**Zielona Księga cyfryzacji radia w Polsce (Konspekt)**

Poniższy tekst nie jest spisem rozdziałów Zielonej Księgi. Jest spisem zagadnień, które powinny być w tej księdze omówione.

**Cześć pierwsza – obecna sytuacja**

1. **Sytuacja radia analogowego w Polsce:**
* społeczna rola radia;
* zróżnicowania oferta programowa;
* wielkość i podział rynku, źródła finansowania;
* zajętość pasma częstotliwości - radiofonia FM i AM;
* charakterystyka stacji ogólnopolskich, ponadregionalnych i lokalnych;
* jakość odbioru FM i AM oraz usługi dodatkowe (RDS i jego funkcje);
* stan wyposażenia gospodarstw domowych i samochodów w radiowe odbiorniki analogowe.

**2. Główne argumenty za cyfryzacją radia:**

* konieczność zachowania i zapewnienia rozwoju najbardziej popularnej, bezpłatnej, ogólnodostępnej platformie dostępu do radia, co wpisuje się w polską rację stanu;
* efekt ilościowy - bogatsza oferta, szersze możliwości dla treści misyjnych w radiu publicznym, większa konkurencyjność, możliwość powiększenia zasięgu i dotarcie do większej liczby słuchaczy, brak ograniczeń wynikających z przepływności infrastruktury telekomunikacyjnej;
* efekt jakościowy - prostota obsługi, doskonała jakość odbioru nawet w ruchu, dowolnie kształtowana jakość dźwięku;
* efekt funkcjonalny - dostęp do usług dodatkowych, również multimedialnych służących udoskonaleniu treści informacyjnych, uatrakcyjnianiu i wzbogacaniu przekazu dźwiękowego oraz poprawie bezpieczeństwa obywateli;
* korzyści ekonomiczne - bezpośrednie - niższe koszty emisji, zwiększone dochody z reklam, pośrednie - ograniczenie emisji CO2, wpływy do budżetu państwa;
* korzyści społeczne - dotarcie do obywateli z bardziej urozmaiconą ofertą bezpłatnych usług, powstanie nowych miejsc pracy;
* brak możliwości rozwoju wobec wyczerpania się zasobów częstotliwości radiowych w paśmie UKF FM.

**3. Główne bariery cyfryzacji radia:**

* oferta programów radiowych FM uznawana za bogatą, zróżnicowaną i wystarczającą;
* jakość radiofonii FM uznawana za wystarczającą;
* konkurencja ze strony radia internetowego;
* świadomość zmiany warunków konkurencji na rynku radiowym po zwiększeniu liczby nadawców i programów;
* koszty po stronie nadawców i odbiorców (duża liczba odbiorników analogowych wymagających wymiany);
* brak międzynarodowo uzgodnionego (np. w skali Europy) terminu wyłączenia emisji analogowej UKF FM.

**4. Przegląd dotychczasowych dokumentów strategicznych i aktów prawnych:**

* radio cyfrowe w kolejnych (począwszy od 2001 r.) strategiach regulacyjnych KRRiT oraz w dokumentach „Cyfrowa Polska” i innych;
* międzynarodowe i krajowe tablice przeznaczeń częstotliwości, plany zagospodarowania.

**5. Radio cyfrowe w Europie i na świecie:**

* pozycja i stan zaawansowania implementacji w wybranych krajach (Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Norwegia, Szwecja, Włochy, Australia);
* przegląd europejskich dokumentów strategicznych, zaangażowanie struktur państwowych w proces implementacji;
* rola kampanii informacyjnych i promocyjnych oraz sposoby docierania do obywateli z informacją o korzyściach z nowej technologii.

**6. Radio cyfrowe w Polsce:**

* dlaczego wybrano DAB+, dyskusja dotycząca innych standardów;
* multipleks radia publicznego – osiągnięcia i plany;
* polskie wymagania na odbiornik DAB+;
* zainteresowanie cyfryzacją ze strony nadawców niepublicznych – wyniki konsultacji w sprawie zagospodarowania częstotliwości.

**Część druga – plan przejścia od radiofonii analogowej do cyfrowej**

**7. Warunki techniczne konwersji analogowo-cyfrowej:**

* dostępne zasoby częstotliwości;
* typowa zawartość multipleksu (liczba slotów);
* gwarancja zasięgu;
* inne parametry emisji;
* niskobudżetowe systemy nadawcze;
* warunki rozwoju radia hybrydowego.

**8. Projekt zagospodarowania multipleksu (multipleksów):**

* przez nadawców (programy) ogólnopolskie;
* przez nadawców ponadregionalnych i innych, którzy chcą zwiększyć obecny zasięg analogowy.

**9. Koncepcja konwersji nadawców lokalnych:**

* preferencje nadawców lokalnych dotyczące zasięgu;
* multipleksy lokalne w dużych miastach;
* multipleksy o zasięgu małych regionów;
* warunki doboru dodatkowych bloków częstotliwości.

**10. Kampania informacyjno-promocyjna:**

* konieczność opracowania szczegółowej koncepcji kampanii informacyjno-promocyjnej ze wskazaniem źródeł finansowania;
* wykazanie konieczności udziału i współpracy wszystkich uczestników rynku ze szczególnym uwzględnieniem rynku dystrybucji odbiorników;
* obowiązki nadawców w kampanii.

**11. Kryteria wyłączenia emisji analogowej:**

* termin wyłączenia emisji analogowej - podstawowe przesłanki;
* kryterium pokrycia;
* kryterium wzbogacenia oferty programowej;
* kryterium dostępności programu cyfrowego - inne platformy;
* kryterium dostępności odbiorników i nasycenia odbiornikami w gospodarstwach domowych;
* kryterium nasycenia samochodów odbiornikami samochodowymi;
* monitorowanie stopnia spełniania kryteriów.

**12. Konsekwencje ekonomiczne konwersji analogowo-cyfrowej:**

1. **Koszty:**
* po stronie nadawców - informacja i promocja, nowe programy, budowa infrastruktury, koszty emisji w okresie simulcastu;
* po stronie obywateli - wymiana lub adaptacja odbiorników radiowych w domach i samochodach;
* po stronie organów państwowych - udział w organizacji i kosztach kampanii informacyjno-promocyjnej, ewentualna pomoc dla małych nadawców lokalnych celem obniżenia kosztów konwersji oraz ewentualne wsparcie gospodarstw domowych w zakresie wymiany odbiorników radiowych w domach i w samochodach;
* koszty kampanii informacyjno-promocyjnej;
* zwiększone koszty utylizacji odpadów elektronicznych.
1. **Korzyści:**
* po stronie nadawców - pozyskanie słuchaczy dla nowej oferty programowej, w tym programów wyspecjalizowanych, zwiększone przychody z reklamy oraz usług dodatkowych, ograniczenie wydatków na usługi emisyjne;
* po stronie obywateli - całkowicie bezpłatny dostęp do bogatszej oferty programowej, bezpłatny dostęp do usług dodatkowych poprawiających komfort i bezpieczeństwo;
* po stronie organów państwa - powstanie nowych miejsc pracy, wpływy do budżetu z tytułu podatków;
* niepoliczalne korzyści społeczne związane z ograniczeniem degradacji środowiska.

**13. Konsekwencje rynkowe i administracyjne:**

* stymulowanie działalności gospodarczej, innowacyjność i konkurencja;
* nowe warunki konkurencji;
* ochrona istniejących nadawców;
* wygasanie i przedłużanie koncesji analogowych;
* ewentualna pomoc państwa dla małych nadawców.

**14. Rola organów państwa w procesie cyfryzacji:**

* przyjęcie narodowej strategii wdrażania radiofonii cyfrowej;
* przyjęcie ustawy cyfryzacyjnej;
* udział i finansowe wsparcie kampanii informacyjno-promocyjnej;
* stałe monitorowanie procesu konwersji analogowo-cyfrowej (w tym badania audytorium radiowego i konsultacje społeczne) oraz reagowanie na zaistniałe sytuacje - podejmowanie decyzji;
* ewentualne wsparcie finansowe nadawców lokalnych;
* uruchomienie systemu pomocy dla najuboższych za pośrednictwem pozarządowych organizacji pomocowych.

**15. Radiowa ustawa cyfryzacyjna:**

* zagospodarowanie multipleksów;
* warunki konkursów na miejsca w multipleksach;
* wymagania dotyczące pokrycia sygnałem cyfrowym;
* termin wyłączenia emisji analogowej;
* kryteria wyłączenia emisji analogowej;
* podział zadań w kampanii informacyjno-promocyjnej;
* monitorowanie procesu.