

STRATEGIA REGULACYJNA NA LATA 2017-2022

Warszawa, 1 marca 2018 r.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

Witold Kołodziejski, Przewodniczący KRRiT

Teresa Bochwic, Zastępca Przewodniczącego KRRiT

Janusz Kawecki, Członek KRRiT

Andrzej Sabatowski, Członek KRRiT

Elżbieta Więclawska-Sauk, Członek KRRiT

Biuro Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Gabinet Dyrektora Biura KRRiT, Maciej Myszka, Dyrektor Biura KRRiT

Departament Budżetu i Finansów, Jolanta Romanowicz, Wicedyrektor

Departament Mediów Publicznych, Barbara Stachowiak, Dyrektor

Departament Monitoringu, Barbara Turowska, Dyrektor

Departament Prawny, Kinga Szyguła, Dyrektor

Departament Prezydialny, Anna Szydłowska-Żurawska, Dyrektor

Departament Regulacji, Krzysztof Zalewski, Dyrektor

Departament Strategii, Agnieszka Ogrodowczyk, Dyrektor

Zespół Rzecznika Prasowego, Teresa Brykczyńska, Rzecznik prasowy

Opracowanie: Departament Strategii Biura KRRiT

Spis treści

Wstęp	7
Wprowadzenie.....	9
1. Misja i główne cele działalności.....	15
2. Główne obszary działalności w latach 2017-2022	17
2.1. Przepisy zapobiegające nadmiernej koncentracji w mediach jako element ochrony pluralizmu	17
2.1.1. Brak ochrony pluralizmu w polskim prawie mediów.....	17
2.1.2. Określenie pozycji znaczącej.....	18
2.1.3. Przeglądy rynków.....	18
2.1.4. Współpraca z organami regulacyjnymi	19
2.1.5. Polityka koncesyjna.....	19
2.1.6. Zasada <i>must carry/must offer</i> jako instrument ochrony pluralizmu	20
2.2. Działania na rzecz rozwoju cyfrowej telewizji naziemnej oraz cyfrowego radia	21
2.2.1. Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej.....	21
2.2.2. Naziemna radiofonia cyfrowa	24
2.3. Nadzór regulacyjny i finansowanie mediów publicznych.....	27
2.3.1. Misja publiczna, realizacja zadań ustawowych.....	27
2.3.2. Zarządy, rady nadzorcze i programowe spółek mediów publicznych	31
2.3.3. Działania na rzecz poprawy sytuacji finansowej mediów publicznych.....	32
2.3.4. Rozwój i wymiana cyfrowych zasobów audiowizualnych.....	34
2.3.5. Otwarty dostęp do dóbr kultury	35
2.3.6. Lokalne centra mediów publicznych.....	36
2.4. Samoregulacja i współregulacja.....	36

3.	Inne ważne obszary działalności	38
3.1.	Ochrona małoletnich.....	38
3.1.1.	Ochrona małoletnich w usługach linearnych	38
3.1.2.	Ochrona małoletnich w usługach na żądanie	38
3.1.3.	Ochrona małoletnich przed skutkami niektórych przekazów handlowych, w tym w szczególności reklamy tzw. niezdrowej żywności	39
3.2.	Ochrona godności ludzkiej	40
3.3.	Potrzeby odbiorców niepełnosprawnych	40
3.4.	Promocja produkcji europejskiej i ochrona języka polskiego	42
3.5.	Przekazy handlowe.....	42
3.6.	Zmiany unijnego prawa mediów	43
4.	Pozostałe obszary działalności KRRiT.....	44
4.1.	Badania treści i odbioru usług medialnych	44
4.2.	Wyzwania związane ze zmianami w europejskim i krajowym prawie autorskim	44
4.3.	Współpraca z zagranicą	45
4.4.	Działalność informacyjno-edukacyjna, udział w pracach innych organizacji i instytucji	46
4.4.1.	Działania informacyjne	46
4.4.2.	Działania na rzecz edukacji medialnej	46
4.4.3.	Udział w krajowych gremiach zewnętrznych.....	47
4.4.4.	Przyznawanie nagród i patronatów	47
4.5.	Cyfryzacja procedur urzędowych	48
	Załącznik nr 1. Obraz rynku usług medialnych.....	49
1.	Czas i sposób korzystania z mediów.....	49
1.1.	Linearne usługi audiowizualne.....	49
1.2.	Inne usługi medialne	62
1.3.	Programy radiowe	69

2. Wartość rynku reklamy	72
3. Kapitał i struktura rynku usług audiowizualnych	76
Załącznik nr 2. Krajowe i międzynarodowe ramy działalności KRRiT.....	83
Ramy prawne i strategiczne	83
Załącznik nr 3. Zmiany prawne na arenie międzynarodowej oraz związane z tym wyzwania.....	87
Załącznik nr 4. Sytuacja finansowa mediów publicznych w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej	96
Załącznik nr 5. Stan rozwoju cyfrowej telewizji naziemnej oraz cyfrowego radia.....	102
Załącznik nr 6. Podsumowanie konsultacji społecznych w sprawie przyjęcia przez KRRiT kierunków strategicznych prac w latach 2017-2022.....	106
1. Naziemna telewizja i radiofonia cyfrowa	107
2. Nowe media (Internet)	109
3. Media publiczne	110
4. Ochrona pluralizmu w mediach.....	111
5. Nadzór regulacyjny.....	112
Załącznik nr 7. Zestawienie Rozporządzeń oraz Stanowisk KRRiT wydanych w latach 2014-2017	113
Załącznik nr 8. Zestawienie analiz i ekspertyz powstałych w latach 2014-2017	117

Wstęp

Na rynku mediów audiowizualnych i technologii dostarczających treści do odbiorcy zachodzą nieustannie zmiany, które stanowią poważne wyzwania regulacyjne i legislacyjne.

Zmiana sposobu odbioru mediów, wyrażająca się w oczekiwaniu widza na dostęp do treści na wszystkich urządzeniach, w tym mobilnych, w wybranym miejscu i czasie, stawia pytanie o znaczenie wolnego dostępu do mediów, sposobu ich badania oraz zachowania pluralizmu i różnorodności źródeł informowania.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w niedalekiej przyszłości ma objąć swoimi kompetencjami kontrolnymi niektóre z elementów działalności platform internetowych w zakresie ochrony dzieci i młodzieży przed treściami mogącymi mieć negatywny wpływ na ich rozwój czy też ochrony wszystkich użytkowników przed negatywnym oddziaływaniem reklamy, nawoływaniem do nienawiści i przemocy.

Polskie prawo mediów - ustawa o radiofonii i telewizji została uchwalona w 1992 roku, a więc już 25 lat temu. W tym czasie w mediach dokonała się prawdziwa rewolucja technologiczna i programowa. Dziś akt ten nie odpowiada aktualnym wyzwaniom w zakresie definicji mediów, nie dostarcza także KRRiT właściwych i skutecznych instrumentów do regulowania skomplikowanych zjawisk zachodzących w wyniku oddziaływania mediów w skali społecznej, ekonomicznej i kulturowej.

Przedstawiając Państwu Strategię KRRiT na lata 2017-2022 pragnę w szczególności zwrócić uwagę na potrzebę pilnej i całościowej reformy prawa medialnego w Polsce. Tezy i kierunki zawarte w przedłożonej Strategii mogą stanowić punkt wyjścia do dyskusji nad przyjęciem nowej ustawy o mediach audiowizualnych.

Witold Kołodziejski,
Przewodniczący KRRiT
Warszawa, marzec 2018 r.

Wprowadzenie

Realizacja Strategii KRRiT na lata 2014-2016

Podsumowując stan realizacji *Strategii regulacyjnej KRRiT na lata 2014-2016* należy stwierdzić, że zadania, które w całości należały do stałych, jasno określonych, ustawowych kompetencji KRRiT, były realizowane. W szczególności dotyczy to rozszerzania koncesji radiowych i telewizyjnych, kontroli działalności nadawców w zakresie realizacji ich obowiązków wynikających z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji oraz określonych w koncesjach, ochrony małoletnich, realizacji zasad prowadzenia działalności reklamowej i sponsorskiej, a także powierzania i rozliczania misji nadawców publicznych w związku z finansowaniem zadań ze środków pochodzących z opłat abonamentowych.

KRRiT wykonywała także działania związane z eksperckim wsparciem organów Państwa, przygotowując raporty i analizy związane z rynkiem mediów i jego otoczeniem oraz projektując możliwe rozwiązania systemowe zmierzające w kierunku zmian regulacyjnych.

Już w *Strategii regulacyjnej KRRiT* przyjętej w 2011 roku, KRRiT, oceniając sposób i stopień regulacji, w szczególności w odniesieniu do tradycyjnych programów radiowych i telewizyjnych, dostrzegła i zdefiniowała szereg problemów wskazujących na konieczność modernizacji prawa mediów. W latach 2014-2016, z inicjatywy KRRiT i przy jej aktywnym udziale, toczyły się prace nad pierwszą od początku istnienia ustawy o radiofonii i telewizji, tj. od 1992 roku, nowelizacją dostosowującą przepisy do szeregu nowych zjawisk na rynku medialnym oraz znoszącą nadmierne regulacje. Celem tych prac było również stworzenie bardziej przyjaznego środowiska prawnego dla nadawców regionalnych i lokalnych oraz nadawców działających non profit. Nowelizacja ta po konsultacjach społecznych i międzyresortowych, nie została jednak podjęta przez Komitet Rady Ministrów w ubiegłej kadencji Sejmu.

Dążąc do rozwiązania kwestii niedostatecznego finansowania mediów publicznych, Krajowa Rada opracowała dokument pod nazwą *Nowy model funkcjonowania mediów publicznych*, w którym, oprócz diagnozy obecnego stanu oraz opisu wad obowiązującego obecnie systemu opłat abonamentowych, w kontekście doświadczeń innych krajów europejskich, przedstawiła możliwy do zastosowania model składki audiowizualnej, realizowany w oparciu o rejestry publiczne. KRRiT dokonała w tym opracowaniu także wyliczenia minimalnej wysokości rocznego finansowania mediów publicznych i zaproponowała koncepcję stopniowego ograniczania działalności reklamowej nadawców publicznych. *Nowy model funkcjonowania mediów publicznych* został przekazany Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego jako wkład KRRiT do prac legislacyjnych zmierzających do uzdrowienia sytuacji mediów publicznych.

W latach 2014-2016 KRRiT aktywnie uczestniczyła w pracach powołanego przez MKiDN z udziałem UOKiK Zespołu roboczego, którego zadaniem było opracowanie, zgodnie z Komunikatem Komisji Europejskiej, nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, dostosowującej przepisy do zasad udzielania pomocy publicznej mediom publicznym. Projekt ustawy zawiera istotne rozwiązania służące transparentnemu wykorzystaniu środków publicznych, w tym m.in. zasady zawierania porozumień między KRRiT a nadawcami, tzw. Kart powinności, określających cele i zadania misyjne na okres 5 lat, zasady wyrażenia zgody przez KRRiT na uruchamianie nowych istotnych usług przez media publiczne oraz tryb rozliczania nadwyżki finansowej w przypadku niższych od planowanych kosztów realizacji misji. Obecnie trwa proces legislacyjny mający na celu wprowadzenie zaprojektowanych zmian.

Publiczna debata nad koniecznością wprowadzenia dodatkowych przepisów służących ochronie pluralizmu w mediach i przeciwdziałaniu nadmiernej koncentracji rozpoczęła się w 2016 roku, jednak KRRiT dostrzegła już wcześniej tę potrzebę i począwszy od 2011 roku, w swoich Strategiach domagała się rozszerzenia swoich kompetencji w tym obszarze oraz doprecyzowania obowiązujących przepisów. W celu określenia kierunku możliwych regulacji KRRiT dokonała szczegółowej analizy istniejących systemów ochrony pluralizmu w mediach w krajach europejskich w dokumencie *Regulacje dotyczące koncentracji własności na rynku mediów w wybranych krajach*, w którym wskazała narzędzia stosowane przez innych regulatorów takie jak: próg pozycji znaczącej w mediach, ograniczenia związane z funkcjonowaniem podmiotu lub grupy kapitałowej na kilku rynkach medialnych czy ograniczenia związane z liczbą posiadanych koncesji na rozpowszechnianie programów z wykorzystaniem częstotliwości naziemnych. Dokument ten również został przekazany Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego w celu wykorzystania w pracach legislacyjnych. Jednocześnie, między innymi po to, aby zidentyfikować powiązania pomiędzy dostępem do informacji o kapitale mediów a jego przejrzystością dla odbiorców i stopniem oceny wiarygodności mediów, KRRiT przeprowadziła pogłębione badania jakościowo-ilościowe, których wyniki zostały przedstawione w raporcie *Pluralizm mediów z perspektywy odbiorcy*.

W okresie obowiązywania poprzedniej *Strategii* KRRiT skutecznie zakończyła proces notyfikacji w Komisji Europejskiej rozporządzenia dotyczącego tzw. ważnych wydarzeń, tj. wydarzeń o zasadniczym znaczeniu społecznym, zapewniając w ten sposób skuteczną ochronę interesu odbiorców polegającą na bezpłatnym i powszechnym dostępie do widowisk sportowych.

W czasie obowiązywania *Strategii regulacyjnej na lata 2014-2016*, KRRiT, zgodnie z obowiązkiem ustawowym, przeprowadziła analizę skutków obowiązywania przepisów dotyczących zasady *must carry/must offer*, wnioski z której przekazała Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

W latach 2014-2016 KRRiT prowadziła intensywne prace zmierzające do rozwoju oferty w naziemnej telewizji cyfrowej. W procesach udzielania koncesji oraz

przetargu na operatora (MUX8), po przeprowadzeniu konsultacji publicznych oraz analiz rynku i potrzeb odbiorców, KRRiT umożliwiła uruchomienie czterech nowych programów dostępnych bezpłatnie w DVB-T.

Dążąc do zapewnienia, także odbiorcom naziemnej radiofonii, dostępu do wielu różnorodnych programów, KRRiT wspierała obecność radia publicznego w cyfrowym nadawaniu oraz prowadziła prace zmierzające do ustalenia warunków technicznych, organizacyjnych i prawnych dla przeprowadzenia konwersji analogowo-cyfrowej wszystkich istniejących programów. Opis sytuacji oraz wnioski zawarła w *Zielonej Księdze cyfryzacji radia w Polsce*, która została przekazana Prezesowi Rady Ministrów, Ministerstwu Cyfryzacji oraz Urzędowi Komunikacji Elektronicznej jako materiał ekspercki, który mógłby być podstawą do przyjęcia Strategii Państwa w tym obszarze.

W latach 2014-2017 w Komisji Europejskiej toczyły się prace nad nowelizacją Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, w których KRRiT wspierała przedstawicieli MKiDN przygotowując opinie, stanowiska oraz uczestnicząc w spotkaniach gremiów europejskich.

W szczególności KRRiT zwracała uwagę na potrzebę doprecyzowania kryteriów ustalania właściwej jurysdykcji i stworzenia skutecznych zasad dochodzenia uprawnień organów krajowych wobec tzw. nadawców „zdelokalizowanych”, unikających bardziej restrykcyjnych obowiązków w krajach odbioru.

Podsumowując ekspercką rolę KRRiT jako regulatora rynku mediów elektronicznych, do zadań którego należy współkształtowanie polityki Państwa, można w udokumentowany sposób potwierdzić wkład organu w pogłębianie wiedzy oraz wskazywanie możliwych rozwiązań, jako podstawy do ewentualnych zmian ustawowych. KRRiT nie posiada jednak inicjatywy legislacyjnej, zatem ostateczny skutek tych starań zależał od rządu.

KRRiT w latach 2014-2016 podejmowała również inicjatywy wspierające samoregulację nadawców i dostawców usług na żądanie. Do najważniejszych z nich należy: ochrona dzieci przed reklamą tzw. niezdrowej żywności oraz przed treściami zawierającymi treści pornograficzne i przemoc w VoD, czy kwestia dostępu osób niepełnosprawnych do audycji zawierających udogodnienia w programach telewizji naziemnej. Kodeksy dobrych praktyk w tych obszarach, mimo, że ich realizacja nie jest w pełni zadowalająca, należy uznać na pozytywny znak, że ten rodzaj współodpowiedzialności za media może być dobrym rozwiązaniem. W niektórych jednak kwestiach samoregulacja nie jest w stanie sprostać oczekiwaniom odbiorców, np. w przypadku zwiększenia kwot audycji z udogodnieniami dla niepełnosprawnych, dlatego też KRRiT wspierała inicjatywę Senackiej Komisji Praw Człowieka, Praworządności i Petycji, aby problem ten rozwiązać w drodze nowelizacji ustawy, co obecnie jest na etapie prac Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu.

Oceniając realizację *Strategii regulacyjnej na lata 2014-2016*, należy również wskazać te zadania, których nie udało się zrealizować. Należą do nich w większości

działania z zakresu tzw. miękkich kompetencji KRRiT, realizowanych jako wsparcie działań innych instytucji i organizacji publicznych np.: zwiększenie zaangażowania Ministra Skarbu w nadzór nad mediami publicznymi, opracowanie przez Ministra Cyfryzacji standardów technicznych dla odbiorników radiowych, czy opracowanie nowoczesnego systemu badań telemetrycznych, wymagające odpowiednich środków finansowych w budżecie KRRiT.

Przedstawione informacje dowodzą istnienia potrzeby przeglądu kompetencji KRRiT w niektórych obszarach tak, aby prawidłowemu zdefiniowaniu roli regulatora towarzyszyło wyposażenie go w odpowiednie narzędzia oraz opisanie procesów współpracy z innymi instytucjami Państwa tak, aby działania podejmowane przez KRRiT mogły osiągać w przyszłości zamierzony skutek.

Strategia regulacyjna KRRiT na lata 2017-2022

Obecnie prezentowana Strategia regulacyjna odnosi się do wszystkich obszarów pozostających w kompetencjach KRRiT. Opracowanie jej poprzedziło przygotowanie dokumentu *Główne kierunki strategiczne prac KRRiT w latach 2017-2022*, poddanego konsultacjom publicznym w lutym i marcu 2016 roku. Przedstawione stanowiska konsultacyjne w dużej mierze przyczyniły się do ostatecznego kształtu niniejszego dokumentu.

Wśród głównych celów działalności KRRiT znalazła się poprawa sposobu finansowania mediów publicznych tak, aby powstały warunki do stopniowego ograniczenia działalności reklamowej nadawców. Strategia prezentuje możliwe rozwiązania tej kwestii wraz z omówieniem aktualnej sytuacji polskich nadawców na tle rozwiązań istniejących w wybranych krajach Unii Europejskiej (Załącznik nr 4). Prezentowany dokument odnosi się również do kwestii sposobu zdefiniowania misji publicznej i przyszłych rozwiązań legislacyjnych, których celem jest dostosowanie polskiego ustawodawstwa w tym zakresie do obligacji wynikających z Komunikatu Komisji Europejskiej w sprawie udzielania pomocy publicznej mediom publicznym¹. Strategia wyznacza także, w założonej perspektywie, priorytety, jakie będą brane pod uwagę przy przyjmowaniu rocznych planów finansowo-programowych składanych przez nadawców publicznych, w celu uzyskania środków pochodzących z abonamentu. W ramach kompetencji kontrolnych nad mediami publicznymi, KRRiT wskazała kryteria, jakimi będzie kierowała się przy ocenie realizacji misji publicznej nadawców. Strategia odnosi się również do spraw związanych ze sposobem funkcjonowania organów zarządczych mediów publicznych, w szczególności do aktywizacji odbiorców i rad programowych w społecznej ocenie oferty publicznej radiofonii i telewizji oraz do konieczności zmiany systemu wyboru rad nadzorczych, z uwzględnieniem roli KRRiT jako wiodącego organu regulacyjnego, wskazanej w Wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie ustawy o Radzie Mediów Narodowych z 22 czerwca 2016 r.²

¹ Dz. Urz. UE C 257 z 27.10.2009 r.

² Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 13 grudnia 2016 r. (sygn. akt: K/13/16).

W dokumencie strategicznym KRRiT porusza także zagadnienia związane z obecnością oferty mediów publicznych na wszystkich dostępnych platformach, w tym w Internecie, oraz rolę współpracy między nadawcami w wymianie i tworzeniu bibliotek cyfrowych, a także społeczne i kulturowe znaczenie „otwarcia” dla odbiorców zasobów dzieł pozostających w dyspozycji nadawców, po uprzednim uregulowaniu kwestii praw własności intelektualnej. Za ważne KRRiT uznaje również wzmocnienie regionalnej radiofonii i telewizji, tak aby mogły one sprostać roli lokalnych centrów kultury, informacji i debaty publicznej (Rozdział 2.3.).

W Strategii zwraca się szczególną uwagę na zmiany w obszarze technologii i sposobu odbioru mediów w kontekście projektowanych zmian w Dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych, a co za tym idzie implementacji nowych przepisów do krajowego prawa mediów. W tym kontekście KRRiT dostrzega potrzebę zwiększenia obowiązków dostawców platform internetowych, uzyskujących przychody ze swojej działalności, w odniesieniu do ochrony dzieci i młodzieży, przeciwdziałania przemocy i dyskryminacji oraz promocji kultury europejskiej i polskiej. Zmiany te, zdaniem KRRiT, nie powinny dotyczyć użytkowników mediów internetowych tzw. *user generated content* (UGC) i utrudniać komunikacji w sieci (Rozdział 4).

W Strategii podkreśla się, że dla rozwiązywania skomplikowanych problemów dotyczących wykorzystywania nowych technologii, najbardziej właściwym kierunkiem jest współpraca regulatora z podmiotami rynkowymi, oparta o procesy samoregulacji i współregulacji (Rozdział 2.4.).

Podstawowym zadaniem KRRiT, o którym mowa w Strategii, jest ochrona odbiorcy, dlatego też Rada w projektowanym okresie uwzględni w swoich działaniach podniesienie wysokości kwot udogodnień dla osób niepełnosprawnych (napisy, audiodeskrypcja, tłumaczenie na język migowy), ograniczenie i podniesienie jakości przekazów handlowych o szczególnym społecznym oddziaływaniu, takich jak np. reklama tzw. niezdrowej żywności, suplementów diety i parafarmaceutyków lub stworzonych z użyciem wizerunku dzieci, a także dalszą pracę nad wyeliminowaniem tzw. głośnych reklam (Rozdział 3).

Strategia podejmuje również zagadnienia związane z ochroną pluralizmu w mediach oraz różnorodnością źródeł informowania. Dostrzegając zagrożenia, które mogą być związane z procesami koncentracji KRRiT postuluje stworzenie dla regulatora odpowiednich instrumentów prawnych, które skutecznie będą służyć ochronie podmiotów o mniejszej sile rynkowej, tak aby zachować możliwie jak największą liczbę programów i usług dostępnych odbiorcom (Rozdział 2.1.). Zdaniem KRRiT temu celowi będzie służyć także dalszy rozwój bezpłatnej, naziemnej telewizji cyfrowej, możliwy przy zastosowaniu nowego standardu nadawania DVB-T2 oraz cyfryzacja radiofonii z zastosowaniem DAB+. Strategia prezentuje zamierzone przez KRRiT działania uruchamiające procesy koncesyjne dla zainteresowanych nadawców telewizyjnych i radiowych, we współpracy z Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej (Rozdział 2.2.). Jako jeden z celów ochrony pluralizmu KRRiT uznaje także uporządkowanie zasady *must carry/must offer*

z uwzględnieniem wszystkich nadawców naziemnych multipleksów cyfrowych, ze względu na fakt, że ich programy powinny, bez utrudnień związanych z dostosowaniem technicznym, docierać do wszystkich odbiorców, także tych, którzy korzystają z płatnej telewizji satelitarnej lub kablowej (Rozdział 2.1.6.).

Ważnym, zdaniem KRRiT, zagadnieniem związanym z ochroną pluralizmu programowego, które ma wpływ na zachowania rynkowe nadawców, są badania odbioru mediów. W Strategii Regulacyjnej KRRiT określa swoją rolę w ich organizowaniu w ramach istniejących kompetencji ustawowych. Aktywność KRRiT w tym obszarze ma w szczególności posłużyć unowocześnieniu organizacji i standardu badań przy współudziale wszystkich zainteresowanych stron (Rozdział 4.1.).

Strategia porusza także inne ważne kwestie, takie jak działania informacyjno-edukacyjne, z uwzględnieniem edukacji medialnej, aktywność międzynarodowa, czy modernizacja Biura KRRiT dla ułatwienia kontaktów z interesariuszami.

Dla przejrzystości głównej części dokumentu - Strategii Regulacyjnej, materiały kontekstowe, stanowiące opis sytuacji, w jakiej KRRiT przystępowała do określenia kierunków swojej działalności w najbliższych latach, zostały zaprezentowane w załącznikach charakteryzujących: obraz rynku usług medialnych, krajowe i międzynarodowe ramy działalności KRRiT, zmiany prawne na arenie międzynarodowej oraz związane z tym wyzwania, sytuację finansową mediów publicznych w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej, stan rozwoju cyfrowej telewizji naziemnej i cyfrowego radia. Pozostałe trzy załączniki: podsumowanie konsultacji społecznych w sprawie przyjęcia przez KRRiT kierunków strategicznych prac w latach 2017-2022, zestawienie Rozporządzeń oraz Stanowisk KRRiT wydanych w latach 2014-2017 i zestawienie analiz i raportów powstałych w latach 2014-2017, mają charakter informacyjny.

1. Misja i główne cele działalności

Zapewnienie wolności słowa w radiu i telewizji, prawa do informacji, samodzielności dostawców usług medialnych i dbałość o interes odbiorców to, zgodnie z art. 213 Konstytucji RP oraz art. 6 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, podstawowe zadania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. KRRiT realizując te cele dąży do zachowania otwartego i pluralistycznego charakteru radiofonii i telewizji.

KRRiT w swoich działaniach kieruje się, w pierwszej kolejności, interesem odbiorców i użytkowników usług medialnych, w odniesieniu zaś do podmiotów rynkowych przyjmuje rolę regulatora dbającego o ład medialny i uczciwe zasady funkcjonowania na różnych poziomach rynku.

Zgodnie z art. 6 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji KRRiT realizuje swoją misję poprzez:

- projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- określanie, w granicach upoważnień ustawowych, warunków prowadzenia działalności przez dostawców usług medialnych;
- podejmowanie, w zakresie przewidzianym ustawą, rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie programów, wpisu do rejestru programów, zwanego dalej „rejestrem”, oraz prowadzenie tego rejestru;
- uznawanie za nadawcę społecznego lub odbieranie tego przymiotu, na warunkach określonych ustawą;
- sprawowanie kontroli działalności dostawców usług medialnych w granicach określonych ustawą;
- organizowanie badań treści i odbioru usług medialnych;
- prowadzenie monitoringu rynku audiowizualnych usług medialnych na żądanie w celu ustalenia kręgu podmiotów dostarczających audiowizualne usługi medialne na żądanie oraz oceny wykonywania przez te podmioty obowiązków wynikających z ustawy;
- ustalanie wysokości opłat za udzielenie koncesji oraz wpis do rejestru;
- ustalanie wysokości opłat abonamentowych na zasadach określonych w ustawie z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych;
- opiniowanie projektów aktów prawnych oraz umów międzynarodowych dotyczących radiofonii i telewizji lub audiowizualnych usług medialnych na żądanie;

- inicjowanie postępu naukowo-technicznego i kształcenia kadr w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- organizowanie i inicjowanie współpracy z zagranicą w dziedzinie radiofonii i telewizji, w tym współpracy z organami regulacyjnymi państw członkowskich Unii Europejskiej, właściwymi w sprawach usług medialnych;
- współpracę z właściwymi organizacjami i instytucjami w zakresie ochrony praw autorskich, praw wykonawców, praw producentów oraz dostawców usług medialnych;
- inicjowanie i wspieranie samoregulacji i współregulacji w zakresie dostarczania usług medialnych;
- upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej) oraz współpracę z innymi organami państwowymi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami w zakresie edukacji medialnej.

KRRiT uznaje za główne cele w latach 2017-2022:

- zapewnienie prawidłowego poziomu finansowania mediów publicznych, w stopniu pozwalającym na realizację ich zadań ustawowych, również za pomocą nowych mediów, wraz ze stopniowym ograniczaniem działalności reklamowej nadawców oraz uporządkowaniem przepisów dotyczących udzielania pomocy publicznej zgodnie ze standardami obowiązującymi w Unii Europejskiej;
- uzyskanie transparentności własności i źródeł finansowania mediów oraz zachowanie konkurencji na rynku dostawców usług medialnych;
- rozwój różnorodności oferty programowej w naziemnej radiofonii i telewizji przy uwzględnieniu roli mediów społecznych i lokalnych, zapewnienie dostępu do mediów wszystkim grupom społecznym, we wszystkich regionach naszego kraju;
- wspieranie wykorzystania przez dostawców nowych technologii i technik przekazu audiowizualnego i audiowizualnego, w tym także w sieci Internet;
- ochronę małoletnich przed wpływem linearnych i nielinearnych usług medialnych, które mogłyby zaszkodzić ich fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi;
- rozwój udogodnień w odbiorze treści audiowizualnych dla osób niepełnosprawnych ze względu na dysfunkcję wzroku lub dysfunkcję słuchu.

2. Główne obszary działalności w latach 2017-2022

2.1. Przepisy zapobiegające nadmiernej koncentracji w mediach jako element ochrony pluralizmu

2.1.1. Brak ochrony pluralizmu w polskim prawie mediów

W większości krajów europejskich obowiązują szczególne przepisy ograniczające możliwość uzyskania przez jeden podmiot (grupę kapitałową) pozycji, która może przyczynić się do ograniczenia pluralizmu właścicielskiego w mediach³. Przepisy takie polegają najczęściej na:

- ograniczeniu liczby koncesji radiowych lub telewizyjnych (lub udziału kapitału) w rękach jednego właściciela;
- określeniu dopuszczalnego procentowego udziału w rynku oglądalności lub słuchalności;
- ograniczeniach odnośnie koncentracji krzyżowej.

Przepisy te nie służą celom związanym z dekoncentracją sektora mediów, a jedynie odpowiadają na potrzeby dotyczące ochrony wielości i różnorodności źródeł informowania oraz prezentacji wielu punktów widzenia w debacie publicznej.

³ Ustanowiony w 2016 roku przez Radę Europy Komitet Ekspertów ds. Pluralizmu i Przejrzystości Własności Mediów (MSI-MED) przygotował Zalecenie Komitetu Ministrów Rady Europy w sprawie pluralizmu i przejrzystości własności mediów, które zostało przyjęte przez Radę Ministrów RE 7 marca 2018 r. Zalecenie zawiera rekomendacje i wytyczne dla państw członkowskich mające zapewnić pluralizm mediów i ich treści poprzez przejrzystość kapitału oraz źródeł finansowania oraz kontrolę procesów koncentracji i konkurencji na tym rynku. Dokument wskazuje na rolę niezależnych organów regulacyjnych wyposażonych w odpowiednie narzędzia finansowe i kadrowe, umożliwiające skuteczną analizę rynku, tak aby zapewnić społeczeństwu łatwy i szybki dostęp do danych dotyczących funkcjonowania i własności przedsiębiorstw medialnych na poziomie ogólnokrajowym i lokalnym.

2.1.2. Określenie pozycji znaczącej

Pozycja znacząca w mediach może zostać osiągnięta w sytuacji, gdy udział podmiotu (grupy kapitałowej) przekroczy 30% na jednym z następujących rynków: przychodów reklamowych, przychodów z opłat z płatnej telewizji, widowni telewizyjnej, audytorium radiowego lub użytkowników usług audiowizualnych online.

KRRiT uważa, że w każdym przypadku, gdy podmiot (grupa kapitałowa) osiągnie znaczącą pozycję na jednym z tych rynków, kolejnym krokiem powinno być określenie jego pozycji na pozostałych rynkach mediów audiowizualnych, a następnie w innych segmentach mediów - prasa, kino, reklama zewnętrzna, usługi internetowe i mobilne.

Poza określaniem pozycji znaczącej w obszarze ochrony pluralizmu możliwe jest zastosowanie następujących kryteriów:

- liczba programów rozpowszechnianych przez podmiot na danym obszarze;
- równoczesne pełnienie funkcji nadawcy i brokera reklam, co powoduje ograniczanie dostępu mniejszych podmiotów do budżetów reklamowych;
- koncentracja pionowa polegająca na kontrolowaniu przez jeden podmiot wszystkich etapów produkcji i dostarczania usługi;
- koncentracja krzyżowa, która również może prowadzić do istotnego zawężenia źródeł informowania.

2.1.3. Przeglądy rynków

Aby regulacje były skuteczne, upoważniony organ kontrolny powinien dokonywać systematycznych przeglądów rynku mediów w celu ustalenia stopnia koncentracji, a także dysponować odpowiednimi kompetencjami do badania pozycji poszczególnych podmiotów (grup kapitałowych). Konstytucyjne umocowanie KRRiT oraz obecne kompetencje regulatora rynku mediów wskazują, że powinna ona pełnić rolę organu dokonującego przeglądów rynków medialnych.

KRRiT posiada w tym zakresie doświadczenie, bowiem dokonuje regularnie oceny sytuacji na rynku mediów zawartej w *Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, składanej corocznie wraz ze *Sprawozdaniem z działalności KRRiT* Parlamentowi i Prezydentowi RP.

2.1.4. Współpraca z organami regulacyjnymi

Obecne kompetencje ustawowe KRRiT w zakresie reagowania na zjawiska koncentracji ograniczają się do możliwości cofnięcia koncesji w przypadku uzyskania przez nadawcę pozycji dominującej na danym rynku lub w przypadku przejęcia kontroli nad jego działalnością.

Na gruncie obowiązujących przepisów ochrony konkurencji badanie praktyk, które mogą prowadzić do jej ograniczania, należy do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta (UOKiK), a przeciwdziałanie pozycji dominującej w telekomunikacji do Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE). KRRiT postuluje zmianę przepisów ustawowych w celu zapewnienia ścisłej współpracy oraz wymiany informacji z Prezesem UOKiK i Prezesem UKE w tym obszarze.

2.1.5. Polityka koncesyjna

W ramach prowadzonej polityki koncesyjnej KRRiT będzie dążyła do zapewnienia różnorodności oferowanych treści programowych oraz reprezentacji w mediach wszystkich grup społecznych. KRRiT będzie dbała o transparentność i przejrzystość prowadzonych postępowań.

Rozpowszechnianie w paśmie UKF jest nadal najpopularniejszym środkiem przekazu radiowego. Ze względu na ograniczone zasoby częstotliwości, nadawcy nie mają jednak pełnej możliwości dotarcia do słuchaczy. KRRiT na bieżąco będzie prowadzić analizy dostępności dla odbiorców oferty programów ponadregionalnych, regionalnych i lokalnych oraz zgłaszanych przez nadawców potrzeb związanych z pozyskaniem nowych częstotliwości lub optymalizacją warunków technicznych rozpowszechniania. Przewodniczący KRRiT będzie inicjował nowe postępowania koncesyjne, wykorzystując częstotliwości przekazane przez UKE do dyspozycji Krajowej Rady oraz nowe zasoby pozyskane z UKE, w ramach procedury doboru częstotliwości, biorąc pod uwagę wnioski zainteresowanych podmiotów.

Mając na względzie ważną rolę, jaką spełniają lokalne rozgłoszenie radiowe, KRRiT w pierwszej kolejności będzie dążyć do stworzenia warunków rozwoju radiofonii na obszarach, na których dotychczas nie ma tematyki lokalnej w ofercie programowej.

W ramach realizowanej polityki koncesyjnej KRRiT zamierza również przeprowadzić uzupełnienie zasięgu koncesji nadawców społeczno-religijnych, tak aby pokrywał się on z zasięgiem administracyjnym diecezji będących koncesjonariuszami.

2.1.6. Zasada *must carry/must offer* jako instrument ochrony pluralizmu

Z oceny KRRiT wynika, że zasada *must-carry/must-offer*, której podstawowym zadaniem jest zapewnienie widzom, niezależnie od sposobu odbioru, dostępu do jak najszerzej oferty programów telewizyjnych, powinna zostać zachowana.

Ze względu na fakt, że programy w naziemnej telewizji cyfrowej oferowane są bezpłatnie, odbiorcy płatnej telewizji (satelitarnej i kablowej) powinni mieć do nich ustawowo gwarantowany dostęp.

Nadawcy w naziemnej telewizji cyfrowej docierają do widzów z wykorzystaniem narodowych zasobów częstotliwości, dlatego też udostępnienie przez nich programów operatorom płatnej telewizji powinno pozostać obowiązkowe i nieodpłatne. Dla równowagi ekonomicznej musi zostać także zachowany obowiązek operatorów do rozprowadzania tych programów bez opłat ze strony nadawców.

Takie rozwiązanie zapewnia użytkownikom telewizji satelitarnej i kablowej dostęp do bezpłatnej oferty DVB-T bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów instalacji do odbioru sygnału naziemnego i wyższych kosztów za usługę operatorską.

Ze względu na wysoki poziom konkurencji oraz tendencję sektora telewizyjnego do koncentracji, w szczególności poprzez łączenie funkcji operatora i nadawcy, KRRiT dostrzega także problem kolejności rozprowadzania programów. Zdaniem KRRiT wszystkie programy objęte zasadą *must carry/must offer* powinny znajdować się w podstawowych pakietach operatorów, w kolejności umieszczania ich w naziemnych multipleksach cyfrowych.

Ponadto zasada *must carry/ must offer* może zostać uzupełniona zasadą *findability*, oznaczającą zdolność do bycia odnalezionym, poprzez odpowiednią ekspozycję programów w elektronicznym przewodniku po programach (EPG) oraz poprzez systemy wyszukiwania na stronach internetowych.

Modernizacja zasady *must carry* wymaga także bardziej precyzyjnego zdefiniowania operatorów telekomunikacyjnych rozprowadzających programy telewizyjne. W obecnym stanie prawnym brak jest w tym zakresie odpowiedniej korelacji między przepisami ustawy Prawo telekomunikacyjne a ustawą o radiofonii i telewizji, co prowadzi do wątpliwości prawnych.

2.2. Działania na rzecz rozwoju cyfrowej telewizji naziemnej oraz cyfrowego radia

2.2.1. Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej

Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej w latach 2017-2022 zdeterminowany został Decyzją Parlamentu Europejskiego i Rady (UE)⁴, na mocy której państwa członkowskie zobowiązane są do zwolnienia tzw. pasma 700 MHz (694-790 MHz) na potrzeby systemów ruchomej łączności szerokopasmowej w terminie do 30 czerwca 2020 r. z możliwością przesunięcia do 2022 r.

Priorytetowym zadaniem realizowanym obecnie przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, odpowiedzialny za gospodarkę częstotliwościową, jest jak najszybsze uruchomienie w zwolnionym paśmie 700 MHz usługi dostępu do Internetu - 5G.

Oznacza to, że usługi naziemnej telewizji cyfrowej będą świadczone jedynie w zakresie częstotliwości 470-694 MHz. Prace rekonfiguracyjne koncentrują się na odtworzeniu, w zawężonym paśmie, czterech istniejących ogólnopolskich multipleksów naziemnych w standardzie DVB-T.

Kolejnym krokiem powinno być wyznaczenie terminu i warunków zmiany standardu DVB-T na DVB-T2, co pozwoli na rozpoczęcie w Urzędzie Komunikacji Elektronicznej prac nad dalszymi technicznymi zmianami w naziemnej telewizji cyfrowej, dzięki którym liczba multipleksów może zwiększyć się do 5, a nawet do 6. Termin wdrożenia nowego standardu DVB-T2 powinien być jasno określony ze względu na czas potrzebny na przygotowanie gospodarstw domowych i nadawców do takiej zmiany.

Zakłada się, że dodatkowa pojemność multipleksów, uzyskana w wyniku przejścia na wydajniejszy standard nadawania, zostanie wykorzystana do emisji programów w wysokiej rozdzielczości HDTV.

Udział KRRiT w procesie uwalniania pasma 700 MHz i rekonfiguracji sieci naziemnej telewizji cyfrowej

W procesie uwalniania tzw. drugiej dywidendy cyfrowej i wynikających z tego procesu konsekwencji technicznych i prawnych instytucją wiodącą jest Urząd Komunikacji Elektronicznej.

⁴ Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady 2017/899 z dnia 17 maja 2017 r. w sprawie wykorzystania zakresu częstotliwości 470-790 MHz w Unii – Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L138/131 z 25 maja 2017 r.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie ściśle współpracować z tym Urzędem w zakresie przygotowania koncepcji zakończenia procesu cyfryzacji naziemnej telewizji cyfrowej, a w szczególności:

- dokona oceny potrzeb w zakresie oferty programowej pod kątem dostępności zasobów częstotliwościowych, oczekiwań odbiorców i możliwości nadawców;
- określi niezbędny zakres usług wysokiej rozdzielczości (HDTV);
- uczestniczyć będzie w wypracowaniu koncepcji zagospodarowania zasobów częstotliwości z zakresu 470-694 MHz, w tym w opracowaniu warunków technicznych i prawnych zwolnienia pasma 700 MHz na potrzeby szerokopasmowych usług mobilnych, a także szczegółowego harmonogramu dotyczącego planowania, uzgadniania i realizacji procesu wykorzystania zawężonego zakresu telewizji cyfrowej do zakończenia procesu cyfryzacji, zgodnie z Planem działania przyjętym przez rząd w 2010 r.

Zmiana standardu nadawania z DVB-T na DVB-T2/HEVC

Aby zmiana standardu nadawania przebiegała bez opóźnień i zakłóceń, należy z odpowiednim wyprzedzeniem:

- określić minimalne wymagania dla konsumenckich urządzeń odbiorczych;
- wyznaczyć datę ostatecznego zakończenia emisji programów telewizyjnych w standardowej rozdzielczości (SDTV);
- prowadzić skuteczną kampanię informacyjną.

KRRiT będzie czynnie uczestniczyć w ww. działaniach

Problem nadawców MUX8

Przewidując utratę części pasma UHF w związku ze spożytkowaniem drugiej dywidendy cyfrowej na szerokopasmowe usługi mobilne, KRRiT zdecydowała w 2015 r. o wykorzystaniu istniejących w Planie GE06 zasobów częstotliwości w paśmie VHF (174-230 MHz) na budowę ogólnokrajowego multipleksu telewizyjnego (MUX8).

Zasięg techniczny MUX8 zbliżony jest do MUX1, 2 i 3, ale rzeczywista liczba odbiorców wewnątrz jego zasięgu jest mniejsza od spodziewanej, ze względu na fakt, że sygnał MUX8 nadawany jest w innym paśmie częstotliwości niż pozostałe, a większość stacji nadawczych pracuje w odwrotnej polaryzacji. Powoduje to często konieczność instalowania dodatkowej anteny odbiorczej, co może być uznane przez odbiorcę za mało opłacalne, wobec skromnej oferty programowej.

Jak najszybsze uzupełnienie zawartości MUX8 jest konieczne w celu:

- zwiększenia atrakcyjności zawartości programowej,
- zmniejszenia kosztów emisji w przeliczeniu na jeden program,
- pełnego wykorzystania częstotliwości.

Za optymalne należy uznać początkowe założenie, że wolne miejsca w MUX8 wypełnią programy TVP SA.

Zakończenie procesu wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej

Biorąc pod uwagę uwarunkowania regulacyjno-techniczne oraz aspekty funkcjonowania rynku programów naziemnej telewizji cyfrowej, możliwe jest przyjęcie dwóch wariantów jej rozwoju, wynikających z konieczności uwolnienia pasma 700 MHz, a także uwzględnienie konieczności zmiany techniki nadawania z DVB-T na bardziej nowoczesny i efektywny DVB-T2/HEVC.

Wariant 1

Do momentu zwolnienia pasma 700 MHz oferta programowa naziemnej telewizji cyfrowej nie ulegnie zmianie. Cztery dotychczas eksploatowane multipleksy MUX1 – MUX4 będą, jak obecnie, korzystać ze standardu DVB-T, a większość programów będzie nadawana w jakości SD. Po zakończeniu tego procesu będzie możliwa zamiana DVB-T na DVB-T2 poprzez stopniowe uruchamianie istniejących multipleksów w nowej technologii, a w dalszej kolejności budowa nowych multipleksów MUX5 i MUX6, także w standardzie DVB-T2. Termin przechodzenia z DVB-T na DVB-T2 powinien zostać odpowiednio wcześniej ustalony.

Wariant 2

Wariant ten zakłada wcześniejsze uruchomienie jednego multipleksu (np. MUX5) w standardzie DVB-T2 w kanałach poniżej 700 MHz⁵. Zawartość tego multipleksu powinny stanowić wyłącznie programy w wysokiej rozdzielczości (HDTV). Będzie to dla odbiorców zachętą do wyposażania gospodarstw domowych w odpowiednie urządzenia (anteny i odbiorniki), a także okazją dla operatorów i nadawców do przeprowadzenia testów technicznych nowych warunków emisji. Do 30 czerwca 2020 r. (lub 2022 jak wspomniano wcześniej) miałyby miejsce uwalnianie pasma 700 MHz oraz zmiana częstotliwości w MUX1-MUX4 na częstotliwości poniżej pasma 700 MHz bez zmiany standardu emisji. Dokonano by również koniecznych zmian częstotliwości w MUX5. W ustalonym wcześniej terminie miałyby miejsce zmiana standardu emisji z DVB-T na DVB-T2 w MUX1-MUX4 oraz ewentualne kolejne zmiany kanałów w MUX1-MUX5, umożliwiające uruchomienie MUX6 w DVB-T2.

⁵ Jako zadanie priorytetowe należy traktować niezakończony proces rekonfiguracji zakresu UKF i uwalniania pasma 700 MHz.

W wariancie 1 nadawcy nie są zobowiązani do natychmiastowego podejmowania wysiłków związanych ze zmianą standardów nadawania. Pozwala to na spokojne przygotowanie rynku do nadchodzących zmian w kontekście zarówno modyfikacji technicznych jak i prawnych, a także daje czas gospodarstwom domowym na poczynienie niezbędnych inwestycji w zakresie sprzętu odbiorczego. Procesowi zmiany standardu transmisji powinna towarzyszyć intensywna i efektywna kampania informacyjna. Wariant 2 forsuje przyspieszoną konwersję DVB-T - DVB-T2 i z punktu widzenia promocji nowego standardu może okazać się bardzo korzystny. Jest jednak ryzykowny, szczególnie dla nadawców ulokowanych w MUX5, którzy nie będą mogli zrównoważyć nakładów inwestycyjnych przychodami reklamowymi z dopiero powstającego rynku usług DVB-T2. Przyjęcie tego wariantu powinny poprzedzać konsultacje z nadawcami.

Wybór określonego wariantu podyktowany będzie decyzją w sprawie terminu i warunków wdrożenia standardu DVB-T2.

Docelowe uruchomienie 6 multipleksów w paśmie 470-694 MHz byłoby zgodne z Ustawą o wdrażaniu naziemnej telewizji cyfrowej z 2010 r. i tym samym proces wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej można byłoby uznać za zakończony.

2.2.2. Naziemna radiofonia cyfrowa

W Planie GE06 Polska uzyskała prawo do budowy trzech multipleksów o zasięgu ogólnokrajowym. Z pierwszego z nich obecnie i w przyszłości będzie korzystać Polskie Radio SA i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia.

Najbliższym działaniem KRRiT będzie uruchomienie kolejnego multipleksu ogólnokrajowego, uzupełnionego o częstotliwości dobrane spoza Planu Genewa 2006 i po jego przeprojektowaniu pod kątem potrzeb nadawców lokalnych. Dzięki temu na określonych obszarach będzie można uruchomić kolejne programy lokalne i środowiskowe.

Trzeci multipleks ogólnokrajowy zostanie zarezerwowany dla celów konwersji ogólnokrajowych i ponadregionalnych programów analogowych największych nadawców niepublicznych.

Radiofonia komercyjna

Dla komercyjnych programów o zasięgu ogólnokrajowym i ponadregionalnym przewidziano w całości multipleks trzeci. Przy założeniu, że multipleks pomieści 12 programów radiowych, możliwe byłoby ulokowanie w nim wszystkich istniejących w wersji analogowej programów ogólnokrajowych: Radio RMF FM, Radio Zet, Radio Maryja oraz innych programów w poniższych konfiguracjach:

- 9 programów ponadregionalnych, albo
- 5 programów ponadregionalnych, które aspirowałyby do uzyskania zasięgu ogólnokrajowego oraz nowych 4 programów w wersji wyłącznie cyfrowej, produkowanych przez 4 główne grupy radiowe, albo
- inne proporcje między programami ponadregionalnymi i programami nowymi.

Należy podkreślić, że programy analogowe ponadregionalne, po umieszczeniu ich w multipleksie 2, uzyskałyby w wersji cyfrowej zasięg ogólnokrajowy.

Pozostałe programy ponadregionalne znalazłyby miejsce w multipleksie 3 (lokalno-regionalnym) jako cyfrowe programy ponadregionalne lub ogólnokrajowe.

Cyfrowa radiofonia lokalna

W procesie implementacji radiofonii cyfrowej radiofonia lokalna powinna mieć możliwość pełnej konwersji swoich programów analogowych, a także szansę rozwoju, to znaczy uruchomienia nowych programów, wyłącznie cyfrowych.

Multipleks trzeci, przeznaczony dla cyfrowej radiofonii lokalnej i regionalnej, został zbudowany z obszarów rezerwacji (allotmentów) tej samej wielkości co multipleksy 1 i 2, przeznaczone w zasadzie dla programów ogólnokrajowych. Z punktu widzenia nadawcy lokalnego rozmiary tych obszarów rezerwacji są zbyt duże, a liczba miejsc w multipleksach na danym obszarze rezerwacji zbyt mała dla pomieszczenia wszystkich nadających analogowo stacji lokalnych. UKE dokonał doboru nowych bloków częstotliwości spoza Planu GE06 we wskazanych w *Zielonej księdze* lokalizacjach.

Nadawanie cyfrowe nadawców niepublicznych może się rozpocząć na poziomie lokalnym. Wskazują na to podjęte na południu Polski inicjatywy lokalne w Małopolsce, Rzeszowie, a ostatnio również w Bielsku-Białej. O wejście do takich lokalnych multipleksów będą mogli się ubiegać zarówno nadawcy istniejący, jak i nadawcy nowi, a także programy miejskie tworzone przez rozgłośnie regionalne. Dodatkowa oferta programowa w miastach dużej i średniej wielkości wpłynie na poprawę atrakcyjności DAB+, a także zwiększy pluralizm na tych rynkach.

Działania formalne zmierzające do uruchomienia multipleksów lokalnych i regionalnych będą mogły rozpocząć się po opublikowaniu (planowanego w I kwartale 2018) nowego Planu zagospodarowania częstotliwości, zawierającego zarówno zasoby z planu GE06, jak i częstotliwości

spoza tego planu, dobrane i skoordynowane przez UKE. W ramach prac przygotowawczych KRRiT zamierza przeprowadzić wśród nadawców lokalnych akcję informacyjną, dotyczącą zarówno możliwości częstotliwościowych, jak i propozycji rozwiązań dla niskobudżetowych systemów nadawczych.

Działania KRRiT w sprawie wspierania rozwoju naziemnej radiofonii cyfrowej

Proces implementacji naziemnej radiofonii cyfrowej powinien przebiegać w oparciu o narodową strategię cyfryzacji radia, zawierającą kryteria i warunki rozwoju radiofonii cyfrowej na wszystkich platformach dystrybucji sygnału, w tym również na platformie naziemnej DAB+.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach swoich ustawowych kompetencji zamierza nadal wspierać rozwój naziemnej radiofonii cyfrowej DAB+ poprzez:

- udział w pracach gremiów stanowiących i konsultacyjnych powołanych do opracowania ww. narodowej strategii radiofonii, ustawy cyfryzacyjnej i wynikających z niej rozporządzeń;
- współpracę z Zarządem Polskiego Radia SA i zarządami spółek regionalnych radia publicznego w zakresie realizacji ich planów zakończenia cyfryzacji sektora publicznego, obserwację tego procesu i podejmowanie decyzji korygujących;
- udział w opracowaniu koncepcji społecznej kampanii informacyjnej promującej DAB+, organizowanie wydarzeń promocyjnych i informacyjnych;
- ścisłą współpracę z Urzędem Komunikacji Elektronicznej w zakresie przygotowania zasobów częstotliwości dla radiofonii cyfrowej, a także w procesie wyłaniania operatorów multipleksów oraz w uzgadnianiu ich zawartości;
- wspieranie radiofonii lokalnej i ulokowanie jej w przestrzeni cyfrowej, promowanie niskobudżetowych technicznych rozwiązań systemów nadawczych dla małych nadawców;
- śledzenie rozwoju rynku odbiorników stacjonarnych, przenośnych i samochodowych, udział w przygotowaniu dokumentów normatywnych na odbiorniki przeznaczone do użytkowania w Polsce;
- współpracę z organizacjami gospodarczymi zrzeszającymi nadawców, operatorów, producentów i dostawców sprzętu w zakresie przygotowania warunków sprawnego przeprowadzenia procesu cyfryzacji radiofonii niepublicznej w Polsce;
- obserwację rozwoju radiofonii cyfrowej w Europie, udział w pracach organizacji i instytucji międzynarodowych z branży radiowej i pokrewnych, a także współpracę bilateralną z podobnymi ciałami regulacyjnymi.

Uczestnicząc w procesie cyfryzacji radia naziemnego w Polsce, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dbać będzie o uwzględnienie potrzeb nadawców przy ich przechodzeniu od nadawania analogowego do cyfrowego, a także o utrzymanie możliwie maksymalnej stabilności rynku radiofonii.

2.3. Nadzór regulacyjny i finansowanie mediów publicznych

2.3.1. Misja publiczna, realizacja zadań ustawowych

Krajowa Rada będzie dążyć do wzmacniania roli mediów publicznych jako źródła rzetelnej wiedzy, zróżnicowanej oferty kulturalnej i edukacyjnej dostępnej dla różnych grup odbiorców, promując w planach finansowo-programowych wskazane poniżej działania:

- inicjatywy sprzyjające integracji społecznej oraz przeciwdziałające fragmentaryzacji społeczeństwa, która zachodzi w wyniku globalizacji i wpływu technologii komunikacyjnych (promowanie nowych technologii i zapobieganie wykluczeniu społecznemu i cyfrowemu);
- działania na rzecz polskiej kultury (twórczości, muzyki, dbałości o język polski), tożsamości narodowej, tożsamości mniejszości narodowych i etnicznych;
- działania związane z informowaniem o procesach zachodzących w polskiej gospodarce;
- przedsięwzięcia na rzecz pełnienia funkcji edukacyjnych dostosowanych do wymogów cywilizacyjnych i technologicznych XXI wieku;
- działania programowe skierowane do ludzi młodych, ukazujące ich miejsce w życiu oraz możliwości realizacji społecznej, a także działania promujące współpracę międzypokoleniową;
- działania na rzecz zaspokojenia potrzeb osób starszych oraz osób niepełnosprawnych.

Krajowa Rada będzie dążyć do wzmacniania programów radiowych i telewizyjnych tworzonych dla społeczności lokalnych. W tym celu będzie:

- zwracać szczególną uwagę przy przyjmowaniu planów finansowo-programowych na obecność treści lokalnych w programach oddziałów terenowych Telewizji Polskiej SA i rozgłośni regionalnych radia publicznego;

- zachęcać nadawców do tworzenia, w programach regionalnych, pasm przeznaczonych dla odbiorców w mniejszych miejscowościach, w celu wspierania lokalnego środowiska społecznego, więzi sąsiedzkich oraz wzmacniania tożsamości grupowej;
- wspierać wymianę programową pomiędzy rozgłośniami radiowymi oraz oddziałami telewizyjnymi i wzajemne promowanie swojej oferty;
- zwracać uwagę na możliwość wykorzystania treści regionalnych i lokalnych w różnych mediach (telewizja, radio, Internet);
- promować w planach finansowo-programowych te działania, które zakładają wspólne przedsięwzięcia programowe nadawców publicznych.

Implementacja do polskiego porządku prawnego europejskich przepisów dotyczących udzielania pomocy publicznej w radiofonii i telewizji, a w szczególności Komunikatu Komisji w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej⁶, nałoży na media publiczne nowe obowiązki mające na celu dostosowanie sposobu finansowania ich działalności do zasad wspólnego rynku⁷.

W związku z uwagami Komisji Europejskiej⁸, w ramach prac nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji, Krajowa Rada będzie aktywnie współpracować z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego i nadawcami publicznymi w celu dookreślenia zakresu zadań misyjnych nadawców publicznych i sposobu ich rozliczania. Przedmiotem nowelizacji będzie m.in. doprecyzowanie definicji misji publicznej oraz wprowadzenie:

- Karty Powinności - porozumienia zawieranego na okres pięciu lat pomiędzy poszczególnymi nadawcami a KRRiT, określającego m.in. jakie programy i nowe istotne usługi, np. usługi na żądanie, mają być realizowane w ramach misji publicznej (konwergencja oferty programowej radiofonii i telewizji publicznej wymaga doprecyzowania misji nadawcy publicznego w zakresie nowych usług);
- procedury uprzedniej oceny (analiza *ex ante*) przewidywanych nowych istotnych usług medialnych, zarówno finansowanych ze środków publicznych jak i własnych nadawcy, realizowanych przez nadawców publicznych w ramach misji publicznej. Niezbędnym elementem tej

⁶ Dz. Urz. UE C 257 z 27.10.2009 r.

⁷ W listopadzie 2011 roku, w związku ze skargami z lat 2006 i 2008 w sprawie braku odpowiedniego zdefiniowania misji nadawców publicznych w Polsce, KE przedstawiła uwagi, w których wskazała, w jakim zakresie powinny zostać uzupełnione przepisy ustawy o radiofonii i telewizji. W 2012 r. Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego powołał zespół roboczy ds. przygotowania propozycji pełnego dostosowania regulacji dotyczących misji mediów publicznych i jej finansowania do zasad rynku wewnętrznego. W skład zespołu weszli przedstawiciele MKiDN (kierujący zespołem), UOKiK, KRRiT, TVP SA i PR SA. Kwestia potrzeby pilnego zakończenia kilkuletnich prac była m.in. przedmiotem spotkania w MKiDN 8.08.2016 r. z udziałem min. Jarosława Sellina i Przewodniczącego KRRiT Witolda Kołodziejskiego.

⁸ Uwagi Komisji Europejskiej zostały przekazane w piśmie Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji z dnia 16 grudnia 2016 r.

procedury będą konsultacje społeczne przed wprowadzeniem nowej istotnej usługi przez nadawcę publicznego;

- wprowadzenia jednoznacznych przepisów prawnych dotyczących ograniczenia publicznego finansowania do kosztów netto misji publicznej oraz zasad nadzoru nad ewentualną nadmierną rekompensatą w tym zakresie;
- uregulowania zasad skutecznego nadzoru nad jakością realizacji misji publicznej.

KRRiT, w porozumieniu z nadawcami, opracuje zasady wprowadzenia tych mechanizmów i sposobu ich kontroli. Doprecyzowanie pojęcia misji publicznej powinno być dokonywane poprzez ustalenia zawarte w Karcie Powinności. Na podstawie Karty Powinności powinny powstać plany finansowo-programowe, które określałyby zadania nadawcy publicznego realizowane w konkretnym roku kalendarzowym. Działalność nie wynikająca ze znowelizowanej ustawy o radiofonii i telewizji i nie wskazana w Karcie Powinności lub opracowanym na jej podstawie planie finansowo-programowym nie będzie objęta zakresem misji publicznej. Jednocześnie Krajowa Rada będzie dążyć do usprawnienia istniejących mechanizmów służących ocenie pracy nadawców publicznych.

W tym celu KRRiT:

- będzie prowadzić systematyczną, coroczną analizę sprawozdań finansowych z działalności nadawców publicznych;
- znowelizuje rozporządzenie o planach finansowo-programowych w celu jego uproszczenia, tak, aby powstała możliwość skierowania części środków na realizację zadań ustawowych z zakresu misji w dłuższych okresach, np. 3-5-letnich. Będzie to w przyszłości korespondowało z wprowadzeniem Karty Powinności.

Krajowa Rada będzie kontynuować systematyczną kontrolę działalności programowej nadawców publicznych, koncentrując się na:

- ocenie jakości programu oraz sposobu realizacji zadań zaprojektowanych w planach finansowo-programowych;
- ocenie wypełniania przez nadawców publicznych obowiązków programowych wobec partii politycznych, związków zawodowych oraz organizacji pracodawców i organizacji pożytku publicznego;
- monitoringu audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz audycji w języku regionalnym w programach nadawców publicznych, ze szczególnym uwzględnieniem sposobu realizacji misji wobec mniejszości, wynikającej z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji oraz stanowiska Komisji Wspólnej Rządu i Mniejszości Narodowych

i Etnicznych w sprawie audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz audycji w języku regionalnym;

- monitoringu programów w okresach kampanii wyborczych pod kątem realizacji ustawowego obowiązku tworzenia przez media publiczne forum debaty publicznej, służącej zrównoważonej i pluralistycznej wymianie poglądów i zachowaniu społecznej spójności poprzez prezentowanie różnych punktów widzenia i potrzeb różnych grup odbiorców. Realizacja tego zadania ma szczególne znaczenie w obliczu kalendarza wyborczego w latach 2018 -2020⁹.

Krajowa Rada będzie podejmować działania sprzyjające włączaniu się obywateli i instytucji do dyskusji publicznej o ofercie programowej mediów publicznych. Działania te będą realizowane poprzez aktywizację rad programowych spółek publicznej radiofonii i telewizji w procesie tworzenia planów finansowo-programowych oraz sprawozdań z ich wykonania.

W celu zachęcania odbiorców do udziału w dyskusji nad ofertą mediów publicznych, KRRiT będzie rekomendować nadawcom publicznym tworzenie różnorodnych form komunikacji elektronicznej, jako sposobu budowania więzi widzów i słuchaczy z programem. KRRiT będzie prowadzić analizy treści zamieszczanych na stronach internetowych oraz profilach społecznościowych tworzonych przez nadawców publicznych oraz tworzyć możliwości bezpośredniego udziału organizacji pozarządowych i innych instytucji społeczeństwa obywatelskiego w ocenie polityki programowej nadawców publicznych.

KRRiT za ważne uznaje także przeznaczenie środków publicznych na zapewnienie warunków do rozwoju technologicznego służącego udostępnianiu oraz wzajemnemu korzystaniu z cyfrowych zasobów audialnych i audiowizualnych przez TVP, Polskie Radio i rozgłośnie regionalne PR w ramach projektu Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych (BCMP)¹⁰.

⁹ Odbędą się wówczas w Polsce wybory do Parlamentu Europejskiego, samorządów, Sejmu i Senatu RP oraz wybory prezydenckie. Krajowa Rada będzie prowadzić monitoring przebiegu kampanii wyborczych w programach nadawców publicznych w związku z wyborami samorządowymi oraz wyborami do Parlamentu Europejskiego, a także wyborami do Sejmu i Senatu RP w 2019 roku i wyborami prezydenckimi w 2020 roku. Celem monitoringu będzie ocena sposobu informowania o kandydatach i ugrupowaniach politycznych uczestniczących w wyborach, a w szczególności respektowanie przez nadawców publicznych zasad dotyczących trybu i rzetelności informowania, co jest powinnością wskazaną w ustawie o radiofonii i telewizji oraz rozporządzeniach wydanych przez Krajową Radę.

¹⁰ KRRiT zainicjowała projekt jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej radiofonii i telewizji i jako lidera projektu wskazała Telewizję Polską SA. System wymiany zdigitalizowanych materiałów audiowizualnych będzie wspólnym przedsięwzięciem wszystkich spółek mediów publicznych. Będzie on służył do wewnętrznej wymiany programowej między nadawcami, a po uregulowaniu zobowiązań związanych z prawami autorskimi i prawami pokrewnymi, zwłaszcza wobec zbiorów zgromadzonych przed rokiem 1994, zostanie także udostępniony użytkownikom zewnętrznym.

2.3.2. Zarządy, rady nadzorcze i programowe spółek mediów publicznych

W związku z wejściem w życie ustawy z 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych, mechanizm obsadzania funkcji w zarządach i radach nadzorczych spółek publicznej radiofonii i telewizji przez ministra właściwego do spraw Skarbu Państwa został zastąpiony procedurą zakładającą udział nowo powołanego organu państwa – Rady Mediów Narodowych.

W orzeczeniu z 13 grudnia 2016 r. (sygn. akt: K/13/16), Trybunał Konstytucyjny uznał, że wyłączenie udziału KRRiT z kreowania składu organów wewnętrznych spółek mediów publicznych (zarządu i rad nadzorczych) jest niezgodne z art. 213 ust. 1 w związku z art. 14 i art. 54 ust. 1 Konstytucji. Taki sam pogląd TK odnosi również do działań podejmowanych przez walne zgromadzenie spółki. Całkowite pozbawienie KRRiT wpływu na decyzje Walnego Zgromadzenia dotyczące zmian w statucie, pozostawia sferę organizacyjną spółki zupełnie poza kontrolą konstytucyjnego organu państwa mającego pełnić rolę strażnika m.in. interesu publicznego w radiofonii i telewizji. W odniesieniu do jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa, a w takiej formie działają spółki publicznej radiofonii i telewizji, oznacza to jednocześnie wyłączenie KRRiT z oceny rozstrzygnięć dotyczących statutu, podejmowanych przez jedyne akcjonariusza reprezentowanego przez ministra właściwego do spraw Skarbu Państwa (art. 29 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji). W aspekcie instytucjonalnym oznacza to zatem, że działania podejmowane przez ministra w związku ze zmianami statutowymi nie podlegają kontroli konstytucyjnego organu państwa niezależnego od rządu, a przy tym umocowanego do wykonywania funkcji, o których mowa w art. 213 ust. 1 Konstytucji. Trybunał stwierdza, że w obecnym stanie prawnym zmiany statutów spółek publicznej radiofonii i telewizji wymagają akceptacji odrębnego organu państwa, jakim jest Rada Mediów Narodowych. Takie rozwiązanie ustawodawcze nie może być jednak traktowane jako należycie zastępujące wcześniejszy model wyrażania zgody na zmiany statutowe z udziałem KRRiT.

Wykreowanie nowego organu władzy publicznej i przekazanie mu pewnych kompetencji w sferze radiofonii i telewizji nie znosi bowiem obowiązku wprowadzenia przez ustawodawcę instrumentów umożliwiających wykonywanie przez KRRiT jej konstytucyjnie określonych funkcji. Trybunał stwierdza, że z chwilą wejścia w życie art. 1 pkt 4 ustawy nowelizującej KRRiT pozbawiona została takich instrumentów prawnych w odniesieniu do kształtowania treści statutu spółek publicznej radiofonii i telewizji. Z tego powodu Trybunał orzekł, że art. 1 pkt 4 uchylający art. 29 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji, jest niezgodny z art. 213 ust. 1 w związku z art. 14 i art. 54 ust. 1 Konstytucji.

Ponieważ KRRiT nie posiada inicjatywy ustawodawczej, niezbędne jest zainicjowanie przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego prac legislacyjnych zmierzających do stworzenia norm prawnych określających zasady współpracy obu organów państwa - Rady Mediów Narodowych, powstałej w celu powoływania i odwoływania składów osobowych organów jednostek publicznej radiofonii i telewizji i Polskiej Agencji Prasowej oraz do wnioskowania i opiniowania zmian w ich statutach, i Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, organu właściwego w sprawach radiofonii i telewizji o konstytucyjnym umocowaniu.

2.3.3. Działania na rzecz poprawy sytuacji finansowej mediów publicznych

Wartość finansowania mediów publicznych w Polsce, w odniesieniu do innych krajów europejskich jest niska. Biorąc pod uwagę wysokość krajowego PKB, roczna wartość abonamentu stanowi zaledwie 0,04%, podczas gdy w innych krajach osiąga poziom 0,1 - 0,3%. W stosunku do wydatków państw europejskich na edukację i kulturę przychody abonamentowe w Polsce to mniej niż 1/5 tego, czym dysponują media publiczne w innych krajach UE. Jedyne w odniesieniu do tzw. koszyka świadczeń publicznych: zdrowie, obrona, bezpieczeństwo, edukacja, kultura i ubezpieczenia społeczne, wartość nakładów na media publiczne w Polsce - 26,1% jest porównywalna do średniej europejskiej, która wynosi 29,8%. Może to jednak być spowodowane niedofinansowaniem pozostałych potrzeb społecznych w naszym kraju.

Gdyby zakładać zrównanie wysokości środków publicznych przeznaczanych na media publiczne w Polsce do średniej w innych krajach europejskich, to biorąc pod uwagę wysokość PKB, powinna ona wynosić 3,8 mld zł rocznie, wysokość finansowania tzw. koszyka świadczeń publicznych 3,4 mld zł rocznie, wydatki na edukację i kulturę - 3,75 mln zł.

Należy jednak wziąć pod uwagę, że średnia miesięczna opłata na media w krajach Unii Europejskiej wynosi 3 EUR, a w Polsce 22,70 zł tj. ok. 5,5 EUR. Ustalając więc docelowy poziom finansowania mediów publicznych konieczne jest określenie realnej możliwości obciążenia obywateli tą daniną. Analizując wskaźniki siły nabywczej w Polsce (średnia i minimalna płaca) w porównaniu z zasobnością mieszkańców innych krajów, na tej samej podstawie ustalono, że możliwy poziom finansowania mediów publicznych powinien kształtować się w granicach 2,6 - 2,9 mld zł rocznie¹¹. Kwota ta odpowiada kwocie, która powinna być osiągnięta również w obecnym systemie opłat abonamentowych, gdyby wszystkie zobowiązane do niej gospodarstwa domowe (z wyłączeniem osób zwolnionych) wносиły ją regularnie. Pozwoliłoby to na zebranie ok. 2,9 mld zł rocznie.

¹¹ Więcej w Załączniku nr 4 - Sytuacja finansowa mediów publicznych w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej oraz w analizie *Nowy model funkcjonowania mediów publicznych w Polsce*, Warszawa, 1 grudnia 2015 roku, dostępnej na stronie internetowej KRRiT.

Ten poziom finansowania możliwy jest do osiągnięcia i utrzymania w dłuższej perspektywie jedynie przy zaangażowaniu Państwa w ustanowienie publicznego charakteru daniny i zaangażowaniu instytucji publicznych dysponujących odpowiednimi bazami danych, według których możliwa jest identyfikacja osób fizycznych i prawnych zobowiązanych do jej wnoszenia.

Koncepcja opłaty audiowizualnej

Nowa opłata audiowizualna powinna uwzględniać kilka podstawowych założeń:

- powinna być związana z możliwością dostępu do oferty mediów publicznych (a nie jak dotychczas, wnoszona z tytułu deklarowanego posiadania urządzenia służącego do jej odbioru);
- wysokość opłaty audiowizualnej dla przedsiębiorców powinna być niezależna od liczby posiadanych urządzeń, a określona jako wielokrotność podstawowej opłaty audiowizualnej (warto także rozważyć zróżnicowanie stawki tej opłaty, tj. uzależnić jej wysokość od wartości przychodu przedsiębiorcy w poprzednim roku podatkowym);
- w nowym systemie powinien być zachowany dotychczasowy katalog zwolnień od obowiązku wnoszenia opłaty audiowizualnej dla poszczególnych grup społecznych (katalog ten wymaga jednak usunięcia wątpliwości interpretacyjnych, związanych ze stosowaniem obecnie obowiązujących przepisów);
- niedobór środków związany z systemem ulg powinien być skorelowany z ewentualną refundacją ubytków przez Skarb Państwa tak, aby wysokość przekazywanych środków publicznych była wystarczająca i możliwa do przewidzenia na etapie powierzania nadawcom realizacji misji¹². Jest rzeczą oczywistą, że większy zakres zwolnień bez refundacji obarcza płacących wyższą opłatą jednostkową (patrz Załącznik nr 4).
- opłata audiowizualna powinna być corocznie rewaloryzowana o wskaźnik inflacji.

¹² Znowelizowana w 2010 r. ustawa o opłatach abonamentowych poszerzyła katalog osób zwolnionych z płacenia abonamentu radiowo-telewizyjnego o niektóre grupy społeczne m.in. emerytów w wieku ponad 60 lat z emeryturami nieprzekraczającymi połowy przeciętnego wynagrodzenia, osoby pobierające zasiłek lub świadczenie przedemerytalne, kombatanów oraz bezrobotnych. Z tego powodu wpływy abonamentowe znacząco się zmniejszyły. KRRiT stała i stoi na stanowisku, że z tytułu utraconych wpływów abonamentowych wynikających ze zwolnień od opłat, powinna być dokonywana rekompensata. W 2017 r., zgodnie z zapisami ustawy o budżecie, KRRiT po raz pierwszy dokonała podziału kwoty w wysokości 980 000 tys. zł będącej rekompensatą za utracone wpływy abonamentowe, z tytułu zwolnień, o których mowa w art. 4 ust 1 ustawy o opłatach abonamentowych. Część tej kwoty media publiczne uzyskały w 2017 r., a część w 2018 r. KRRiT kontroluje realizację sfinansowanych z tych środków zadań.

Przechodzenie z obecnego modelu na nowy wymaga „wygaszania” dotychczasowego obowiązku, m.in. zamknięcia postępowań prowadzonych w związku z zaległościami we wnoszeniu opłaty abonamentowej. Biorąc pod uwagę społeczne aspekty wdrażania nowych rozwiązań, m.in. konieczność uzyskania akceptacji społecznej dla finansowania mediów publicznych, można rozważyć zmianę kryteriów stosowanych dotychczas do umarzania zaległości abonamentowych.

Zasadne wydaje się ustanowienie systemowego mechanizmu corocznej rekompensaty przez budżet Państwa ubytków w finansowaniu mediów publicznych wynikających ze zwolnień z wnoszenia opłat abonamentowych lub składki audiowizualnej na podstawie określonych w ustawie tytułów.

Koncepcja finansowania z budżetu państwa

Koncepcja finansowania mediów publicznych z budżetu państwa powinna uwzględniać waloryzację w oparciu o odpowiednie wskaźniki gospodarcze, tak aby rozwój mediów publicznych mógł postępować wraz z rozwojem społeczno-gospodarczym całego kraju.

Wysokość rocznej wypłaty należy zagwarantować ustawowo, uniezależniając ją od corocznych decyzji budżetowych¹³. Tak jak w przypadku koncepcji składki audiowizualnej, roczne koszty zadań mediów publicznych powinny oscylować wokół kwoty 2,6 -2,9 mld zł.

2.3.4. Rozwój i wymiana cyfrowych zasobów audiowizualnych

Zmiany, jakie zaszły w technologii digitalizacji, komunikowania i pozyskiwania informacji dały nowe możliwości związane z dostępem do zgromadzonych przez media publiczne zbiorów. W przypadku archiwów publicznych nadawców radiowo-telewizyjnych otwarty dostęp do materiałów archiwalnych ma ogromne znaczenie zarówno dla nadawców jak i dla całego społeczeństwa.

Archiwalne nagrania dźwiękowe i wizyjne wykorzystywane do bieżącej działalności programowej pozwolą tworzyć bogatsze formy audiowizualne, treści dodane do aktualnych informacji, a także oszczędzać czas i środki finansowe w procesie produkcji programu na różne pola dystrybucji. Udostępnianie ich społeczeństwu wpłynie na jakość i skuteczność rozwoju edukacji, badań w różnych dziedzinach, dynamiki kultury oraz szeroko pojętej innowacyjności.

¹³ W związku z powyższym należałoby zbadać kwestię konieczności notyfikacji w Komisji Europejskiej nowego systemu pomocy publicznej.

Ponadto sama digitalizacja zbiorów taśmowych pozwoli nie tylko ocalić polskie dziedzictwo dla przyszłych pokoleń, ale przede wszystkim, dzięki Internetowi, stworzy warunki do ich zaprezentowania i powszechnego dostępu. Aby zapewnić odbiorcom korzystanie z tzw. „otwartych zasobów” niezbędne jest uregulowanie praw własności intelektualnej do dzieł pozostających w archiwach nadawców publicznych.

Z tego względu Krajowa Rada za ważne uznaje, w ramach projektu *Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych OnLine (BCMP OnLine)*, przeznaczenie środków publicznych na zapewnienie warunków do rozwoju technologicznego, służącego udostępnianiu odbiorcom oraz wzajemnemu korzystaniu z cyfrowych zasobów audialnych i audiowizualnych przez Telewizję Polską SA, Polskie Radio SA i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia. Realizacja tego przedsięwzięcia, tj. platformy dystrybucji wewnętrznej (między spółkami mediów publicznych) i zewnętrznej (prezentacja społeczeństwu), materiałów multimedialnych nadawców publicznych, stanie się głównym elementem strategii cyfryzacji mediów publicznych, zakładającym pełną automatykę produkcji, emisji, zarządzania danymi cyfrowymi, umożliwiającymi gromadzenie, przechowywanie, wyszukiwanie i prezentację cyfrowej oferty programowej we wspólnym portalu mediów publicznych.

Dodatkowo KRRiT będzie wspierać organizacyjnie, poprzez współpracę z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwem Cyfryzacji, realizację projektu *BCMP OnLine*, bowiem jest on nie tylko częścią zadań misyjnych nadawcy publicznego, ale również wpisuje się w kierunki polityki państwa w dziedzinie digitalizacji i udostępniania dóbr kultury (m.in.: *Program Operacyjny Polska Cyfrowa - Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury, Plan na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju*), mających na celu rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce, poprzez wzrost jego kapitału intelektualnego i kulturowego.

2.3.5. Otwarty dostęp do dóbr kultury

Media publiczne stoją w obliczu wyzwań wywołanych zmieniającymi się potrzebami społeczeństwa informacyjnego. Dlatego muszą stać się odpowiedzialne za dostarczanie użytkownikom Internetu wiarygodnych informacji wysokiej jakości.

Z tego względu KRRiT wspierając realizację systemu *BCMP OnLine*, mającego na celu prezentację wszystkich materiałów audiowizualnych zarówno archiwalnych jak i aktualnie tworzonych przez media publiczne, będzie wspierać uruchomienie wspólnego portalu mediów publicznych, w którym dostępne będą rzetelne, sprawdzone informacje o zasięgu lokalnym, krajowym jak i międzynarodowym. W tym celu KRRiT będzie:

- dofinansowywać ze środków abonamentowych działania związane z wieloplatformową dystrybucją treści;

- wspierać, wspólnie z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego, zmiany prawne umożliwiające prezentację audiowizualnych materiałów archiwalnych;
- wspierać, poprzez proces uzgadniania Karty Powinności, strategiczne działania technologiczne i organizacyjne, sprzyjające wspólnej polityce produkcji i prezentacji treści multimedialnych w portalu mediów publicznych.

2.3.6. Lokalne centra mediów publicznych

Regionalna publiczna radiofonia i telewizja ma szczególne obowiązki, które nie ograniczają się tylko do realizowania misji w emitowanych programach. Służba publiczna tych nadawców powinna być znacznie szersza, tzn. powinna obejmować także wszelkie działania pozaantenowe służące wspieraniu kultury narodowej, debaty publicznej i budowaniu lokalnego społeczeństwa, realizowane jak najbliżej odbiorcy. Taka sytuacja będzie możliwa tylko wówczas, jeśli dojdzie do ściślej współpracy radiofonii i telewizji publicznej. KRRiT będzie dążyła do tego, aby telewizyjne ośrodki regionalne TVP i rozgłośnie regionalne radia publicznego stawały się lokalnymi centrami kultury, informacji i dyskursu społecznego.

Działania KRRiT w tej kwestii koncentrować się będą na wzmocnieniu regionalnych ośrodków mediów publicznych (OTV i RR) tak, aby były one niezależnymi redakcyjnie, autonomicznymi instytucjami, zdolnymi do łączenia sił w obszarach programowych i technologicznych służących tworzeniu treści skierowanych do odbiorcy lokalnego.

2.4. Samoregulacja i współregulacja

Samo- i współregulacja będzie miała istotne znaczenie przy implementacji zmian w Dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM).

Samoregulacja jest unormowana w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów lecz, aby skutecznie wprowadzić system współregulacji, należałoby rozszerzyć katalog kompetencji KRRiT o możliwość zawierania umów administracyjnych z podmiotami pełniącymi rolę współregulatora lub przystępowania do takich ciał na zasadzie członkostwa wraz z przekazaniem części uprawnień KRRiT do kontroli działań dostawców usług medialnych.

Jednocześnie należy ustalić:

- jakie obszary działalności (zadania i obowiązki dostawców audiowizualnych usług medialnych) mogą być przedmiotem współregulacji;

- jakie kompetencje KRRiT może przekazać tym organizacjom (monitoring, opiniowanie, rozstrzyganie wstępne spraw spornych i skarg, upomnienia etc.);
- jaka jest rola KRRiT w ustalaniu (przyjmowaniu) Kodeksów współregulacyjnych;
- formy prawne takich organizacji i sposób ich finansowania, nadzoru i zasad prowadzenia działalności;
- sposób wyboru członków zarządu i organów nadzorczych organizacji współregulacyjnych i zapewnienie odpowiedniego udziału w tych władzach przedstawicieli KRRiT;
- uwzględnienie możliwości KRRiT do opłacania składki z tytułu uczestnictwa w takich organizacjach;
- ewentualne przypisanie właściwym ministerstwom zakresów tematycznych udziału we współregulacji¹⁴.

Niezależnie od wybranego wzorca zapisów ustawowych, kompetencje KRRiT powinny obejmować możliwość interwencji, w uzasadnionych przypadkach, w formie stosowania kar (także finansowych) w adekwatnym do naruszenia wymiarze.

¹⁴ Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego - ochrona małoletnich, produkcja polska i europejska, polska piosenka; Ministerstwo Zdrowia - tzw. niezdrowa żywność, suplementy diety; Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej - udogodnienia dla niepełnosprawnych; Rzecznik Praw Dziecka - wizerunek dzieci w audiowizualnych usługach medialnych, w tym w przekazach handlowych; Ministerstwo Cyfryzacji - umowy operatorskie, EPG, *findability*; Ministerstwo Infrastruktury - rejestr abonentów prowadzony przez operatora wyznaczonego i rola dostawców usług płatnej telewizji w systemie abonamentowym; Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - reklama, sponsoring, lokowanie produktu, *pay per view*.

3. Inne ważne obszary działalności

3.1. Ochrona małoletnich

3.1.1. Ochrona małoletnich w usługach linearnych

W ramach ochrony małoletnich KRRiT prowadzi systematyczną kontrolę programów radiowych i telewizyjnych pod kątem ich zgodności z obowiązkami ustawowymi dotyczącymi zakazu emisji audycji zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich¹⁵ oraz oznakowania tych audycji z uwzględnieniem stopnia szkodliwości w poszczególnych kategoriach wiekowych¹⁶. Szczegółowe warunki emisji takich audycji określa odpowiednie rozporządzenie¹⁷. KRRiT planuje dokonanie jego rewizji pod kątem zagrożeń wynikających z treści i sposobu realizacji nowych formatów audycji, np. takich jak: reality show, talent show. KRRiT zintensyfikuje także kontrolę zjawiska treści rozpowszechnianych w porze chronionej tj. przed godz. 23.00, zawierających sceny pornograficzne lub w sposób nieuzasadniony eksponujących przemoc¹⁸.

3.1.2. Ochrona małoletnich w usługach na żądanie

W kwestii zapewnienia odpowiedniego poziomu ochrony małoletnich w usługach medialnych na żądanie, KRRiT planuje kontynuację kontroli nielegalnych serwisów VoD w Polsce, udostępniających, bez żadnych zabezpieczeń w dostępie, treści pornograficzne i treści zawierające przemoc. KRRiT podejmie także działania zmierzające do zainteresowania tym tematem instytucji unijnych, w celu międzynarodowej koordynacji procesu przeciwdziałania takim praktykom.

¹⁵ Art. 18 ust. 4 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹⁶ Art. 18 ust. 5b ustawy o radiofonii i telewizji.

¹⁷ Zgodnie z delegacją zawartą w art. 18 ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji - Rozporządzenie KRRiT w sprawie kwalifikowania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich oraz audycji lub innych przekazów przeznaczonych dla danej kategorii wiekowej małoletnich, stosowania wzorów symboli graficznych i formuł zapowiedzi. Dz.U. Nr 130, poz. 1089.

¹⁸ Art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji.

KRRiT dokona również oceny sposobu realizacji Kodeksu dobrych praktyk w sprawie skutecznej ochrony małoletnich przed szkodliwymi treściami w VoD¹⁹. W przypadku niesatysfakcjonujących wyników tej oceny Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, zgodnie ze swoimi ustawowymi kompetencjami²⁰ oraz we współpracy z Ministerstwem Cyfryzacji, ustali w drodze rozporządzenia warunki, jakim odpowiadać muszą zabezpieczenia techniczne ograniczające dostęp małoletnich do nieodpowiednich treści.

Obecnie dostawcy VoD nie mają obowiązku dostosowywania reklam do wieku odbiorcy treści, dlatego filmy dla dzieci mogą być poprzedzane np. reklamą piwa, czy innych produktów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój dzieci i młodzieży. KRRiT będzie prowadzić monitoring reklam przed audycjami dla dzieci w usługach na żądanie oraz zachęcać dostawców do podjęcia inicjatywy samoregulacyjnej w tym zakresie.

3.1.3. Ochrona małoletnich przed skutkami niektórych przekazów handlowych, w tym w szczególności reklamy tzw. niezdrowej żywności²¹

Od 2014 roku funkcjonuje *Porozumienie nadawców w sprawie eliminowania reklam tzw. niezdrowej żywności przy audycjach dla dzieci*. KRRiT dokona kontroli tej samoregulacji oraz w przypadku, gdy jej działanie okaże się niesatysfakcjonujące, wyda, po zasięgnięciu opinii Ministra Zdrowia, rozporządzenie²², w którym określi rodzaje szkodliwych artykułów oraz wyznaczy właściwy sposób umieszczania reklam przy audycjach dla dzieci.

KRRiT będzie także kontynuować prace dotyczące ochrony dzieci przed reklamami nadmiernie wykorzystującymi ich wizerunek oraz takimi, które zawierają treści szkodliwe lub niekorzystne dla ich właściwego rozwoju. W tym celu KRRiT zmierza do nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji ograniczającej udział dzieci w spotach reklamowych promujących produkty i usługi, które nie mają związku z ich rozwojem i aktywnością.

¹⁹ Art. 47e ust. 1 i 2 w związku z art 18 ust. 4 ustawy radiofonii i telewizji.

²⁰ Delegacja do wydania przedmiotowego Rozporządzenia jest zawarta w art. 47e ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji.

²¹ Tj. artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach, w codziennej diecie jest niewskazana, o których mowa w art. 16b ust. 3a ustawy o radiofonii i telewizji.

²² Delegację do wydania rozporządzenia zawiera art. 16b ust. 3b ustawy o radiofonii i telewizji.

3.2. Ochrona godności ludzkiej

KRRiT będzie monitorowała audycje, które zgodnie z art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji nie mogą propagować poglądów sprzecznych z moralnością i przekazy handlowe, które zgodnie z art. 16b ust. 3 pkt. 1 tej ustawy nie mogą naruszać godności ludzkiej. W przypadku stwierdzenia rozpowszechniania przez nadawcę takich audycji lub przekazów handlowych, KRRiT będzie reagować wykorzystując swoje kompetencje, tj. wzywać nadawców do zaprzestania takich praktyk oraz nakładać kary finansowe.

3.3. Potrzeby odbiorców niepełnosprawnych

Zdaniem KRRiT, obecnie obowiązująca kwota 10%²³ udogodnień dla osób niepełnosprawnych (audiodeskrypcja, napisy dla niesłyszących i tłumaczenie na język migowy) w programach telewizyjnych²⁴ jest stanowczo za niska i powinna być stopniowo podwyższana do co najmniej 50% czasu nadawania programu.

Właściwy, zdaniem KRRiT, minimalny poziom udogodnień we wszystkich programach odzwierciedla senacki projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji²⁵. Powinien następować systematyczny wzrost kwot udogodnień dla osób niepełnosprawnych w programach telewizyjnych, do osiągnięcia co najmniej 50% kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży) w ciągu kilku najbliższych lat. KRRiT ma nadzieję, że proces legislacyjny dla tej zmiany zakończy się sukcesem.

Jeśli tak, to zgodnie z delegacją zawartą w tym projekcie, KRRiT pilnie wyda rozporządzenie określające rodzaje udogodnień dla osób niepełnosprawnych oraz ich udział w łącznym czasie nadawania w zależności od pory emisji, charakteru programu i rodzaju nadawanych audycji. Jednocześnie ww. projekt umożliwi KRRiT określenie, także w drodze rozporządzenia,

²³ Art. 18a ustawy o radiofonii i telewizji.

²⁴ W praktyce udogodnienia służą nie tylko osobom z niepełnosprawnościami sensorycznymi, ale mają też szersze zastosowanie: napisy - dla osób niedosłyszących, w tym osób w wieku senioralnym, osób uczących się języka polskiego, osób korzystających z urządzeń mobilnych, osób oglądających program w hałaśliwych/wymagających ciszy miejscach; audiodeskrypcja – np. dla osób potrzebujących wsparcia w precyzyjnym zrozumieniu treści danej audycji lub dla osób, które z różnych powodów nie mogą w sposób ciągły śledzić wzrokiem przebiegu całej audycji.

²⁵ Senat RP uchwałą z 17 maja 2017 r. przekazał ww. projekt do prac sejmowych. 13 grudnia 2017 r. na posiedzeniu Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu powołano Podkomisję nadzwyczajną do rozpatrzenia senackiego projektu o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji (Druk Sejmowy nr 1607).

podmiotów zwolnionych z zapewnienia udogodnień dla osób niepełnosprawnych oraz określenia niższego udziału tych udogodnień, z uwzględnieniem takich czynników jak: zasięg programu i jego udział w widowni, rodzaje stosowanych udogodnień, sposób rozpowszechniania i specjalizacja programu.

Potrzeby odbiorców niepełnosprawnych będą także realizowane przez KRRiT na innych polach działania, w tym m.in. poprzez kontynuację wdrażania dostępności własnej strony internetowej zgodnie ze standardem WCAG 2.0²⁶, uruchomienie na stronie internetowej KRRiT aplikacji umożliwiającej osobom niepełnosprawnym uproszczony dostęp do informacji zawartej w ramówkach programów.

KRRiT będzie popierała także dostosowanie przez nadawców prowadzonych przez nich stron internetowych do istniejących w tym zakresie standardów dostępności, w tym będzie postulowała, by treści audiowizualne, które są już opatrzone udogodnieniami, nie traciły tego waloru po zamieszczeniu ich w Internecie (o ile prawa do odpowiednich pól eksploatacji na to pozwalają).

Będzie także kontynuowała realizację postanowień ustawy o języku migowym i innych środkach komunikowania się oraz postulowała uwzględnienie udogodnień dla niepełnosprawnych w pracach związanych z przygotowaniem przez Ministra Cyfryzacji rozporządzenia w sprawie wymagań techniczno-eksploatacyjnych dla odbiorników cyfrowych DVB-T2 i zmian w istniejącym rozporządzeniu. KRRiT zamierza także wydać Stanowisko rekomendacyjne na temat sposobu realizacji i jakości tłumaczenia na język migowy w utworach audiowizualnych (analogicznie do istniejących już stanowisk KRRiT w zakresie sposobu realizacji i jakości napisów dla niesłyszących oraz audiodeskrypcji). KRRiT przeprowadzi także badanie jakościowe udogodnień dla osób z dysfunkcją sensoryczną w programach telewizji naziemnej oraz będzie kontynuować prace na rzecz zainicjowania samoregulacji dostawców VoD w zakresie dobrowolnego określenia udziału audycji z udogodnieniami dla odbiorców niepełnosprawnych.

²⁶ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych.

3.4. Promocja produkcji europejskiej i ochrona języka polskiego

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie prowadziła prace mające na celu wzmocnienie, zgodnie z rekomendacjami Komisji Europejskiej, nadzoru nad wykonywaniem przez nadawców obowiązków dotyczących emisji produkcji europejskiej, w tym produkcji niezależnej oraz nowej, tj. wytworzonej w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem²⁷. W szczególności KRRiT wzmoży monitoring programów pod tym kątem, dokonując zgodności z praktyką informacji zawartych w sprawozdaniach nadawców.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie także, na podstawie własnego monitoringu, oceniać jakość stosowanych przez dostawców VoD sposobów promowania dzieł europejskich.

Podobnie jak dotychczas KRRiT będzie regularnie kontrolować nadawców radiowych w zakresie emisji polskiej piosenki²⁸ oraz nadawców telewizyjnych w zakresie produkcji krajowej²⁹.

3.5. Przekazy handlowe

W zakresie ustawowych obowiązków dotyczących audiowizualnych przekazów handlowych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie dążyła do ograniczenia reklam sektora farmaceutycznego w programach radiowych i telewizyjnych, w ramach kontynuacji prac w Zespole Ministra Zdrowia.

W kontekście zmian planowanych w Dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM), polegających na liberalizacji przepisów dotyczących lokowania produktu, KRRiT przeprowadzi analizę podsumowującą działalność nadawców w tym zakresie w latach 2013-2017, w celu przygotowania się do implementacji przepisów do ustawodawstwa krajowego.

Korzystając z dotychczasowych doświadczeń, KRRiT opracuje i prześle ustawodawcy założenia do zmiany niektórych, obowiązujących obecnie, wymogów ustawowych obejmujących autopromocję i ogłoszenia nadawców. Opracowując te założenia, KRRiT weźmie pod uwagę regulacje

²⁷ Art. 15 ustawy o radiofonii i telewizji.

²⁸ Art. 15 ust. 2 - 2b ustawy o radiofonii i telewizji.

²⁹ Art. 15 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

określone w DAUM oraz niektóre dezyderaty nadawców, o ile nie będą one naruszały interesu widzów.

KRRiT zakończy prace nad *Porozumieniem nadawców w sprawie standaryzacji dźwięku w programach telewizyjnych*, zmierzając do wyeliminowania zjawiska tzw. głośnych reklam.

3.6. Zmiany unijnego prawa mediów

W związku z planowaną nowelizacją Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, kraje członkowskie UE będą miały dwa lata na implementację jej przepisów do prawa krajowego. Współpracując z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego KRRiT będzie wspierała rząd i Parlament w opracowaniu zmian w ustawie o radiofonii i telewizji, dążąc do wyrównania szans dla działalności podmiotów polskich w konkurencji z firmami o zasięgu globalnym oraz tymi, które podlegają jurysdykcji innych krajów europejskich, a kierują swoją ofertę na polski rynek.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie dążyła do dookreślenia materii dotyczącej nowych regulacji w swoich rozporządzeniach, jeśli takie uprawnienia zostaną jej przypisane, oraz w praktyce regulacyjnej. Działania te będą miały na celu stworzenie podmiotom rynkowym jasnego i przewidywalnego ładu regulacyjnego w zakresie odpowiednim dla każdego z poziomów regulacyjnych, w tym za pomocą samo- i współregulacji.

4. Pozostałe obszary działalności KRRiT

4.1. Badania treści i odbioru usług medialnych

KRRiT uważa, że tak jak w wielu innych krajach europejskich, regulator rynku powinien być współorganizatorem badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych oraz innych usług, a także mieć możliwość rekomendowania jednolitych standardów w zakresie badań telemetrycznych. W tym celu KRRiT zamierza skorzystać z uprawnienia, jakie daje jej ustawa o radiofonii i telewizji, nakładając zadanie organizowania badań odbioru³⁰.

KRRiT będzie dążyć do stworzenia nowego modelu organizacji badania konsumpcji mediów, który jest tak samo istotny jak sam kształt badań. Wymaga to jednak powołania do życia organizacji, w której wśród podmiotów ją tworzących znajdują się, oprócz regulatora, także przedstawiciele mediów i reklamodawców oraz domów mediowych. Wspólne działania na rzecz określenia satysfakcjonującego modelu organizacji i standardu badań, gwarantowałyby osiągnięcie sukcesu dzięki akceptacji wszystkich zainteresowanych stron.

4.2. Wyzwania związane ze zmianami w europejskim i krajowym prawie autorskim

Największym wyzwaniem w zakresie proponowanych przez Komisję Europejską zmian jest pogodzenie ułatwień dla polskich konsumentów (korzystanie z twórczości w sposób transgraniczny, łatwy i bez ograniczeń terytorialnych), ale także, co równie ważne, zapewnienie szans rozwoju dla stosunkowo niewielkiego rynku polskiego, jego kultury i języka. Zdaniem KRRiT, zwłaszcza w odniesieniu do podwyższenia poziomu ochrony autorów, wszelkie działania powinny być poprzedzone wnikliwą analizą ekonomiczną, która pozwoliłaby określić, w jaki sposób wpłyną one na funkcjonowanie rynku audiowizualnego w Polsce.

³⁰ Art. 6 ust. 2 pkt 5 ustawy o radiofonii i telewizji.

KRRiT uważa, że uchwalenie ustawy kompleksowo regulującej materię zarządzania prawami autorskimi jest także okazją do rozwiązania problemów związanych z działalnością organizacji zbiorowego zarządzania, których funkcjonowanie może być postrzegane jako nieskuteczne i nieprzejrzyste³¹, a dotychczasowe próby uregulowania tej materii nie przyniosły oczekiwanych rezultatów.

4.3. Współpraca z zagranicą

KRRiT będzie podtrzymywać dotychczasową aktywność i rozwijać ją w następujących instytucjach i organizacjach międzynarodowych na forum: Unii Europejskiej (ERGA - Europejska Grupa Regulatorów ds. Audiowizualnych, Komitet Kontaktowy ds. Dyrektywy AUM oraz Grupa robocza ds. audiowizualnych - tzw. Grupa Audio), Rady Europy (CDMSI - Komitet Zarządzający ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego), Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA), Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF), Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (EOA), Światowego Forum na rzecz Radia Cyfrowego (WorldDMB), a także współpracować z poszczególnymi organami regulacyjnymi i innymi zagranicznymi instytucjami, właściwymi w sprawach usług medialnych, w ramach wymiany bilateralnej i kontaktów roboczych.

KRRiT będzie także kontynuować publikację *Przeglądu Międzynarodowego*, comiesięcznego biuletynu informacyjnego, ukazującego się w formie elektronicznej. Poświęcony jest on działalności instytucji Unii Europejskiej i Rady Europy w dziedzinie mediów, stanowiskom lub inicjatywom podejmowanym przez europejskie organizacje branżowe, istotnym wydarzeniom gospodarczym, badaniom naukowym czy najważniejszym reformom i inicjatywom podejmowanym przez poszczególne państwa w tym obszarze.

³¹ Organizacje Zbiorowego Zarządzania Prawami autorskimi – Analiza porównawcza systemów prawnych funkcjonujących w Polsce i wybranych krajach OECD, opracowanie na zlecenie ZIPSEE *Cyfrowa Polska*, Warszawa, luty 2017 r.

4.4. Działalność informacyjno-edukacyjna, udział w pracach innych organizacji i instytucji

4.4.1. Działania informacyjne

KRRiT zamierza nadal rozwijać sposoby komunikacji i informowania o swoich pracach oraz udostępniać wiedzę i wyniki badań odbiorcom, uczestnikom rynku oraz jego obserwatorom i badaczom.

KRRiT będzie zamieszczała na swoich stronach internetowych oraz w *Biuletynie Informacji Publicznej* wszelkie informacje dotyczące: podejmowanych oraz planowanych działań (aktualności, projekty aktów prawnych, konsultacje) oraz wypracowanych dokumentów (publikacje, rozporządzenia oraz stanowiska KRRiT). Na stronie internetowej na bieżąco będą ukazywały się realizowane przez KRRiT analizy rynku audiowizualnych usług medialnych. KRRiT będzie także aktualizowała informacje dla nadawców, operatorów i dostawców VoD. Strona KRRiT będzie zawierać treści ważne dla widzów i słuchaczy (abonament, ochrona małoletnich, audycje z udogodnieniami, telewizja cyfrowa). O ile będzie to możliwe, KRRiT udostępniać będzie wyniki kontroli nadawców oraz informacje na temat sposobu rozpatrywania skarg.

Ponadto publikowany będzie co miesiąc *Przegląd Międzynarodowy* oraz prowadzona będzie kontynuacja serwisu poświęconego edukacji medialnej *Drogowskaz Medialny*.

4.4.2. Działania na rzecz edukacji medialnej³²

KRRiT uznaje, że podstawowe zadania z dziedziny edukacji medialnej stanowią przede wszystkim domenę systemu edukacji, a także innych organów państwa, instytucji i organizacji posiadających kadrowe i finansowe zaplecze do prowadzenia praktycznych działań na rzecz rozwijania kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych.

³² Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji (art. 6 ust. 2 pkt 13) do zadań KRRiT należy upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej) oraz współpraca z innymi organami państwowymi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami w zakresie edukacji medialnej.

Krajowa Rada postrzega swoją rolę jako organu wspierającego ten proces, szczególnie w zakresie bezpieczeństwa dzieci i młodzieży w Internecie. Bezpośrednim narzędziem służącym realizacji celów KRRiT w obszarze edukacji medialnej jest serwis internetowy *Drogowskaz Medialny*³³.

Ponadto KRRiT będzie nadal aktywnie wspierać wartościowe inicjatywy na rzecz poszerzania i promowania edukacji medialnej, w tym kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych. Będzie gromadzić wiedzę i występować jako centrum kompetencji m.in. poprzez udział w konferencjach i seminariach.

4.4.3. Udział w krajowych gremiach zewnętrznych

Upoważnieni przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji reprezentanci będą uczestniczyć na zasadach eksperckich w pracach różnych gremiów rządowych, organizacji i instytucji życia publicznego.

Daje to Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji możliwość aktywnego prowadzenia polityki informacyjnej o celach własnej działalności, a także szerszego poznawania problemów społecznych czy upowszechniania umiejętności świadomego korzystania z oferty medialnej. Działalność ta pozwala KRRiT aktywnie realizować zobowiązania wynikające wprost z norm Konstytucji RP oraz ustawowego zadania związanego z kształtowaniem kierunków polityki państwa w dziedzinie mediów audiowizualnych.

4.4.4. Przyznawanie nagród i patronatów

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podtrzymuje wolę wspierania i promowania różnych wydarzeń branżowych, przede wszystkim tych, które na rynku mediów audiowizualnych mają utrwaloną pozycję, stanowiąc okazję do wymiany poglądów i doświadczeń.

KRRiT w miarę swoich możliwości finansowych będzie starała się być fundatorką nagród w wybranych konkursach o charakterze artystycznym i naukowym oraz na festiwalach. Przy czynnym uczestnictwie przedstawicieli KRRiT w gremiach konkursowych, tak jak dotychczas, przyznawane będą nagrody przede wszystkim za szczególne osiągnięcia w dziedzinie mediów

³³ *Drogowskaz Medialny* został uruchomiony w 2013 r. na oficjalnej stronie internetowej KRRiT wraz z profilem o tej samej nazwie na jednym z portali społecznościowych. Serwis służy głównie informowaniu i edukowaniu o tym co, gdzie i kiedy dzieje się w edukacji medialnej, w jaki sposób można ją prowadzić, jak i czym badać oraz m.in. skąd czerpać inspiracje. Ma usprawniać przepływ informacji dotyczących edukacji medialnej pomiędzy różnymi organizacjami, instytucjami i osobami prywatnymi.

audiowizualnych oraz kulturze³⁴. Tak jak dotychczas, KRRiT będzie corocznie udzielać patronatów lub będzie partnerem wydarzeń rynku mediów audiowizualnych³⁵.

Przewodniczący KRRiT będzie kontynuować swój udział w pracach Rady Programowej *Warsaw International Media Summit*, konferencji podsumowującej najważniejsze wydarzenia polskiego rynku telekomunikacyjnego i medialnego, która od 9 lat, dwa razy w roku jest stałym miejscem spotkań ekspertów z tych branż.

4.5. Cyfryzacja procedur urzędowych

Mając na względzie udoskonalanie narzędzi służących bieżącym kontaktom urzędu z jego interesariuszami *Strategia cyfryzacji Biura* będzie realizowana m.in. poprzez dokończenie wprowadzania cyfrowego obiegu spraw i dokumentów (podpis elektroniczny, pełne implementowanie elektronicznej skrzynki podawczej oraz utrzymanie jej aktualności), uproszczenie i cyfryzację systemu pracy grupowej nad dokumentem/sprawą oraz wdrożenie cyfrowego obiegu umów i faktur. Strategia cyfryzacji urzędu zakłada też dalszą digitalizację zasobów analogowych i ich udostępnianie w postaci cyfrowej, a także rozbudowę wewnętrznego systemu elektronicznego zarządzania dokumentacją o dodatkowe funkcjonalności i informacje.

³⁴ Wielka Nagroda Festiwalu Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej w Sopocie; Nagroda im. Macieja Szumowskiego za szczególną wrażliwość na sprawy społeczne podczas Krakowskiego Festiwalu Filmowego, Grand Prix KRRiT im. Witolda Zadrowskiego, przyznawana podczas Ogólnopolskiego Konkursu Twórczości Radiowej w dziedzinie reportażu i dokumentu; Nagrody: Arete za debiut dla aktorki i aktora, Don Kichot za debiut reżyserski, Talanton za debiut dramaturgiczny, Amadeusz za debiut kompozytorski, Aojde - za debiut muzyczny w słuchowiskach realizowanych przez Teatr Polskiego Radia; Nagroda KRRiT podczas Forum Telewizji Lokalnych w Konkursie dla Telewizji Lokalnych *To Nas Dotyczy* w kategorii *Moja Mała Ojczyzna*; Nagroda im. dr. Pawła Stęпки KRRiT oraz Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii oraz Wydziału Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Warszawskiego za promowanie wartościowych prac oraz ich autorów podejmujących tematykę mediów elektronicznych, a także wyróżnianie wydawnictw naukowych i popularnonaukowych publikujących prace z tej dziedziny.

³⁵ Międzynarodowy Konkurs Artystycznych Form Radiowych Grand PIK i Warsztaty Sztuki Radiowej organizowane przez Polskie Radio Pomorza i Kujaw w Bydgoszczy, Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE, organizowana przez Polską Izbę Komunikacji Elektronicznej, Krajowa Konferencja Radiokomunikacji, Radiofonii i Telewizji.

Załącznik nr 1. Obraz rynku usług medialnych

1. Czas i sposób korzystania z mediów

1.1. Linearne usługi audiowizualne

Najbardziej popularnym sposobem korzystania z audiowizualnych usług medialnych w Polsce jest nadal tradycyjna telewizja. Badania przeprowadzone w pierwszej połowie 2017 roku wskazują na dalszy wzrost czasu poświęconego na oglądanie programów telewizyjnych oraz na pełne wyposażenie gospodarstw domowych, często w dwa lub więcej odbiorników telewizyjnych.

- ❖ Czas oglądania telewizji - 4 godziny 36 minut dziennie
- ❖ O dwie minuty dłużej niż w 2016 roku
- ❖ Odbiorniki telewizyjne obecne w 96,8% gospodarstw domowych
- ❖ W 46% gospodarstw domowych są co najmniej 2 telewizory

Źródło: Nielsen Audience Measurement, GUS, *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016*, Pentagon Research, *Over the top. Usługi dodane w telewizji cyfrowej*, styczeń 2016 (N=1300).

Programy telewizyjne w Polsce są dostępne na różnych platformach. Większość gospodarstw korzysta z płatnej telewizji (satelitarnej lub kablowej). Od 2013 roku, tj. od wyłączenia telewizji analogowej, procent ten zmniejszył się na rzecz bezpłatnego odbioru naziemnego. W ciągu ostatnich dwóch lat sytuacja uległa stabilizacji. Popularyzuje się telewizja strumieniowa w Internecie.

Sposób odbioru programów telewizyjnych w gospodarstwach domowych

- ❖ Telewizja naziemna DVB-T - 32%
- ❖ Platformy satelitarne DVB-S - 40%
- ❖ Sieci kablowe DVB-C 27%
- ❖ Telewizja internetowa IPTV - 1%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Rynek płatnej telewizji w Polsce w 2017*, PMR, czerwiec 2017

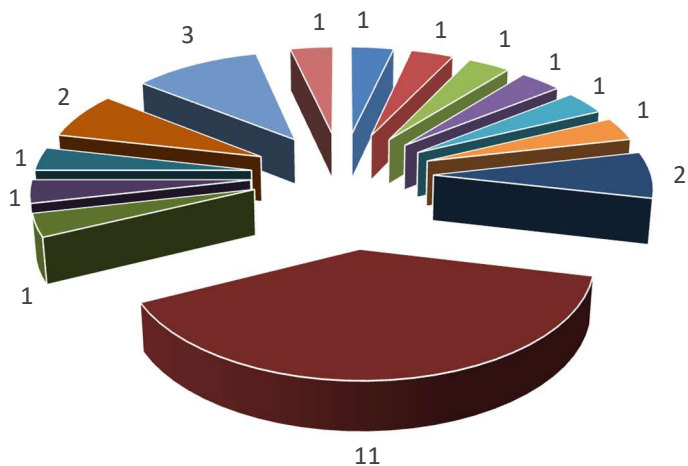
Od 5 lat rozwija się naziemna telewizja cyfrowa. Obecnie w sygnale czterech multipleksów nadawanych jest 27 bezpłatnych programów, z których 8 to programy nadawcy publicznego TVP SA.



W różnorodnej ofercie programów dostarczanych odbiorcom w DVB-T, największy udział mają programy uniwersalne i programy oferujące głównie filmy i seriale. Ponad 70% widzów naziemnej telewizji cyfrowej pozytywnie ocenia zmiany, jakie nastąpiły od 2013 roku. Nadal chcieliby jednak rozwoju oferty filmowej, dokumentu i sportu, zwracają również uwagę na niewystarczający udział programów edukacyjnych³⁶.

³⁶ Raport z badania MEC Projekt Cyfrowizja III, styczeń 2017.

Liczba programów o określonej tematyce w ofercie DVB-T



- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| ■ historia | ■ informacja i publicystyka |
| ■ kultura | ■ dla dzieci |
| ■ sport | ■ religia |
| ■ regiony | ■ uniwersalny |
| ■ edukacja | ■ dla młodzieży |
| ■ dla odbiorców zagranicą | ■ muzyczne |
| ■ filmy i seriale | ■ rozrywka |

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji dotyczących zawartości programów naziemnych, deklarowanych we wnioskach o udzielenie koncesji oraz na stronach internetowych nadawców.

Programy dostępne wyłącznie w Internecie³⁷

Od wejścia w życie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, wprowadzającej obowiązek zgłoszenia do rejestru programów rozprowadzanych wyłącznie w systemach teleinformatycznych, do rejestru zostało zgłoszonych 140 programów³⁸.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji zawartych w Rejestrze programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych.

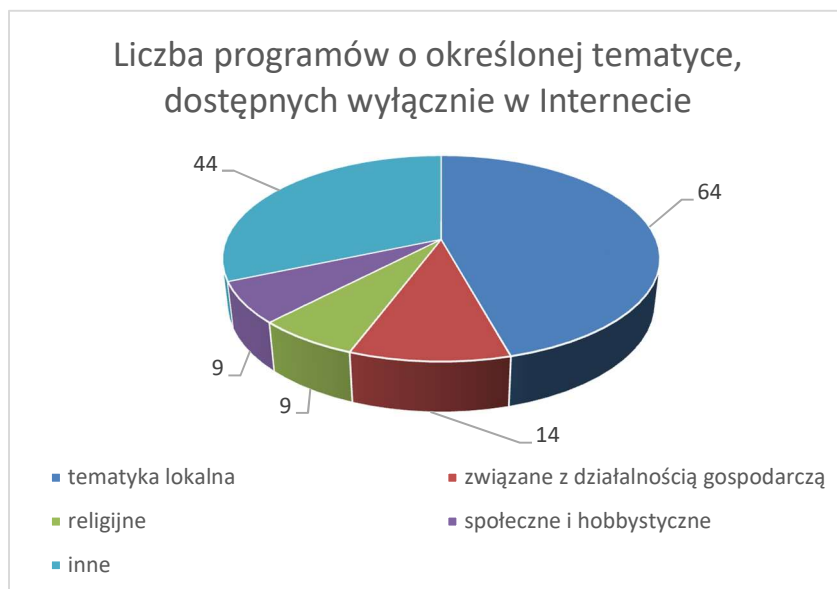
Programy te tworzone są w większości przez nowe podmioty, niezwiązane z największymi podmiotami, obecnymi już na rynku medialnym. Blisko połowa skierowana jest do mieszkańców średnich i małych miast i zawiera tematykę lokalną. Nadawcami programów są zazwyczaj podmioty niezależne (osoby fizyczne, spółki i stowarzyszenia), tylko co szósty nadawca programu w Internecie to podmiot związany z samorządem (gmina, spółka przez nią utworzona lub Gminny Ośrodek Kultury czy Biblioteka).

Tę formę nadawania wybierają również niektóre lokalne wspólnoty religijne. Niekiedy nadawanie programu w Internecie towarzyszy innej działalności gospodarczej i jest skierowane do grona klientów firmy np. w postaci programu poradnikowego. Z takiej formy korzysta sektor usług IT, produkcji wideo, usług reklamowych czy medialnych, zdrowia i nieruchomości.

³⁷ Programy rozpowszechniane wyłącznie w systemach teleinformatycznych.

³⁸ Liczba nadawców programów w Internecie, którzy dokonali rejestracji wynosi 140.

Niewielką grupę zarejestrowanych programów stanowią programy społeczne i hobbystyczne poświęcone takim tematom jak: moda, kultura, styl życia, historia, podróże i dokument, rozrywka, sprawy kryminalne i detektywistyczne, życie akademickie.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji zawartych w Rejestrze programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych.

Uzupełnienie oferty znanych nadawców telewizyjnych i radiowych stanowi niewielka grupa programów dostępnych tylko w Internecie (m.in. programy muzyczne, informacyjne, o tematyce filmowej) zawierająca pogłębienie treści dostępnych na innych platformach - naziemnie, satelitarne lub kablowo – a także w ramach innego segmentu mediów, np. prasy³⁹ lub w charakterze autopromocji.

Znaczna część programów (zwanymi kanałami) umieszczonych na platformach mediów społecznościowych takich jak YouTube, Facebook, Periscope, także może spełniać kryteria zawarte w definicji programu⁴⁰ oraz rozpowszechniania⁴¹.

³⁹ TVS, Eska, Lemon, Spectrum, TV Republika, PIN, Orange, TVP SA, Telestar, Ipla, Wirtualna Polska, Onet, Fratria.

⁴⁰ Zgodnie z art. 4 pkt 6 ustawy o radiofonii i telewizji programem jest uporządkowany zestaw audycji, przekazów handlowych lub innych przekazów, rozpowszechniany w całości, w sposób umożliwiający jednoczesny odbiór przez odbiorców w ustalonym przez nadawcę układzie.

⁴¹ Zgodnie z art. 4 pkt 7 ustawy o radiofonii i telewizji rozpowszechnianiem jest emisja programu drogą przewodową lub bezprzewodową do odbioru przez odbiorców.

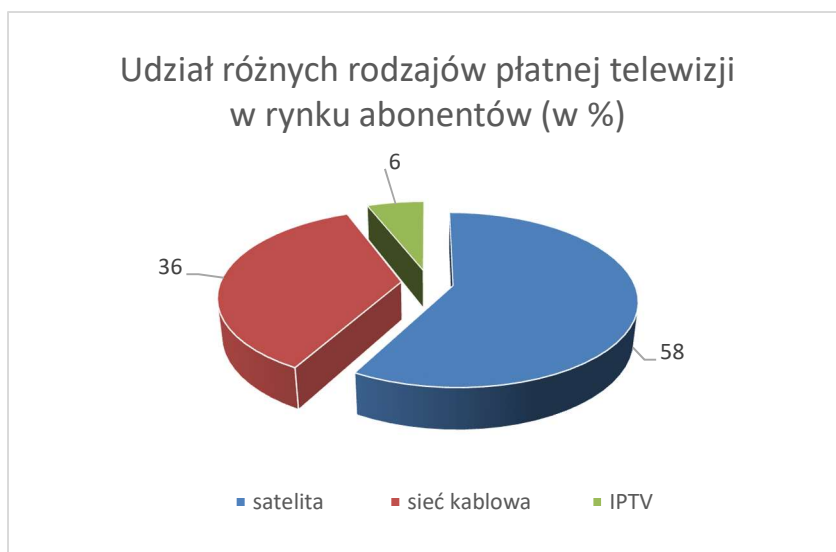
Płatna telewizja - zasięg, cechy i charakter usługi

Po okresie odpływu odbiorców w stronę darmowej telewizji naziemnej na rynku płatnej telewizji nastąpiła stabilizacja. Część odbiorców powróciła do abonowania ofert płatnych. Wbrew wcześniejszym prognozom rozwój zasięgu Internetu nie zagroził pozycji płatnej telewizji. W coraz popularniejszych pakietach - telewizja, Internet, telefon - świadczone są obecnie również inne usługi związane z obsługą gospodarstw domowych.

- ❖ Z płatnej telewizji korzysta 70% gospodarstw
- ❖ Migracja do DVB-T z lat 2013-2014 została zahamowana
- ❖ Przez drugi rok z rzędu rynek IPTV wzrósł o 20%
- ❖ Rozwija się szeroka oferta programów i usług VOD
- ❖ Płatna telewizja umożliwia mobilny odbiór

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Nielsen Audience Measurement, *Rynek płatnej telewizji w Polsce 2017*, PMR, czerwiec 2017

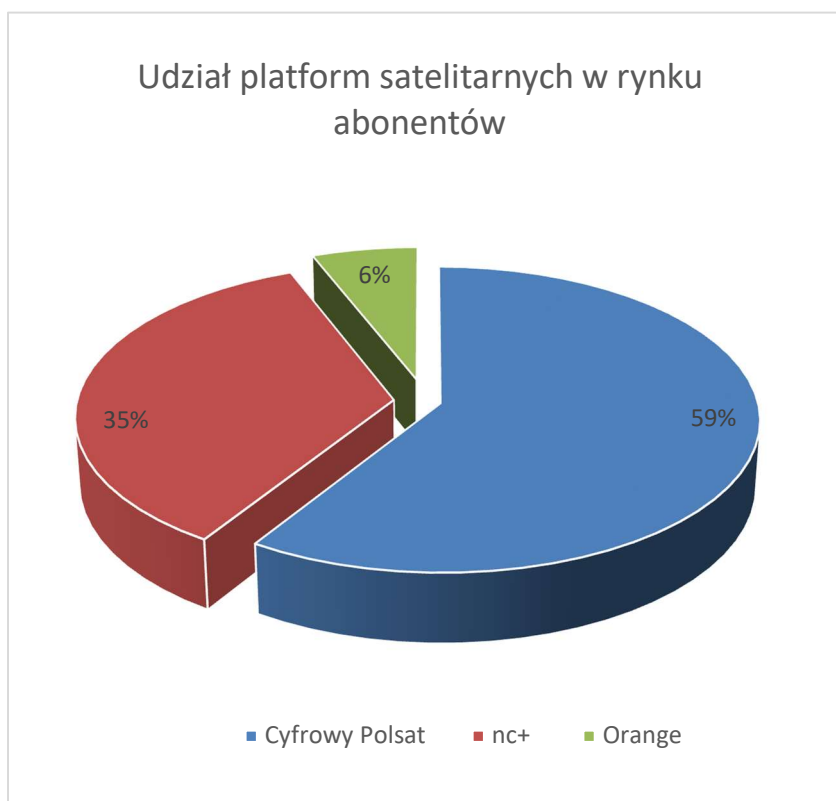
Najbardziej popularną ofertą wśród płatnej telewizji są platformy satelitarne, z których można korzystać niezależnie do miejsca zamieszkania. To, czym w porównaniu z nimi mogą konkurować telewizje kablowe to bezpieczny i niezakłócony dostęp do Internetu. Ograniczeniem dla rozwoju telewizji za pośrednictwem Internetu jest wciąż niewystarczająca dla tej usługi jakość sygnału mobilnego.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Rynek płatnej telewizji w Polsce 2017*, PMR, czerwiec 2017

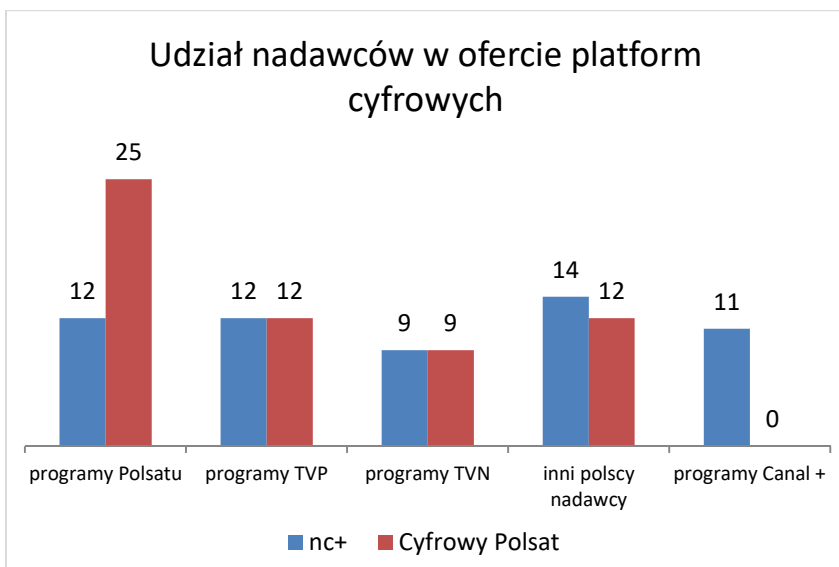
Platformy satelitarne

Wiodącą rolę na rynku platform satelitarnych odgrywa spółka Cyfrowy Polsat SA. Drugą co do wielkości platformą satelitarną jest nc+. Z platformą nc+ współpracuje Orange, który oferuje płatną telewizję opartą o ofertę programową nc+, w ramach swoich pakietów zintegrowanych z usługą telekomunikacyjną. Największe platformy utrzymują stałą liczbę abonentów.



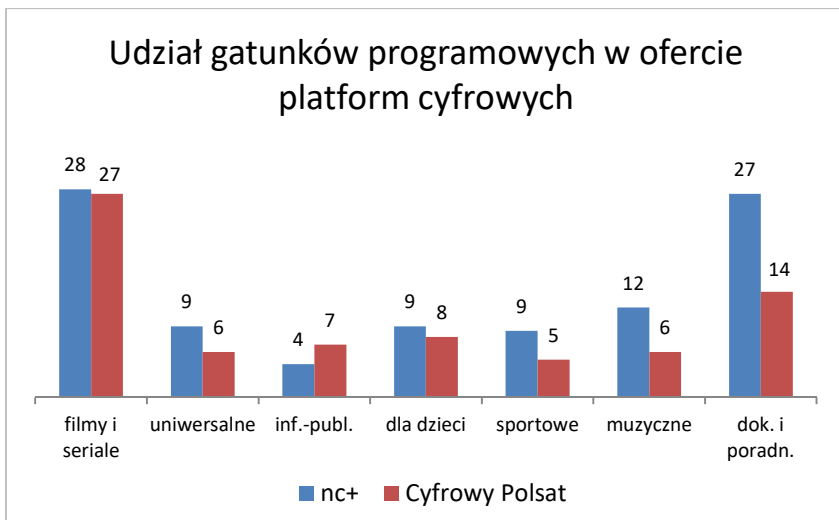
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Rynek płatnej telewizji w Polsce 2017*, PMR, czerwiec 2017

W ofercie programowej Cyfrowego Polsatu i nc+, w pakietach premium znajdują się niemal wszystkie istniejące polskie programy, w tym najwięcej pochodzących z oferty samego operatora. Podobnie w ofercie nc+, jeśli weźmiemy pod uwagę sumę programów Canal+ i TVN. Na obu platformach obecne są wszystkie programy nadawcy publicznego. Programy polskich nadawców na obu platformach stanowią ok. 35% całej oferty.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji udostępnionych przez operatorów na temat zawartości najwyższych oferowanych pakietów tzw. pakietów premium.

W ofercie platform satelitarnych znajdują się przede wszystkim programy filmowe i serialowe, które wypełniają prawie 1/3 pakietów premium. Duży udział mają kanały dokumentalne i poradnikowe. Ofertę uzupełniają programy dla dzieci, sportowe i muzyczne.

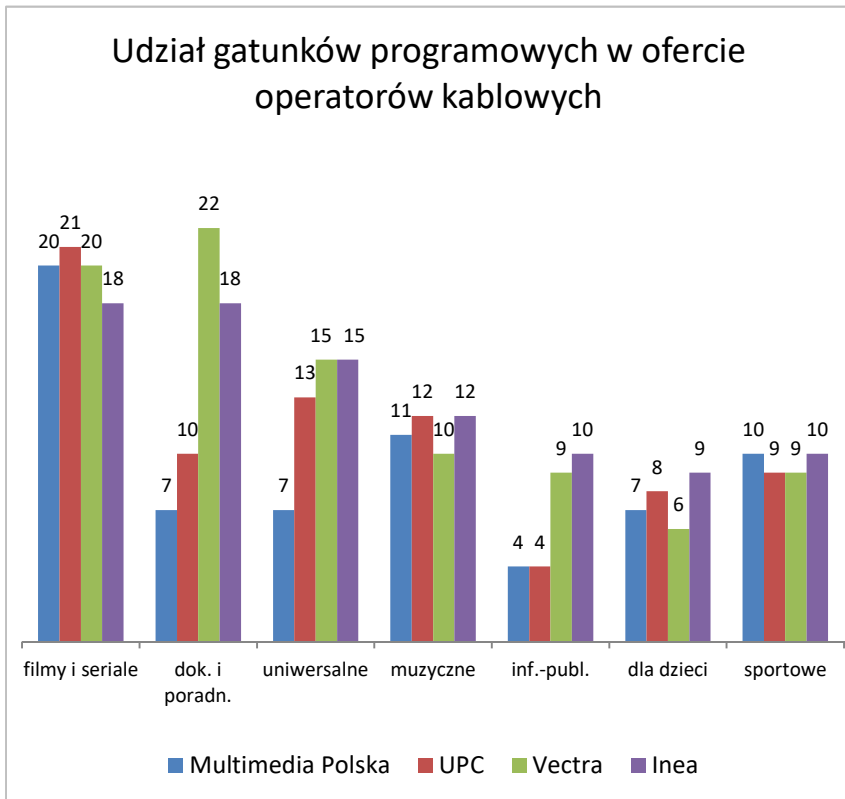


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji udostępnionych przez operatorów na temat zawartości najwyższych oferowanych pakietów.

Sieci kablowe

Na rynku operatorów telewizji kablowych działają cztery duże podmioty: UPC Polska Sp. z o.o., Vectra SA, Multimedia Polska SA oraz Inea SA. Kilkuset mniejszych operatorów telewizji kablowej stanowi łącznie ok. 1/3 rynku. Pod względem liczby abonentów, także operatorzy telewizji kablowej opierają się tendencjom spadkowym.

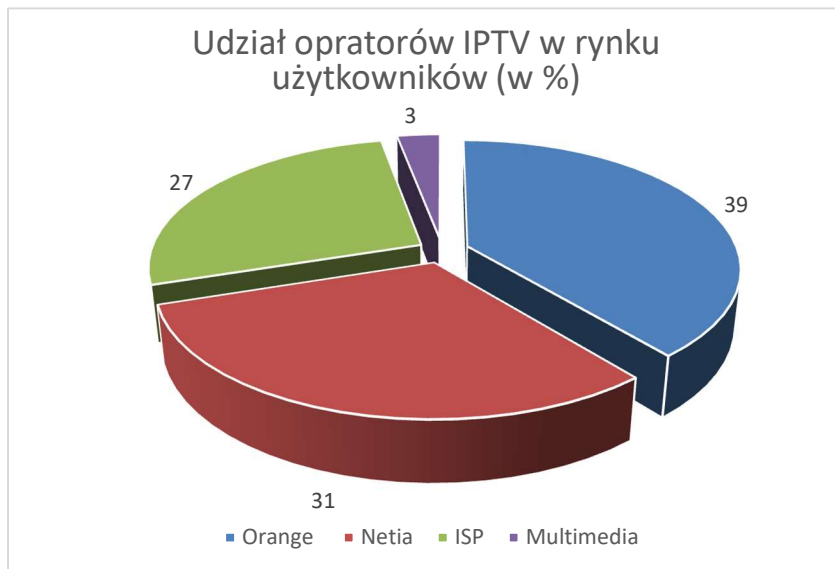
Podobnie jak w przypadku platform satelitarnych w ofercie programów sieci kablowych znaczący udział mają filmy i seriale. Więcej niż w telewizji satelitarnej jest natomiast programów muzycznych. Na tle innych sieci kablowych wyróżnia się Vectra, która oferuje bogatszą od pozostałych ofertę programów dokumentalnych i poradnikowych oraz informacyjno-publicystycznych.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji udostępnionych przez operatorów na temat zawartości najwyższych oferowanych pakietów.

IPTV

Najmniejszym z segmentów rynku płatnych usług telewizyjnych jest telewizja IPTV⁴², która jednak rozwija się bardzo dynamicznie. z usługi IPTV korzystało ok. 0,5 mln użytkowników, co stanowi wzrost o 83 tys. czyli o 20%⁴³ w porównaniu z 2014 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Rynek płatnej telewizji w Polsce 2017*, PMR, czerwiec 2017

Wiodącymi operatorami tej usługi są Orange Polska i Netia. Pozostała część rynku IPTV jest rozdrobniona pomiędzy Multimedia Polska i dostawców usług internetowych (ISP – ang. *Internet service providers*). IPTV nie korzysta z Internetu otwartego, a z wydzielonej części sieci, co jest bezpieczniejsze z punktu widzenia zagrożeń takich jak wirusy, ataki hakerów itd. i gwarantuje znacznie mniejszą podatność na zmiany dostępnej szybkości transmisji niż to ma miejsce w Internecie.

Do korzystania z IPTV nie jest potrzebny komputer – z usługi można korzystać za pomocą telewizora podłączonego do sieci tzw. przystawką telewizyjną, czyli set-top-boxem, który może stać się także dekodery dla telewizji cyfrowej.

W usłudze IPTV oglądający ma możliwości układania własnego programu telewizyjnego z doбором repertuaru audycji i czasu ich emisji, uzyskuje też dostęp do wielu dodatkowych usług np. gier sieciowych, skrzynki

⁴² IPTV – telewizja rozprowadzana za pomocą protokołu internetowego.

⁴³ Dane pochodzą z raportu *Rynek płatnej telewizji w Polsce w 2016 roku*, PMR, 2016.

pocztowej, informacji lokalnych itd. W najnowszych rozwiązaniach istnieje możliwość bieżącego komentowania i wyrażania opinii o programie (graficznie lub głosowo) w interaktywnym kontakcie z innymi widzami. Oferta programowa IPTV jest zbliżona do pozostałych platform płatnej telewizji.

Usługa pod nazwą Telewizja Mobilna - MUX 4

Płatne usługi audiowizualne dostępne są również w naziemnej telewizji cyfrowej w multipleksie czwartym:

Zasięg i cechy telewizji mobilnej	
Zasięg	Łączenie
<ul style="list-style-type: none"> ❖ 31 miast; ❖ 5 mln gospodarstw domowych; ❖ Ok 15 mln osób; ❖ 44 % zasięgu mobilnego. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dekoder stacjonarny; ❖ Dekoder przenośny do gniazda samochodowego lub przenośnych odbiorników tv; ❖ Bez transferu danych przez Internet (WiFi).
Oferta	Odbiór
<ul style="list-style-type: none"> ❖ 12 programów bezpłatnych z DVB-T; ❖ 12 programów tv kodowanych; ❖ 12 programów radiowych. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ telewizor; ❖ komputer; ❖ smartfon; ❖ tablet.

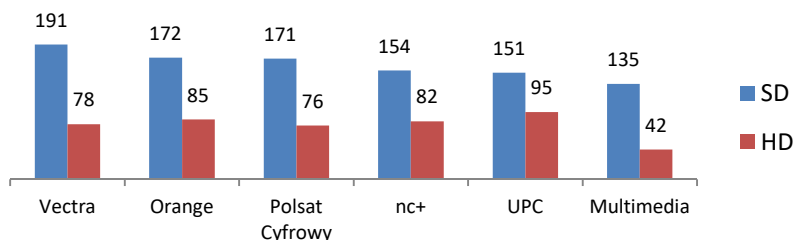
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie informacji dostępnych na stronie <http://www.cyfrowypolsat.pl/oferta/tv-mobilna/index.cp>

Cyfrowa jakość odbioru

Sygnal analogowy w Polsce jest już obecny tylko w sieciach kablowych i korzysta z niego ok. 1,2 mln gospodarstw domowych, tj. niespełna 10%. Liczba ta systematycznie spada.

W naziemnej telewizji cyfrowej, ze względu na ograniczony zasób widma częstotliwości, na 28 programów tylko dwa nadawane są w standardzie HD. Na platformach satelitarnych i w sieciach kablowych udział programów w HD to 40- 50%.

Udział programów SD i HD w ofercie operatorów satelitarnych i kablowych

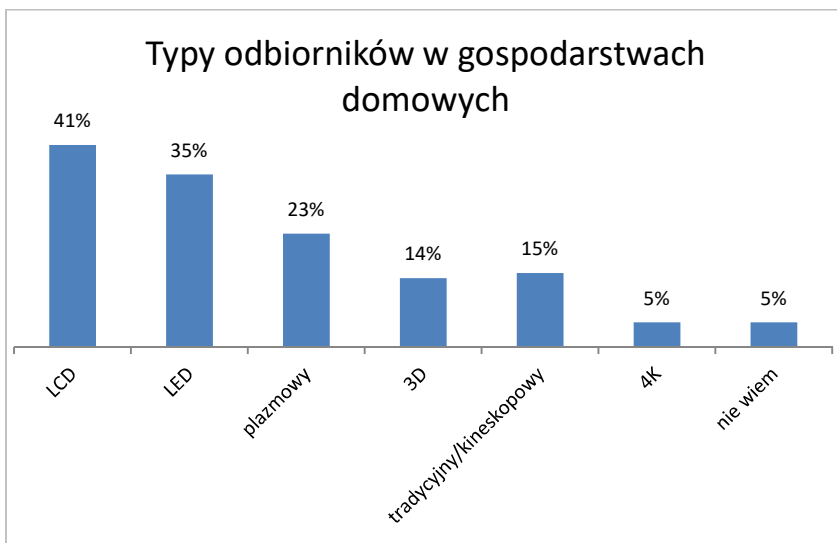


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie analizy ofert platform satelitarnych dostępnych na stronach internetowych operatorów.

Wyposażenie gospodarstw w odbiorniki telewizyjne

Polskie gospodarstwa domowe w większości są wyposażone w nowoczesne odbiorniki LCD, LED lub telewizory plazmowe. Warto zaznaczyć, że ok. 20% gospodarstw posiada już odbiorniki, dzięki którym można docenić jakość obrazu dosyłanego w najnowszych technologiach 3D i 4K. Tylko 15% odbiorców deklaruje posiadanie w domu tradycyjnego, kineskopowego telewizora. Biorąc jednak pod uwagę, że znaczna liczba gospodarstw posiada 2 i więcej odbiorników, można zaryzykować twierdzenie, że starsze telewizory raczej uzupełniają domowy sprzęt do odbioru telewizji.

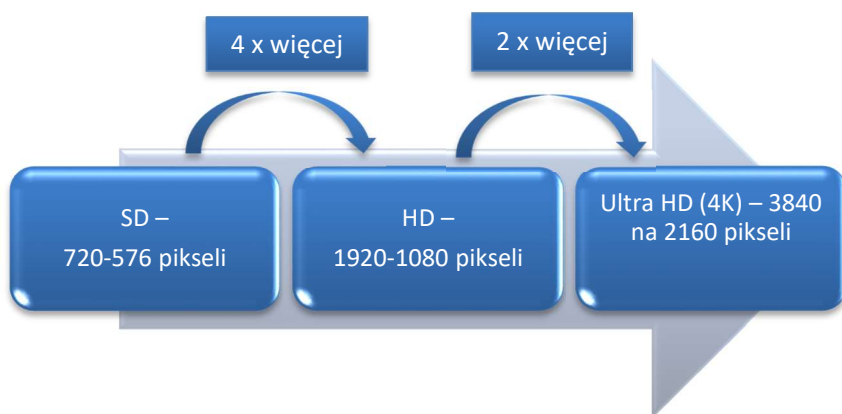
Typy odbiorników w gospodarstwach domowych



Źródło: Opracowanie KRRiT na podstawie MEC Projekt Cyfrowizja III, 2017.

Wyznaczniki jakości obrazu

Rozwój technologii pozwala na coraz lepszą jakość obrazu. Przy jej ocenie najczęściej bierze się pod uwagę pięć wyznaczników: kąt patrzenia, jasność, kontrast, kolory i rozmycie w ruchu. Jednak faktyczna korzyść z tych parametrów jest możliwa do zauważenia tylko na ekranach o określonej rozdzielczości, przy czym poprawa jakości najbardziej widoczna jest na ekranach o dużej przekątnej - minimum 40 cali.



Dalszy wzrost liczby odbiorników przygotowanych do odtwarzania obrazu o wysokiej jakości

W 2017 roku prognoza sprzedaży telewizorów wskazywała na znaczący udział telewizorów UHD (4K) w ogólnej liczbie odbiorników. Co szóste gospodarstwo domowe miało zostać wyposażone w nowy telewizor lub w dodatkowy odbiornik. Sprzedaż odbiorników z minimalną rozdzielczością 40 cali spowoduje, że zostaną wykorzystane pełne walory obrazu cyfrowego.

Sprzedaż telewizorów w 2017 roku - prognoza

- ❖ Liczba odbiorników - 2,2 - 2,3 mln
- ❖ Liczba cali - minimum 40
- ❖ Odbiorniki z funkcją SMART - 55%
- ❖ Odbiorniki UHD - 28%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie <http://wyborcza.biz/biznes/1,100969,22035177,tcl-sprzedaz-tv-w-polsce-wyniesie-ok-2-3-mln-spolka-liczy.html?disableRedirects=true>

1.2. Inne usługi medialne

Telewizja hybrydowa – HbbTV, powiązana z programem

Usługi telewizji hybrydowej (HbbTV)⁴⁴, świadczy dość ograniczona grupa nadawców: TVP, Grupa ZPR Media (programy: Eska TV, Polo TV, Fokus TV i Vox Music TV) oraz Stopklatka TV. Nadawcy wzbogacają w ten sposób swoją podstawową ofertę o informacje i materiały, które nie mieszczą się w przyjętej formule programu. Popularność HbbTV w Polsce jest niewielka. Korzysta z niej tylko około 3-3,5% respondentów mających dostęp do telewizji cyfrowej⁴⁵. Jak wskazują badania, świadomość specyfiki tej usługi jest zdecydowanie niewystarczająca.

Standard HbbTV pozwala na dołączenie do programu telewizyjnego interaktywnej aplikacji, która rozszerza jego funkcjonalność poprzez np.:

- ❖ Wyświetlanie zwiastunów (trailerów);
- ❖ Udostępnianie archiwalnych materiałów wideo dostarczanych przez daną stację (VoD);
- ❖ Zakupy w sklepach telewizyjnych, systemy głosowania.

Standard zawiera:

- ❖ Wyświetlanie aplikacji na ekranach telewizyjnych oraz sterowanie przy pomocy pilota;
- ❖ Dostarczanie aplikacji lub adresu www do urządzenia w sygnale telewizyjnym (przez antenę);
- ❖ Parowanie aplikacji HbbTV uruchomionych na odbiorniku telewizyjnym z aplikacjami uruchomionymi na innych urządzeniach;
- ❖ Łączenie mediów nadawanych w sygnale telewizyjnym z mediami dostarczonymi przez Internet, na przykład obraz wideo dostarczany jest z anteny telewizyjnej, zaś specyficzna ścieżka dźwiękowa w języku innym niż polski przez Internet.

⁴⁴ Polegające na udostępnianiu dodatkowych funkcji i treści w odbiorniku telewizyjnym połączonym z Internetem.

⁴⁵ Pentagon Research, op. cit. (Ponad połowa respondentów wspomnianego badania nie potrafiła określić, na czym polega HbbTV, a większość pozostałych ankietowanych określała ją w sposób bardzo ogólny, jako połączenie telewizji z Internetem).

Video na żądanie (VoD)⁴⁶

Wybór internetowych serwisów VoD z filmami i serialami jest duży. Do tych działających już od kilku lat na polskim rynku (m.in. Player.pl, Ipla.pl, vod.tvp.pl, VOD.pl, Cineman.pl i Chili.TV) dołączyły ostatnio takie usługi, jak Netflix, Amazon Prime Video i Showmax. Wszystkie serwisy pozwalają na legalne oglądanie materiałów wideo. Część produkcji dostępna jest za darmo (przerywana reklamami), a pozostała jest oferowana jako treść płatna. Opłatę wnosi się na ogół albo za dostęp do pojedynczego filmu, albo za dostęp do szerszej oferty na określony okres, z możliwością przedłużenia subskrypcji.

W ciągu ostatnich pięciu lat liczba realnych użytkowników serwisów VoD powiększyła się dwukrotnie.

Pod koniec 2016 roku

- ❖ Około 3/4 Internautów korzysta z VoD;
- ❖ Z czego prawie co 5-ty codziennie;
- ❖ Z 5 największych katalogów korzystało ok. 10 mln odbiorców;
- ❖ W ciągu pięciu ostatnich lat liczba użytkowników VoD podwoiła się.

Źródło: Opracowanie Biura KRRIIT na podstawie: *Rynek wideo w Polsce. Analiza oglądalności stron oferujących dostęp do treści wideo w polskim Internecie. Polskie Badania Internetu, grudzień 2016, Rynek płatnej telewizji w Polsce 2016. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2016- 2021, Megapanel PBI/Gemius 2011 i 2016.*

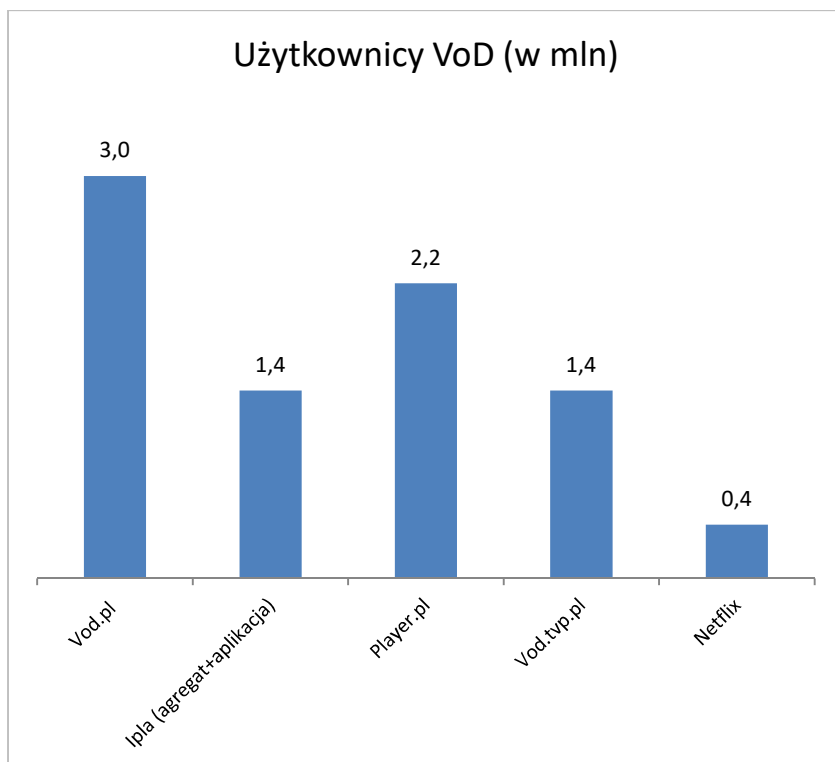
Wśród najbardziej popularnych serwisów VoD utrzymują się niezmiennie: katalog udostępniany przez portal internetowy Onet.pl oraz serwisy polskich nadawców telewizyjnych: Ipla.pl (Cyfrowy Polsat), Player.pl (TVN) i vod.tvp.pl (TVP SA)⁴⁷.

Amerykański Netflix, obecny z polskojęzyczną ofertą programową od września 2016 roku, posiada ok. 386 tys. użytkowników⁴⁸.

⁴⁶ Zgodnie z kategoryzacją użytą w raporcie pt. *Rynek Video w Polsce. Analiza oglądalności stron oferujących dostęp do treści wideo w polskim Internecie. Polskie Badania Internetu, grudzień 2016*, serwisy VoD to strony umożliwiające oglądania online filmów, seriali bądź programów telewizyjnych.

⁴⁷ Badania wskazują na największą popularność serwisu cda.pl/video jednak ze względu na fakt, że treści w nim umieszczane pochodzą od użytkowników, a nie od operatora serwisu nie został on ujęty w zestawieniu.

⁴⁸ <http://www.wirtualnemediia.pl/arttykul/netflix-w-polsce-liczba-uzytownikow-miesiecznie#>

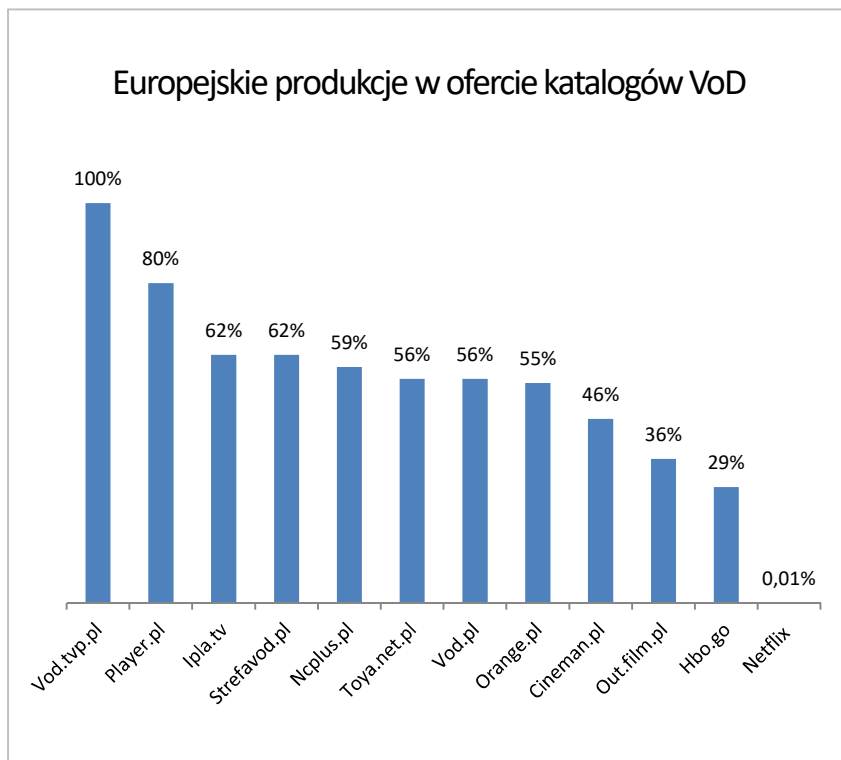


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Megapanel Gemius, maj 2017.

Dostawcy treści wideo podobnie jak nadawcy programów telewizyjnych stawiają na coraz lepszą jakość obrazu oraz oferty programowej. Największe stacje telewizyjne doceniając rosnący zasięg VoD kierują część swojego budżetu na produkcję filmów i seriali, które udostępniają wyłącznie w Internecie. Motywację do tego stanowią m.in. wyniki badań, z których wynika, że dwie trzecie konsumentów na świecie woli oglądać treści wideo korzystając z modelu na żądanie.

Oferta programowa serwisów VoD

Udział produkcji europejskiej w katalogach VoD udostępnianych przez krajowych dostawców wynosi zazwyczaj ponad 50%, z czego większość pozycji stanowią filmy i seriale polskiej produkcji. Rodzime pozycje w katalogach cieszą się największą popularnością⁴⁹.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Wyniki kontroli internetowych dostawców audiowizualnych usług na żądanie, czerwiec 2016 r.

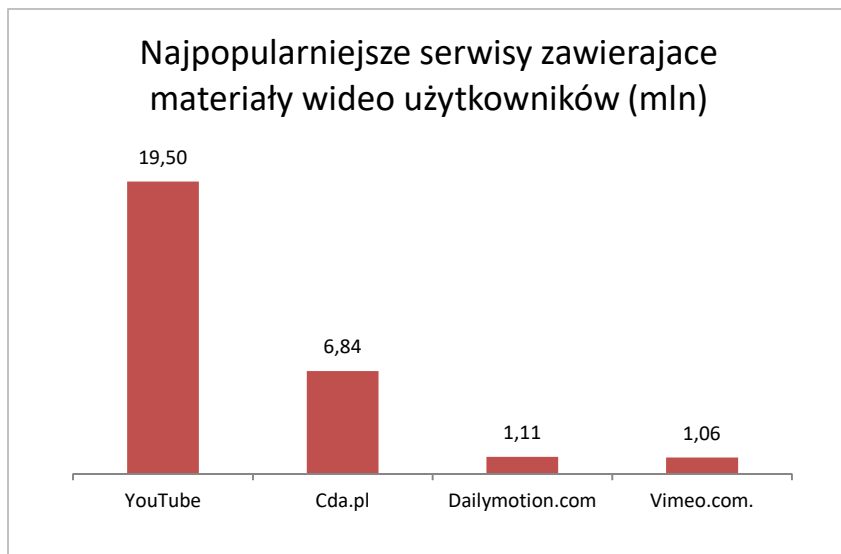
Udział produkcji europejskiej, a tym bardziej polskiej, zmniejsza się znacząco w światowych serwisach VoD, których uniwersalna oferta skierowana jest do użytkowników w różnych krajach. Tak jest w przypadku hbo.go czy Netflix, gdzie znajdują się tylko te pozycje polskiej produkcji, które w ocenie dostawców mogą wzbudzić zainteresowanie widzów w innych krajach.

⁴⁹ <http://di.com.pl/vod-a-tradycyjna-telewizja-co-polacy-ogladaja-w-sieci-55489> 14.09. 2016

Większość oferty to produkcje lub koprodukcje amerykańskie. Wśród serwisów zagranicznych najlepszą oceną cieszy się HBO - 71% badanych Internautów wskazuje tę ofertę seriali jako ciekawszą od innych⁵⁰.

Wideo w Internecie⁵¹

Najpopularniejszym serwisem wideo w Polsce jest YouTube. 74% internautów odwiedza go przynajmniej raz w miesiącu. Kolejne w rankingu witryny są odwiedzane znacznie rzadziej. YouTube zatrzymuje też swoich użytkowników na ok. 2,5 godziny w miesiącu, podczas gdy pozostałe serwisy na ok. 1 godz. i 20 min⁵².



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Megapanel/Gemius, grudzień 2016.

Oferta serwisów wideo, oprócz pozycji dostępnych na innych platformach i witrynach, to w dużej mierze profesjonalna⁵³ lub hobbystyczna twórczość samych użytkowników, tzw. *user generated content* (UGC). Najobszerniejszymi i najbardziej zróżnicowanymi kategoriami tematycznymi w serwisach wideo są: gry, hobby i „zrób to sam” oraz humor i rozrywka.

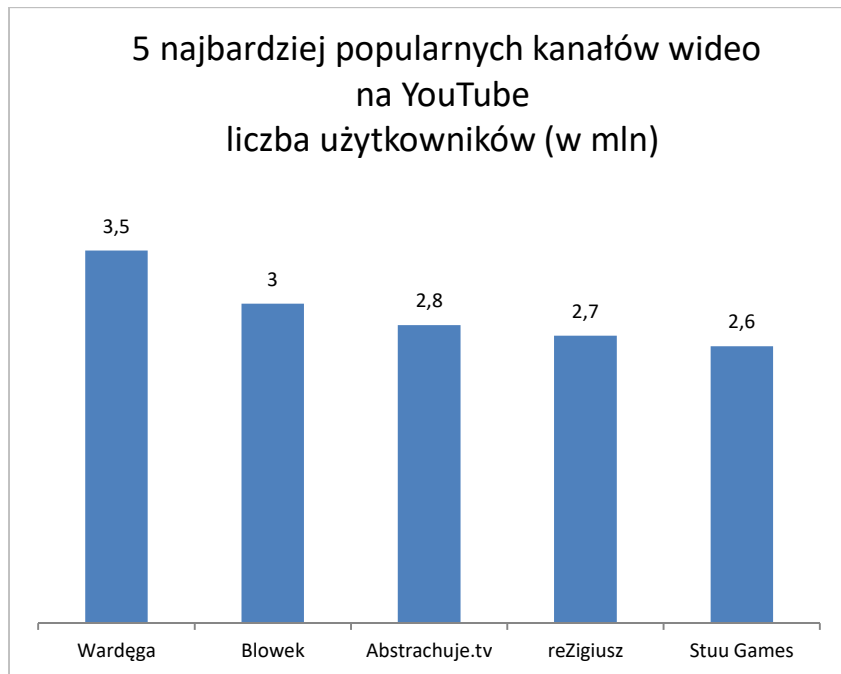
⁵⁰ <http://wyborcza.biz/biznes/1,149543,20129392,netflix-lepszy-niz-polsat-czy-tvp-tak-uważają-polscy-internauci.html>

⁵¹ Zgodnie z klasyfikacją użytą w *Rynek Wideo w Polsce. Analiza oglądalności stron oferujących dostęp do treści wideo w polskim Internecie*. Polskie Badania Internetu (PBI), grudzień 2016 - serwisy wideo to witryny umożliwiające oglądanie i najczęściej też upublicznianie przez użytkowników głównie krótkich materiałów wideo. Serwisy te mogą mieć charakter społecznościowy tzn. umożliwiając zakładanie profili i tworzenie kont.

⁵² *Rynek Wideo w Polsce. Analiza oglądalności stron oferujących dostęp do treści wideo w polskim Internecie*, PBI, grudzień 2016.

⁵³ Nasila się zjawisko profesjonalizacji twórców treści wideo, a także konsolidacja w ramach platform prowadzonych przez wyspecjalizowane agencje zapewniające twórcom kontrakty reklamowe i sponsorskie.

Liczba popularnych twórców tej kategorii jest szacowana powyżej 500, a ich produkcje ogląda od kilkuset tysięcy do kilku, a nawet kilkunastu milionów osób. Trzy pierwsze miejsca zajmują twórcy realizujący materiały wideo o charakterze rozrywkowym, kolejne poświęcone są grom komputerowym.



Źródło: <http://ranking.vstars.pl/>

Inne popularne materiały wideo należą do takich kategorii jak: autotematyka (vlogi o samych twórcach) moda i uroda, motoryzacja, kuchnia i nauka⁵⁴.

⁵⁴ *Wideo w sieci. Modele dystrybucji i monetyzacji plików wideo w języku polskim w sieci Internet*, TM Reaserch, 2016.

Gry wideo

Polska, na tle innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej, jest bardzo dynamicznie rozwijającym się rynkiem gier wideo. Ten rodzaj rozrywki stał się zajęciem masowym, szczególnie wśród młodszych internautów. Połowa graczy wykorzystuje do grania urządzenia mobilne. Do 2020 r. rynek gier będzie rozwijał się bardzo intensywnie, pod warunkiem przełamania niechęci graczy do mikropłatności oraz zwiększenia dostępności łącz szerokopasmowych, które gwarantują niezbędną jakość odbioru gier on-line.

- ❖ **Wartość rynku gier to 1,77 mld zł rocznie**
- ❖ **80% internautów korzysta z gier**
- ❖ **49% graczy to osoby w wieku 15 - 24 lata**
- ❖ **Do 2020 roku rynek gier wideo będzie rósł o 1/3**

Źródło: Newzoo, PMR, PwC.

Internet

Korzystanie z usług audiowizualnych wymaga wysokiej jakości łączy z siecią internetową. Większość polskich gospodarstw domowych jest już podłączona do sieci, około $\frac{3}{4}$ z nich posiada dostęp szerokopasmowy. Dzięki technologiom mobilnym prawie wszyscy mieszkańcy kraju mogą korzystać z technologii 3G i 4G (LTE). Łącze światłowodowe odporne na zakłócenia w miastach, dociera do ok. 40% gospodarstw domowych. Jest to jednak ciągle za mało, aby umożliwić masowy, niezakłócony odbiór treści wideo o wysokiej jakości.

- ❖ **Dostęp do Internetu - około 80,4% polskich gospodarstw**
- ❖ **Dostęp szerokopasmowy - większość gospodarstw, bo aż 75,7%, wyposażona jest w dostęp szerokopasmowy (wzrost o 4,7%)**
- ❖ **Zasięg 3G - 99,9% ludności Polski**
- ❖ **Zasięg LTE - 90% ludności Polski**
- ❖ **Zasięg światłowodu - 39% gospodarstw domowych, w miejscowościach powyżej 5 tys. mieszkańców min 30 Mb/s, dwukrotny wzrost od 2014 r.**

Źródło: Dane z Raportu o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 r., UKE, czerwiec 2016 r.

Sieć LTE stała się bardzo atrakcyjna dla odbiorców, gdyż często zapewnia ona znacznie większą przepustowość i jest łatwiej dostępna. Ceny dostępu do LTE uległy obniżeniu do akceptowalnego poziomu.

1.3. Programy radiowe

Radio, niezależnie od przemian w usługach audiowizualnych, jest nadal bardzo popularnym medium.

- ❖ **radia słucha 72% mieszkańców Polski, mniej o 1,7% niż rok wcześniej**
- ❖ **30 godzin/tydzień**
- ❖ **4, 5 godziny dziennie**
- ❖ **ponad 50% Polaków codziennie**
- ❖ **tylko 20% nie słucha wcale radia**

Źródło: Millward Brown, Radio Track (2016).

Nie zmienia się znacząco sposób odbioru programów radiowych. Polacy słuchają radia głównie poprzez sygnał naziemny, przeważnie za pomocą odbiornika domowego lub samochodowego. Dzięki rozpowszechnieniu telefonii mobilnej, jako trzecie urządzenie służące do słuchania radia wskazywany jest odbiornik radiowy wbudowany w aparat telefoniczny. Od pięciu lat odbiór stacji radiowych przez Internet pozostaje na tym samym niewielkim poziomie.

- ❖ **odbiornik FM (stacjonarny i samochodowy) jest nadal najbardziej popularnym sposobem słuchania radia;**
- ❖ **około 30% odbiorców zdarza się słuchać radia analogowego za pomocą odbiornika wbudowanego w telefon komórkowy;**
- ❖ **ponad 16% korzysta przy odbiorze programów radiowych z odtwarzacza MP3 lub MP4;**
- ❖ **tylko 6% słuchaczy odbiera program radiowy w sieci, są to głównie programy niedostępne naziemnie w tym miejscu;**
- ❖ **z dekodera tv (kablowy, satelitarny) do odbioru radia korzysta niewielka liczba słuchaczy - niespełna 3%.**

Źródło: Millward Brown, Radio Track (2016), Indicator, Społeczne skutki cyfryzacji radia w Polsce, 2015 r.

Bogata oferta programowa

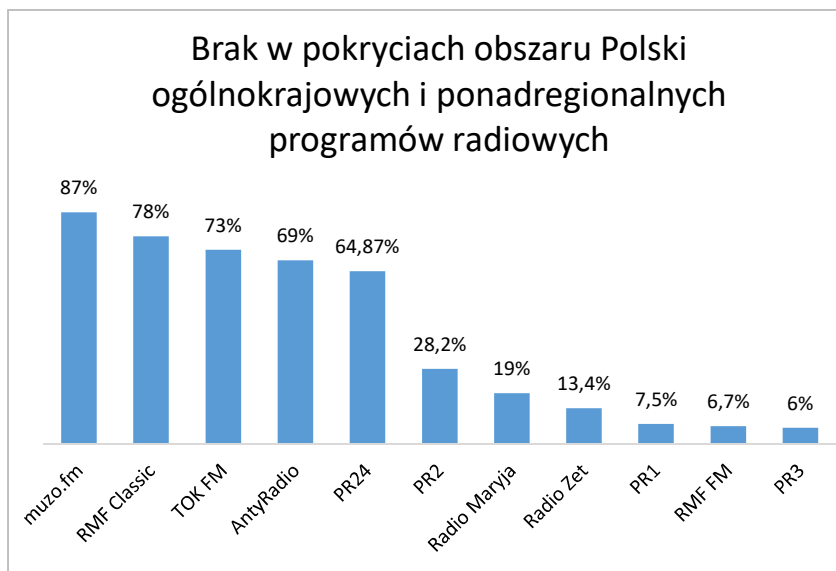
Oferta programowa to ponad 280 rozgłośni radiowych.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT.

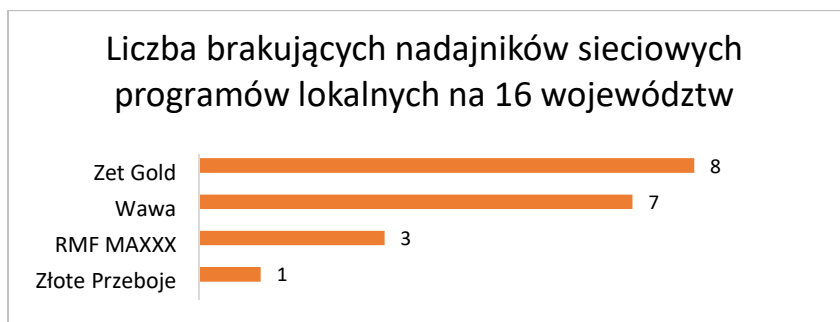
Ograniczone zasoby częstotliwości UKF – brak zasięgu

Mimo pełnego wykorzystania zasobów częstotliwości w paśmie UKF, pokrycie programami radiowymi na niektórych obszarach Polski jest zdecydowanie ograniczone. O ile mieszkańcy dużych miast mają średnio dostęp do 15-25 programów radiowych (np. w Warszawie -27, Wrocławiu -21, Poznaniu -21, Krakowie -20, Gdańsku -17), w niektórych miejscowościach wybór ten ograniczony jest zaledwie do 2-3 stacji. Na 74 polskie miasta powyżej 50 tysięcy mieszkańców, w 24 nie działa żaden niezależny nadawca lokalny.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT.

Z powodu braku nadajników w niektórych z 16 województw, niepełne zasięgi mają również sieciowe programy lokalne RMF MAXXX, Zet Gold, Wawa i Złote Przeboje. Programy te, oprócz różnorodnych gatunków muzycznych, dostarczają również informacji o tematyce lokalnej.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT.

Jednocześnie intensywnie rozwija się rynek dystrybucji muzyki na życzenie. Sprzyja temu rozwój technologiczny, a zwłaszcza upowszechnienie urządzeń mobilnych i dedykowanych im aplikacji. Podobnie jak treści wideo, tak i treści muzyczne można odbierać na różnych platformach, bez konieczności ich pobierania. Najbardziej popularnym źródłem muzyki jest serwis YouTube⁵⁵. Rośnie także popularność płatnych serwisów oferujących strumieniowy przesył danych. Najpopularniejszym z nich jest Spotify, ze 100 mln użytkowników na świecie w 2016 r⁵⁶.

DAB+ radiofonia cyfrowa

Po okresie dość wyraźnego postępu w latach 2014 i 2015 radiofonia cyfrowa DAB+ w Polsce zatrzymała się w rozwoju na poziomie 56% pokrycia ludnościowego. Obecnie z technologii tej korzystają wyłącznie nadawcy publiczni - Polskie Radio SA i rozgłośnie regionalne.

W DAB+ odbiorcy mogą posłuchać	
❖	8 publicznych programów o charakterze ogólnopolskim: w tym 3 dostępne tylko cyfrowo (Radio Rytm, Czwórka, Radio Dzieciom)
❖	21 programów regionalnych: w tym 4 programy dostępne tylko cyfrowo: (Radio Szczecin Extra, Radio Wrocław Kultura, Radio Kraków Off, Radio Opole - dzień w Opolu, dzień w regionie)

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT.

⁵⁵ IFPI, *Music Consumer Insight Report 2016*.

⁵⁶ <http://www.rp.pl/Media-i-internet/302099840-Spotify-ma-juz-43-proc-rynku-cyfrowej-muzyki.html#ap-1>.

Mimo tej sytuacji, rynek cyfrowych odbiorników radiowych stale się rozwija. Choć bezwzględna wielkość sprzedaży odbiorników cyfrowych, stacjonarnych, przenośnych i samochodowych nie jest wysoka, jednak charakteryzuje się dość dużą dynamiką.

W okresie od stycznia do września 2016 roku sprzedano dwukrotnie więcej odbiorników (15,6 tys.) niż w tym samym okresie roku 2015.

2. Wartość rynku reklamy

Światowy rynek reklamy w 2016 roku był wart 539 mld USD i rośnie, przy znaczącym udziale USA i krajów europejskich (z czego ponad połowa przychodów generowana jest w Niemczech, Francji i Wielkiej Brytanii). Wśród pozostałych obszarów istotny wkład w ten wzrost mają Chiny i Japonia⁵⁷. Dalszy prognozowany dla gospodarki światowej wzrost w 2017 roku to 4,4%⁵⁸.

Polski rynek reklamy:

- ❖ Wartość 8,3 mld zł
- ❖ Wzrost o 3% w 2016
- ❖ Prognoza 2-3% w 2017

Źródło: *Rynek reklamy w Polsce w 2016*, raport domu mediowego Starcom⁵⁹.

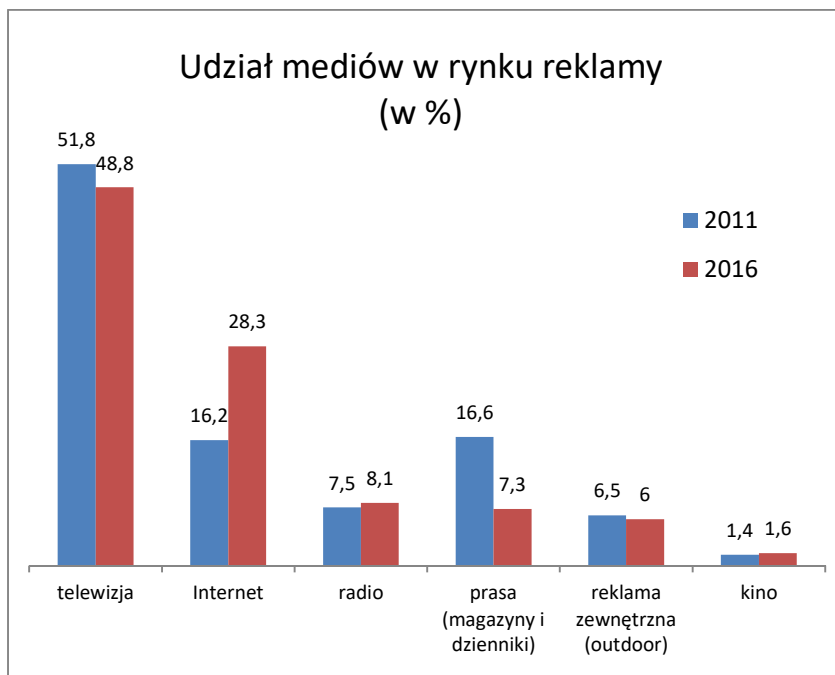
⁵⁷ <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosc/w-2017-r-polska-reklama-zyska-27-proc-internet-o-12-proc-w-gore.html>

⁵⁸ <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosc/w-2017-r-polska-reklama-zyska-27-proc-internet-o-12-proc-w-gore.html>

⁵⁹ Przedstawione dane są szacunkami netto inwestycji w reklamę, tj. szacunkowymi kwotami wpływów reklamowych mediów po rabatach, ale przed podatkiem VAT. Punktem wyjścia są dane monitoringowe (wartość brutto - przed rabatami, bez podatku VAT) dostarczone przez Kantar Media (wszystkie media nie licząc telewizji) oraz Nielsen Audience Measurement (telewizja).

Podział rynku reklamy na segmenty

W ciągu ostatnich 5 lat następuje spadek wartości reklamy prasowej i zewnętrznej oraz wzrost reklamy w Internecie. Tradycyjne media: telewizja, radio i kino nie notują większych zmian.



Źródło: Raporty Starlink/Starcom: luty 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 *Rynek reklamy w Polsce*.

Reklama w mediach audiowizualnych

Telewizja, Internet i radio stanowią łącznie główne pole działalności marketingowej w całym rynku reklamy. Najsilniejszym segmentem pozostaje telewizja, mimo iż jej udział w 2016 roku spadł poniżej 50%. Internet jako medium reklamowe rozwija się dynamicznie, głównie dzięki popularyzacji e-handlu. Wiodącą formą reklamy internetowej staje się reklama wideo, co daje podstawy do synergii kampanii reklamowych w telewizji i w sieci. Radio, jako medium reklamowe nie traci na wartości, ze względu na swoją powszechność i dostępność. Zauważalne jest zjawisko przesycenia reklamą. Media cyfrowe tworzą coraz więcej powierzchni dla działalności marketingowej, co nie oznacza, że wszechobecna reklama faktycznie zachęca do zakupu, czy korzystania z reklamowanych usług.

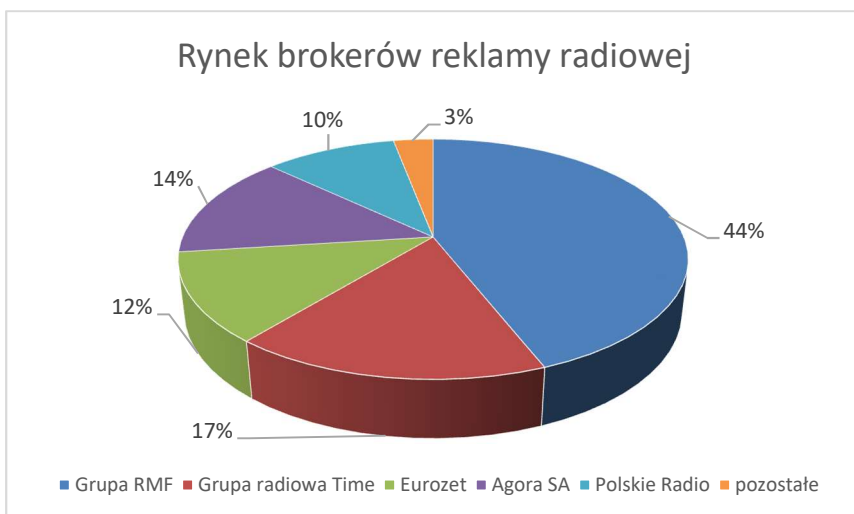
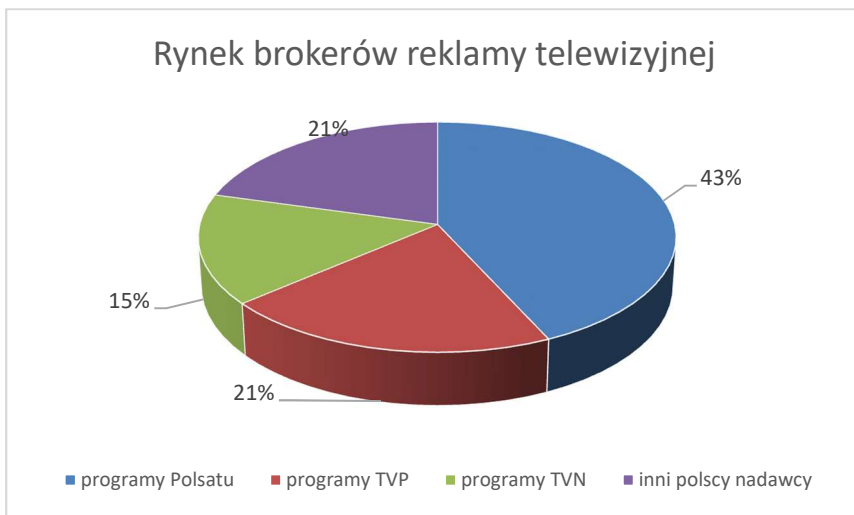
Telewizja	Internet	Radio
❖ Wartość reklamy w 2016 roku - 4 068 mln zł	❖ Wartość 2, 35 mld zł	❖ Wartość 673,2 mln zł
❖ Wzrost reklamy telewizyjnej o 1,3 % w 2016 (+53,6 mln zł) Głównie dzięki reklamie w programach naziemnej telewizji cyfrowej z wyłączeniem TOP 4 (TVP1, TVP2, Polsat, TVN)	❖ Wzrost o 9,4% (tj. 203 mln zł)	❖ Wzrost 4,5%
❖ Dalszy, nieznaczny (o 1%) spadek udziałów TOP 4, głównie ze względu na spadek przychodów TVP 1 i TVP2	❖ Handel nowym liderem wydatków reklamowych w Internecie	❖ Redukcja kampanii radiowych ze względu na przeładowanie - branża farmaceutyczna (- 9,5%) oraz motoryzacyjna (- 4,3%)
❖ Wzrost udziału płatnych programów wyspecjalizowanych - 3,2%	❖ Połowa wartości rynku reklamy internetowej trafiło do Google (YouTube) i Facebooka	
❖ Udział w rynku reklamy spadek poniżej 50% ⁶⁰ drugi rok z rzędu	❖ Głównymi formami reklamy internetowej są reklama wideo i mobile	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie *Rynek reklamy w Polsce w 2016*, raport domu mediowego Starcom.

⁶⁰ W 2016 r. udział w rynku reklamy telewizyjnej spadł poniżej 50% i wyniósł 48,8%.

Brokerzy reklamy

Rynek brokerów telewizyjnych i radiowych, gospodarujących w imieniu reklamodawców budżetami reklamowymi to, w zdecydowanej większości podmioty bezpośrednio powiązane z nadawcami programów ogólnokrajowych. Zależność od dużych podmiotów, które mogą dyktować warunki i ceny reklamy nadawcom o znacznie mniejszym potencjale, wpływa negatywnie na dostęp do budżetów reklamowych przeznaczonych na kampanie o zasięgu ogólnokrajowym.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Starlink.

3. Kapitał i struktura rynku usług audiowizualnych

Z problemem koncentracji w sektorze mediów zmagają się niemal wszystkie kraje europejskie. W Polsce, w sektorze mediów audiowizualnych, w wyniku zachodzących obecnie zjawisk konwergencji, cyfryzacji i globalizacji, obserwuje się nasilenie procesów koncentracji własności i zarządzania.

- ❖ **Oligopol na rynku telewizji (nadawanie i dystrybucja) - TVP⁶¹, Grupa TVN⁶² i Grupa Polsat⁶³**
- ❖ **Wzrasta udział pozostałych nadawców naziemnych⁶⁴ oraz polskich i zagranicznych nadawców satelitarnych i kablowych**

Kapitał polski i zagraniczny

Naziemna telewizja cyfrowa to w większości kapitał polski, ze względu na utrwaloną pozycję dwóch głównych nadawców: Telewizji Polskiej SA i Telewizji Polsat Sp. z o.o. oraz takich podmiotów jak: Telewizja Puls Sp. z o.o., spółki z Grupy Eska (Eska TV, Lemon Records i TV Spektrum) oraz ATM Grupa SA.

W segmencie operatorów satelitarnych udział kapitału zagranicznego (ITI Neovision SA) zrównoważony jest kapitałem polskim (Cyfrowy Polsat SA).

W telewizji kablowej silną pozycję mają spółki z kapitałem zagranicznym: UPC Polska Sp. z o.o. i Multimedia Polska SA z udziałem kapitału amerykańskiego oraz Vectra SA z udziałem kapitału austriackiego.

⁶¹ Spółka TVP SA w 2015 r. nadawała: 9 programów bezpłatnych, 3 programy płatne oraz 17 programów tworzonych przez oddziały terenowe.

⁶² w 2015 r. do Grupy TVN należały: TVN SA - 11 programów, NTL Radomsko Sp. z o.o. - 1 program, Mango Media Sp. z o.o. - 1 program, Stavka Sp. z o.o. - 1 program oraz ITI Neovision SA - 17 programów telewizyjnych, 1 program radiowy oraz działalność operatorska.

⁶³ W 2015 r. do Grupy Polsat należały: Telewizja Polsat Sp. z o.o. - 19 programów, Superstacja Sp. z o.o. - 1 program, Media Biznes Sp. z o.o. - 1 program oraz platforma Cyfrowy Polsat SA (wyłącznie operator).

⁶⁴ Naziemnie cyfrowo nadają (MUX lokalny): Telewizja Łużyce Sp. z o.o. i Telewizja TVT Sp. z o.o. Naziemnie cyfrowo nadają (MUX): Telewizja Puls Sp. z o.o., Eska TV SA, Lemon Records Sp. z o.o., ATM Grupa SA, Stopklatka Sp. z o.o., TV Spektrum Sp. z o.o., Fundacja Lux Veritatis, Cable Television Network&Partners Sp. z o.o., Green Content Sp. z o.o.

Naziemna telewizja cyfrowa	
Kapitał polski	Kapitał zagraniczny
TVP, Polsat, PULS, ZPR SA Holding, Cable Television Network&Partners Sp. z o.o., Fundacja Lux Veritatis, oraz ATM SA , Wirtualna Polska	TVN, Metro
Operatorzy satelitarni	
Kapitał polski	Kapitał zagraniczny
Cyfrowy Polsat	ITI Neovision
Sieci kablowe	
Kapitał polski	Kapitał zagraniczny
Ok. 300 operatorów lokalnych	UPC, Multimedia, Vectra

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT.

W segmencie usług VoD (filmy i seriale) dwa z czterech największych serwisów VoD to własność kapitału zagranicznego (VOD Onet - kapitał szwajcarsko-niemiecki oraz TVN Player - kapitał amerykański). Gromadzą one ponad połowę użytkowników. Polskie spółki oferujące tę usługę (Ipla.pl - Cyfrowego Polsatu i vod.tvp.pl - Telewizji Polskiej) gromadzą razem ok. 1/3 użytkowników VoD. Rośnie liczba i udział światowych dostawców VoD takich jak Netflix czy Showmax, choć być może ze względu na brak polskiej produkcji są one zdecydowanie mniej popularne⁶⁵. Wśród serwisów udostępniających wideo w Internecie zdecydowanym liderem jest amerykański YouTube.

VOD	
Kapitał polski	Kapitał zagraniczny
Ipla.pl, vod.tvp.pl	VoD ONET, TVN Player

Rynek radiowy podzielony jest między nadawców publicznych⁶⁶ i cztery grupy komercyjne. Dwie z nich, ZPR⁶⁷ i Agora⁶⁸, to podmioty z kapitałem polskim, a pozostałe dwie są własnością kapitału zagranicznego - RMF⁶⁹ i Eurozet⁷⁰.

⁶⁵ <http://di.com.pl/vod-a-tradycyjna-telewizja-co-polacy-ogladaja-w-sieci-55489>

⁶⁶ Programy nadawane analogowo i DAB+ w 2015 roku: Jedyńka - Program 1 PR, Dwójka - Program 2 PR, Trójka - Program 3 PR, Czwórka - Program 4 PR oraz Polskie Radio dla Zagranicy. w DAB+ nadawano: Radio Rytm i Polskie Radio 24, Polskie Radio Dzieciom oraz 17 publicznych rozgłośni regionalnych, a także regionalnie: Radio Szczecin Extra, Radio Wrocław Kultura, Radio Kraków Off, Radio Opole-dzień w Opolu, dzień w regionie.

⁶⁷ Programy nadawane w 2015 roku: Radio VOX FM - 2 stacja (1 ponadregionalne i 1 lokalna), Radio Eska - 35 stacji, Radio WAWA - 11 stacji, Eska Rock - 1 stacja, 5 umów franczyzowych podpisanych z nadawcami lokalnymi na Radio Eska i 1 stacja Warszawa.

⁶⁸ Programy nadawane w 2015 roku: TOK FM (ponadregionalny), Złote Przeboje - 24 stacje i 1 satelitarna, Rock Radio - 7 stacji, Radio Pogoda - 4 stacje.

⁶⁹ Programy nadawane w 2015 roku: RMF FM (ogólnokrajowy), RMF Classic - 2 stacje, (1 ponadregionalna i 1 lokalna) RMF Max - 22 stacje, Radio Gra - 2 stacja.

⁷⁰ Programy nadawane w 2015 roku: Radio Zet (ogólnokrajowy), Radio Zet Chillii - 2 stacje, Radio Zet Gold - 19 stacji, AntyRadio - 2 stacje.

Udział i liczba samodzielnych nadawców lokalnych rośnie, ale ich sytuacja ze względu na bariery w rozwoju technicznym i utrudniony dostęp do rynku reklamy ogólnopolskiej⁷¹ nadal jest trudna, o czym świadczy proces konsolidacji z udziałem dużych podmiotów⁷². Duże grupy radiowe, chcąc powiększyć swój zasięg, wykupują lokalne spółki radiowe, zmieniając ich nazwę i ujednolicając program.

Radio	
Kapitał polski	Kapitał zagraniczny
PR, ESKA, AGORA, nadawcy lokalni, społeczno-religijni	RMF, EUROZET

Rynek ten podlega procesowi konsolidacji międzysektorowej (radio-telewizja-prasa-internet).

⁷¹ Niezależni nadawcy lokalni, aby zwiększyć swoje przychody, dołączają do oferty w ramach ogólnopolskich kampanii reklamowych, organizowanych poprzez dom sprzedaży grupy Eurozet - RRM. Obecnie w tzw. Pakiecie Niezależnych zrzeszonych jest 49 rozgłośni lokalnych z różnych rejonów Polski.

⁷² W 2011 r. na rynku działało 52 niezależnych nadawców komercyjnych w większości zrzeszonych w tzw. Pakiecie Niezależnych Eurozetu, dodatkowo 52 koncesje posiadała spółka Polskie Fale Średnie SA. w 2015 r. grupę nadawców o zasięgu lokalnym tworzyło 226 rozgłośni (136 koncesji lokalnych zsieciovanych (Grupy ZPR, Agora, RMF, Eurozet), 48 koncesji niezależnych, 7 koncesji należących do fundacji, 8 koncesji samorządowych i 10 akademickich oraz 17 spółek radiofonii regionalnej.

Obszary aktywności głównych podmiotów medialnych (stan na grudzień 2017 r.)

Nazwa podmiotu	Prasa	Radio	Telewizja	Internet	Działalność operatorska	Inne
Agora	Gazeta Wyborcza, Avanti, Kuchnia, Logo, Cztery Kąty, Wysokie Obsasy, Dom i Wnętrze, Dziecko, Magnolia, Świat Motocykli, Ładny Dom, Książki	TOK FM -22, Radio Złote Przeboje -234, Rock Radio -4, Radio Pogoda -7	Stopklatka TV	Kilkadziesiąt serwisów w grupie gazeta.pl; m.in.: Publio.pl, Gazeta.pl, Wyborcza.pl, Tokfm.pl, Avanti24.pl, Logo24.pl, CzteryKaty.pl, DomIWnetrze.pl, Bryla.pl, ŁadnyDom.pl, Magazyn- Kuchnia.pl, e- Ogrody.pl, ŚwiatMotocykli.pl, e- Dziecko.pl, FirmaPrzyjaznaMamie.pl, Tuba FM, Tuba.pl, Tuba.TV	AMS - agencja reklamy zewnętrznej Kina Helios - 43 3 drukarnie offsetowe, Doradztwo Mediowe, SVG Studio, Next Film - produkcja i dystrybucja filmowa Helios.pl, next-film.pl, wydawnictwoagora.pl, kulturalnysklep.pl, publio.pl	
Bauer Media Group	Pisma: luksusowe, poradnicze, rozrywkowe, młodzieżowe, komputerowe, telewizyjne, motoryzacyjne, popularnonaukowe	RMF FM, RMF Classic-17, RMF MAXXX - 22		Interia.pl, Interia TV, Rmfon.pl		Drukarnie, Strefa.pl (usługi hostingowe), e-commerce

Ringier Axel Springer Polska	Fakt, Przegląd Sportowy, Sport, Newsweek, Forbes, pisma komputerowe i motoryzacyjne			Onet.pl 20 serwisów tematycznych	
Infor PL SA	Dziennik Gazeta Prawna				
ZPR Media ⁷³	Super Express, Murator, pisma wnątrzarzkie, zdrowotne, hobbyistyczne	Radio Eska - 39, Radio Eska Rock, Radio Vox FM - 18, Radio Wawa - 10, Radio Plus - 18		Se.pl, Eska.pl, Eskarock.pl, Portale poradnikowe, Portale hobbyistyczne	Spółka Murator EXPO - wystawy, rynek reklamowy: Time SA - reklama radiowa, IDM NET SA - reklama internetowa i telewizyjna
Presspublica	Rzeczpospolita, Parkiet Gazeta Giełdy, Bloomberg Businessweek Polska				e-Kiosk, dystrybucja prasy
Niezależne Wydawnictwo Polskie	Gazeta Polska Codziennie, Gazeta Polska, Nowe Państwo		Telewizja Republika	Gazetapolska.pl, Freepl.info	

⁷³ w grudniu 2017 Polsat zakupił 100% akcji spółki EskaTV, 100% akcji spółki Lemon Records (PoloTV, VoxMusicTV) i 34% akcji spółki TV Spektrum (FokusTV i Nowa TV).

<p>Polsat</p>		<p>Muzo.fm</p>	<p>Telewizja Polsat: Polsat HD, Polsat 2HD, Polsat 1, Super Polsat HD, TV4 HD, TV6 HD, Disco Polo Music, Polsat Café HD, Polsat Film HD, Polsat Film HD, Polsat Doku HD, Polsat News 2, Polsat News HD, Polsat Play HD, Polsat Romans, Polsat Sport Extra HD, Polsat Sport HD, Polsat Sport Polsat Sport Fight HD, Polsat Sport News HD. Polo TV, Fokus TV, Eska TV, VOX Music TV, Nowa TV (patrz: przypis 73)</p>	<p>Polsatnews.pl, Ipla.tv</p>	<p>Cyfrowy Polsat - płatna telewizja cyfrowa (192 kanały polskojęzyczne, 90 HD)</p>	<p>telefonia komórkowa Polkomtel (sieć Plus), Sferia - telefonia nomadyczna, wRodzinie, a2mobile, Aero 2, mobilny Internet, BDI (Bezpłatny Dostęp do Internetu), dystrybucja dekodерów, ubezpieczenia, energetyka, broker reklamy telewizyjnej - Polsat Media, fundusz inwestycyjny - grupa MIDAS SA</p>
----------------------	--	----------------	---	-------------------------------	---	--

<p>(TVN) Scripps Networks Interactive - do końca 2018 r. nastąpi zmiana właściciela nadawcy na rzecz Discovery</p>			<p>TVN (HD), TVN 7 (HD), TTV, iTVN, iTVN Extra, TVN24 (HD), TVN24 Biznes i Świat, TVN Meteo Active, TVN Turbo (HD), TVN Style (HD), TVN Fabuła HD, NTL Radomsko</p>	<p>Player.pl, tvn.pl, veedo.pl, tvn24.pl, tvnmeteo.pl, tvnwarzawa.pl, kontakt24.pl</p>	<p>nc+ (174 kanały telewizyjne) 94 kanały w HD</p>	<p>media interaktywne, TVN Media - broker reklamowy</p>
<p>Polska Press Grupa</p>	<p>20 dzienników regionalnych, tygodniki lokalne</p>			<p>serwisy ogłoszeniowe, serwisy informacyjne - Wiadomości24.pl, platforma e-learningowa</p>		<p>6 drukarni, Agencja Informacyjna Polska Press</p>
<p>TVP SA</p>			<p>TVP1, TVP1 HD, TVP2, TVP2 HD, TVP Polonia, TVP Info, TVP Sport, TVP Sport HD, TVP Historia, TVP Kultura, TVP HD, TVP Parlament, TVP Seriale, TVP Rozrywka, TVP Regionalna, TVP ABC</p>	<p>Tvp.pl, vod.tvp.pl</p>		

Załącznik nr 2. Krajowe i międzynarodowe ramy działalności KRRiT

Ramy prawne i strategiczne

Do podstawowych aktów prawnych w działalności KRRiT należą:

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. Nr 78, poz. 483, z późn. zm.);
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2017 r. poz. 1414 i poz. 2111);
- Ustawa z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych - (Dz. U. z 2014 r. poz. 1204 i z 2015 r. poz. 1324);
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2011 r. o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej (Dz. U. z 2016 r. poz. 649);
- Ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2017 r. poz. 1907);
- Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24, z późn. zm.);
- Ustawa z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2017 r. poz. 1257).

Główne trendy i wyzwania związane z rozwojem społeczno-gospodarczym kraju określa *Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności. Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju*⁷⁴. W dokumencie tym jednym z czterech obszarów w zakresie konkurencyjności i innowacyjności gospodarki jest cel strategiczny - Polska Cyfrowa: stworzenie dogodnych warunków prawnych dla rozwoju rynku mediów elektronicznych oraz promocja i prowadzenie otwartej, rzetelnej debaty w mediach, realizacja misji publicznej telewizji i radia połączona z odpolitycznieniem tych instytucji.

⁷⁴ *Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności. Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju*, Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, styczeń 2013 r.

Określone w Strategii *Polska 2030* cele rozwojowe są realizowane za pośrednictwem szczegółowych strategii zintegrowanych, w tym:

- *Strategii Rozwoju Kraju 2020: Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo*⁷⁵, gdzie zwrócono uwagę na rolę, jaką odgrywa samoregulacja w procesie ograniczania barier administracyjnych oraz tworzenia sprawnych regulacji, sprzyjających wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych i kształtowaniu partnerskich warunków współpracy rynkowej;
- *Strategii Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020*⁷⁶, która wskazała jako jeden z celów szczegółowych podniesienie poziomu kompetencji oraz kwalifikacji obywateli poprzez wspieranie rozwoju kompetencji kulturalnych, medialnych i obywatelskich oraz uznała za ważne, by na etapie edukacji szkolnej media wywierały maksymalnie pozytywny wpływ na rozwój intelektualny, osobisty oraz społeczny dzieci i młodzieży;
- *Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego 2020*⁷⁷, w której za jeden z głównych priorytetów uznano wspieranie mediów w kształtowaniu więzi społecznych, kulturowych i demokracji. W priorytecie tym określono następujące kierunki działań: zapewnienie powszechnego dostępu do usług medialnych (zwłaszcza usług wysokiej jakości służących rozwojowi kultury, wzmacniania tożsamości narodowej i budowania więzi społecznych z uwzględnieniem szczególnych potrzeb osób niepełnosprawnych), wyznaczanie wysokich standardów jakości treści mediów publicznych, których oferta powinna być skierowana do szerokiego audytorium, pełniąc funkcje społeczne, demokratyczne i kulturotwórcze (w oparciu o stabilny system finansowania mediów publicznych), wspieranie społecznego udziału w tworzeniu i upowszechnianiu polskich treści w mediach społecznych i komercyjnych oraz w Internecie, wzmacnianie niezależności i pluralizmu mediów oraz wspieranie mediów lokalnych, regionalnych i obywatelskich (ponieważ niezależne media lokalne narażone są na silną konkurencję ze strony mediów ogólnokrajowych, należy dążyć do wprowadzenia rozwiązań prawnych ułatwiających im zdobywanie środków na lokalnych rynkach reklamy i sponsoringu);
- *Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki - Dynamiczna Polska 2020*⁷⁸, gdzie zwrócono uwagę, że istotnym ogniwem szeroko

⁷⁵ *Strategia Rozwoju Kraju 2020: Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, wrzesień 2012 r.

⁷⁶ *Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020*, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, czerwiec 2013 r.

⁷⁷ *Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2020*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, marzec 2013 r.

⁷⁸ *Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki – Dynamiczna Polska 2020*, Ministerstwo Gospodarki, styczeń 2013 r.

rozumianego systemu innowacyjności jest rozwinięty sektor technologii informacyjno-komunikacyjnych, zarówno w aspekcie nowoczesnej infrastruktury, jak i podstawy całej gospodarki elektronicznej, w której skład wchodzi między innymi sektor ICT, Internet, treści (*content*), procesy biznesowe wszystkich uczestników rynku (biznes, administracja, konsumenci), media (w tym reklama) i prawa autorskie;

- *Programu Zintegrowanej Informatyzacji Państwa*⁷⁹, w którym wskazano, że szerokie wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych stwarza nowe możliwości otwierania się administracji publicznej na jej otoczenie, angażowania obywateli w rozwiązywanie problemów oraz wzrost przejrzystości władzy. Cele te można osiągnąć poprzez otwartą komunikację i proces legislacyjny, konsultacje i współpracę przy tworzeniu prawa, dostępność informacji publicznej i zasobów publicznych, tworzenie warunków dla efektywnej i bezpiecznej e-administracji, informatyzację urzędów oraz podnoszenie kompetencji cyfrowych w administracji publicznej;
- *Założeń Długofalowej Polityki Senioralnej w Polsce na lata 2014-2020*⁸⁰ przyjętych przez Radę Ministrów 24.12.2013 r., w których jako kierunek interwencji rekomenduje się między innymi przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom handlowym wobec osób starszych oraz wprowadzenie tematyki promowania współpracy pokoleń i pozytywnego wizerunku starości jako zadania misyjnego mediów publicznych.

Za ważne ramy swojej działalności KRRiT uznaje następujące dokumenty Unii Europejskiej:

- Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej;
- Traktat o Unii Europejskiej;
- Protokół Amsterdamski z dnia 2 października 1997 r. dotyczący systemu radiofonii i telewizji publicznej (załącznik do Traktatu z Amsterdamu);
- Dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (Dyrektywa o Audiowizualnych Usługach Medialnych), Dz. Unii Europejskiej 15.4.2010 r. (dalej zwana Dyrektywą AUM);

⁷⁹ *Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa*, Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, czerwiec 2013 r.

⁸⁰ *Założenia Długofalowej Polityki Senioralnej w Polsce na lata 2014-2020*, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, grudzień 2013 r.

- Dyrektywę Komisji 2006/111/WE z dnia 16 listopada 2006 r. w sprawie przejrzystości stosunków finansowych między państwami członkowskimi a przedsiębiorstwami publicznymi, a także w sprawie przejrzystości finansowej wewnątrz określonych przedsiębiorstw;
- Dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi oraz udzielania licencji wieloterytorialnych dotyczących praw do utworów muzycznych na potrzeby ich wykorzystania na internetowym polu eksploatacji na rynku wewnętrznym;
- Rozporządzenie Rady 659/1999 z dnia 22 marca 1999 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE;
- Rezolucję Parlamentu Europejskiego *Community Media in Europe* (2008/2011(INI));
- Decyzję Komisji z dnia 28 listopada 2005 r. w sprawie stosowania art. 86 ust. 2 Traktatu WE do pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych, przyznawanej przedsiębiorstwom zobowiązanym do zarządzania usługami świadczonymi w ogólnym interesie gospodarczym;
- Komunikat Komisji 2005/C 297/04 Wspólnotowe ramy dotyczące pomocy państwa w formie rekompensaty z tytułu świadczenia usług publicznych (wraz z komunikatem Komisji 2011/C337/02 przedłużającym okres stosowania ram);
- Komunikat Komisji 2009/C 257/01 w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej;
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego dla Europy, COM(2015)192 final;
- Konkluzje Rady Unii Europejskiej *Advancing Women's Roles as Decision-makers in the Media*, 11470/13, Bruksela, 24.06.2013 r.;
- Dorobek orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej.

Załącznik nr 3. Zmiany prawne na arenie międzynarodowej oraz związane z tym wyzwania

Audiowizualne usługi medialne

Biorąc pod uwagę zadania wynikające ze Strategii jednolitego rynku cyfrowego oraz oceny *ex post* Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych w ramach programu sprawności i wydajności regulacyjnej (REFIT), Komisja Europejska uznała, że w celu dostosowania regulacji europejskich do dynamicznych zmian zachodzących na rynku mediów elektronicznych i nowych modeli dystrybuowania treści audiowizualnych oraz stworzenia bardziej sprawiedliwych warunków dla wszystkich podmiotów działających na tym rynku, konieczna jest nowelizacja wspomnianej dyrektywy.

W związku z powyższym 26 maja 2016 r. Komisja Europejska przedstawiła własny projekt nowelizacji tej dyrektywy, a także Komunikat Komisji w sprawie platform internetowych. Zgodnie z założeniami nowelizacji dyrektywy, podstawowym celem zmian powinno być zagwarantowanie równych warunków konkurencji dla wszystkich podmiotów świadczących usługi na jednolitym rynku cyfrowym, a także zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów odnośnie do wszystkich kategorii treści audiowizualnych, w tym również tych, które udostępniane są za pośrednictwem platform internetowych. Projekt nowelizacji zawiera m.in. poszerzenie zakresu dyrektywy poprzez wprowadzenie nowej kategorii usług dostawców platform udostępniania plików wideo, umożliwienie nałożenia na dostawców nowych kategorii usług obowiązków w zakresie ochrony małoletnich przed audycjami, filmami wideo stworzonymi przez użytkownika oraz handlowymi przekazami audiowizualnymi, które mogą zaszkodzić ich fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi. Ponadto, wskazani dostawcy będą musieli zapewnić mechanizmy zapewniające wystarczającą ochronę wszystkich obywateli przed audycjami, filmami wideo stworzonymi przez użytkownika oraz handlowymi przekazami audiowizualnymi zawierającymi nawoływanie do przemocy lub nienawiści wobec grupy osób lub członka takiej grupy, wyodrębnionej ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, narodowość, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną. Skutecznemu zapobieganiu rozpowszechniania tego typu treści mają służyć takie środki jak: wyraźne zdefiniowanie tego typu treści w regulaminie dostawcy usługi, stworzenie i obsługa mechanizmów oceny takich treści oraz zgłaszania skarg dotyczących treści niepożądanych. Dodatkowo, ochronie tej służyć ma wymóg stworzenia i obsługi systemu weryfikacji wieku użytkowników platform oraz

systemu kontroli rodzicielskiej. Zgodnie z projektem, obowiązki te mają być nakładane w szczególności w drodze samo- i współregulacji. Jednocześnie poszczególne państwa członkowskie będą mogły wprowadzić na swoim terytorium bardziej szczegółowe lub bardziej rygorystyczne wymogi w stosunku do dostawców platform udostępniania plików wideo, w ramach swobody implementacji dyrektywy w tym zakresie.

Proponowana regulacja będzie obejmować podmioty prowadzące działalność gospodarczą w Internecie. Jej zadaniem będzie tworzenie odpowiednich warunków konkurencji dla przedsiębiorców świadczących usługi dla użytkowników, a nie kontrola treści w Internecie.

Projekt dyrektywy wypełnia lukę w obecnych regulacjach dotyczących dostarczania ogółowi odbiorców treści nielinearnych w postaci audycji i plików wideo, w związku z rozwojem tego typu usług i wzrastającą ich popularnością. Proponowane zapisy wydają się gwarantować skuteczność regulacji dzięki obowiązkowi ujawniania przez organy regulacyjne informacji na temat dostawców platform będących w ich jurysdykcji oraz dzięki wskazaniu odpowiedzialności dostawców platform udostępniania plików wideo w zakresie ochrony małoletnich przed szkodliwymi treściami oraz ochrony wszystkich obywateli przed treściami nawołującymi do nienawiści i przemocy. Wypełnianie zadania oceny odpowiedniości środków stosowanych przez dostawców platform, które zostało powierzone właściwym organom regulacyjnym państw członkowskich, uzależnione będzie jednak od właściwej implementacji nowych przepisów dyrektywy do prawa krajowego.

Komisja Europejska zakłada ostateczne przyjęcie nowelizacji dyrektywy w 2018 roku, a po tym czasie państwa członkowskie UE będą miały dwa lata na implementację przepisów dyrektywy do swoich porządków prawnych. Zgodnie z zasadami wynikającymi z istoty dyrektywy, poszczególne państwa członkowskie mają pełną swobodę odnośnie do sposobu i formy wdrożenia znowelizowanych przepisów UE, w związku z czym, w najbliższych kilku latach, kluczowe dla prawidłowego rozwoju sektora audiowizualnego będzie przygotowanie projektu nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, uwzględniającego zmiany wprowadzone nową dyrektywą.

Transpozycja dyrektywy rozszerzy dotychczasowy zakres kompetencji KRRiT w zakresie regulacji treści (audycji i plików wideo) udostępnianych na innych platformach dostępu. Ze względu na specyfikę treści w Internecie, sposób implementacji nowych przepisów będzie wymagał ścisłej współpracy wszystkich podmiotów (dostawców usług i instytucji odpowiedzialnych za ten obszar) oraz koordynacji przepisów w różnych aktach prawnych, odnoszących się do świadczenia usług drogą elektroniczną.

W procesie tym Krajowa Rada będzie brała aktywny udział zarówno jako zaplecze eksperckie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, które jest odpowiedzialne za przeprowadzenie procesu implementacji, jak też jako

organ odpowiedzialny za przygotowanie aktów wykonawczych do zmienionej ustawy o radiofonii i telewizji. Wiązać się to będzie ze ścisłą współpracą i konsultacją z podmiotami rynkowymi przy opracowywaniu nowych rozwiązań legislacyjnych.

Prawo autorskie

Jednym z celów wspomnianej Strategii jednolitego rynku cyfrowego dla Europy jest zniesienie barier uniemożliwiających wykorzystanie pełnego potencjału cyfryzacji i nowoczesnych technologii komunikacyjnych na wspólnym rynku europejskim.

W związku z tym, Komisja Europejska przyjęła:

- Komunikat - Propagowanie na jednolitym rynku cyfrowym uczciwej, wydajnej i konkurencyjnej gospodarki europejskiej opartej na poszanowaniu praw autorskich;
- Projekt rozporządzenia ustanawiającego zasady dotyczące wykonywania praw autorskich i praw pokrewnych mające zastosowanie do niektórych nadawców transmisji i retransmisji programów telewizyjnych i radiowych;
- Projekt dyrektywy w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym;
- Projekt rozporządzenia w sprawie transgranicznej wymiany między Unią a państwami trzecimi kopii utworów w formacie umożliwiającym dostęp osobom niepełnosprawnym do określonych utworów i innych przedmiotów chronionych prawem autorskim i prawami pokrewnymi z korzyścią dla osób niewidomych, słabowidzących lub z innymi niepełnosprawnościami uniemożliwiającymi zapoznanie się z drukiem;
- Projekt dyrektywy w sprawie niektórych dozwolonych sposobów korzystania z utworów i innych przedmiotów chronionych prawem autorskim i prawami pokrewnymi z korzyścią dla osób niewidomych, słabowidzących lub z innymi niepełnosprawnościami uniemożliwiającymi zapoznanie się z drukiem i w sprawie zmiany dyrektywy 2001/29/WE dot. harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym.

Dokumenty te mają zapewnić zwiększenie różnorodności kulturowej w Europie i treści legalnie dostępnych w Internecie, przy jednoczesnym wprowadzeniu bardziej precyzyjnych przepisów dla wszystkich podmiotów działających online.

Jedną z barier utrudniających prawidłowe funkcjonowanie sektora audiowizualnego jest niepełna harmonizacja przepisów prawa autorskiego i praw pokrewnych w Unii Europejskiej, ze względu zarówno na zakres obszarów poddanych procesowi zbliżania ustawodawstw krajowych jak i zróżnicowaną praktykę implementacyjną w poszczególnych państwach członkowskich.

W obszarze prawa autorskiego ścierają się w Europie dwa podejścia. Pierwsze z nich zmierza do otwierania dostępu do kultury w ramach znoszenia barier terytorialnych oraz poprzez rozszerzanie tzw. dozwolonego użytku (tzw. dozwolony użytek edukacyjny oraz tzw. dozwolony użytek kulturalny). Drugie wyraża się w coraz aktywniejszej walce z piractwem internetowym oraz próbie ograniczenia przywilejów pośredników internetowych, serwisów społecznościowych i portali wymiany treści typu YouTube.

Rozszerzenie tzw. dozwolonego użytku edukacyjnego, proponowane przez Komisję Europejską w nowej dyrektywie o prawie autorskim na jednolitym rynku cyfrowym, ma polegać na tym, iż bez zgody autorów, każdy (nie w celach komercyjnych) będzie mógł eksploatować duże zbiory tekstów i danych, a także wykorzystywać utwory w wersji cyfrowej do nauczania na odległość.

Instytucje kultury (Filmoteka Narodowa-Institut Audiowizualny, Biblioteka Narodowa) będą mogły swobodnie digitalizować i udostępniać dla celów niekomercyjnych zasoby dziedzictwa kulturowego. Zdaniem KRRiT idea ta stanowi odpowiedź na oczekiwania społeczne dotyczące dostępu do zbiorów archiwalnych instytucji kultury i mediów publicznych.

Ważną kwestią z pakietu propozycji dotyczących modernizacji unijnych przepisów o prawie autorskim jest przyjęte w czerwcu 2017 r. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie transgranicznego przenoszenia na rynku wewnętrznym usług online w zakresie treści, którego celem jest zapewnienie konsumentom możliwości korzystania z usług online w zakresie dostępu do treści (w tym muzycznych i audiowizualnych) także podczas czasowego pobytu w innym państwie członkowskim UE niż państwo stałego pobytu abonenta. Dotyka to problemu tzw. geoblokowania, czyli ograniczania dostępu do treści lub usług online, nakładanego przez usługodawców na użytkowników z różnych regionów geograficznych.

Zniesienie geoblockingu nie może prowadzić do tzw. dyskryminacji cenowej, polegającej na tym, że np. konsument polski będzie miał wprawdzie dostęp do ww. dóbr podobnie jak konsument brytyjski, ale sztywna cena za dostęp nieuwzględniająca różnej siły nabywczej pieniądza w różnych krajach, uniemożliwi mu w praktyce skorzystanie z dobrodziejstwa zniesienia ograniczeń.

Kolejnym problemem, który pojawia się w tle funkcjonowania transgranicznej, swobodnej dostępności do wszelkich treści online, jest kwestia licencji wieloterytorialnych. Funkcjonujące obecnie w Unii Europejskiej zasady licencjonowania mają charakter krajowy, natomiast propozycje Komisji Europejskiej zmierzają do wprowadzenia możliwości uiszczania opłat z tytułu korzystania z przedmiotu praw na określonych polach eksploatacji w odniesieniu do kilku terytoriów krajowych, w jednym miejscu (*one stop shop*).

Krytycy takiego rozwiązania podnoszą, że czym innym jest terytorializm prawa autorskiego (prawo obowiązuje na terenie kraju, w którym powstaje utwór), a czym innym terytorialne ograniczenia licencyjne (autor utworu ma prawo zdecydować, gdzie będzie rozpowszechniany jego utwór).

Istnieje zagrożenie, że na transgranicznej, szerokiej dostępności do wszelkich treści online najbardziej skorzystają wielcy pośrednicy internetowi, serwisy społecznościowe i portale wymiany treści typu YouTube, którzy nie będą musieli nabywać licencji w różnych krajach, a będą mogli uzyskać licencję na wszystkie kraje UE.

Osobną kwestią jest cena licencji paneuropejskich oraz niezbywalne prawo autorów do wynagrodzenia za eksploatację utworów w Internecie, bez którego twórcy nie będą w stanie tworzyć kultury na odpowiednio wysokim poziomie. Ich miejsce mogą zająć treści o znacznie ograniczonych walorach artystycznych.

Szerokie eksploatowanie utworów przez wspomnianych pośredników internetowych nie wiąże się, jak dotąd, z kwestią odpowiedzialności za filmy umieszczane przez użytkowników, co stanowczo podnosiły organizacje twórcze. Komisja Europejska nie zdecydowała się na zredukowanie istniejących wyłączeń od odpowiedzialności tychże pośredników i na zobowiązanie ich do zawierania umów licencyjnych z właścicielami filmów udostępnianych przez użytkowników.

W stanowisku dotyczącym projektu ustawy o zbiorowym zarządzaniu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi, przygotowywanym przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wskazała, że ustawa wprowadza ogólne zasady zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi, którymi powinny kierować się organizacje zbiorowego zarządzania.

Zasady te stanowią po części implementację *Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/26/UE z dnia 26 lutego 2014 r. w sprawie zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi oraz udzielania licencji wieloterytorialnych dotyczących praw do utworów muzycznych do korzystania online na rynku wewnętrznym*, a w części - kontynuację i uporządkowanie przepisów dotyczących zbiorowego zarządu, określonych w rozdziale 12 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Przewidywane zmiany prawne w innych obszarach

Do przewidywanych działań i zmian w najbliższych latach na najważniejszych forach międzynarodowych należy zaliczyć:

- na forum Unii Europejskiej: przyjęcie European Accessibility Act (Europejski Akt Dostępności), rewizja pakietu dyrektyw telekomunikacyjnych oraz modernizacja prawa autorskiego w tym przyjęcie Dyrektywy w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym;
- na forum Rady Europy: przyjęcie nowych zaleceń Komitetu Ministrów Rady Europy dotyczących pluralizmu mediów i przejrzystości własności w mediach, roli i odpowiedzialności pośredników internetowych, a także studiów na temat: używania Internetu podczas kampanii wyborczych oraz badania sposobu relacjonowania wyborów w mediach ze szczególnym uwzględnieniem równości płci. Kontynuowane będą prace nad Strategią Rady Europy w zakresie zarządzania Internetem w kontekście m.in. przestrzegania podstawowych wartości demokratycznych, w tym wolności słowa, ochrony użytkowników sieci, w tym małoletnich, przeciwdziałania mowie nienawiści, pogłębiania kompetencji medialnej;
- na forum Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO): przyjęcie nowego traktatu o ochronie organizacji nadawczych oraz kontynuacja prac nad nowym podejściem do wyjątków i ograniczeń praw autorskich;
- na forum UNESCO: organizacja Forum WSIS (Światowy Szczyt na rzecz Społeczeństwa Informacyjnego) oraz realizacja Planu działania WSIS w kontekście implementacji celów zrównoważonego rozwoju (Agenda Zrównoważonego Rozwoju 2030) pod kątem roli technologii informacyjno-komunikacyjnych. Z punktu widzenia audiowizualnego, szczególną rolę odgrywa w tym zakresie realizacja działań dotyczących dostępu do informacji i wiedzy (Działanie C3 WSIS Action Lines), różnorodności i tożsamości kulturowej oraz różnorodności językowej i treści lokalnych (Działanie C8), mediów (Działanie C9) oraz etyki w społeczeństwie informacyjnym (C10).

Dokumentami międzynarodowymi o istotnym znaczeniu dla działalności KRRiT są:

- Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej z dnia 5 maja 1989 r. (Dz.U. z 1995 r. nr 32, poz. 160) oraz Protokół Poprawek do Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej z dnia 9 września 1998 r. (Dz.U. z 2004 r., nr 28, poz. 250);

- Europejska Karta Języków Regionalnych i Mniejszościowych z dnia 5 listopada 1992 r. (Dz.U. 2009 r., nr 137, poz. 1121);
- Konwencja Organizacji Narodów Zjednoczonych o prawach osób niepełnosprawnych z dnia 13 grudnia 2006 r. (Dz.U. z 25.10.2012 r., poz. 1169);
- Zalecenie Komitetu Ministrów Rady Europy z dnia 10 lipca 2013 r. dotyczące równości płci oraz mediów (*Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media*);
- Deklaracja Komitetu Ministrów Rady Europy z dnia 11 lutego 2009 r. dotycząca roli mediów środowiskowych w promowaniu spójności społecznej i międzykulturowego dialogu (*Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*).

Celem współtworzenia i implementacji europejskiej polityki audiowizualnej jest uzyskanie wpływu na kształt unijnej polityki i przepisów na etapie ich tworzenia w instytucjach Unii Europejskiej. Krajowa Rada uznaje zatem za swój obowiązek uczestniczenie w tym procesie albo, gdy dysponuje stosownymi upoważnieniami, jako przedstawiciel Polski wspierający pracę rządu, albo jako samodzielny uczestnik merytoryczny w branżowych forach międzynarodowych.

Działalność międzynarodowa KRRiT odbywa się na kilku poziomach:

- Unii Europejskiej;
- Rady Europy;
- Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA);
- Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF);
- Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (EOA);
- Światowego forum na rzecz radia cyfrowego (WorldDMB);
- współpracy bilateralnej oraz kontaktów roboczych z poszczególnymi organami regulacyjnymi i innymi instytucjami właściwymi w sprawach usług medialnych.

W Unii Europejskiej KRRiT uczestniczy w pracach Europejskiej Grupy Regulatorów ds. Audiowizualnych (ERGA), której członkami są szefowie organów regulacyjnych państw członkowskich UE. Grupa została powołana w 2014 r. decyzją Komisji Europejskiej, a obecne prace nad nowelizacją Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych idą w kierunku umocowania w tym akcie istnienia Grupy oraz dookreślenia jej roli. Dotychczas

głównym celem ERGA jest doradzanie Komisji Europejskiej w sprawach dotyczących mediów elektronicznych oraz ułatwianie współpracy między członkami tej Grupy. Członkowie dwukrotnie w ciągu roku spotykają się na posiedzeniach plenarnych, a bieżące prace eksperckie Grupy realizowane są w ramach roboczych podgrup, w skład których wchodzi wyznaczeni przedstawiciele Biura KRRiT.

KRRiT bierze także udział w pracach Komitetu Kontaktowego ds. Dyrektywy AUM oraz Grupy roboczej ds. audiowizualnych (tzw. Grupa AUDIO) wspierając działania polskiego rządu w wypracowaniu rozwiązań i stanowisk z zakresu polityki audiowizualnej korzystnych dla państwa polskiego.

W Radzie Europy KRRiT od wielu lat aktywnie uczestniczy w pracach Komitetu Zarządzającego ds. Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego (CDMSI) oraz w pracach powoływanych *ad hoc* komitetów ekspertów (np. Komitetu ekspertów ds. pluralizmu mediów i przejrzystości własności mediów (MSI-MED)).

Krajowa Rada bierze również udział w pracach Stałego Komitetu ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych (SCRR) działającego w strukturach Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO), w szczególności w związku z pracami nad projektem nowego traktatu WIPO o ochronie organizacji nadawczych, który podwyższyłby standardy ochrony nadawców na forum międzynarodowym.

KRRiT jest aktywnym członkiem Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA) zrzeszającej 52 organy regulacyjne oraz regionalnego Forum Organów Regulacyjnych Europy Centralnej (CERF), grupującego organy regulacyjne Chorwacji, Czech, Polski, Rumunii, Serbii, Słowacji, Słowenii i Węgier. Udział w obu gremiach to forma integracji i wymiany informacji oraz doświadczeń między organami regulacyjnymi, stanowiąca praktyczną realizację procesu konsultacji w duchu motywu 66 preambuły i art. 23b Dyrektywy AUM.

Krajowa Rada jest też przedstawicielem Polski w Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym (EOA) - europejskiej instytucji publicznej, której celem jest gromadzenie i analiza informacji na temat rynku audiowizualnego. Od 2013 r. KRRiT jest też członkiem World DMB, organizacji działającej na rzecz wdrażania radiowej emisji cyfrowej na świecie.

Na forum krajowym przedstawiciele KRRiT biorą udział w pracach:

- Polskiego Komitetu Programu Informacja dla Wszystkich (IFAP) UNESCO;
- Rady Języka Polskiego, Polskiej Rady Języka Migowego;
- Komisji Wspólnej Rządu i Mniejszości Narodowych i Etnicznych;
- Międzyresortowego Zespołu Koordynacyjnego Narodowego Programu Zdrowia;

- Rady ds. Diety, Aktywności Fizycznej i Zdrowia, a po przekształceniu – Zespołu ds. nowelizacji ustawy Prawo Farmaceutyczne i innych ustaw;
- Zespołu Kryzysowego w Ministerstwie Edukacji Narodowej w sprawie wypracowania spójnych rozwiązań na rzecz bezpieczeństwa dzieci i młodzieży w Internecie;
- Zespołu Roboczego w Ministerstwie Cyfryzacji w sprawie przygotowania Polski do Światowej Konferencji Radiokomunikacyjnej w Genewie w 2019 roku;
- Zespołu w Ministerstwie Cyfryzacji do spraw wypracowania rozwiązań prawnych regulujących działalność portali społecznościowych;
- Zespołu w Ministerstwie Cyfryzacji do spraw projektu ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa;
- Zespołu Roboczego w Ministerstwie Spraw Zagranicznych współpracującego z Zespołem do spraw Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w zakresie dotyczącym Trybunału oraz Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności;
- Zespołu Roboczego w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej do spraw opracowania rozwiązań w zakresie poprawy sytuacji osób niepełnosprawnych i członków ich rodzin;
- Zespołu Roboczego w Ministerstwie Zdrowia do spraw uregulowania reklamy leków, suplementów diety i innych środków spożywczych oraz wyrobów medycznych;
- Parlamentarnego Zespołu do spraw zdrowia publicznego, Wspólnej Komisji Orzekającej w sprawach o naruszenie dyscypliny finansów publicznych.

Załącznik nr 4. Sytuacja finansowa mediów publicznych w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej

Od 2008 roku przychody z opłat abonamentowych, które powinny stanowić główne źródło finansowania zadań publicznych przez TVP SA, PR SA i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia systematycznie spadają. W Polsce jest ok 13,6 mln gospodarstw domowych, a według danych GUS, około 97% tj. 13,2 mln z nich jest wyposażonych w odbiorniki telewizyjne.

Prawie połowa gospodarstw (49,3%) uchyla się jednak od obowiązku wnoszenia opłaty abonamentowej. Wśród osób, które zarejestrowały odbiorniki, ponad połowa (52,2%) jest zwolniona z wnoszenia abonamentu.

Większość zwolnień w 2016 r. nastąpiła z tytułu ukończenia 75 roku życia (45% zwolnionych), orzeczenia I grupy inwalidztwa (22%) oraz ze względu na dochód nieprzekraczający połowy przeciętnego wynagrodzenia⁸¹ w przypadku osób, które ukończyły 60 lat i posiadają prawo do emerytury (20%).

Pozostałe 13% to osoby, które mają prawo do korzystania ze świadczeń pomocy społecznej⁸², świadczeń rodzinnych⁸³, bezrobotne⁸⁴, posiadające prawo do zasiłku przedemerytalnego⁸⁵ lub świadczenia przedemerytalnego⁸⁶, otrzymujące zasiłek dla opiekuna⁸⁷.

⁸¹ Ogłoszonego przez Prezesa ZUS.

⁸² Z tytułu ustawy z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej.

⁸³ Spełniające kryteria dochodowe, określone w ustawie z dnia 28 listopada 2003 r. o świadczeniach rodzinnych.

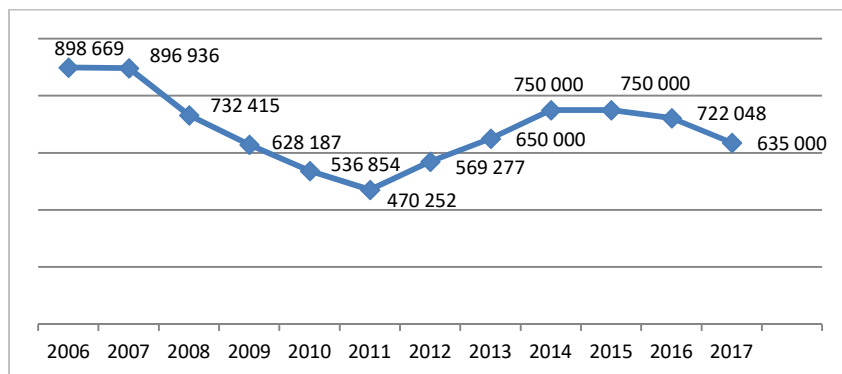
⁸⁴ Osoby, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy) określonego w ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy).

⁸⁵ Określonego w ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

⁸⁶ Określonego w ustawie z dnia 30 kwietnia 2004 r. o świadczeniach przedemerytalnych.

⁸⁷ Określony w ustawie z dnia 4 kwietnia 2014 r. o ustaleniu i wypłacie zasiłków dla opiekunów.

Środki z rachunku bankowego KRRiT przekazane spółkom radiofonii i telewizji w latach 2006-2017 (w tys. zł).



Źródło: KRRiT

Zwiększenie przychodów abonamentowych w latach 2011-2014 wynikało z intensyfikacji działań związanych z egzekucją zaległych należności oraz z poborem kar za niezarejestrowanie odbiorników. Na 2017 r. KRRiT prognozuje dalsze ograniczenie wpływów z abonamentu.

Niewydolność obecnego systemu finansowania wpływa nie tylko na media publiczne, ale także na inne sektory. Obliczenia przeprowadzone na zlecenie KRRiT wykazały, że każda złotówka z abonamentu generuje 2,42 zł dochodu narodowego poprzez uruchomienie lub intensyfikację pracy przedsiębiorstw produkcyjnych w innowacyjnych gałęziach gospodarki (przemysł audiowizualny, Internet) oraz towarzyszących im usługach⁸⁸.

Systemy poboru abonamentu/opłaty audiowizualnej w krajach Unii Europejskiej ulegają zmianom. Abonament radiowo-telewizyjny utracił swoje znaczenie jako opłata publiczna ustanowiona przez Państwo w zupełnie innych realiach technologiczno-kulturowych. Nowe modele finansowania mediów publicznych opierane są na założeniu powszechnej, masowej, a także indywidualnej dostępności treści audiowizualnych, nieograniczonej miejscem czy czasem odbioru.

Powiązanie poboru abonamentu z użytkowaniem odbiorników, na podstawie zgłoszenia lub rejestracji, występuje w Europie już tylko w Austrii, Szwecji, Wielkiej Brytanii, Irlandii i na Cyprze. W związku z systematycznie malejącymi przychodami, wynikającymi z uchylania się od obowiązku rejestracji, w Wielkiej Brytanii i w Irlandii trwa obecnie ożywiona dyskusja na temat kierunku, w jakim model ten powinien ewoluować.

⁸⁸ Rafał Kasprzak, Kamon Consulting, *Oszacowanie ekonomicznego oddziaływania abonamentu RTV*, marzec 2013 r.

W większości krajów europejskich uznano, że powszechność dostępu do mediów i wielość urzędzeń do ich odbioru uzasadnia domniemanie, iż wszyscy obywatele mogą korzystać z treści wytworzonych przez media publiczne. Na takim założeniu opierają się systemy poboru opłat audiowizualnych w Belgii, Chorwacji, Danii, Finlandii, Francji, Grecji, Holandii, Niemczech oraz Portugalii.

Większość z tych systemów funkcjonuje w oparciu o zaangażowanie struktur Państwa w pobór opłat. Są to organy administracji państwowej (odpowiadające za pobór podatku osobistego - Belgia, Finlandia, Holandia, Chorwacja) lub samorządowej (odpowiadające za pobór opłaty od nieruchomości - Francja, Belgia lub dokonujące meldunku - Austria, Niemcy). Systemy te są bardzo skuteczne, a jednocześnie niskie koszty ich funkcjonowania nie obciążają budżetów nadawców publicznych.

W takich krajach jak: Czechy, Grecja, Portugalia, Włochy system abonamentowy powiązany jest z poborem energii elektrycznej. W niektórych z tych krajów dostawcy energii zostali zobowiązani do naliczania opłaty abonamentowej i jej przyjęcia (np. Włochy, Portugalia, czy Grecja). W Czechach bazy zawierające dane odbiorców prądu służą do identyfikacji płatników. Od czasu demonopolizacji przemysłu energetycznego i odejścia od monopolu państwa w tym obszarze, nastąpił znaczny spadek przychodów abonamentowych.

Niektóre państwa w ogóle odstąpiły od pozyskiwania daniny na rzecz mediów publicznych, decydując się na utrzymywanie działalności nadawców z pieniędzy pochodzących z budżetu - są to Litwa, Bułgaria, Rumunia, częściowo Hiszpania, Słowacja i Węgry. Media publiczne w tych krajach utraciły na znaczeniu i znajdują się w trudnej sytuacji finansowej. Rodzi to również problem z zależnością polityczną od parlamentów i rządów, które decydują o wysokości finansowania.

Niekiedy ustawodawcy decydują się na nałożenie na uczestników rynku audiowizualnego (nadawców i operatorów) specjalnych opłat z przeznaczeniem na dofinansowanie mediów publicznych - Francja, Hiszpania. Nie jest to jednak stabilna i przewidywalna forma pozyskiwania środków i wywołuje duże kontrowersje wśród przedsiębiorców. To rozwiązanie jest jednak możliwe wyłącznie w sytuacji, gdy media publiczne nie prowadzą działalności reklamowej lub prowadzą ją w znacznie ograniczonym stopniu.

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że tylko na Malcie i w Polsce działalność reklamowa jest głównym źródłem przychodów nadawców publicznych. Całkowity zakaz nadawania reklamy obowiązuje w Hiszpanii, Szwecji i Wielkiej Brytanii oraz w niektórych programach w Czechach i Niemczech. Reklama w bardzo ograniczonym wymiarze dopuszczona jest na Słowacji - 0,5%, w pozostałych programach w Czechach - 0,5% i w Niemczech - 1,39%. Reszta krajów ogranicza reklamę w mediach

publicznych, tak aby nie przekraczała połowy czasu dobowego dostępnego nadawcom komercyjnym: Francja 9%, Portugalia 10%. Tylko Węgry i Rumunia dopuszczają większą aktywność reklamową w programach publicznych ok. 13%.

Chcąc ustalić, jaka powinna być wysokość finansowania mediów publicznych w Polsce, aby z jednej strony zapewnić im możliwość realizacji misji, a z drugiej strony zdecydowanie ograniczyć komercyjny charakter ich działalności, warto odnieść się do niektórych danych makroekonomicznych:

Nakłady na media publiczne w krajach europejskich:

Wskaźnik	UE	POLSKA
PKB	0,1 – 0,3%	0,04%
Koszyk świadczeń publicznych: zdrowie, obrona, bezpieczeństwo, edukacja, kultura, ubezpieczenia społeczne	29,8 %	26,1%
Edukacja i kultura	2,29%	0,49%
Średnie wynagrodzenie	0,16%	0,52%

Wartość finansowania mediów publicznych w odniesieniu do PKB w Polsce w porównaniu z innymi krajami UE jest bardzo niska. Porównywalna jest natomiast wartość tych nakładów w odniesieniu do tzw. koszyka świadczeń publicznych. W stosunku do wydatków państw UE na edukację i kulturę przychody abonamentowe w Polsce to mniej niż 1/5 tego, czym dysponują media publiczne w Europie. Abonament w Polsce jest wysoki w porównaniu z opłatami audiowizualnymi w innych krajach i stanowi obciążenie trzykrotnie wyższe, biorąc pod uwagę średnie wynagrodzenie na mieszkańca.

W grudniu 2015 roku KRRiT, prezentując analizę *Nowy model funkcjonowania mediów publicznych*⁸⁹, zaproponowała przyjęcie systemu składki audiowizualnej pobieranej od płatników podatku dochodowego (PIT) oraz osób ubezpieczonych w KRUS, a także od przedsiębiorców wnoszących podatek CIT. Model ten pozwala nie tylko na istotne obniżenie kosztów poboru składki audiowizualnej, lecz także na znaczne jej obniżenie, ze względu na swoją skuteczność oraz powiązanie z operacjami wykonywanymi w celu egzekucji innych danin, takich jak: składka na ubezpieczenie społeczne rolników, składka zdrowotna i składka na fundusze emerytalne.

⁸⁹ Opracowanie KRRiT, Warszawa, 1 grudnia 2015 roku.

Model ten nadal wydaje się być najbardziej korzystnym rozwiązaniem, biorąc pod uwagę doświadczenia związane z dotychczasowymi próbami oparcia systemu finansowania mediów publicznych o inne metody:

- oparcie systemu na identyfikacji płatnika jako właściciela nieruchomości mieszkalnej lub siedziby przedsiębiorstwa⁹⁰ - brak ujednoliconej formy prowadzenia rejestrów przez prawie 2,5 tys. gmin w Polsce;
- pobór opłaty za pośrednictwem dostawców energii elektrycznej⁹¹ - duża liczba (172) przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą⁹²;
- uzyskanie danych o osobach, które zawarły umowę z dostawcami płatnej telewizji⁹³ - duża liczba podmiotów (ok. 500) oraz wysokie koszty obsługi systemu wymagającego wypłaty rekompensat za powierzone zadania ustawowe nie tylko dla operatorów satelitarnych i kablowych, ale również dla operatora wyznaczonego - Poczty Polskiej.

KRRiT dokonała wstępnego oszacowania wysokości miesięcznej składki audiowizualnej dla osób fizycznych (w tym również prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą - w wysokości 8,33 zł oraz zróżnicowaną w zależności od wysokości rocznego obrotu składkę od przedsiębiorców: obrót do 200 tys. euro - 24,99 zł, od 200 tys. do 1 200 tys. euro - 41,65 zł i ponad 1 200 tys. euro - 66,64 zł⁹⁴. W szacunkach tych nie uwzględniono 9 399 organizacji pożytku publicznego, które zgodnie z założeniami byłyby zwolnione z obowiązku wnoszenia opłaty abonamentowej.

W omawianej koncepcji przewiduje się utrzymanie tytułów do zwolnień ze składki audiowizualnej dla:

- osób niesłyszących i niewidomych;
- osób, które ukończyły 75 rok życia;
- osób z innymi niepełnosprawnościami lub otrzymujących różne formy rent i emerytur oraz zasiłków.

Procent zwolnionych ze składki nie powinien przekroczyć 10% zobowiązanych do wnoszenia daniny.

⁹⁰ Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego – *Koncepcja Zasad Finansowania Mediów Publicznych* (Opracowana koncepcja nie stanowiła założeń projektu ustawy w rozumieniu § 1a Regulaminu Pracy Rady Ministrów) z 2014 roku.

⁹¹ Poselski projekt ustawy o składce audiowizualnej z kwietnia 2015 roku Nr. Druku 443.

⁹² Według *Sprawozdania Prezesa Urzędu Energetyki za 2016 rok* na rynku działa 5 dużych operatorów systemów dystrybucyjnych dokonujących jednocześnie sprzedaży energii do odbiorców końcowych oraz 167 przedsiębiorstw obrotu energią elektryczną, dla których nie zawsze jest to jedyna forma działalności.

⁹³ Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o opłatach abonamentowych oraz zmianie innych ustaw druk nr 1587 z maja 2017 roku.

⁹⁴ Dane do kalkulacji zostały przyjęte na podstawie informacji przekazanych przez Ministerstwo Sprawiedliwości i Ministerstwo Finansów za rok 2015.

Wpływy ze składki audiowizualnej przy tych założeniach powinny wynosić ok. 2,5 mld zł rocznie, po uwzględnieniu rekompensaty związanej w realizacją jej poboru przez Ministerstwo Finansów, w wysokości ok. 2% od przychodów tj. ok. 50 mln.

Środki w szacowanej wysokości pozwoliłyby na pokrycie kosztów realizacji zadań przez media publiczne na poziomie gwarantującym wysoką jakość tworzonych treści, rozwój technologiczny, dostępność bezpłatnej oferty na wszystkich platformach oraz zdecydowane ograniczenie działalności reklamowej do 3% dobowego czasu nadawania programu (przy obecnym 20% udziale reklamy).

Załącznik nr 5. Stan rozwoju cyfrowej telewizji naziemnej oraz cyfrowego radia

Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej

Naziemna telewizja cyfrowa, bardzo popularna platforma dostępu do treści audiowizualnych, oferuje obecnie 23 programy bezpłatne w trzech multipleksach (MUX1, 2 i 3) w paśmie UHF (470 - 790 MHz) oraz 12 programów w tym paśmie w jednym multipleksie płatnym (MUX4). W roku 2016 uruchomiono 4 programy bezpłatne w paśmie VHF (170 - 230 MHz) w tzw. multipleksie MUX8.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kilkakrotnie wyrażała stanowisko, że zachowanie pełnego zakresu częstotliwości 470 – 790 MHz dla telewizji leży w szerokim pojętym interesie społecznym zarówno polskich odbiorców programów TV, jak również polskich przedsiębiorców. Postulowano przeznaczenie drugiej dywidendy cyfrowej, uwolnionej po wyłączeniu w Europie telewizji analogowej, na dalszy rozwój i zakończenie rozpoczętego w 2010 r. procesu cyfryzacji naziemnej telewizji cyfrowej. Oczekiwania społeczne dotyczyły bowiem nie tylko rozszerzenia oferty programowej lecz również powszechnego wprowadzenia telewizji wysokiej rozdzielczości HDTV.

Warunki zakończenia procesu cyfryzacji telewizji naziemnej

W przyjętej przez Sejm w 2010 r. ustawie o wdrażaniu naziemnej telewizji cyfrowej planowano, w oparciu o ustalenia Planu cyfrowego GE06, budowę, w paśmie częstotliwości 470 - 790 MHz, sześciu multipleksów ogólnokrajowych. Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) w sprawie zwolnienia dla potrzeb usług telekomunikacyjnych 5G tzw. pasma 700 MHz oznacza konieczność podzielenia, pomiędzy 6 ogólnokrajowych multipleksów telewizji naziemnej, mniejszych zasobów widma radiowego. Byłoby to możliwe po rekonfiguracji i optymalizacji sieci nadawczych poszczególnych multipleksów i przejściu na bardziej wydajną technikę transmisji sygnałów oraz kodowania obrazu: DVB-T2/HEVC (*High Efficiency Video Coding*).

Problem nadawców MUX8

W przewidywaniu utraty części pasma UHF w związku ze spożytkowaniem drugiej dywidendy cyfrowej na szerokopasmowe usługi mobilne, KRRiT zdecydowała w 2015 r. o wykorzystaniu istniejących w Planie GE06 zasobów częstotliwości w paśmie VHF (174 - 230 MHz) na budowę ogólnokrajowego multipleksu telewizyjnego (MUX8). Jedną część pojemności (3/7) zarezerwowano dla Telewizji Polskiej SA, w drugiej znalazły się 4 programy nadawców niepublicznych, wyłonione w drodze konkursu koncesyjnego.

Uruchamianie tego multipleksu zakończyło się w połowie 2017 r. Na skutek decyzji Telewizji Polskiej SA, MUX8 wypełniony jest tylko w części, co niesie negatywne skutki finansowe zarówno po stronie operatora multipleksu (konieczność utrzymania w działaniu całego systemu przy połowicznym obciążeniu i wpływach), jak i nadawców (małe przychody z reklamy wobec małej oglądalności).

Naziemna radiofonia cyfrowa

Dalszy rozwój radiofonii w Polsce z wykorzystaniem pasma UKF nie jest możliwy ze względu na wyczerpanie zasobów częstotliwości oraz na zakłócenia nowo uruchamianymi nadajnikami stacji już istniejących, co w efekcie skutkuje pogorszeniem jakości odbioru. Oferta programów radiowych w mniejszych miejscowościach jest zdecydowanie uboższa w porównaniu z liczbą programów rozpowszechnianych na terenie większych miast.

W wielu krajach europejskich radiofonia cyfrowa rozwija się niezwykle dynamicznie, a najpopularniejszym standardem radia cyfrowego jest standard DAB/DAB+. Norwegia przeprowadziła w 2017 r. proces wyłączenia emisji analogowej, w 2019 r. rozpoczęcie wyłączenia planuje Dania, a w roku 2020 Szwajcaria.

W *Zielonej Księdze cyfryzacji radia w Polsce*⁹⁵ wskazano również na standard DAB+, jako oferujący szerokie możliwości dla nadawców i słuchaczy, a także najbardziej rozpowszechniony w Europie. W celu zapewnienia warunków do rozszerzenia zasięgu nadawania istniejących programów oraz umożliwienia powstawania programów nowych, w szczególności lokalnych, uznano konieczność wykorzystania częstotliwości przeznaczonych dla radiofonii cyfrowej DAB, uzgodnionych międzynarodowo w ramach Planu GE06, przyjętego przez Regionalną Konferencję Radiokomunikacyjną w 2006 r. w Genewie.

⁹⁵ *Zielona Księga cyfryzacji radia w Polsce*, opracowanie KRRiT, marzec 2016.

Radiofonia publiczna

Po kilku latach prób technicznych, z dniem 1 października 2013 r. Polska rozpoczęła emisję stałą radia cyfrowego w standardzie DAB+ ⁹⁶. Inicjatorem przekształcenia emisji testowej w emisję stałą było Polskie Radio SA, które w porozumieniu z regionalnymi rozgłościami radia publicznego opracowało etapowy plan wdrażania emisji cyfrowej do 2020 r.

Podstawową przyczyną rozpoczęcia etapu cyfryzacji radiofonii w sektorze publicznym były:

- potrzeba wypełnienia zapisu ustawy o radiofonii i telewizji o konieczności dotarcia z programami ogólnokrajowymi radia publicznego do wszystkich obywateli, a także pełnego pokrycia obszarów „obsługiwanych” przez poszczególne rozgłoszenie regionalne,
- spodziewane w przyszłości oszczędności w kosztach emisji cyfrowej po wyłączeniu emisji analogowej (szacowane na poziomie 20% - 25% dotychczasowych kosztów).

W multipleksie cyfrowym radia publicznego zaplanowano emisję 10 programów ogólnokrajowych: 4 nadawanych równoległe analogowo (w tzw. *simulcast*) i 6 nadawanych wyłącznie cyfrowo. W poszczególnych regionach planowano emisję po jednym programie regionalnym nadawanym równoległe analogowo i po jednym programie oryginalnym – wyłącznie cyfrowym.

Do końca 2015 r., zgodnie z wcześniej przyjętym harmonogramem, uruchomiono stacje nadawcze w miastach – siedzibach rozgłoszeń regionalnych uzyskując pokrycie ludnościowe ok. 56%. Oferta programowa to: 4 programy ogólnokrajowe emitowane również w wersji analogowej, 4 programy ogólnokrajowe w wersji wyłącznie cyfrowej, 17 programów regionalnych przeniesionych z wersji analogowej, 4 regionalne programy wyłącznie cyfrowe.

Począwszy od 2016 r. Polskie Radio SA zaniechało, ze względów ekonomicznych, uruchamiania dodatkowych programów cyfrowych, a także działalności informacyjno-promocyjnej, popularyzującej nowy standard nadawania. Rozstrzygnięty w 2017 r. przetarg na przedłużenie o kolejne 2 lata usług emisyjnych DAB+ nie skutkuje powiększeniem zasięgu technicznego.

⁹⁶ Digital Audio Broadcasting w wersji Plus, standard podstawowy EN 300 401 z późniejszymi zmianami.

Radiofonia komercyjna

Radiofonia komercyjna w Polsce to przede wszystkim trzy programy ogólnokrajowe oraz 14 programów ponadregionalnych, skupionych wokół 4 głównych grup radiowych: RMF FM, Eurozet, Agora i Time (Radio Eska).

Cyfrowa radiofonia lokalna

W skonstruowanym dla potrzeb programów ogólnokrajowych planie multipleksów obszary rezerwacji częstotliwości są zbyt duże z punktu widzenia zasięgu stacji lokalnych. W *Zielonej księdze cyfryzacji radia w Polsce*, zaproponowano dwa warianty rozwiązania tego problemu. Urząd Komunikacji Elektronicznej zdecydowanie odrzucił wariant A, polegający na podziale planowanych obszarów rezerwacji na mniejsze, uznając go za nieoptymalny i trudny do realizacji. Realizując wariant B UKE dokonał doboru nowych bloków częstotliwości małej mocy spoza Planu GE06 we wskazanych w *Zielonej księdze* lokalizacjach.

Załącznik nr 6. Podsumowanie konsultacji społecznych w sprawie przyjęcia przez KRRiT kierunków strategicznych prac w latach 2017-2022

Konsultacje społeczne projektu *Strategii Regulacyjnej KRRiT na lata 2017-2022* ogłoszone na stronie internetowej Krajowej Rady oraz w Biuletynie Informacji Publicznej trwały w okresie 14.02-16.03.2017 roku. Pisemne zaproszenie do udziału w konsultacjach zostało również skierowane do 39 podmiotów (instytucje, urzędy, ministerstwa, organizacje, operatorzy, nadawcy i dostawcy audiowizualni).

Łącznie otrzymano 37 stanowisk konsultacyjnych, z czego:

- 3 od ministerstw/organów regulacyjnych: Ministerstwo Cyfryzacji, UKE i UOKiK;
- 13 od nadawców i operatorów, w tym 2 od przedstawicieli mediów publicznych (TVP SA i Radio Opole) oraz TVN SA, Telewizja Puls, ATM Grupa, ITI Neovision, Cyfrowy Polsat, Agora SA, ZPR Media, Kino Polska, Mediasat (Tele 5), wspólne stanowisko Grupy Radiowej Agory, Eurozet, Grupy RMF i Time SA, Pakiet Niezależnych;
- 1 od operatora technicznego naziemnej radiofonii i telewizji (EmiTel);
- 10 od organizacji branżowych: PIKE, KIGEiT, Związek Pracodawców Prywatnych Mediów Lewiatan, IAB, Stowarzyszenie Rada Reklamy, KIPA, PIRC, PIIT, ZPMEiT MEDIAKOM, Stowarzyszenie Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne;
- 1 od instytutu badawczego;
- 1 od przedstawiciela organizacji pozarządowych (Fundacja Widzialni);
- 2 od niezależnych ekspertów (dr Jan Beliczyński z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Paweł Tutka - ekspert ds. rozwoju telewizji interaktywnej i telewizji hybrydowej);
- 1 zbiorcze stanowisko grupy niezależnych ekspertów AKCES, podpisane przez 5 ekspertów ds. dostępności dla osób niepełnosprawnych;
- 5 od osób prywatnych.

Kilkunastu respondentów zgłosiło postulaty poszerzenia kierunków strategicznych prac KRRiT na lata 2017-2022 o inne, niekonsultowane przez KRRiT obszary, takie jak: zmiana zasady *must carry/must offer* (różne propozycje), włączenie KRRiT do walki z piractwem w Internecie, dokonanie przeglądu regulacji w sprawie ważnych wydarzeń czy poprawa dostępności usług audiowizualnych dla osób niepełnosprawnych.

1. Naziemna telewizja i radiofonia cyfrowa

Konsultowane zagadnienia:

- **HD jako obowiązujący standard w DVB-T; propozycja zestawienia oferty programowej NTC bez zmian; MUX5 jako pierwszy MUX wyłącznie w HD; warunki techniczne dla odbiorników telewizyjnych; DVB-T nadal bezpłatna;**
- **ograniczenia techniczne UKF; zasoby DAB+; multipleksy lokalne w dużych miastach; dalszy rozwój oferty programów cyfrowych; migracja programów analogowych do DAB+; warunki techniczne dla radiowych odbiorników cyfrowych.**

Podsumowanie dot. naziemnej telewizji cyfrowej

Zaobserwować można zgodność co do wprowadzenia DVB-T2 (z HEVC), choć widoczna jest obawa, czy wyznaczony przez KRRiT termin (do 2022 roku) jest realny. Wątpliwości te wiążą się ze społecznymi kosztami takiej zmiany (konieczność przystosowania telewizorów do odbioru nowego standardu), które mają być poniesione przez odbiorców w stosunkowo niedługim czasie po analogowym *switch off*. Jako ważny argument pojawia się także potrzeba przeprowadzenia tzw. *refarmingu* kanałów obecnie wykorzystywanych do nadawania w DVB-T w celu ich zwolnienia dla potrzeb tzw. II dywidendy. Stanowisko takie zgodnie prezentuje Minister Cyfryzacji oraz Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

W stanowiskach konsultacyjnych pojawiają się obawy dotyczące koncepcji uruchomienia MUX5 w standardzie DVB-T2 ze względu na brak przystosowania gospodarstw domowych do odbioru w tym standardzie. Nadawcy w szczególności zwracają uwagę na istniejące już problemy z odbiorem sygnału MUX8.

Istnieją różne koncepcje jeśli chodzi o sposób zagospodarowania MUX5. Najdalej idące reprezentuje Minister Cyfryzacji sugerując, by nie uruchamiać tego multipleksu do czasu zakończenia *refarmingu*. Nadawcy obecni w telewizji cyfrowej (poza posiadającymi programy w MUX8) wskazują

na potrzebę umieszczenia w nim programów w HD, ale z zachowaniem dotychczasowego standardu nadawania. Nadawcy z MUX8 postulują, aby MUX5 wykorzystać do celów rozwiązania problemów technicznych wynikających ze specyfiki ich multipleksu. TVP zwraca również uwagę na zachowanie w naziemnej telewizji cyfrowej pasma, które mogłoby służyć nadawaniu eksperymentalnemu. W stanowiskach pojawia się opinia, że ze względu na rozwój technologii, nie należy obecnie określać ani narzucać standardu nadawania DVB-T2 (z HEVC).

Zróznicowane są zdania na temat dalszego rozwoju programowego naziemnej telewizji cyfrowej. Operator techniczny (EmiTel) uważa, że potencjał tego systemu nadawania nie jest jeszcze w pełni wykorzystany (duża liczba wniosków o koncesje na MUX8) oraz, że istnieją nowe podmioty zainteresowane rozpoczęciem działalności. Dotychczasowi nadawcy zwracają uwagę na procesy koncentracji w naziemnej telewizji cyfrowej, a także na wysokie koszty nadawania i produkcji oraz licencji, które wraz z narastającą konkurencją mogą pogorszyć jakość programów.

Respondenci opowiadają się za zachowaniem bezpłatnej oferty programowej w naziemnej telewizji cyfrowej, podobnie jak za wprowadzeniem minimalnych wymagań technicznych dla odbiorników telewizyjnych (Ministerstwo Cyfryzacji deklarowało przygotowanie założeń takiego projektu do końca 2017 roku). Niektórzy zwracają uwagę, że przy tej okazji należałoby także zagwarantować dostępność usługi HbbTV (nie tylko w nadawaniu naziemnym, ale również w wymaganiach dla dekodery satelitarnych i kablowych). Telewizja publiczna zwraca uwagę na konieczność zapewnienia odpowiedniego finansowania ze środków publicznych jej obecności w naziemnej telewizji cyfrowej.

Podsumowanie dot. naziemnej radiofonii cyfrowej

W kwestii zastosowania DAB+ jako możliwości rozwoju radiofonii w Polsce w związku z wyczerpaniem zasobów UKF, respondenci są zgodni, z wyjątkiem nadawców radiowych. Grupy radiowe oraz nadawcy lokalni zrzeszeni w Pakiecie Niezależnych nadal uważają, że DAB+ jest technologią, którą można pominąć w rozwoju radiofonii, przechodząc bezpośrednio na odbiór programów radiowych w Internecie, których wykorzystanie przynosi więcej możliwości. Respondenci zgodnie opowiadają się za koniecznością zachowania emisji analogowej (brak wyznaczonej daty *switch off*).

Pomysł przeznaczenia częstotliwości spoza uzgodnionych w planie Genewa 06 multipleksów radiowych został przyjęty pozytywnie, z wyjątkiem grup radiowych i nadawców lokalnych, którzy zwracają uwagę na ryzyko dla rynku lokalnego, w związku ze wzrostem konkurencji i płytkością rynków reklamowych. Nadawcy lokalni postulują stworzenie programów ochronnych (m.in. dofinansowanie) w procesie cyfryzacji ze względu na wysokie koszty

simulcastu. Duże grupy radiowe akceptują pomysł przeznaczenia multipleksu krajowego, który mógłby posłużyć do rozpowszechniania ich programów cyfrowo, o ile będzie taka konieczność.

Generalnie artykułowana jest potrzeba przyjęcia przez Państwo strategii cyfryzacji radiofonii oraz przygotowania dla niej specjalnej ustawy wdrożeniowej tak, jak miało to miejsce w przypadku naziemnej telewizji. Do tej pory nie powinno się administracyjnie zmuszać nadawców do podjęcia emisji cyfrowej.

Prawie wszyscy postulują przeprowadzenie głębokich analiz rynku radiowego w Polsce i za granicą, które dałyby odpowiedź na to, czy i na jakich warunkach należy wprowadzać DAB+ jako docelowy system nadawania programów radiowych.

Stanowiska konsultacyjne brzmią jednogłośnie w kwestii poparcia dla wprowadzenia minimalnych warunków technicznych dla odbiorników radiowych. Pojawiły się także głosy o potrzebie zachowania możliwości odbioru wszystkich pasm radiowych (fal krótkich, średnich, długich i UKF), a także o zagwarantowaniu w smartfonach obecności radia FM oraz DAB+.

2. Nowe media (Internet)

Konsultowane zagadnienia:

- **zmiany unijnego prawa mediów; równe szanse dla podmiotów polskich i zagranicznych; proporcjonalność w regulacji tradycyjnych i nowych mediów; współpraca podmiotów i instytucji w ramach odpowiedzialności za treści w Internecie.**

Głosy na temat zagadnień związanych z nowymi mediami co do zasady wspierają kierunki wyznaczone przez KRRiIT. Pojawiły się jednak pytania o instrumenty, w szczególności te, które mają zagwarantować wyrównywanie szans i warunków świadczenia usług dla przedsiębiorców polskich i zagranicznych w nowych mediach. Stosunek do regulacji w obszarze nowych mediów w zakresie ochrony małoletnich jest generalnie pozytywny. Respondenci zwracają jednak uwagę na konieczność zachowania odpowiednich proporcji w zakresie nakładania obowiązków na dostawców nowych usług ze względu na specyfikę ich działalności. W tym kontekście pojawiają się także głosy, że należy zadbać o poprawę ochrony własności intelektualnej oraz zintegrować projektowane regulacje z innymi, które dotyczą świadczenia usług drogą elektroniczną. Dla respondentów prawdziwym problemem jest konkurencja z usługami OTT, które i tak nie poddadzą się regulacjom UE.

3. Media publiczne

Konsultowane zagadnienia:

- **doprecyzowanie misji nadawców i kontrola wydawania środków publicznych; otwarty dostęp do dóbr kultury; rozwój i wymiana cyfrowych zasobów; lokalne centra mediów publicznych.**

Wypowiedzi brzmiały zgodnie co do: doprecyzowania misji publicznej w Karcie Powinności oraz przejrzystości i kontroli wydatkowania środków publicznych. Podobnie jest w przypadku poparcia dla wprowadzenia skutecznego poboru opłaty na rzecz tych mediów. Nadawcy komercyjni, zwracają uwagę, że wprowadzeniu nowego systemu poboru opłaty audiowizualnej powinno towarzyszyć ograniczenie obecności reklam w mediach publicznych. Niektórzy uważają, że komercyjna działalność mediów publicznych zagraża konkurencji w mediach. Dostawcy płatnej telewizji i ich organizacje stanowczo protestują przed nałożeniem na nich obowiązków związanych z uszczelnieniem systemu opłat abonamentowych.

Odnosząc się do pomysłu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych (BCMP) i otwartych zasobów, nadawcy komercyjni zwracają uwagę na potrzebę ustalenia uczciwych i niedyskryminujących zasad korzystania z zasobów archiwalnych nadawców publicznych oraz rozwiązań prawnych związanych z tzw. zbiorem użyczonym, tj. archiwami sprzed 1993 r. TVP wskazuje na konieczność zapewnienia odpowiednich środków na BCMP, oczekuje też zachowania odrębności i samodzielności poszczególnych nadawców publicznych, widząc jednak możliwość współpracy programowej. TVP uważa, że BCMP należy rozwijać w kierunku serwisu online. Pojawił się również głos przypominający, że zbiory te powinny być opracowane z uwzględnieniem potrzeb odbiorców niepełnosprawnych. Wszyscy zabierający głos w sprawie rozwoju lokalnych centrów kultury w oparciu o nadawców publicznych poparli ten pomysł, jednak TVP zwraca uwagę na problemy natury finansowej, organizacyjnej i formalnej w przyjęciu tych rozwiązań.

4. Ochrona pluralizmu w mediach

Konsultowane zagadnienia:

- **problem braku ochrony pluralizmu w polskim prawie mediów; określenie pozycji znaczącej; ograniczanie dostępu do reklamy; dostęp do NTC; określenie udziału w łańcuchu wartości; koncentracja krzyżowa; przeglądy rynków.**

Podmioty rynkowe zwracają uwagę na brak aktualnych analiz wskazujących na zagrożenie w związku z nadmierną koncentracją. Podnoszą również argument związany z brakiem powiązania między pluralizmem a kwestią kapitału w mediach. Stanowczo protestują przeciw rozszerzeniu kompetencji KRRiT w tym obszarze, wskazując na istniejące już regulacje w prawie konkurencji, telekomunikacyjnym i w samej ustawie o radiofonii i telewizji. Uważają, że uwzględnianie pozycji znaczącej z badaniem w łańcuchu wartości jest niecelowe ze względu na potrzebę takich działań dla osiągnięcia odpowiednich celów programowych i inwestycyjnych. Ich zdaniem, nieuzasadnione jest również rozszerzenie kwestii pluralizmu w mediach audiowizualnych na inne segmenty rynku mediów, w szczególności takie jak kino czy reklama zewnętrzna. Obawiają się także, że regulacja ta jeszcze bardziej pogorszy sytuację polskich przedsiębiorców w konkurencji z kapitałem zdelokalizowanym. Niektórzy zwracają uwagę na zagrożenia konkurencji ze strony mediów publicznych korzystających z pomocy publicznej.

Media lokalne podkreślają swój wkład w rozwój pluralizmu oferty programowej i domagają się wsparcia dla swojej działalności ze strony KRRiT.

Nadawcy i operatorzy płatnej telewizji - odmiennymi głosami - mówią o zachowaniach zagrażających konkurencji. Nadawcy skarżą się na dyskryminujące zachowania operatorów wobec ich programów, zaś operatorzy na uzależnianie udostępnienia pożądaných przez widzów programów w ich ofercie od zakupu innych, mniej atrakcyjnych programów tego samego nadawcy.

Stanowiska wskazują na potrzebę zachowania *status quo* rynku w przypadku wprowadzenia regulacji, (powinna ona dotyczyć tylko sytuacji przyszłych) oraz na potrzebę głębokiej analizy konieczności wprowadzenia jakichkolwiek rozwiązań w tej dziedzinie, uznając, że sam fakt istnienia przepisów antykoncentracyjnych w innych krajach nie jest wystarczającym argumentem dla regulacji w Polsce.

5. Nadzór regulacyjny

Konsultowane zagadnienia:

- **Samo- i współregulacja zamiast przyszłych regulacji oraz rola KRRiT w tych procesach; problem ograniczania wpływu mniejszych podmiotów na standardy i metody badań odbioru oraz rola KRRiT w procesie ustalania standardów i metod badań odbioru.**

Respondenci zgodnie poparli ideę samo- i współregulacji, choć dla niektórych kompetencje KRRiT w tym obszarze nie są oczywiste. Wątpliwości wzbudziło przyznanie KRRiT roli w przygotowywaniu standardu badań odbioru, gdyż zdaniem części respondentów powinny być one wolne od jakichkolwiek wpływów Państwa. TVP postuluje stworzenie organizacji zarządzającej pomiarem konsumpcji mediów z szerokim udziałem nadawców/wydawców, reklamodawców i domów mediowych. Pojawia się również pomysł stworzenia organu non profit, który zajmowałby się tą kwestią na wzór brytyjskiego BARB. Jedynie Pakiet Niezależnych, reprezentujący lokalnych nadawców radiowych, opowiedział się za badaniem audytorium przez KRRiT.

Załącznik nr 7. Zestawienie Rozporządzeń oraz Stanowisk KRRiT wydanych w latach 2014-2017

Wszystkie poniżej wymienione rozporządzenia dostępne są na stronie internetowej KRRiT

Abonament rtv

- Rozporządzenie KRRiT z dnia 25 maja 2017 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2018 r.;
- Rozporządzenie KRRiT z dnia 18 maja 2016 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2017 r.;
- Rozporządzenie KRRiT z dnia 1 grudnia 2015 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2016 r.;
- Rozporządzenie KRRiT z dnia 19 maja 2015 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2016 r.;
- Rozporządzenie KRRiT z dnia 6 maja 2014 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2015 r.

Kampania wyborcza

- Rozporządzenie KRRiT z 21 lipca 2015 r. w sprawie czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie audycji referendalnych oraz ramowego podziału czasu w programach ogólnokrajowych i regionalnych w związku z ogólnokrajowym referendum zarządzonym na dzień 6 września 2015 r.;

- Rozporządzenie KRRiT z 21 lipca 2015 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie trybu postępowania w sprawach podziału czasu rozpowszechniania audycji referendalnych, sposobu przygotowania i rozpowszechniania tych audycji oraz sposobu upowszechniania informacji o terminach rozpowszechniania audycji referendalnych.

Kontrola nadawców

- Rozporządzenie KRRiT z dnia 28 września 2017 r. w sprawie sposobów utrwalania i przechowywania przez nadawców audycji, reklam i innych przekazów;
- Rozporządzenie KRRiT z dnia 18 maja 2016 r. w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programie radiowym utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim.

Lista ważnych wydarzeń

- Rozporządzenie KRRiT z dnia 17 listopada 2014 r. w sprawie listy ważnych wydarzeń.

Proces koncesyjny

- Rozporządzenie KRRiT z dnia 24 listopada 2016 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie metod technicznych ustalania zasięgu programu na obszarze objętym rozpowszechnianiem programu w sposób rozsiewczy naziemny.

Wszystkie poniżej wymienione rozporządzenia dostępne są na stronie internetowej KRRiT

- Oświadczenie KRRiT z 23 lutego 2017 r. w sprawie treści rozpowszechnianych w audycji z cyklu *Krzywe Zwierciadło*;
- Komunikat Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 25 listopada 2016 r. dot. opłat rtv;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 24 listopada 2016 r. w sprawie sposobu informowania odbiorców programów telewizyjnych o rodzaju, terminie emisji i czasie trwania audycji wyposażonych w udogodnienia dla osób z dysfunkcją wzroku i z dysfunkcją słuchu;

- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 26 lipca 2016 r. w sprawie określenia głównych kierunków prac Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w latach 2017-2019;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 31 maja 2016 r. w związku z decyzjami Zarządu Polskiego Radia wobec redaktora Tomasza Zimocha;
- Oświadczenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 12 kwietnia 2016 r. w sprawie koncesji RMF FM;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 1 marca 2016 r. w sprawie nadania programom i usługom w strumieniu DVB-T obowiązujących w Polsce numerów identyfikacyjnych ONID, NID, TSID, SID i LCN;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 26 stycznia 2016 r. w związku z zagrożeniem wolności słowa w mediach publicznych;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 26 stycznia 2016 r. w sprawie jakości i sposobu realizacji napisów dla niesłyszących w utworach audiowizualnych;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 17 grudnia 2015 r. w sprawie agresji skierowanej wobec dziennikarzy pełniących swoje obowiązki zawodowe;
- Komunikat Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 8 grudnia 2015 r. dot. opłat rtv;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 24 listopada 2015 r. w sprawie sposobu postępowania dotyczącego nadania transmisji z ważnego wydarzenia w programie innym niż ogólnokrajowy i dostępny bez opłat;
- Komunikat Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 20 października 2015 r. dot. opłat rtv;
- Komunikat Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 12 października 2015 r. - Kampania wyborcza w programach publicznej radiofonii i telewizji;
- Apel Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 1 października 2015 r. do nadawców telewizyjnych w związku z parlamentarną kampanią wyborczą;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 7 lipca 2015 r. w sprawie sposobu realizacji i jakości audiodeskrypcji w utworach audiowizualnych;

- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 8 lipca 2014 r. w sprawie radiowych odbiorników cyfrowych DAB+;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 maja 2014 r. w sprawie nadania programom i usługom w strumieniu DVB-T obowiązujących w Polsce numerów identyfikacyjnych ONID, NID, TSID, SID i LCN;
- Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 11 marca 2014 r. w sprawie unifikacji programowej koncesjonowanych programów radiowych.

Załącznik nr 8. Zestawienie analiz i ekspertyz powstałych w latach 2014- 2017

Wszystkie poniżej wymienione analizy i ekspertyzy dostępne są na stronie internetowej KRRiT

- Analiza jakościowa przekazów w aspekcie przestrzegania przepisów w zakresie obowiązków programowych ustawy o radiofonii i telewizji oraz zobowiązań koncesyjnych stacji TVN24, Polsat News, TVP Info i serwisów informacyjnych /Faktów/Wydarzeń/Wiadomości z wydarzeń z polskiego Parlamentu i sprzed Sejmu w dniach 16-17-18 grudnia 2016 r.;
- Kontrola reklamy tzw. niezdrowej żywności 2015-2016;
- Radiofoniczne programy lokalne 2001-2016;
- Pomiar głośności audycji październik-listopad 2016 r.;
- Monitoring audycji skierowanych do mniejszości niemieckiej lub społeczności posługującej się językiem kaszubskim, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Krzysztof Martyniak, październik 2016 r.;
- Analiza premierowych audycji adresowanych dla mniejszości ukraińskiej nadawanych w programach mediów publicznych w okresie 23 maja – 6 czerwca 2016 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Business Witański Consulting Group, październik 2016 r.;
- Informacja o realizacji przez nadawców publicznych obowiązków wynikających z rozporządzenia KRRiT z 29 IV 2011 r. w sprawie trybu postępowania związanego z nieodpłatnym informowaniem w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizację pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego w I i II kwartale 2016 roku, Analiza Biura KRRiT, wrzesień 2016 r.;
- Raport z realizacji obowiązków nadawców publicznych wynikających z rozporządzenia KRRiT z 24 kwietnia 2003 roku w I i II kwartale 2016 roku, Analiza Biura KRRiT, sierpień 2016 r.;

- Raport o obecności naczelnych organów państwa w programach TVP SA i PR SA w i półroczu 2016 r. oraz porównanie z i półroczem 2015 r. na podstawie danych przesyłanych przez nadawców, Analiza Biura KRRiT, sierpień 2016 r.;
- Realizacja przez spółki mediów publicznych planów finansowo-programowych uzgodnionych z KRRiT na 2015 r., Analiza Biura KRRiT, czerwiec 2016 r.;
- Wyniki kontroli internetowych dostawców audiowizualnych usług na żądanie, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Analiza Biura KRRiT, czerwiec 2016 r.;
- Społeczny odbiór mediów publicznych w wybranych krajach, dr Michał Głowacki, Instytut Dziennikarstwa Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytet Warszawski, maj 2016 r.;
- Raport z emisji przekazów handlowych produktów spożywczych niespełniających kryteriów żywieniowych, zawartych w *Kryteriach żywieniowych do samoregulacji dotyczącej reklamy żywności kierowanej do dzieci w wieku poniżej 12 roku życia w Polsce* opracowanych przez Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców wyemitowanych pomiędzy 1 października 2015 r. a 31 marca 2016 r., Ewa Prędką, maj 2016 r.;
- Ekspertyza programów informacyjnych głównych wydań TVP1 Wiadomości, TVN Fakty, Polsat Wydarzenia z okresu 4.02.2016 r. do 11.02.2016 r., prof. Maciej Mrozowski, dr Tatiana Popadiak - Kuligowska, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, maj 2016 r.;
- Pluralizm mediów w krajach Unii Europejskiej, dr hab. Beata Klimkiewicz, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, maj 2016 r.;
- Badania oferty nadawców kablowych, Analiza Biura KRRiT, kwiecień 2016 r.;
- Emisja przekazów handlowych produktów zdrowotnych leków w programach telewizyjnych, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Ewa Prędką, kwiecień 2016 r.;
- Analiza fenomenu audycji w konwencji docudramy skierowanych do młodzieży. Analiza socjologiczna, medioznawcza i psychologiczna zjawiska. Raport podsumowujący. opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym, marzec 2016 r.;

- Monitoring wyborczy telewizyjnych audycji publicystycznych. Przegląd kampanii wyborczych 2014–2015. Kluczowe wnioski empiryczne, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym, styczeń 2016 r.;
- Różnorodność treści informacyjnych w Polsce z perspektywy użytkownika, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zespół Centrum Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego, grudzień 2015 r.;
- Analizy kampanii wyborczych prowadzonych w telewizyjnych serwisach informacyjnych oraz programach i audycjach publicystycznych w mediach publicznych i komercyjnych przed parlamentarną kampanią wyborczą w 2015 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Laboratorium Badań Medioznawczych Uniwersytetu Warszawskiego, grudzień 2015 r.;
- Analiza kampanii referendalnej prowadzonej w serwisach informacyjnych w 2015 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym, listopad 2015 r.;
- Wizerunek kobiet w audycjach typu reality show, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji prof. Beata Łaciak z Uniwersytetu Warszawskiego, listopad 2015 r.;
- Regulacje dotyczące koncentracji własności na rynku mediów w wybranych krajach, Analiza Biura KRRiT, październik 2015 r.;
- Analizy kampanii wyborczych prowadzonych w telewizyjnych serwisach informacyjnych oraz audycjach publicystycznych w mediach publicznych i komercyjnych przed pierwszą i drugą turą wyborów prezydenckich w 2015 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym, wrzesień 2015 r.;
- Monitoring kampanii wyborczej w programach Polskiego Radia oraz w programach koncesjonowanych w 2015 r., Analiza Biura KRRiT, wrzesień 2015 r.;
- Raport z badań audycji informacyjnych i publicystycznych głównych programów telewizji państwowej Federacji Rosyjskiej 2015 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji organizacja MEMO 98, wrzesień 2015 r.
- Media Publiczne - Raport z działalności w 2014 r., Analiza Biura KRRiT, sierpień 2015 r.;

- Pozytywny wizerunek osób starszych i niepełnosprawnych w programach telewizyjnych, Analiza Biura KRRiT, maj 2015 r.;
- Pomiar głośności reklam nadawców telewizyjnych od października do listopada 2014 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Jakub Stadnik, Media Inventions, grudzień 2014 r.;
- Analiza kampanii wyborczej w mediach publicznych i komercyjnych przed wyborami samorządowymi w 2014 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym MTRResearch, grudzień 2014 r.;
- Ocena zawartości ogólnodostępnych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej w roku 2014 i porównanie z rokiem 2012, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji ARC Rynek i Opinia, październik 2014 r.;
- Analiza kampanii wyborczej w mediach publicznych i komercyjnych przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2014 r., opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dr Tomasz Gackowski i mgr Marcin Łączyński z zespołem badawczym MTRResearch, sierpień 2014 r.;
- Ekspertyza: Wpływ reklam wybranych produktów spożywczych na zdrowie dzieci, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, prof. dr hab. n. med. Małgorzata Kozłowska-Wojciechowska, Warszawski Uniwersytet Medyczny, marzec 2014 r.