnik Sp. z o.o. przez podmiot zagraniczny wymaga zezwolenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

XII. Koncesjonariusz jest obowiązany powiadomić Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o:

- nabyciu praw majątkowych do środków masowego przekazu, a w szczególności akcji, udziałów lub innych uprawnień kapitałowych w spółkach posiadających tytuły prasowe, rozpowszechniających programy radiowe, telewizyjne lub prowadzących agencje prasowe, nabyciu, wydzierżawieniu lub uzyskaniu innego prawa majątkowego do przedsiębiorstwa lub innej jednostki organizacyjnej prowadzącej taką działalność,

Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność wystąpiła.

XIII. Nadawca jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.).

XIV. W związku z prowadzoną działalnością Koncesjonariusz zobowiązany jest do przestrzegania przepisów prawa, które wynikają z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, w tym w szczególności ustaw regulujących zagadnienia wskazane w art. 3, 6 ust. 2 pkt 10, 16b, 37 oraz art. 38 ust. 1 pkt 2.

XV. Koncesjonariusz zapewni dobrą jakość techniczną sygnału będącego nośnikiem programu.

XVI. Naliczyć opłatę za udzielenie koncesji na podstawie rozporządzenia KRRiT z dnia 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 12 poz. 153 z późn. zm.).

Opłatę należy uiścić w terminie sześćdziesięciu dni od daty wydania koncesji na rachunek KRRiT:

NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

XVII. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w/w sprawie na warunkach ustalonych niniejszą uchwałą oraz zgodnie z technicznymi warunkami rozpowszechniania programu uzgodnionymi przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

## UCHWAŁA nr 628/05

z dnia 14 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 33 ust. 2 i 3 oraz art. 37 ust. 1 pkt 1, 2, 3 lit k, l, pkt 4-7, ust. 2 i 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), po rozpatrzeniu wniosku Nr TVK 0031/05 z dnia 10 października 2005 r. Marianny Róžańskiej zamieszkałej w Świdwinie, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

### postanawia

I. Udzielić, po otrzymaniu od Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty postanowienia w zakresie art. 37 ust. 1 pkt 3 lit. k, l ustawy o radiofonii i telewizji, Mariannie Róžańskiej zamieszkałej w Świdwinie przy ul. Armii Krajowej 18, zwanej dalej Koncesjonariuszem, koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „Telewizja Rega” w sieciach telewizji kablowej.

II. Program będzie rozpowszechniany na obszarze objętym następującymi sieciami kablowymi:

Lp.	Nazwa Operatora zarządzającego siecią	Lokalizacja stacji czołowej zasilającej sieć	Nr z rejestru przeds. telekomunikacyjnych
1.	Telewizja Kablowa VECTRA S.A.	Ul. Słowińska 9 Świdwin	228
2.	Telewizja Kablowa VECTRA S.A.	Ul. Budowlanych 7-9 Łobez	228

III. Program będzie rozpowszechniany nie mniej niż 1 godzinę na tydzień.

Koncesjonariusz jest obowiązany uzyskać zgodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na skrócenie czasu rozpowszechniania programu.

IV. Program będzie oznaczony na antenie przez jego nazwę zapisaną w koncesji.

V. Program będzie miał charakter wyspecjalizowany: informacyjno-publicystyczny, który będzie realizowany poprzez nadawanie serwisów informacyjnych zawierających skrót z najważniejszych wydarzeń z miast i okolic, reportaży z życia miast i regionów, wywiadów poruszających tematy dotyczące środowiska lokalnego, informacji o mających się odbyć lokalnych wydarzeniach kulturalnych, sportowych, politycznych i religijnych, nadawanie programów publicystycznych o tematyce lokalnej, komunikatów służb miejskich oraz informacji prezentowanych w postaci krótkich sekwencji filmowych z tekstowym opisem wydarzeń.

VI. Audycje realizujące wyspecjalizowany charakter programu będą stanowiły nie mniej niż 70% tygodniowego czasu rozpowszechniania programu.

VII. Program Koncesjonariusza w dobowym czasie nadawania nie może zawierać więcej niż 50 % audycji i innych przekazów nie wytworzonych przez Koncesjonariusza ani na jego wyłączne zamówienie, rozpowszechnionych lub rozpowszechnianych równocześnie w programie innego nadawcy.

VIII. Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny.

IX. Koncesjonariusz jest obowiązany rozpocząć rozpowszechnianie programu nie później niż 3 miesiące od dnia otrzymania koncesji.

X. Koncesji udziela się na 10 lat.

XI. Koncesjonariusz jest obowiązany powiadomić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o:

- nabyciu praw majątkowych do środków masowego przekazu, a w szczególności akcji, udziałów lub innych uprawnień kapitałowych w spółkach posiadających tytuły prasowe, rozpowszechniających programy radiowe, telewizyjne lub prowadzących agencje prasowe, nabyciu, wydzierżawieniu lub uzyskaniu innego prawa majątkowego do przedsiębiorstwa lub innej jednostki organizacyjnej prowadzącej taką działalność.

Informacje o powyższych okolicznościach należy dostarczyć na piśmie w terminie 14 dni od dnia, w którym dana okoliczność wystąpiła.

XII. Koncesjonariusz jest obowiązany do corocznego składania do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (tj. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.).

XIII. W związku z prowadzoną działalnością Koncesjonariusz obowiązany jest do przestrzegania przepisów prawa, które wynikają z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, w tym w szczególności ustaw regulujących zagadnienia wskazane w art. 3, 6 ust. 2 pkt 10, 16b, 37 oraz art. 38 ust. 1 pkt 2.

XIV. Koncesjonariusz zapewni dobrą jakość techniczną sygnału będącego nośnikiem programu.

XV. Uprawnienia wynikające z koncesji nie mogą być przeniesione na inny podmiot.

XVI. Naliczyć opłatę za udzielenie koncesji na podstawie rozporządzenia KRRiT z dnia 4 lutego 2000 r. w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 12 poz. 153 z późn. zm.).

Opłatę należy uiścić w terminie sześćdziesięciu dni od daty wydania koncesji na rachunek KRRiT:

NBP Oddział Okręgowy w Warszawie

Nr 13101010100095372231000000.

XVII. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do wydania decyzji w/w sprawie na warunkach ustalonych niniejszą uchwałą oraz zgodnie z technicznymi warunkami rozpowszechniania programu uzgodnionymi przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

### **UCHWAŁA Nr 632/05**

z dnia 14 grudnia 2005 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 2, 3, 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. nr 253 poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

#### **postanawia**

1. Wszczęć postępowanie w sprawie cofnięcia Koncesji nr TK-0004/02 z dnia 12 lutego 2002 r. udzielonej Stowarzyszeniu „Telewizja Wałbrzych” z siedzibą w Wałbrzychu, na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sieciach telewizji kablowej.

2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia koncesji nr TK-0004/02 z dnia 12 lutego 2002 r.

Przewodnicząca Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Danuta Waniek

## POSIEDZENIA KRRiT

### 6 października 2005 roku

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT zajmowali się sprawami koncesyjnymi. Przyjęto uchwały w sprawie zmian w koncesjach: Rock Radio Wielkopolska, Radio Blue 103,5 FM, Radio Blue 94,5 FM, Radio Blue 106,1 FM, Radio Blue 103,8 FM, Radio Klasyka 103,7 FM poprzez zmianę nazwy programu na: 105,4 Roxy FM, 103,5 Roxy FM, 94,5 Roxy FM, 106,1 Roxy FM, 103,8 Roxy FM, 103,7 Roxy FM.

Przyjęto również uchwałę w sprawie zmiany koncesji wydanej Radiu Plama Sp. z o.o. poprzez wpisanie na listę udziałowców spółki Radio ESKA SA.

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT omówili również kandydatury do Rady Nadzorczej Polskiego Radia SA zgłoszone w związku z rezygnacją jej dotychczasowego członka – Andrzeja Długosza.

### 13 października 2005 roku

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT zajmowali się sprawami koncesyjnymi. Zdecydowano m.in. o zmianie koncesji wydanej spółce WAWA SA poprzez zwiększenie mocy z 0,1 do 1 kW (dla stacji nadawczej RON Płock 90,4 MHz), zmianie koncesji wydanej PPUH Maks sp. z o.o. poprzez zwiększenie mocy dla stacji nadawczej Czarnorzeki (częstotliwość 92,6 MHz) oraz poprzez zwiększenie mocy dla stacji RON Tyczyn (częstotliwość 98,4 MHz z 0,1 do 0,5 kW). Rada zgodziła się także, aby dwie stacje należące do Agory SA: zielonogórskie Radio Blue 101,7 FM i opolskie Radio Blue 106,6 FM nie nadawały przez kolejny miesiąc.

Członkowie KRRiT poddali również pod głosowanie kandydatury do Rady Nadzorczej Polskiego Radia SA. Ponieważ ani kandydatura Rafała Skąpskiego, ani Wojciecha Gąssowskiego nie uzyskały poparcia większości członków KRRiT, procedura zgłaszania i wyboru kandydatów zostanie powtórzona.

### 19 października 2005 roku

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT wybrali nowego członka rady nadzorczej Polskiego Radia; został nim. p. Marek Gaszyński. Wymaganej większości głosów nie otrzymał drugi kandydat – Janusz Daszczyński.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła również uchwałę w sprawie cofnięcia koncesji na nadawanie programu białostockiemu Radiu Racja. Stacja nadawała program po białorusku dla mniejszości białoruskiej i mieszkańców regionów Białorusi leżących przy granicy z Polską. Zaprzestała działalności z powodu problemów finansowych na przełomie 2002 i 2003 roku. Ważność koncesji upływa w lipcu 2006 roku. Mimo kolejnych wezwań do wznowienia emisji stacja nadal nie nadawała programu, co stało się przyczyną decyzji KRRiT.

### 26 października 2005 roku

Podczas posiedzenia odbyło się spotkanie KRRiT z Prezesem URTiP-u Witoldem Grabosiem. Tematem spotkania były następujące zagadnienia: wybór standardu kodowania i kompresji w przekazie cyfrowym (przedstawiono argumenty za i przeciw standardom MPEG-2 i MPEG-4), badania rynkowo-konsumenckie, planowanie sieci cyfrowych, gospodarka zasobem wolnych częstotliwości,



problematyka zakłóceń w rejonach przygranicznych, prowadzenie uzgodnień technicznych w zakresie udzielanych koncesji. Omówione zostały też propozycje współpracy obu urzędów, ustalono także bieżące formy tej współpracy.

### **27 października 2005 roku**

Odbyło się spotkanie KRRiT z Zarządem i Radą Nadzorczą TVP. Podczas dyskusji podjęto następujące zagadnienia: przedstawiono ustalenia kontroli wewnętrznej prowadzonej w TVP w związku z zarzutami dotyczącymi umów sponsorskich, zaprezentowano stan realizacji wdrażania telewizji interaktywnej oraz finansowania tego przedsięwzięcia, przedstawiono stanowisko w sprawie ubytków, zmiany przeznaczenia wpływów abonamentowych w związku z realizacją przez TVP Polskiego Słownika Biograficznego oraz omówiono wnioski w sprawie przyznania TVP odrębnego multipleksu.

### **3 listopada 2005 roku**

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT zajmowali się sprawami koncesyjnymi.

Zdecydowano m.in. o przyjęciu uchwały w sprawie zmiany koncesji wydanej Radiu Plama Sp. z o.o. poprzez zmianę nazwy programu na Radio Eska Szczecin oraz o umorzeniu postępowania prowadzonego w sprawie wniosku spółki Nadawca sp. z o.o. o zmianę koncesji poprzez zmianę struktury właścicielskiej – sprzedaż udziałów na rzecz spółki Radio Plus Polska sp. z o.o. Po posiedzeniu KRRiT Przewodnicząca KRRiT – Danuta Waniek wręczyła przyznane przez Prezydenta RP – Aleksandra Kwaśniewskiego odznaczenia za zasługi w działalności radiowej. O uroczystości piszemy w numerze.

### **15 listopada 2005 roku**

W pierwszej części posiedzenia odbyło się spotkanie z pełnomocnikami prawnymi KRRiT w sprawie o ustalenie ważności mandatu członka Rady Nadzorczej TVP SA w związku z orzeczeniem z 7 listopada 2005 roku Sądu Okręgowego w Warszawie. Podjęto ustalenie o skierowaniu wniosku o kasację tego wyroku. W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła projekt ogłoszenia o konkursie na rezerwację częstotliwości dla naziemnej telewizji cyfrowej. Projekt zostanie poddany konsultacjom. Rada nie rozstrzyga w nim, czy telewizja publiczna otrzyma odrębny multipleks ("wiązka" programów). To oferent, który chce wziąć udział w konkursie, będzie musiał wskazać programy, które chce umieścić w multipleksie.

### **22 listopada 2005 roku**

Podczas posiedzenia omówiono przygotowaną przez Departament Reklamy KRRiT informację o wynikach kontroli działalności reklamowej i sponsorskiej 206 nadawców radiowych, która została przeprowadzona w pierwszej połowie 2005 roku (raport z przeprowadzonej kontroli publikujemy w numerze).

Członkowie KRRiT zapoznali się również z analizami Departamentu Programowego oraz Departamentu Prawnego dotyczącymi problemu dzielenia audycji w TVP dla potrzeb reklamowych. Zdaniem spółki TVN, która zwróciła się do Przewodniczącej KRRiT ze skargą dotyczącą zasad emisji reklam w TVP, w Telewizji Polskiej dochodzi do sztucznego wydzielania części audycji w celu emitowania reklam. Analizie poddane zostały odcinki audycji emitowanej w TVP 2 pod tytułem „Załóż się”. Analiza ta potwierdziła zarzuty sztucznego dzielenia audycji. Dochodziło więc do przerywania audycji reklamami, co jest niezgodne z ustawą o radiofonii i telewizji. W związku z tym

Przewodnicząca KRRiT skierowała do TVP wezwanie do zaniechania takich działań (szerzej w numerze).

Przewodnicząca KRRiT poinformowała również członków KRRiT o skierowanym do niej liście Marszałka Sejmu RP – Marka Jurka, w którym zawarty jest wniosek o przedstawienie do 2 grudnia opinii na temat zmian w ustawie o radiofonii i telewizji oraz innych ustaw, związanych z poselskim projektem ustawy o radiofonii i telewizji.

W dalszej części posiedzenia członkowie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji głosowali nad złożonym przez Lecha Jaworskiego wnioskiem o odwołanie z funkcji przewodniczącej KRRiT Danuty Waniek. W wyniku głosowania wniosek nie uzyskał większości.

### **30 listopada 2005 roku**

Podczas posiedzenia członkowie KRRiT jednogłośnie przyjęli stanowisko dotyczące poselskiego projektu o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw. Stanowisko zostało przekazane na ręce Marszałków Sejmu RP i Senatu RP. Treść tego stanowiska dostępna jest na stronach internetowych KRRiT.

Członkowie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przyjęli także uchwałę wzywającą TVP do zaprzestania przerywania audycji „Załóż się” (TVP 2) blokami reklamowymi. Krajowa Rada uznała, że TVP naruszyła art. 16a ustawy o radiofonii i telewizji mówiący m.in., że mediom publicznym nie wolno przerywać audycji reklamami.

### **7 grudnia 2005 roku**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ogłosiła konkursy na częstotliwości radiowe: po jednej w Hrubieszowie, Dęblinie, Bytowie i dwie w Łodzi. We wszystkich przypadkach chodzi o rozszerzenie koncesji – o częstotliwości mogą ubiegać się stacje radiowe już nadające. O koncesje w województwie lubelskim w Hrubieszowie (częstotliwość 104,6 MHz, moc nadajnika 1,0 kW) oraz w Dęblinie (93,6 MHz; 0,5 kW), mogą się ubiegać stacje ogólnopolskie nadające program uniwersalny (kryterium spełniają RMF FM i Radio Zet). W Bytowie w województwie pomorskim nową częstotliwość (101,2 MHz, 1,0 kW) otrzyma istniejąca już stacja lokalna, nadająca program uniwersalny. Pierwsza łódzka częstotliwość (105,0 MHz; 0,1 kW) przeznaczona jest dla stacji nadającej program o charakterze muzyczno-literackim, a drugą (90,1 MHz; 2,0 kW) otrzyma rozgłośnia nadająca program o charakterze uniwersalnym, ale posiadająca już minimum 15 nadajników. Warunki dla łódzkich częstotliwości spełniają RMF Classic (dla pierwszej) i Radio WAWa (dla drugiej).

Podjęto uchwałę o zmianie koncesji wydanej spółce Bis Media Sp. z o.o. poprzez zmianę w strukturze udziałowej spółki – wpisaniu nowego współnika spółki – Agora S.A. Chodzi o Radio Bis – Złote Przeboje Puls 95,6 FM.

KRRiT zdecydowała też o zmianie koncesji wydanej spółce PPHU MAKS Sp. z o.o. poprzez zmianę w strukturze udziałowej spółki – wykreślenie dotychczasowych udziałowców i wpisanie nowego współnika Radia ESKA SA.

## DEPARTAMENT REKLAMY

### INFORMACJA

#### O WYNIKACH KONTROLI DZIAŁALNOŚCI REKLAMOWEJ I SPONSORSKIEJ 206 NADAWCÓW RADIOWYCH PRZEPROWADZONEJ W PIERWSZEJ POŁOWIE 2005

##### CELE KONTROLI

- kontrola zgodności działalności reklamowej i sponsorskiej nadawców z obowiązującymi przepisami;
- analiza funkcjonowania radiowego rynku reklamowego w roku 2004, na podstawie czasu wyemitowanych reklam, z uwzględnieniem zmian zachodzących w poszczególnych regionach;
- porównanie czasu reklam i ogłoszeń płatnych wyemitowanych w roku 2004 przez poszczególnych nadawców radiowych z danymi z lat ubiegłych;
- porównanie przestrzegania przepisów przez nadawców radiowych w odniesieniu do lat poprzednich;
- wyjaśnienie nadawcom wątpliwości dotyczących obowiązujących przepisów w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej.

##### SPOSÓB KONTROLI

Dyrektor Departamentu Reklamy z upoważnienia Przewodniczącej KRRiT zwrócił się do nadawców radiowych o przedłożenie do kontroli następujących materiałów:

- poemisyjnego nagrania programu z wyznaczonego dnia w godz. 7.00 – 9.00 i 14.00 – 16.00;
- ewidencji wyemitowanych reklam w danym dniu;
- dźwiękowych oznaczeń sponsorów audycji wyemitowanych w danym tygodniu;
- ewidencji audycji sponsorowanych wyemitowanych w wyznaczonym tygodniu;
- informacji o łącznym czasie wyemitowanych reklam i płatnych ogłoszeń w roku 2004.

**UWAGA:** ogólnopolskie programy Polskiego Radia SA i miejskie programy Rozgłośni Regionalnych PR SA traktowane były jako oddzielni nadawcy.

##### CZAS KONTROLI

Kontrolę programu, (pod względem działalności reklamowej i sponsorskiej) wyemitowanego w godzinach 7.00 – 9.00 i 14.00 – 16.00 przeprowadzono w czterech turach. Poszczególne terminy wynikały z realizacji rocznego planu pracy Departamentu Reklamy Biura KRRiT.

- |          |                     |
|----------|---------------------|
| I tura   | 18 lutego 2005 r.   |
| II tura  | 23 marca 2005 r.    |
| III tura | 22 kwietnia 2005 r. |

#### ZAKRES KONTROLI

Kontrolą w roku 2005 nie objęto niżej wymienionych nadawców radiowych:

- Ze względu na wygaśnięcie koncesji:
  - KAROLINA (Tychy), OKO (Ostrołęka), TAK (Kielce), ZŁOTE PRZEBOJE O'LE 92,8 FM (Opole);
- Ze względu na nieprzedstawienie w terminie materiałów poemisyjnych do kontroli:
  - PLUS GNIEZNO (Gniezno), PLUS KIELCE (Kielce), RMF CLASSIC (Warszawa), WARSZAWA – PRAGA (Warszawa);
- Ze względu na nienadawanie przez radio własnego programu:
  - FLASH 102,9 FM (Słupca – retransmisja programu radia FLASH 99,6 FM z Konina);
  - BLUE 106,6 FM (Opole – retransmisja programu radia BLUE 106,1 FM z Wrocławia);
- Ze względu na przeprowadzaną reorganizację radia:
  - ELKA (Leszno);
- Ze względu na uzyskanie koncesji w dniu 6 czerwca 2005 r.:
  - KASZEBE (Władysławowo);
- Ze względu na zawieszenie za zgodą KRRiT emisji programu na okres 6 miesięcy:
  - PM (Kwidzyn);
- Ze względu na zmianę właściciela:
  - ESKA PRZEMYŚL (Przemyśl).

#### PRZEBIEG KONTROLI I STWIERDZONE NARUSZENIA OBOWIĄZUJĄCYCH PRZEPISÓW

W roku 2005 w trakcie planowej kontroli, przeprowadzonej przez Departament Reklamy Biura KRRiT, przesłuchano wytypowane fragmenty programu 206 nadawców radiowych. W zakresie działalności reklamowej, sponsoringu, a także archiwizacji programu, nie zgłoszono zastrzeżeń do 125 nadawców. Stanowi to 60,6% skontrolowanych nadawców. W porównaniu z rokiem ubiegłym odnotowano niewielki spadek zarówno liczbowy jak i procentowy nadawców, u których nie odnotowano naruszeń obowiązujących przepisów. W roku 2004 na 203 skontrolowanych nadawców do 130 nie zgłoszono zastrzeżeń, co stanowiło 64%.

W poniższej tabeli przedstawiono nadawców, co do których w trakcie kontroli przeprowadzonej w I półroczu 2005 roku nie zgłoszono żadnych uwag w zakresie działalności reklamowej, sponsoringu i archiwizacji programu.

1.	100	Piła
2.	104,4 GOLD FM	Warszawa
3.	5	Ełk
4.	5	Suwałki
5.	88,4 FM ŻŁOTE PRZEBOJE	Poznań
6.	90	Wodzisław Śl.
7.	97,90 GOLD FM	Łódź
8.	AFERA	Poznań
9.	AKADEMICKIE RADIO CENTRUM	Rzeszów
10.	AKADEMICKIE RADIO CENTRUM	Lublin
11.	AKADEMICKIE RADIO INDEX	Zielona Góra
12.	AKADERA	Białystok
13.	ALFA	Kraków
14.	APLAUZ	Wrocław
15.	AS 98,1 FM	Inowrocław
16.	BARTOSZYCE	Bartoszyce
17.	BLUE 101,7 FM	Zielona Góra
18.	BLUE 103,5 FM	Bydgoszcz
19.	BLUE 103,8 FM	Kraków
20.	BLUE 106,1 FM	Wrocław
21.	BLUE 94,5 FM	Tychy
22.	BRAWO	Ciechocinek
23.	CENTRUM	Kalisz
24.	DIECEZJALNE RADIO NADZIEJA	Łomża
25.	EL	Elbląg
26.	eM 101,7 FM	Katowice
27.	ESKA BEŁCHATÓW	Bełchatów
28.	ESKA BIAŁYSTOK	Białystok
29.	ESKA BYDGOSZCZ	Bydgoszcz
30.	ESKA GRUDZIĄDZ	Grudziądz
31.	ESKA KRAKÓW	Kraków
32.	ESKA OLSZTYN	Olsztyn
33.	ESKA OSTRÓW - KALISZ	Ostrów Wlkp.
34.	ESKA TORUŃ	Toruń
35.	ESKA WARSZAWA	Warszawa
36.	ESKA ZAMOŚĆ	Zamość
37.	Ex FM	Kraków
38.	FAN	Knurów
39.	FLASH	Katowice
40.	GRA BYDGOSZCZ	Bydgoszcz

41.	GRA INOWROCLAW	Inowrocław
42.	GRA TORUŃ	Toruń
43.	JAZZ	Warszawa
44.	KAT.R.ARCHIDIECEZJI W - SKIEJ ŚW.JÓZEF	Warszawa
45.	KATOLICKIE R. DIECEZJI PELPLIŃSKIEJ „GŁOS”	Pelplin
46.	KATOLICKIE RADIO „VIA”	Rzeszów
47.	KATOLICKIE RADIO EMAUS	Poznań
48.	KLASYKA 103,7 FM	Warszawa
49.	KOŁOBRZEG	Kołobrzeg
50.	LELIWA	Tarnobrzeg
51.	MAKS	Tarnów
52.	MUZYCZNE RADIO	Jelenia Góra
53.	NASZE RADIO	Sieradz
54.	NIEPOKALANÓW	Niepokalanów
55.	NOWE RADIO JAZZ	Katowice
56.	OPATÓW	Opatów
57.	PARK FM	Kędzierzyn Koźle
58.	PIENIĄDZ I NOWOCZESNOŚĆ	Warszawa
59.	PIOTRKÓW	Piotrków Tryb.
60.	PLAMA	Szczecin
61.	PLANETA 87,9	Bielsko-Biała
62.	PLUS 93,3 ŁAGODNE PRZEBOJE	Warszawa
63.	PLUS GDAŃSK	Gdańsk
64.	PLUS GLIWICE	Gliwice
65.	PLUS GORZÓW	Gorzów
66.	PLUS KOSZALIN	Koszalin
67.	PLUS LIPIANY	Lipiany
68.	PLUS LUBLIN	Lublin
69.	PLUS ŁAGODNE PRZEBOJE	Warszawa
70.	PLUS ŁOMŻA	Łomża
71.	PLUS PŁOCK	Płock
72.	PLUS RADOM	Radom
73.	PLUS SZCZECIN	Szczecin
74.	PŁOCKIE RADIO PULS	Płock
75.	PR „BIAŁYSTOK” S.A.	Białystok
76.	PR „GDAŃSK” S.A.	Gdańsk
77.	PR „KATOWICE” S.A.	Katowice
78.	PR „KIELCE” S.A.	Kielce
79.	PR „KOSZALIN” S.A.	Koszalin
80.	PR „KRAKÓW” S.A.	Kraków

81.	PR „LUBLIN” S.A.	Lublin
82.	PR „MERKURY” S.A.	Poznań
83.	PR „OPOLE” S.A.	Opole
84.	PR „PIK „S.A.	Bydgoszcz
85.	PR „RZESZÓW” S.A.	Rzeszów
86.	PR „SZCZECIN” S.A.	Szczecin
87.	PR „WROCŁAW” S.A. RAM	Wrocław
88.	PR „WROCŁAW” S.A. regionalny	Wrocław
89.	PR S.A. PR I	Warszawa
90.	PR S.A. PR II	Warszawa
91.	PR S.A. PR III	Warszawa
92.	PR S.A. „BIS”	Warszawa
93.	RADIO ZIEMII WIELUŃSKIEJ	Wieluń
94.	RADIOSTACJA	Warszawa
95.	RDN MAŁOPOLSKA	Tarnów
96.	RMF CLASSIC - KRAKÓW	Kraków
97.	RMF FM	Warszawa
98.	ROCK RADIO MAZOWSZE 95,8 FM	Łomianki
99.	ROCK RADIO WIELKOPOLSKA	Śrem
100.	RSC	Skierniewice
101.	TOK FM	Warszawa
102.	TORUŃ 96,7 GOLD FM	Toruń
103.	TREFL 103 i 99,2 ŻŁOTE PRZEBOJE	Gdańsk
104.	TWOJE RADIO	Cmolas
105.	TWOJE RADIO	Bielsko Biała
106.	TWOJE RADIO	Lipsko
107.	TWOJE RADIO	Ilża
108.	TWOJE RADIO	Puławy
109.	TWOJE RADIO	Biłgoraj
110.	TWOJE RADIO ŻŁOTE PRZEBOJE	Zielona Góra
111.	UWM FM	Olsztyn
112.	VIGOR FM	Słupsk
113.	WA – MA	Mragowo
114.	WEEKEND	Chojnice
115.	ZET	Warszawa
116.	ŻŁOTE PRZEBOJE 101,3 FM	Łódź
117.	ŻŁOTE PRZEBOJE 106,FM	Jelenia Góra
118.	ŻŁOTE PRZEBOJE ECHO	Nowy Sącz
119.	ŻŁOTE PRZEBOJE ELITA 93,1 FM	Bydgoszcz
120.	ŻŁOTE PRZEBOJE KOLOR 90,4 FM	Wrocław

121.	ZŁOTE PRZEBOJE NA FALI 89,8 FM	Szczecin
122.	ZŁOTE PRZEBOJE POGODA 100,1 FM	Warszawa
123.	ZŁOTE PRZEBOJE PULS 95,6 FM	Lublin
124.	ZŁOTE PRZEBOJE RES 95,7 FM	Rzeszów
125.	ZŁOTE PRZEBOJE WANDA 92,5	Kraków

W wyniku przeprowadzonej kontroli u 3 nadawców (stanowi to 1,4% skontrolowanych) stwierdzono rażące naruszenia przepisów dotyczących działalności reklamowej i sponsorskiej. Do niżej wymienionych nadawców Przewodnicząca KRRiT na podstawie art. 10 ust. 2 i 3 ustawy o radiofonii i telewizji skierowała pisma wzywające do bezzwłocznego dostosowania działań nadawcy do obowiązujących przepisów. Nadawcy zostali także zobowiązani do podjęcia działań mających na celu bezwzględne wyeliminowanie stwierdzonych nieprawidłowości w dalszej działalności radiowej.

RADIO VANESSA (Racibórz) naruszyło art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (tekst jednolity Dz. U. Nr 253 z 2004 r.), przekraczając dopuszczalny czas emisji reklam w godzinie nadawania programu.

RADIO ESKA 99,1 FM (Sosnowiec) naruszyło art. 16c ww. ustawy emitując reklamę ukrytą, a także art. 16 ust. 1 poprzez nie oznakowanie początku bloku reklamowego. Naruszono również § 2 pkt 1 rozporządzenia KRRiT w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 65 z 2000 r. poz. 785), przekraczając dopuszczalny czas prezentowania sponsora.

RADIO BIELSKO (Bielsko Biała) naruszyło art.16 ust. 2 ww. ustawy przekraczając dopuszczalny czas emisji reklam w godzinie nadawania programu, a także art. 16b ust. 1 pkt 3 emitując reklamę usług medycznych w niedozwolony sposób, a także art. 16 ust. 1 bez wymaganego oznakowania początku bloku reklamowego.

Wyżej wymienieni nadawcy zostali poddani ponownej kontroli w sierpniu br., a jej wyniki przedstawiono KRRiT w osobnej informacji sporządzonej przez Departament Reklamy.

W stosunku do ubiegłorocznej kontroli liczba nadawców w sposób rażący naruszających obowiązujące przepisy istotnie się zmniejszyła. W roku 2004 Przewodnicząca skierowała pisma wzywające do bezwzględnego przestrzegania przepisów do 11 nadawców, co stanowiło 5,4% skontrolowanych nadawców.

Do 78 nadawców (37,8%), u których w trakcie kontroli stwierdzono naruszenia o mniejszym znaczeniu, Dyrektor Departamentu Reklamy, z upoważnienia Przewodniczącej KRRiT, wystosował pisma zobowiązujące nadawców do przestrzegania obowiązujących przepisów, a także wypracowania procedur uniemożliwiających w przyszłości występowanie podobnych naruszeń prawa.

#### NARUSZENIA PRZEPISÓW ZAWARTYCH W USTAWIE O RADIOFONII I TELEWIZJI

- Wyemitowanie w zapowiedzi sponsorskiej produktu jako sponsora audycji  
naruszenie art. 4 ust. 7

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **6 nadawców** (2,9%):

1. ESKA KIELCE	Kielce
2. ESKA RADOM	Radom
3. ESKA STARACHOWICE	Starachowice
4. ESKA SZCZECINEK	Szczecinek
5. ESKA WROCŁAW	Wrocław
6. ESKA ZIELONA GÓRA	Zielona Góra



Podczas ubiegłorocznej kontroli nie stwierdzono tego typu naruszeń przepisów.

- **Wyemitowanie reklamy nie wyodrębnionej prawidłowo w programie lub niewłaściwie oznakowanej**  
*naruszenie art. 16 ust. 1*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **5 nadawców** (2,4%):

1. BIELSKO	Bielsko – Biała
2. ESKA 99,1 FM	Sosnowiec
3. ESKA IŁAWA	Iława
4. FON	Częstochowa
5. NAKŁO	Nakło

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 2 nadawców (1,0%).

- **Przekroczenie obowiązującego limitu reklam**  
*naruszenie art. 16 ust. 2*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **2 nadawców** (1%):

1. BIELSKO	Bielsko – Biała
2. VANESSA	Racibórz

Podczas ubiegłorocznej kontroli nie stwierdzono tego typu naruszeń przepisów.

- **Wyemitowanie reklamy promującej napoje alkoholowe**  
*naruszenie art. 16b ust. 1 pkt 2 w związku z art. 13' ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. z 2002 r. Nr 147, poz. 1231, z późn. zm.)*

Naruszenie powyższych przepisów stwierdzono u **1 nadawcy** (0,5%):

1. WA – MA	Olsztyn
------------	---------

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 7 nadawców (3,4%).

- **Wyemitowanie nieprawidłowej reklamy usług medycznych**  
*naruszenie art. 16b ust. 1 pkt 3 w związku z art. 18b ustawy z dnia 30 sierpnia 1991 r. o zakładach opieki zdrowotnej*

Naruszenie powyższych przepisów stwierdzono u **3 nadawców** (1,4%);

1. BIELSKO	Bielsko – Biała
2. MEGA FM	Pszczyna
3. PLUS KRAKÓW	Kraków

Podczas ubiegłorocznej kontroli nie obowiązywały powyższe przepisy w takiej formie.

- **Wyemitowanie reklamy ukrytej**  
*naruszenie art. 16c*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **5 nadawców** (2,4%):

1. ESKA 99,1 FM	Sosnowiec
2. KISS FM	Poznań
3. PARADA	Łódź
4. PIEKARY	Piekary Śląskie
5. VICTORIA	Łowicz

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tych przepisu wystąpiło u 6 nadawców (2,5%).

- **Wyemitowanie zbyt wielu informacji o sponsorze**  
*naruszenie art. 17 ust. 1*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **11 nadawców** (5,3%):

1. CLASSIC FM	Łódź
2. ELKA GŁOGÓW	Głogów
3. ESKA IŁAWA	Iława
4. ESKA NORD	Gdynia
5. FAMA	Kielce
6. JARD	Białystok
7. KATOLICKIE RADIO PODLASIE	Siedlce
8. REKORD FM	Radom
9. RMI FM	Poznań
10. PLUS LEGNICA	Legnica
11. VICTORIA	Łowicz

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 13 nadawców (6,4%).

- **Wyemitowanie audycji sponsorowanej, która zachęca do zakupu towarów sponsora, a także takich, w których sponsor wpływa na treść audycji**  
*naruszenie art. 17 ust. 3 i 4*

Naruszenie powyższych przepisów stwierdzono u **9 nadawców** (4,3%):

1. BOGORIA	Grodzisk
2. ESKA NORD	Gdynia
3. FAMA	Kielce
4. FAMA	Sochaczew
5. KATOLICKIE RADIO PODLASIE	Siedlce
6. KOLOR 103 FM	Warszawa
7. PLANETA 106,2 FM	Opole
8. PR „OLSZTYN” S.A.	Olsztyn
9. RMI FM	Poznań

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tych przepisów wystąpiło u 2 nadawców (1%).

## NARUSZENIE ZAPISÓW ZAWARTYCH W OTRZYMANEJ KONCESJI

- **Naruszenie zapisów koncesyjnych dotyczących czasu nadawania reklam**

Przekroczenie przyznanego koncesją 2% dziennego czasu nadawania reklam stwierdzono w RADIU JARD II w Białymstoku.

Podczas ubiegłorocznej kontroli tego typu naruszenie przepisów zapisów koncesyjnych wystąpiło u 2 nadawców (1%).

### NARUSZENIE PRZEPISÓW ZAWARTYCH W ROZPORZĄDZENIU KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI W SPRAWIE SPOSOBU PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI REKLAMOWEJ I TELESPRZEDAŻY W PROGRAMACH RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH

- **Niezgodność ewidencji z wymaganiami zawartymi w rozporządzeniu lub niezgodność zapisów z wyemitowanymi reklamami**

*naruszenie § 8 ust. 2*

Naruszenie powyższych przepisów wystąpiło u **34 nadawców** (16,5%):

1. BAB	Łomża
2. BIELSKO	Bielsko – Biała
3. CCM	Gliwice
4. ELKA GŁOGÓW	Głogów
5. ESKA GORZÓW	Gorzów
6. ESKA IŁAWA	Iława
7. ESKA LESZNO	Leszno
8. ESKA LUBLIN	Lublin
9. ESKA OPOLE	Opole
10. ESKA POZNAŃ	Poznań
11. ESKA RZESZÓW	Rzeszów
12. FLASH 99,6 FM	Konin
13. GNIEZNO	Gniezno
14. HIT FM	Gdańsk
15. KATOLICKIE RADIO PODLASIE	Siedlce
16. KATOLICKIE RADIO ZAMOŚĆ	Zamość
17. KOLOR 103 FM	Warszawa
18. PLANETA 95,1	Katowice
19. PLUS BIAŁYSTOK	Białystok
20. PLUS BYDGOSZCZ	Bydgoszcz
21. PLUS GRYFICE	Gryfice
22. PLUS LEGNICA	Legnica
23. PLUS ŁÓDŹ	Łódź
24. PLUS OPOLE	Opole
25. PLUS ZIELONA GÓRA	Zielona Góra
26. PÓLNOC	Goleniów
27. PÓLNOC	Koszalin
28. PR. „ZACHÓD” S.A. program REGIONALNY	Zielona Góra
29. PR „OLSZTYN” S.A.	Olsztyn
30. PULS FM	Mielec
31. SUD	Kępno
32. SUDETY	Dzierżoniów
33. WA – MA	Iława
34. ZŁOTE PRZEBOJE „C” 96,6 FM	Częstochowa

W porównaniu z ubiegłoroczną kontrolą nastąpił bardzo niepokojący wzrost liczby nadawców (w roku 2004 -13 nadawców, co stanowiło 7,2%), którzy naruszają ww. przepis.

- **Niewłaściwe oznaczenie bloków reklamowych**  
*naruszenie § 4 ust. 1 i 2*

Naruszenie powyższych przepisów wystąpiło u **3 nadawców** (1,4%):

1. PLUS GŁOGÓW	Głogów
2. PR „ŁÓDŹ” S.A.	Łódź
3. „W”	Włocławek

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 2 nadawców (1,0%).

- **Wyemitowanie reklamy z wykorzystaniem głosu osoby prowadzącej audycje informacyjne**  
*naruszenie § 6*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono w Radiu ALEX w Zakopanem.

Podczas ubiegłorocznej kontroli nie stwierdzono tego typu naruszeń przepisów.

#### **NARUSZENIE ZAPISÓW ZAWARTYCH W ROZPORZĄDZENIU KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI W SPRAWIE SPOSOBU SPONSOROWANIA AUDYCJI LUB INNYCH PRZEKAZÓW**

Przeprowadzona kontrola wykazała, że wśród 206 nadawców, których materiały źródłowe zostały poddane analizie, 43 nadawców emitowało audycje sponsorowane, co stanowi 20,7% nadawców kontrolowanych.

- **Nieprawidłowe prowadzenie ewidencji audycji sponsorowanych: brak audycji w wykazie lub ewidencja niezgodna z wymaganiami określonymi w rozporządzeniu**  
*naruszenie § 5*

Naruszenie powyższych przepisów stwierdzono u **22 nadawców** (10,6%):

1. ABC	Szczecin
2. BAB	Łomża
3. BIESZCZADY	Sanok
4. BRW	Wałbrzych
5. CCM	Gliwice
6. CLASSIC	Łódź
7. ELKA GŁOGÓW	Głogów
8. ESKA ŁÓDŹ	Łódź
9. FON	Częstochowa
10. HIT FM	Gdańsk
11. HIT	Włocławek
12. KATOLICKIE RADIO CIECHANÓW	Ciechanów
13. MAZURY	Ostróda
14. PLUS BYDGOSZCZ	Bydgoszcz
15. PLUS ŁÓDŹ	Łódź
16. PÓŁNOC GOLENIÓW	Goleniów
17. PÓŁNOC KOSZALIN	Koszalin
18. PR „RADIO DLA CIEBIE” S.A.	Warszawa
19. PR. „RADIO ZACHÓD” S.A. - Program Miejski	Zielona Góra
20. RMF MAXXX	Kraków
21. SUDETY	Dzierżoniów
22. WAWa	Warszawa

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tych przepisów wystąpiło u 8 nadawców (3,9%).

- **Przekroczenie dopuszczalnego czasu wskazania sponsora**  
*naruszenie § 2 ust. 1*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u 13 nadawców (6,3%):

1. 107,4 ESKA ROCK	Poznań
2. ANTY RADIO 94 FM	Warszawa
3. ELKA GŁOGÓW	Głogów
4. ESKA 99,1 FM	Sosnowiec
5. ESKA ŁAWA	Ława
6. FAMA	Kielce
7. FON	Kielce
8. HIT	Włocławek
9. KATOLICKIE RADIO PODLASIE	Siedlce
10. PLUS LEGNICA	Legnica
11. PR „RADIO OLSZTYN” S.A	Olsztyn
12. PR „RADIO ZACHÓD” S.A. – Program Miejski	Zielona Góra
13. REKORD FM	Radom

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 2 nadawców (1%).

**NARUSZENIE ZAPISÓW ZAWARTYCH W ROZPORZĄDZENIU KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI W SPRAWIE SPOSOBU UTRWALANIA I PRZECHOWYWANIA PRZEZ NADAWCÓW AUDYCJI, REKLAM I INNYCH PRZEKAZÓW**

- **Nieprawidłowe utrwalanie na odpowiednich nośnikach rozpowszechnianego programu**  
*naruszenie § 1 pkt 1 i § 3*

Naruszenie powyższego przepisu stwierdzono u **7 nadawców** (3,4%).

1. BAB	Łomża
2. BIESZCZADY	Sanok
3. BON TON	Chełm
4. ESKA POZNAŃ	Poznań
5. FAMA	Sochaczew
6. PLUS ŁÓDŹ	Łódź
7. SUDETY	Dzierżoniów

Podczas ubiegłorocznej kontroli naruszenie tego przepisu wystąpiło u 2 nadawców (1%).

**ZESTAWIENIE NAJISTOTNIEJSZYCH NARUSZEŃ PRZEPISÓW**

RODZAJ NARUSZENIA	Rok 2002 %	Rok 2003 %	Rok 2004 %	Rok 2005 %
Brak odpowiedzi na żądanie Przewodniczącej	0,6	0,6	0	0
Reklama wyrobów i rekwizytów tytoniowych	0	0	0,5	0
Reklama lub promocja napojów alkoholowych	0,6	0	3,4	0,4
Nieprawidłowa reklama usług medycznych	6,2	4,5	1,4	1,4
Emitowanie reklamy ukrytej	0	5,5	3,4	2,4
Przekroczenie czasu reklamowego	1,1	0,5	1,0	1,3
Niewłaściwe oznaczenie reklamy	4,5	2,5	2,0	3,8
Nieprawidłowa ewidencja reklam	14,0	8,5	6,9	16,5
Wyemitowanie reklamy z wykorzystaniem głosu osoby prowadzącej audycje informacyjne	0	0	0	0,4
Wyemitowanie zbyt wielu informacji o sponsorze	1,5	5,3	9,6	5,3
Przekaz zachęca do korzystania z usług sponsora	0,7	1,3	1,4	4,3
Sponsorowanie audycji przez produkt	1,7	0,5	0	2,9
Przekroczenie dopuszczalnego czasu wskazania sponsora	2,2	4,0	1,4	6,3
Nieprawidłowa ewidencja audycji sponsorowanych	16,2	7,2	5,5	10,6
Brak należytej archiwizacji	4,0	4,5	1,0	3,4

**KROKI DYSCYPLINUJĄCE PODJĘTE WOBEC NADAWCÓW, U KTÓRYCH STWIERDZONO NARUSZENIE PRZEPISÓW**

Podjęte działania dyscyplinujące	2002 r. KONTROLA 178 nadawców	2003 r. KONTROLA 199 nadawców	2004 r. KONTROLA 203 nadawców	2005 r. KONTROLA 206 nadawców
Kara finansowa nałożona przez Przewodniczącą KRRiT	1	1	0	0
Wezwanie Przewodniczącej KRRiT do zaniechania działań naruszających przepisy	15	9	11	3
Pismo Dyrektora Departamentu Reklamy określające naruszenia przepisów wraz z prośbą o nadesłanie wyjaśnień	62	61	61	78

Do powyższej informacji zostały dołączone następujące załączniki dostępne na stronie internetowej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji ([www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl))

**załącznik 1 Tabela:** Czas wyemitowanych reklam przez nadawców radiowych w 2004 r. (alfabetycznie).

**załącznik 2 Tabela:** Czas wyemitowanych reklam przez nadawców radiowych w 2004 r. (wg czasu sprzedaży).

**załącznik 3 Tabela:** Porównanie czasu reklam wyemitowanych przez nadawców radiowych w latach 2003 i 2004 r.

**załącznik 4 Wykres:** Czas wyemitowanych reklam w 2004 r. przez nadawców radiowych.

**załącznik 5 Wykres:** Średni czas wyemitowanych reklam w latach 2003 i 2004 przez jednego nadawcę w poszczególnych województwach.

**załącznik 6 Wykres:** Roczny czas wyemitowanych reklam przez nadawców w poszczególnych województwach w 2004 r.

**załącznik 7 Wykres:** Średni roczny czas wyemitowanych reklam przez jednego nadawcę w 2004 roku w poszczególnych województwach.

**Załącznik 8 Tabela:** Czas wyemitowanych reklam przez ogólnopolskich nadawców radiowych w latach 2003 i 2004.

**W IV kwartale 2005 r. przeprowadzono rekontrolę działalności reklamowej i sponsorskiej,**

której poddano 38 nadawców. Przedmiotem kontroli były nagrania poemisyjne z dnia 12 sierpnia 2005 r. w godz. 7.00 – 9.00 i 15.00 – 17.00. W przypadku nadawców emitujących swój program tylko 2 godziny na dobę (Nasze Radio) kontrolowano cały program z danego dnia.

**Kryteria wyboru nadawców do rekontroli**

1. Stwierdzenie w trakcie przeprowadzonej planowej kontroli w I połowie 2005 roku rażących naruszeń przepisów obowiązujących nadawcę w zakresie reklamy i sponsoringu.
2. Nieprzesłanie do kontroli, z uzasadnionych przyczyn nagrań poemisyjnych.
3. Otrzymanie przez nadawcę koncesji w terminie uniemożliwiającym przeprowadzenie kontroli w I półroczu 2005 r.

Za rażące naruszenia przepisów uznano nieprzestrzeganie zapisów zawartych w ustawie z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, a także w rozporządzeniach KRRiT, zwłaszcza, jeżeli stwierdzono, że naruszenie miało miejsce po raz kolejny albo naruszono kilka przepisów jednocześnie.

Dotyczy to przepisów zawartych w:

- ustawie o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. (tekst jedn. Dz. U. z 2004 r., Nr 253, poz. 2531),

a w szczególności:

- art. 16b. ust. 1 pkt 2 dot. zakazu nadawania reklam lub promowania napojów alkoholowych w związku z art.131 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi;
- art. 16b ust. 1 pkt 3 dot. zakazu nadawania reklam usług medycznych świadczonych wyłącznie na podstawie skierowania lekarza, w związku z art. 18 b ustawy z dnia 30 sierpnia 1991 r. o zakładach opieki zdrowotnej;

- art. 16c dot. zakazu nadawania reklamy ukrytej;
- art. 16 ust. 1 dot. wymogu nadawania reklam prawidłowo wyodrębnionych w programie i właściwie oznakowanych;
- art. 17 ust. 1 dot. prawidłowego oznaczania audycji sponsorowanych;
- art. 17 ust. 4 dot. zakazu zamieszczania w audycjach sponsorowanych zachęty do korzystania z usług lub towarów sponsora;

otrzymanej koncesji w punkcie dotyczącym limitu nadawania reklam;

- rozporządzeniu KRRiT z dnia 3 czerwca 2004 r. w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych (Dz.U. Nr 148 poz. 1565);
- rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 65 poz. 785);
- rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobów utrwalania i przechowywania przez nadawców audycji, reklam i innych przekazów (Dz.U. Nr 65 poz. 786).

#### WYNIKI REKONTROLI

Przeprowadzona rekontrola wykazała, że 17 niżej wymienionych nadawców dostosowało swoją działalność reklamową i sponsorską do obowiązujących przepisów:

ESKA PRZEMYŚL	Przemyśl
RMI FM	Poznań
BON TON	Chelm
MEGA FM	Pszczyna
JARD II	Białystok
POLSKIE RADIO ZACHÓD – regionalne	Zielona Góra
POLSKIE RADIO ZACHÓD – miejski	Zielona Góra
FON	Częstochowa
ESKA 99,1	Sosnowiec
WARSZAWA- PRAGA	Warszawa
HIT FM	Gdańsk
97,90 GOLD FM	Łódź
CCM	Gliwice
ESKA Piła	Piła
PLUS KIELCE	Kielce
PLUS GŁOGÓW	Głogów
VICTORIA MIĘDZY ŁODZIĄ A WARSZAWĄ	Łowicz



Rekontrola wykazała, że spośród nadawców, którzy otrzymali nową koncesję, u poniższych sześciu nie stwierdzono naruszeń przepisów dotyczących reklamy i sponsoringu:

KASZEBE	Władysławowo
WOJE RADIO	Ustka
TWOJE RADIO	Kluczbork
TWOJE RADIO	Bolesławiec
TWOJE RADIO	Włodawa
TWOJE RADIO	Radomsko

Nie stwierdzono również takich naruszeń w przypadku nadawcy RMF – Classic z Warszawy, który został poddany rekontroli z uwagi na to, że nie przesłał materiałów poemisyjnych do planowej kontroli przeprowadzonej w I połowie roku.

**W trakcie rekontroli stwierdzono poniższe naruszenia przepisów:**

**Naruszenia przepisów zawartych w ustawie o radiofonii i telewizji**

- **art. 17 ust. 1 dotyczący przekroczenia dopuszczalnej zawartości informacji w oznaczeniu sponsorskim:**

FAMA	Kielce
GNIEZNO	Gniezno
POLSKIE RADIO OLSZTYN	Olsztyn
OKO	Ostrołęka
ESKA Iława	Iława

- **art.17 ust. 4 dot. zamieszczenia zachęty do korzystania z towarów lub usług sponsora w audycji sponsorskiej:**

GNIEZNO	Gniezno
POLSKIE RADIO OLSZTYN	Olsztyn

- **art. 16 c dot. zakazu reklamy ukrytej:**

WA-MA	Olsztyn
WA-MA	Iława

Naruszenie przepisów zawartych w rozporządzeniu KRRiT z dnia 3 czerwca 2004 roku w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych

- **§ 8 dot. braku wymaganych danych w ewidencji emitowanych reklam:**

PLUS GNIEZNO	Gniezno
OKO	Ostrołęka

**Naruszenie przepisów zawartych w rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2000 roku w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów**

- § 5 dot. braku ewidencji lub braku wymaganych danych w ewidencji audycji sponsorowanych:

FAMA	Kielce
OKO	Ostrołęka

- § 2 ust. 1 dot. przekroczenia dopuszczalnego czasu wskazania sponsora:

SUDETY	Dzierżonów
POLSKIE RADIO OLSZTYN	Olsztyn

Ponadto w trakcie rekontroli stwierdzono naruszenie ustawy Ordynacja Wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej:

- art. 89 ust. 1 dot. wymogu oznaczenia od kogo pochodzą reklamy wyborcze:

PÓŁNOC	Goleniów
PÓŁNOC	Koszalin

Z uwagi na wielokrotne naruszanie przepisów dotyczących sponsoringu (co stwierdzono również w trakcie rekontroli), Przewodnicząca KRRiT wystosowała do Radia FAMA z Kielc pismo wzywające do natychmiastowego zaniechania działań naruszających ww. przepisy.

Dwóch nadawców nie zostało poddanych rekontroli: z powodu awarii zasilania (Radio BIELSKO) oraz awarii systemu służącego do archiwizacji nagrań (Radio VANESSA z Raciborza).

Do 8 nadawców dyrektor Departamentu Reklamy skierował pisma zwracające uwagę na konieczność bezwzględnego dostosowania sposobu prowadzenia działalności reklamowej i sponsorskiej radia do obowiązujących przepisów.

**PODSUMOWANIE:**

Analiza wyników rekontroli pozwala stwierdzić, że większość nadawców dostosowała się do wezwań Przewodniczącej i zaniechała działalności naruszającej obowiązujące przepisy.

Wśród 7 nadawców skontrolowanych z powodu otrzymania koncesji w terminie uniemożliwiającym kontrolę w I połowie roku, 6 nie wykazało naruszeń obowiązujących przepisów.

Z 30 nadawców poddanych rekontroli 17 wyeliminowało wszystkie naruszenia przepisów, jakie stwierdzono w trakcie kontroli w I połowie roku.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że niektórzy nadawcy poddani ponownej kontroli mają nadal problemy z przestrzeganiem obowiązujących przepisów. Może to świadczyć o ciągle niewystarczającej znajomości aktów prawnych normujących działalność reklamową i sponsorską, lub o przykładaniu małej wagi do konieczności ich przestrzegania.