

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI

INFORMACJE

o podstawowych problemach radiofonii i telewizji

WARSZAWA, *marzec 1997 r.*

SPIS TREŚCI

I. STAN RADIOFONII I TELEWIZJI W POLSCE	1
A. Radiofonia i telewizja publiczna.	1
B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana.....	4
C. Radiofonia i telewizja kościelna katolicka.	4
D. Polskojęzyczne programy telewizyjne nadawane spoza terytorium Polski.....	6
E. Telewizja kablowa i satelitarna.....	7
F. Producenci niezależni.	8
G. Perspektywy wzrostu liczby nadawców w wyniku procesu koncesyjnego i postępu technicznego (cyfryzacja, kompresja sygnału).	9
Aneks	11
II. OFERTA PROGRAMOWA DOSTĘPNA SŁUCHACZOM I WIDZOM W POLSCE	35
A. Radiowe programy ogólnokrajowe.....	35
B. Telewizyjne programy ogólnokrajowe.....	37
C. „Mapa” programów radiowych, lokalnych i regionalnych, publicznych i koncesjonowanych dostępnych w poszczególnych regionach kraju.....	44
D. Radiowe programy regionalne i lokalne.....	49
E. Telewizyjne programy ponadregionalne, regionalne i lokalne.....	56
F. Programy własne sieci kablowych.....	64
G. Perspektywy rozwoju i zróżnicowania oferty programowej w wyniku polityki koncesyjnej KRRiT oraz działalności nadawców krajowych i zagranicznych.....	65
III. WARUNKI PRAWNE DZIAŁALNOŚCI RADIOWO-TELEWIZYJNEJ W POLSCE	67
A. Zmiany regulacji międzynarodowych w zakresie działalności telewizyjnej.....	67
B. Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji, nowelizacja rozporządzeń KRRiT.....	69
C. Wpływ orzecznictwa NSA na działalność KRRiT.....	72
D. Kontrola przestrzegania prawa i warunków koncesji przez nadawców: problemy i perspektywy.....	76
E. Perspektywy objęcia polską jurysdykcją nadawców zagranicznych adresujących programy do polskiej widowni.....	78
IV. REALIZACJA OCHRONY PRAW AUTORSKICH I PRAW POKREWNYCH PRZEZ POLSKIE ORGANIZACJE KOLEKTYWNEGO ZARZĄDZANIA PRAWAMI ORAZ POLSKICH NADAWCÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH	82

V. WARUNKI EKONOMICZNE DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ W POLSCE.....	90
A. Stan obecny i perspektywy wzrostu rynku reklamowego.....	90
B. Finansowanie nadawców publicznych.....	94
C. Wpływ konkurencji rynkowej na działalność nadawców.....	105
VI.RADIO I TELEWIZJA W SPOŁECZEŃSTWIE INFORMACYJNYM. WARUNKI TECHNOLOGICZNE FUNKCJONOWANIA RADIOFONII I TELEWIZJI	113
A. Społeczeństwo Informacyjne	113
B. Przygotowywanie warunków technicznych: cyfryzacja, kompresja sygnału, usługi multimedialne, konwergencja mediów audiowizualnych, telekomunikacji i sieci informatycznych	114
C. Perspektywy nadawców radiowych i telewizyjnych w tym zwłaszcza publicznych	116
D. Perspektywy prawnej regulacji radiofonii i telewizji w Społeczeństwie Informacyjnym.....	117
E. Problemy związane z planowanym zaprzestaniem emisji w dolnym paśmie UKF	119
VII.SPOŁECZNY ODBIÓR DZIAŁALNOŚCI NADAWCÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH.....	121
A. Podział audytorium radiowego i widowni telewizyjnej między nadawców różnych typów i przewidywane tendencje w tym zakresie.....	121
B. Społeczna recepcja programów i ich zawartości (problem „amerykanizacji” programów telewizyjnych, seksu, gwałtu i przemocy w programach telewizyjnych, inne).....	128
C. Organizacje słuchaczy i widzów i ich rola w reprezentowaniu interesu odbiorców	135
VIII.MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ W POLSCE	137
A. Procesy przekształcenia radiofonii i telewizji w Europie	137
B. Działalność organizacji międzynarodowych.	138
C. Perspektywy współpracy regionalnej.	140
D. Współpraca bilateralna.....	146

Spis map

I. STAN RADIOFONII I TELEWIZJI W POLSCE

A. Radiofonia i telewizja publiczna

Radiofonia publiczna działa w formie 18 jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa, które rozpowszechniają łącznie 22 programy:

- 4 ogólnokrajowe,
- 17 regionalnych,
- 1 przeznaczony dla słuchaczy za granicą.

Polskie Radio S.A. zatrudnia 1821 osób, w tym 495 dziennikarzy i 188 pracowników redakcyjno-programowych. W 1996 r. Polskie Radio S.A. nadało 45 113 godzin programu, w tym retransmisje na falach średnich zajęły 5 787 godzin. W badaniach dotyczących społecznej oceny działalności instytucji publicznych PR S.A. uznawane jest jako cieszące się najwyższym zaufaniem społecznym.

Program I na falach długich jest słyszalny na obszarze od 60 % do 65 % kraju, natomiast na falach ultrakrótkich pokrywa zaledwie 4,5 % (w górnym paśmie) i 3,7 % (w dolnym paśmie) terytorium Polski.

Program II rozpowszechniany jest w dolnym zakresie fal ultrakrótkich przez 29 stacji nadawczych i osiąga najwyższy dla PR S.A. wskaźnik pokrycia terytorialnego kraju dochodzący do 90 %.

Program III rozpowszechniany jest przez 29 stacji w dolnym zakresie fal ultrakrótkich i osiąga ok. 85 % pokrycia kraju oraz 32 stacje w górnym zakresie fal ultrakrótkich, co daje ok. 78 % pokrycie powierzchni Polski.

Radio BIS rozpowszechniane jest przez 11 stacji nadawczych na falach średnich (pokrycie ok. 40 %) oraz 32 stacje w górnym zakresie fal ultrakrótkich (pokrycie ok. 74 % terytorium kraju).

Program V (dla zagranicy) wyemitował w 1996 r. 6561 godz. programu. Rozpowszechniany jest na falach krótkich, średnich oraz przez satelitę.

Zgodnie z zapisami u.r.t. (art. 15 ust. 1) radio publiczne jest zobowiązane do nadawania audycji wytworzonych przez producentów krajowych w wymiarze minimum 55% rocznego czasu nadawania (po wyłączeniu czasu przeznaczonego na transmisje sportowe, reklamy, konkursy). W 1996 r. audycje produkcji krajowej stanowiły 70,6% rocznego czasu nadawania; audycje produkcji własnej - 69%; audycje wyprodukowane przez spółki regionalne radia publicznego - 2,7%. Reklama stanowiła 1,2% rocznej emisji programu. Udział w programie PR S.A. audycji dotowanych przez MEN w 1996 r. wyniósł 0,8%.

Regionalne spółki radia publicznego zatrudniają w sumie 1977 pracowników. Nadały łącznie 148 831 godz. programu. W 1996 r. audycje produkcji krajowej

stanowiły 96,2%. W programach regionalnych rozgłośni radia publicznego reklama zajęła 2,6% rocznego czasu nadawania.

Telewizję Polską S.A. tworzy zakład główny z siedzibą w Warszawie oraz 12 oddziałów terenowych (w Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie, Wrocławiu). Nowo utworzony oddział terenowy w Białymstoku w 1996 r. nie uruchomił nadawania własnego programu. W TVP S.A. w 1996 r. było ogółem 6276,12 etatów.

Telewizja publiczna tworzy i rozpowszechnia:

- 2 programy ogólnokrajowe,
- 1 program satelitarny,
- 11 programów regionalnych.

W 1996 r. Telewizja Polska nadała 96.495,8 godzin programu. Jest to wzrost w stosunku do 1995 r. o 2 030.8 godz.

Czas nadawania programów TVP S.A.

- programy ogólnokrajowe	- 13 690.3 godz.
w tym:	
Program I	- 7 411.8 godz.
Program II	- 6 278.5 godz.
- rozłączona sieć Programu II	- 5 468.0 godz.
- TV Polonia	- 7 256.3 godz.
- 11 programów regionalnych	- 70 081.2 godz.

Telewizja publiczna zobowiązana jest do nadawania w programie ogólnokrajowym (art. 15 ust.1 u.r.t. i rozporządzenie KRRiT z dnia 22 września 1993 r.) audycji wytworzonych przez **producentów krajowych** w wymiarze **60%** rocznego czasu nadawania programu (po wyłączeniu czasu przeznaczanego na transmisje sportowe, reklamy, teleturnieje i przekazy tekstowe), a w programie regionalnym 50%. W 1996 r. udział produkcji krajowej w programach ogólnokrajowych wyniósł: w Programie I - 68 %, w Programie II - 72 %.

Ponadto ustawa o radiofonii i telewizji (art. 15 ust. 2) zobowiązuje nadawcę publicznego do przeznaczenia 10% rocznego czasu nadawania programu na **audycje krajowe wytworzone przez innych producentów niż nadawca**. W 1996 r. tego rodzaju audycje zajęły 10% rocznego czasu nadawania Programu I i 14% rocznego czasu Programu II. Zewnętrzni producenci krajowi mieli największy udział w produkcji widowisk teatralnych, filmów dokumentalnych, audycji rozrywkowych i edukacyjnych.

W 1996 r. do września obowiązywał układ ramowy zatwierdzony przez Zarząd kierowany przez Wiesława Walendziaka. Konstrukcja układu ramowego różnicowała, choć nieznacznie, oba programy. Program I był skierowany do przeciętnego, nie zawsze należycie przygotowanego odbiorcy i był nadmiernie przesyciony treściami politycznymi. Program II starał się zaspokoić oczekiwania odbiorcy bardziej wyrobionego, poszukującego pozycji ambitnych. We wrześniu został wprowadzony nowy układ ramowy zawierający wiele istotnych zmian, które wpłynęły na kształt obu programów. **Program II stał się po zmianie ramówki bardziej popularny.**

Oddziały terenowe w obu programach ogólnokrajowych wyemitowały 1673,1 godzin (bez rozłączonej sieci Programu II) wyprodukowanych przez siebie audycji. Ponadto każdy z oddziałów rozpowszechniał swój program w ramach **rozłączonej sieci Programu II** (głównie audycje informacyjne i publicystyczne). Wszystkie oddziały łącznie w ramach tej sieci wyemitowały 5.468 godzin programu. Najwięcej audycji w programach ogólnokrajowych wyemitowały:

OTV Wrocław	- 319.6 godz.
OTV Kraków	- 209.5 godz.
OTV Szczecin	- 166 godz.
OTV Poznań	- 166 godz.

Najmniej audycji w 1996 r. wyemitował w programach ogólnokrajowych oddział w Warszawie.

Programy rozpowszechniane przez oddziały terenowe zbudowane są z następujących segmentów:

- retransmisje,
- wspólne pasma programowe (audycje tu nadawane pochodzą ze wspólnych zakupów),
- program własny oddziału.

Głównym źródłem retransmisji jest TV Polonia i audycje wyemitowane w rozłączonej sieci Programu II.

Struktura gatunkowa programu regionalnego
wszystkich oddziałów bez retransmisji:

Gatunek	Liczba godzin	w %
informacja	2.118,2	3,7
publicystyka	6.875,0	12,1
fabuła	25.028,7	44,1
dokument	6.014,0	10,6
teatr	39,9	0,1
rozrywka	5.766,1	10,1
muzyka poważna	579,5	1,0
sport	2.274,8	4,0
edukacja	3.485,8	6,4
religia	493,5	0,9
reklama	1.025,6	1,8
oprawa	2.948,3	5,2

W programie oddziałów terenowych najwięcej miejsca zajęły:

- fabuła - 25 028.7 godz. (44,1% rocznego czasu nadawania),
- publicystyka - 6 875 godz. (12,1% rocznego czasu nadawania),
- dokument - 6 014 godz. (10,6% rocznego czasu nadawania).

We **wspólnych pasmach programowych** emitowane były audycje produkcji zagranicznej pochodzące przede wszystkim z zakupu licencji. Najwięcej miejsca we wspólnych pasmach zajmował film, zwłaszcza serial i seria. Oprócz filmu w paśmie tym emitowane były filmy dokumentalne, audycje rozrywkowe, edukacyjne i sportowe.

W segmencie **programu produkowanego przez oddział** (tj. bez wspólnych pasm) wśród gatunków dominowały filmy fabularne, seriale i filmy animowane, na dalszym miejscu znalazły się audycje publicystyczne, filmy dokumentalne i audycje rozrywkowe. W

programie regionalnym oddziały terenowe TVP S.A. w 1996 r. nadały więcej programów produkcji zagranicznej (ponad 50%) niż polskiej.

B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana

W zakresie radiofonii funkcjonują obecnie:

a) 3 sieci o zasięgu ogólnokrajowym:

- **Radio RMF FM** - sieć ogólnokrajowa posiadająca 62 częstotliwości radiowych, w tym 18 w dolnym zakresie UKF zlokalizowanych w 54 województwach oraz 44 w górnym zakresie UKF, zlokalizowanych w 36 województwach (wykaz częstotliwości i lokalizacji zawiera załącznik),
- **Radio ZET** - sieć ogólnokrajowa posiadająca 64 częstotliwości radiowych, w tym 19 w dolnym zakresie UKF zlokalizowanych w 18 województwach oraz 45 w górnym zakresie UKF, zlokalizowanych w 33 województwach (wykaz częstotliwości i lokalizacji zawiera załącznik),
- **Radio MARYJA** - sieć ogólnokrajowa posiadająca 109 częstotliwości radiowych, w tym 38 w dolnym zakresie UKF zlokalizowanych w 30 województwach oraz 71 w górnym zakresie UKF, zlokalizowanych w 39 województwach (wykaz częstotliwości i lokalizacji zawiera załącznik).

b) 3 sieci ponadregionalne:

- INFORADIO - sieć posiadająca 9 częstotliwości w 8 województwach,
- Radio WaWa - sieć posiadająca 6 częstotliwości w 4 województwach,
- ZHP - sieć posiadająca 6 częstotliwości w 5 województwach.

c) Stacje lokalne (patrz aneks).

W zakresie **telewizji** funkcjonują obecnie (obok 8 telewizji lokalnych - wykaz w załączniku) **3 sieci telewizyjne o zasięgu ponadregionalnym:**

- **TV Polsat** - sieć ogólnokrajowa posiadająca 61 kanałów telewizyjnych w 47 województwach,
- **TV Canal+** - sieć rozproszona posiadająca 14 kanałów telewizyjnych w 12 województwach,
- **TV Wisła** - sieć ponadregionalna zlokalizowana na południu kraju, posiadająca 8 kanałów telewizyjnych w 8 województwach.

W rozstrzygnięciu II procesu koncesyjnego KRRiT udzieliła dwóch koncesji na rozpowszechnianie programów ponadregionalnych:

- **TVN sp. z o. o. Warszawa** - w sieci północnej;
- **Polskie Media S.A. Warszawa** - w sieci centralnej.

C. Radiofonia i telewizja kościelna katolicka

Radiostacje będące własnością kościelnych osób prawnych można podzielić na 3 grupy:

- radiostacje diecezjalne,
- radiostacje parafialne,
- radiostacje zakonne (lokalne oraz ogólnopolska sieć Radia Maryja).

Radiostacji diecezjalnych jest obecnie 42. Na 39 diecezji Kościoła rzymsko - katolickiego w Polsce tylko 4 nie mają własnych radiostacji. 9 diecezji posiada od 2 do 4 lokalizacji stacji, a 17 posiada od 2 do 5 częstotliwości. W radiofonii kościelnej przeważają stacje małej mocy, choć są też nieliczne stacje dużej mocy (największe: siedleckie Katolickie Radio Podlasia - 120 kW, gdańskie Radio Plus - 60 kW, tarnowskie Radio Dobra Nowina -30 kW, szczecińskie Radio AS - 15 kW).

Podstawowym celem tych radiostacji jest bezpośrednia lub pośrednia funkcja ewangelizacyjna na terenie danej jednostki administracyjnej Kościoła. Stąd dążenie tych nadawców do objęcia programem terytorium danej diecezji. Krajowa Rada, uznając ten postulat, starała się w miarę posiadanych możliwości częstotliwościowych załatwiać pozytywnie wnioski nadawców kościelnych, które zmierzały do dotarcia z programem diecezjalnym do całej diecezji. Podczas II procesu koncesyjnego nadawcy diecezjalni otrzymali w tym celu 7 nowych stacji (lokalizacji) oraz 3 dodatkowe częstotliwości uzupełniające o pasmo górne lub dolne stacje dotąd działające tylko w jednym paśmie UKF.

Należy tu podkreślić, że większość kościelnych stacji diecezjalnych nadaje w paśmie górnym (zaledwie 2 z nich pracują jedynie w paśmie dolnym), co odgrywa istotną rolę w procesie przystosowywania się słuchaczy do warunków technicznych odbioru w tym paśmie (przestrajanie i wymiana starych odbiorników). Tam, gdzie było to technicznie możliwe, Krajowa Rada na wniosek nadawców wyrażała też zgodę na zwiększenie zasięgu stacji diecezjalnych poprzez podnoszenie ich mocy (ERP), co miało miejsce w 10 przypadkach i przyczyniło się do poprawy warunków odbioru programu tych nadawców. Rozwój radiofonii kościelnej diecezjalnej nie odbywał się jednak w tym czasie proporcjonalnie na terenie całego kraju.

Kościelna radiofonia diecezjalna - powstająca na początku przede wszystkim jako spontaniczna inicjatywa społeczna - wraz z rozwojem możliwości technicznych przechodziła szybki proces profesjonalizacji i budowy własnych zróżnicowanych propozycji programowych. Radiostacje te wyróżniają się spośród innych nadawców komercyjnych wysokim poziomem odpowiedzialności społecznej, moralnej i patriotycznej, wyrażającej się m.in. poprzez troskę o obecność w programie audycji wychowawczych, edukacyjnych, kulturalnych, wspierających samorządność lokalną oraz przeznaczonych dla dzieci i młodzieży.

Radiostacje parafialne działają w Polsce zaledwie w dwóch miejscowościach: w Zbroszy Dużej (woj. radomskie) oraz w Pasłęku (woj. elbląskie). Ograniczają się one do nadawania krótkich lokalnych programów informacyjno-religijnych, przez resztę czasu retransmitując program ogólnopolski Radia Maryja. O braku dynamiki rozwojowej tych radiostacji świadczy fakt, iż poprzestają na dolnej częstotliwości bez zapewnienia sobie perspektywy na przyszłość.

Radiostacje zakonne nadają dwa programy o zasięgu lokalnym: Radio Jasna Góra (OO. Paulinów z Częstochowy) i Radio Niepokalanów (OO. Franciszkanów z Niepokalanowa). To ostatnie radio otrzymało w II procesie koncesyjnym dodatkową radiostację z lokalizacją w Łodzi. Radiostacje zakonne nadają programy związane z typem duchowości właściwej tym zgromadzeniom oraz stałą informację o życiu obu wielkich sanktuariów: Jasnej Góry i Niepokalanowa. Do Krajowej Rady nie wpływają wnioski o przyznanie lokalnych koncesji radiowych od innych zgromadzeń zakonnych, co wydaje się świadczyć o braku zapotrzebowania na dalsze tego typu radiostacje.

Odrębnym zjawiskiem jest inicjatywa Zakonu OO. Redemptorystów (Prowincja Warszawska) w postaci **ogólnopolskiego programu Radia Maryja**. Jest to radio

o charakterze religijno-katechetycznym i modlitewnym oraz społecznym, z żywym bezpośrednim kontaktem ze słuchaczami tworzącymi tzw. „Rodzinę Radia Maryja”. Radio to otrzymało od Krajowej Rady w czerwcu 1994 r. koncesję na sieć ogólnopolską z docelowym pokryciem 80% powierzchni kraju. Koncesja opiewała na 54 stacje (60 częstotliwości), w przeważającej większości małej mocy. Ówczesna decyzja nadawcy, iż chce rozwijać sieć głównie w oparciu o stacje małej mocy, zaważyła negatywnie na tempie realizacji zapisanego w koncesji docelowego pokrycia kraju. Stąd utrzymujące się do dziś opóźnienie w tym zakresie sieci Radia Maryja w porównaniu z innymi ogólnopolskimi sieciami radiowymi (Radio Zet i RMF) wykorzystującymi przede wszystkim stacje dużej mocy. Radio Maryja w późniejszym okresie zmieniło swoje stanowisko i wystąpiło o przyznanie mu również stacji dużej mocy, stało się to jednak już w momencie, w którym większość takich częstotliwości była rozdzielona. Widząc te trudności Krajowa Rada zamówiła w Instytucie Łączności plan rozwoju sieci Radia Maryja, który został w listopadzie 1995 r. wykonany i zaakceptowany przez nadawcę. Stanowi on odąd podstawę rozwoju sieci Radia Maryja. W miarę uzyskiwania od Ministra Łączności uzgodnień technicznych i międzynarodowych dla częstotliwości wymienionych w planie rozwoju sieci, Krajowa Rada wszczyna przewidziane ustawowo procedury rozszerzając sukcesywnie sieć tego radia. Nie wszędzie realizacja projektu sieci okazuje się możliwa, gdyż w niektórych stacjach nadawczych nie ma technicznych warunków do emisji programu z mocą zakładaną w projekcie. Dotyczy to również innych nadawców niż nadawcy katolicycy.

W rezultacie radio to posiada obecnie przyznane 109 częstotliwości (w tym 36 stacji dużej mocy od 1 do 120 kW) w górnym i dolnym zakresie UKF. Pomimo to, obecne łączne pokrycie sieci wynosi tylko około 40% powierzchni kraju oraz około 50% ludności kraju. Do pełnego przewidzianego projektem (dotyczy on tylko górnego zakresu) pokrycia 71% powierzchni kraju oraz 83% ludności kraju brak jest 22 stacji małej i dużej mocy, o których uzgodnienie Krajowa Rada wystąpiła do Ministra Łączności. **Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dostrzega możliwość modyfikacji uzgodnionego planu sieci dla Radia Maryja w celu uzyskania zakładanego w koncesji pokrycia kraju.** Nadzwyczajne przyspieszenie tego procesu - czego domaga się nadawca oraz wielu słuchaczy w listach kierowanych do Krajowej Rady - nie jest jednak możliwe ze względu na obiektywny charakter występujących przeszkód technicznych.

Telewizja Niepokalanów należąca do Prowincji Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (oo. Franciszkanie) posiada od 12 grudnia 1994 r. koncesję na nadawanie programu ze stacji nadawczej w Bartnikach koło Sochaczewa. Jest także obecna w sieci kablowej na terenie Warszawy. W 1995 r. Telewizja Niepokalanów została uznana przez Konferencję Episkopatu Polski za jedyną Ogólnopolską Telewizję Katolicką. Ze względu na bardzo ograniczony obecnie zasięg, nadawany program ma charakter próbny do czasu, w którym nadawca otrzyma oczekiwane rozszerzenie koncesji o dalsze stacje nadawcze. Telewizja Niepokalanów wystąpiła w ramach II procesu koncesyjnego o przyznanie jej prawa do nadawania w różnych miejscach Polski. Otrzymała częstotliwości w Łodzi, w Krakowie i w Opolu. Oczekuje na przydział kanału w Warszawie.

D. Polskojęzyczne programy telewizyjne nadawane spoza terytorium Polski

Wzrost zainteresowania polskim rynkiem telewizji satelitarnej i kablowej wśród nadawców zagranicznych spowodował pojawienie się polskich wersji językowych programów satelitarnych (np. **Eurosport, Discovery, Planete**) oraz programów nadawanych

z zagranicy, a kierowanych wyłącznie do polskiej widowni (**RTL 7, Polonia 1**, amerykański program filmowy - **HBO**). Programy nadawane cyfrowo (Planete, HBO) dostępne są praktycznie tylko dla abonentów sieci telewizji kablowej.

Do programów nadawanych z zagranicy potencjalnie dostępnych w 4 mln gospodarstw domowych (2,5 mln abonentów sieci kablowych i 1,5 mln indywidualnych anten satelitarnych) nie stosuje się przepisów dotyczących wysokości produkcji polskiej, limitów reklam i audycji sponsorowanych oraz udziału kapitału zagranicznego.

E. Telewizja kablowa i satelitarna

Rok 1996 przyniósł nasilenie zmian na rynku telewizji kablowej w Polsce. Po początkowym żywiołowym rozwoju - budowie małych sieci przez społeczności lokalne oraz słabych kapitałowo operatorów - następuje faza przebudowy sieci pod kątem świadczenia w nich usług telekomunikacyjnych. Wprowadzenie norm prawnych przez nową ustawę o łączności (konieczność uzyskiwania zezwoleń Państwowej Agencji Radiokomunikacyjnej na budowę i eksploatację sieci), ustawę o radiofonii i telewizji oraz ustawę o prawach autorskich i prawach pokrewnych wymusiło większy profesjonalizm podmiotów zajmujących się operatorstwem sieci TVK.

Dostosowanie sieci do wymagań technicznych wymaga w wielu przypadkach przebudowy sieci - a **czasami w zasadzie budowy sieci od nowa**. Zgromadzenie odpowiednich środków kapitałowych przez mniejszych operatorów przekracza często ich możliwości i prowadzi w konsekwencji do wykupu sieci przez większych operatorów. Ci z kolei często wchodzi w spółki z udziałem kapitału zagranicznego. Największy na polskim rynku operator, Polska Telewizja Kablowa (PTK), posiadający znaczący udział kapitału amerykańskiego, zasilony został w 1996 r. przez sprzedaż obligacji na rynku amerykańskim o wartości nominalnej 130 mln USD. Jest to pierwsza tego typu operacja przeprowadzona przez polskiego emitenta na amerykańskim rynku kapitałowym. Wykupowi sieci przez dużych operatorów nie zawsze towarzyszy ich szybkie dostosowanie do norm prawnych.

Rozprowadzanie programu wymaga zgłoszenia go do rejestru prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT. Do KRRiT wpłynęło w sumie **1091 wniosków o rejestrację** (9 - 1993 r., 247 - 1994 r., 273 - 1995 r., 364 - 1996 r., 198 - 1997 r.). Przewodniczący KRRiT dokonał **15 723 wpisów** rozprowadzania programów (15 - 1993 r., 3348 - 1994 r., 3961 - 1995 r., 6654 - 1996 r., 1745 - 1997 r.) w **672 sieciach** (181 - 1996 r., 64 - 1997 r. nowo zgłoszone sieci) obejmujących ponad **2 mln abonentów** i zarządzanych przez **398 operatorów**. Średnio w jednej sieci TVK zarejestrowano **23** programy.

Zarejestrowano **179** programów radiowych i telewizyjnych (**112** programów telewizyjnych, programów satelitarnych i naziemnych zagranicznych, **50** programów radiowych, **17** programów rozpowszechnianych w sieciach kablowych).

Wydano **905** postanowień o wpisie do rejestru programów (4 - 1993 r., 191 - 1994 r., 241 - 1995 r., 314 - 1996 r., 155 - 1997 r.).

Wniesione opłaty za rejestrację rozprowadzania programów: **862 750 zł** (370 850 zł - 1996 r., 106 600 zł - 1997 r.)

Rozpowszechnianie programu w sieciach telewizji kablowej wymaga otrzymania koncesji KRRiT (zasady przyznawania koncesji podobne są jak w przypadku telewizji naziemnej i satelitarnej).

Do chwili obecnej złożono **126** wniosków o koncesje na rozpowszechnianie programu w sieciach TVK (21 - 1993 r., 52 - 1994 r., 29 - 1995 r., 21 - 1996 r., 3 - 1997 r.) oraz 19 wniosków o rozszerzenie koncesji (6 - 1995 r., 13 - 1996 r.).

Wydano **102** koncesje na rozpowszechnianie programu w sieci TVK (1 - 1993 r., 39 - 1994 r., 34 - 1995 r., 28 - 1996 r.) oraz **9** decyzji o rozszerzeniu koncesji (2 - 1995 r., 6 - 1996 r., 1 - 1997 r.). 2 koncesje dotyczą rozpowszechniania programu radiowego w sieci TVK.

Programy rozpowszechniane są w **205** sieciach o liczbie abonentów około **1.4 mln.**

Oplaty koncesyjne wyniosły: **710 156.66 zł** (10 500.00 zł - 1993 r., 140 880.30 zł - 1994 r., 171 045.00 zł - 1995 r., 386 678.36 zł - 1996 r., 1 053.00 zł - 1997 r.)

F. Producenci niezależni

Ważnym elementem rynku audiowizualnego są producenci niezależni. Ustawa o radiofonii i telewizji nakazuje nadawcom przeznaczyć co najmniej 10 proc. rocznego czasu nadawania na audycje przez nich wytworzone.

Rozwój sektora producentów niezależnych sprzyja wzbogacaniu oferty programowej radia i telewizji oraz rozwojowi całego sektora produkcji audiowizualnej. Ma też znaczenie z punktu widzenia wolności ekspresji twórczej i pluralizmu w mediach elektronicznych. W przyszłości producenci niezależni mogą być jedną z sił napędowych współpracy i integracji z europejskim przemysłem audiowizualnym.

Rozwój tego sektora jest nierównomierny w telewizji i radiu. **Ocenia się, że w Polsce działa 300-400 firm producenckich pracujących dla telewizji.** Obok istniejących wcześniej, dużych firm (Studio TPS, ITI, Film Studio, MT Art, Polamer), pojawiły się nieduże, często jednoosobowe spółki. W 1996 r. TVP S.A. zawarła umowy z 220 producentami zewnętrznymi (dane do 28 września 1996 r.). Najwięcej umów zostało zawartych z Akson Studio, Video Studio Gdańsk, PIDE, Pol Net, Aeroskop, MT Art, Pro Arte, Spectrum Film, WFO, Film Kontrakt, Carbo, Bończyk, Czołówka, Dr Watkins, Euromedia, TV Koszalin, Uni Production, United Productions.

Udział pozycji wytworzonych przez producentów zewnętrznych w czasie emisji poszczególnych gatunków w programie Telewizji Polskiej w ciągu trzech kwartałów 1996 r. ilustruje poniższa tabela:

Gatunek programu	Udział audycji wytworzonych przez producentów zewnętrznych w czasie emisyjnym poszczególnych gatunków					
	Program I			Program II		
	I kw.	II kw.	III kw.	I kw.	II kw.	III kw.
Informacja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Publicystyka	5,9	6,2	2,8	17,9	18,2	17,6
Fabula	0,1	0,0	0,1	3,1	0,7	0,1
Dokument	16,4	20,6	17,5	17,1	14,4	15,1
Teatr	57,7	51,3	75,2	45,0	48,2	69,5
Rozrywka	21,2	16,8	6,6	32,0	30,3	28,8
Muzyka pow.	0,0	1,9	0,0	0,7	2,0	1,5
Sport	14,3	0,2	0,4	20,8	13,8	10,0
Popularyzacja wiedzy	13,5	11,5	14,5	20,0	22,5	36,1

Programy religijne	0,0	0,0	3,1	35,8	41,8	0,0
Reklama	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Oprawa dnia	0,5	1,0	0,1	0,0	0,0	0,0

Rynek producentów radiowych nie jest zbyt duży. Wielu producentów to dziennikarze radiowi (W. Cejrowski, M. Siurawski, S. Wierzcholski, S. Raclawicki, K. Pacuda). Zdecydowana większość nadawców radiowych nie wypełniła w 1996 r. ustawowego obowiązku, zgodnie z którym nadawcy przeznaczają co najmniej 10 proc. rocznego czasu nadawania programu (z wyłączeniem transmisji sportowych, reklam, teleturniejów, konkursów radiowych, przekazów tekstowych) na audycje wytworzone przez producentów krajowych innych niż nadawca. Na ogół dzieje się tak z powodu wysokich kosztów audycji wytworzonych przez radiowych producentów niezależnych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w projekcie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji zaproponowała urealnienie, czyli obniżenie progu dla nadawców radiowych do 5 proc. audycji wytworzonych przez producentów krajowych innych niż nadawca.

Stowarzyszenie Niezależnych Producentów Filmowych i Telewizyjnych skrytykowało decyzję Zarządu TVP S.A. z sierpnia 1996 r. o zamiarze produkcji wszystkich programów informacyjnych i publicystycznych, emitowanych w Telewizji Polskiej, wyłącznie w strukturach tej instytucji. Stowarzyszenie uznało takie postanowienie Zarządu za zagrożenie dla wolności słowa, pluralizmu opinii i poglądów w publicznej telewizji oraz brutalny powrót do stanu sprzed 1989 r. Spore kontrowersje wzbudził także m.in. pomysł wprowadzenia tabeli stóp zysku na niewielkim, co najwyżej kilkuprocentowym poziomie. W kontaktach między Zarządem TVP S.A. i władzami Stowarzyszenia sprawa ta jest obecnie wyjaśniana.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji współpracuje ze Stowarzyszeniem Niezależnych Producentów Filmowych i Telewizyjnych w rozwiązywaniu problemów, o których wspomniano wcześniej. Obecnie sprawą pilną jest opracowanie definicji producenta i niezależnego producenta, co pomoże właściwie ułożyć stosunki między nadawcami i producentami.

G. Perspektywy wzrostu liczby nadawców w wyniku procesu koncesyjnego i postępu technicznego (cyfryzacja, kompresja sygnału)

Ze względu na wyczerpanie większości dostępnych częstotliwości, drugi proces koncesyjny był na razie ostatnim o takiej skali przedsięwzięciem w przyznawaniu koncesji na nadawanie programu radiowego i telewizyjnego. Rozwój istniejącego rynku nadawców naziemnych nadających w systemie analogowym będzie następował w miarę zwalniania przez resort łączności wolnych częstotliwości do dyspozycji nadawców. Tryb postępowania będzie taki sam jak w dwóch dotychczasowych procesach koncesyjnych.

Perspektywę zwiększenia liczby dostępnych programów tworzy więc obecnie przede wszystkim rozwój sieci kablowych sprzężonych z radiofonią i telewizją satelitarną. Stopniowe wprowadzanie w najbliższych latach techniki cyfrowej znacznie zwiększy dostępność do wolnych częstotliwości naziemnych, a tym samym stworzy możliwości udostępnienia ich nowym nadawcom. **Cyfryzacja i kompresja sygnału będą jednocześnie powodować szybki przyrost pojemności systemów satelitarnych i sieci kablowych oraz udostępnianie dziesiątek i setek nowych kanałów.**

Rozwój techniki cyfrowej, kompresja cyfrowa powodują, że koszty wynajęcia transpondera satelitarnego znacznie spadają. Konsekwencją tego będzie pojawienie się dużej

liczby programów (m.in. posiadających polską ścieżkę dźwiękową) nadawanych przez satelitę. Masowość produkcji zestawów do odbioru programów cyfrowych spowoduje znaczny spadek ceny tych zestawów.

Zastosowanie kompresji cyfrowej spowoduje także znaczne zwiększenie pojemności sieci telewizji kablowej - **dając abonentom sieci dostęp do 200-300 programów telewizyjnych, a w przyszłości do jeszcze większej ich liczby.**

Jednocześnie jednak w miarę nasycania rynku uruchomienie działalności przez nowych nadawców będzie coraz trudniejsze, związane z większym ryzykiem i wymagające znacznie lepszego przygotowania merytorycznego i zaplecza finansowego. Już obecnie następuje proces weryfikacji funkcjonujących nadawców pod względem jakości nadawanego przez nich programu, dostępności tych podmiotów do rynku reklamowego, czy też posiadania wystarczająco mocnych podstaw finansowych do prowadzenia tej działalności. Zawijają się formy współpracy, występują przypadki koncentracji kapitału (patrz rozdz. IV). W przyszłości może to prowadzić do **zmniejszania się liczby samodzielnych nadawców** na rzecz powstawania większych podmiotów nadających wiele programów i działających na różnych rynkach. **Pokonanie bariery dostępu do wolnych częstotliwości może więc właśnie pozwolić przede wszystkim na rozszerzenie działalności nadawców już funkcjonujących, a tym samym umożliwi im osiągnięcie wyższych dochodów i wzmocni ich sytuację finansową, a jednocześnie pozwoli blokować pojawianie się konkurencji lub rozwój podmiotów konkurencyjnych.**

Perspektywy rozwoju rynku zależą też wprost od stanu rynku reklamowego. Dotychczas notował on szybki wzrost (patrz rozdz. V). Ewentualne obniżenie tempa wzrostu gospodarczego spowodowałoby przyhamowanie rozwoju reklamy i w konsekwencji trudności finansowe istniejących nadawców oraz podniesienie barier dostępu na rynek.

ANEKS

Obowiązujące koncesje radiowe - pełny ustawowy czas reklam

Podmiot	Nazwa programu
AIDA Spółka Akcyjna	Radio AIDA
Agencja Reklamowa EKS Sp. z o.o.	Radio KONIN
Akademia Rolnicza	Akademickie Radio WINOGRADY
Aleksandra i Marek Kujawa	Radio POMORZE
Andrzej Tauer	Radio SUDETY
Archidiecezja Białostocka	RADIO MARYJA - BIAŁYSTOK
Archidiecezja Częstochowska	Radio FIAT
Archidiecezja Gdańska	RADIO PLUS
Archidiecezja Gnieźnieńska	KATOLICKIE RADIO ARCHIDIECEZJI GNIEŹNIEŃSKIEJ ŚW. WOJCIECH
Archidiecezja Katowicka	RADIO ARKA
Archidiecezja Lubelska	Katolickie Radio LUBLIN
Archidiecezja Poznańska	Archidiecezjalna Rozgłośnia Radiowa
Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego	Radio AVE MARYJA
Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego	RADIO MARYJA - KROSNO
Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	KATOLICKIE RADIO AS
Archidiecezja Warmińska	RADIO MARYJA - OLSZTYN
Archidiecezja Warszawska	Radio JÓZEF
Archidiecezja Wrocławska	KATOLICKIE RADIO RODZINA
ART PRESS Sp. z o.o.	RADIO TOP
BIS - Media Sp. z o.o.	RADIO PULS
Bogdan Swoboda	RADIO PARK
Bogumił Czubacki	RADIO FAMA
BRW Sp.z.o.o	Radio BRW 101.1 FM
Centrum Kultury i Sztuki	RADIO CENTRUM
CITY RADIO Sp. z o.o.	RADIO CITY
Czesław Fliśnik	Radio WANDA
Diecezja Bielsko-Żywiecka	RADIO MARYJA - BIELSKO BIAŁA
Diecezja Elbląska	RADIO BIS
Diecezja Elcka	RADIO MARYJA - SUWAŁKI
Diecezja Elcka	RADIO MARYJA - ELK
Diecezja Gliwicka	KATOLICKIE RADIO PULS
Diecezja Koszalińsko-Kołobrzeska	RADIO DIECEZJI KOSZALIŃSKO-KOŁOBRZESKIEJ
Diecezja Legnicka	KATOLICKIE RADIO LEGNICA
Diecezja Łomżyńska	RADIO MARYJA - ŁOMŻA
Diecezja Łowicka	KATOLICKIE RADIO WIKTORIA - ROZGŁOŚNIA DIECEZJI ŁOWICKIEJ
Diecezja Opolska	Radio GÓRA ŚW. ANNY
Diecezja Pelplińska	Katolicka Rozgłośnia Diecezji Pelplińskiej RADIO GŁOS
Diecezja Płocka	Katolickie Radio Ciechanów
Diecezja Płocka	Katolickie Radio Płock
Diecezja Radomska	KATOLICKIE RADIO RADOMSKIE AVE
Diecezja Rzeszowska	VIA - Katolickie Radio Rzeszów
Diecezja Sandomierska	RADIO MARYJA - STALOWA WOLA
Diecezja Siedlecka	KATOLICKIE RADIO PODLASIA
Diecezja Tarnowska	RADIO DOBRA NOWINA
Diecezja Zamojsko-Lubaczowska	RADIO MARYJA - ZAMOŚĆ
Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	RADIO GORZÓW
Diecezjal Kaliska	Radio Katolickie Diecezji Kaliskiej
Elżbieta Czeremańska-Gocłowska	RADIO PULS
ESKA NORD sp. z o.o	RADIO ESKA NORD
ESKA Wrocław Sp. z o.o.	RADIO ESKA WROCLAW
Ewa Kubasiewicz	RADIO PARADA
Fryderyk Olearczyk	Radio DELTA
Gmina Łomianki	Radio MAZOWSZE
Gmina Miasta Radomia	RADIO RADOM
Grzegorz Janusz Pęziół	Radio KŁAKSON
Grzegorz Prywer	Radio PLAMA
HIT-FM Sp. z o.o.	RADIO HIT FM
Hot Radio Przemysł, S.A.	HOT RADIO PRZEMYSŁ
INFORADIO Sp. z o. o.	Radio HARCÓWKA
Jan Sobczak	REGIONALNE RADIO MY - RRM KONIN
Janusz Ceglewski	Radio LAS VEGAS

Janusz Kowanda	Radio PRO KOLOR
Janusz Mostowski	RADIO REJA
Jerzy Górski	Wielkopolskie Radio A2
Jerzy Kalisz	Radio ILAWA
KKK FM S.A.	RADIO KOLOR
MFM Sp. z o.o.	RADIO KOLOR
Michał Konieczny	Radio ELKA
Nasze Radio Sp. z o. o.	NASZE Radio
Parafia Św. Józefa w Pasłęku	RADIO MARYJA - PASŁEK
Piłskie Radio i TV "100" Sp. z o.o.	Radio 100
Piotr Gackowski	Radio VIGOR FM
Piotr Granowski	RADIO WEEKEND
Piotr Sambor	Radio ALEX
Piotr Wilczewski	Radio RMS-FM
Politechnika Białostocka	Radio AKADERA
Politechnika Rzeszowska	Studenckie Radio Rzeszów
Przedsiębiorstwo Modernizacji Urządzeń Energetycznych REMAK S.A.	Radio O'LE
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o.	RADIO FLASH
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe INTER PM Sp. z o.o.	Radio PM
Przemysław Paweł Kowalski	RADIO CITY
Radio "BOSS" Sp. z o.o.	RADIO BOSS
Radio "W" Sp. z o.o.	RADIO W
Radio ABC Sp. z o.o.	RADIO ABC
RADIO ARnet Sp. z o.o.	RADIO ARNET
Radio BielskoSp. z o.o.	RADIO BIELSKO
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie	RADIO ESKA
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie	RADIO RYTM
Radio FAMA Sp. z o.o.	RADIO FAMA
Radio Go S.A.	Radio GO
Radio Gra Sp. z o.o.	RADIO GRA
Radio Inowrocław Sp. z o.o.	Radio INOWROCŁAW
Radio LETA Sp. z o.o.	RADIO 90 FM
Radio Muzyka Fakty Sp. z o.o.	RMF FM
Radio PLESINO Sp. z o.o.	Radio Mega FM
Radio PÓLNOC Sp. z o.o.	RADIO PÓLNOC
Radio REKORD FM Sp. z o.o.	RADIO REKORD FM
Radio Rezonans Sp. z o.o.	Radio REZONANS
Radio S Poznań Sp. z o.o.	RADIO S POZNAŃ
Radio Toruń Sp. z o.o.	Radio TORUŃ
Radio Trefl Sp. z o.o.	RADIO TREFL
Radio VANESSA Sp. z o.o.	Radio VANESSA
Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A.	RADIO WA-MA
Radio ZET Sp. z o.o.	RADIO ZET
Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe Sp. z o.o.	RADIO TOP
Rozgłośnia Radiowa Radio OKO S.A.	Radio OKO
Ryszard Pragłowski	MRFM
Sławomir Papiera	RADIO 66
Spoleczne Radio Regionalne LELIWA Sp. z o.o.	RADIO LELIWA
Stanisław Obertanec	RADIO LEGNICA
Stowarzyszenie JOWISZ	RADIO JOWISZ
Tomasz Drobnik	RADIO KOŁOBRZEG
Tomasz Rybacki	RADIO OKO
Tomasz Stachaczyk	RADIO PIOTRKÓW
Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu	RADIO EL
VIDEO Sp. z o.o.	RADIO EL
WAWA S.A.	RADIO WAWA
WIBOR Sp. z o.o.	Radio ECHO
Wojciech Jaworski	Radio ALFA
Zakład Usługowo-Handlowy UZNAM Sp. z o.o.	RADIO 44
Zbigniew Łazarewicz	Radio DARŁOWO
Związek Gmin Ziemi Wieluńskiej	Radio Ziemi Wieluńskiej

Obowiązujące koncesje radiowe - ograniczenie reklamy do 2%

Podmiot	Nazwa programu
A.D.A Corporation Sp. z o.o.	Radio FON
Adam Szklarz	Radio MAKS
Agencja Radiowo-Telewizyjna FAMA Sp. z o.o.	RADIO FAMA
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie	Radio RAK
Archidiecezja Krakowska	Krakowskie Radio Mariackie PLUS
Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	KATOLICKIE RADIO FM-LIPIANY
Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	Katolickie Radio FM-Gryfice
BON TON RADIO Sp. akcyjna	BON TON RADIO
Centrum Edukacji i Promocji Biznesu PROMOTOR Sp. z o.o.	RADIO BĘŁCHATÓW
Diecezja Kielecka	Radio JEDNOŚĆ
Diecezja Tarnowska	RADIO DOBRA NOWINA
Diecezja Warszawsko-Praska	KATOLICKIE RADIO WARSZAWA
Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	RADIO GORZÓW
Ewa Maria Błachowiak	RADIO GNIEZNO
FAKT Sp. z o.o.	FAKTY
Fundacja ROZWÓJ KULTURY ZIEMI GDOWSKIEJ	RADIO BLUE
Fundacja Wzajemnej Pomocy Chrześcijańskiej	RADIO MAZURY
Gazeta Goleniowska Sp. z o.o.	Radio GOLENIÓW
Gmina Miasta Opatów	RADIO OPATÓW
Gmina Miasta Proszowice	RADIO LAN PROSZOWICE
Henryk Ważny	RADIO 9
IM 40 Sp. z o.o.	IM 40
INFO Sp. z o.o.	VOX FM
INFORADIO Sp. z o.o.	INFORADIO
Jan Babczyszyn Radio Jazz Sp. z o.o.	RADIO JAZZ FM
Jerzy Kalisz	RADIO GRUDZIĄDZ
Jerzy Marian Orzeł	Radio Bochnia
Jerzy Stempin	RADIO SUD
KIKS Media Sp. z o.o.	Radio KIKS
Lidia Piotrowicz	JA-RADIO JAROCIN
Maciej Tomasz Dobrzyński	RADIO FREM
Mariusz Adamiak	RADIO JAZZ
Media Sp. z o.o.	RADIO RMI
Michał Artur Banach	RADIO MTM FM
Miejski Dom Kultury w Piekarach Śląskich	RADIO PIEKARY
Mirosław Andrzej Korkosz	RADIO CLASSIC
Paraklet Sp. z o.o.	Radio VOX
Paweł Tomasz Gacka	RMS FM
Piotr Bajer	RADIO 5
Politechnika Poznańska	Radio AFERA
Politechnika Zielonogórska	Akademickie Radio INDEX
Pomorska Stacja Radiowa Sp. z o.o.	Radio PSR
Przedsiębiorstwo Produkcyjno Usługowo-Handlowe MAKS Sp. z o.o.	FAN FM
Radio ART Rozgłośnia Twórców Sp. z o.o.	RADIO ART -ROZGŁOŚNIA TWÓRCÓW
Radio BAB Sp. z o.o.	RADIO BAB
Radio Sanok Sp. z o.o.	RADIO SANOK
Regionalne Towarzystwo Publikacyjne Sp. z o.o.	Radio MANHATTAN
ROM Sp. z o.o.	RADIO CLASSIC
Ryszard Banaszczyk	PROGRAM RADIA BARYS
SBB Rodło Sp. z o.o.	SBB Rodło
Sławomir Borowy	RADIO ŁOMŻA
Tomasz Zieleniewski	RADIO KORMORAN
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie	RADIO CENTRUM
Wiesław Krzysztof Rafalski	
Zarząd Miasta Knurów	RADIO FAN ROZGŁOŚNIA LOKALNA
Związek Harcerstwa Polskiego	ROZGŁOŚNIA HARCERSKA

Obowiązujące koncesje radiowe - bez udziału reklam

Podmiot	Nazwa programu
Archidiecezja Łódzka	Katolicka Rozgłośnia Radiowa Archidiecezji Łódzkiej - RADIO EMAUS
Fundacja Obywatelska w Warszawie	Radio Obywatelskie POZNAŃ
Kuria Generalna Zakonu Św. Pawła Pierwszego Pustelnika	Radio JASNA GÓRA
Parafia Rzymsko-Katolicka p.w. Św. Jana Chrzciciela w Zbroszy Dużej	Radio Katolickie w Zbroszy Dużej
Politechnika Łódzka	Studenckie Radio ŻAK Politechniki Łódzkiej
Prowincja Warszawska Zgromadzenia Ojców Redemptorystów	RADIO MARYJA
Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Ojcowie Franciszkanie)	RADIO NIEPOKALANÓW
TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A.	TRANS WORLD RADIO

Obowiązujące koncesje telewizyjne:**- ogólnokrajowa**

Podmiot	nazwa programu
Polska Telewizja Satelitarna POLSAT S.A.	POLSAT

- ponadregionalne

Podmiot	nazwa programu
Polskie Media S. A.	Nasza Telewizja
TVN Sp. z o.o.	TVN
Telewizja WISŁA Sp. z o.o.	TELEWIZJA WISŁA

- lokalne lub regionalne

Podmiot	nazwa programu
BRYZA Telewizja Regionalna Sp. z o.o.	TV BRYZA
Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Ojcowie Franciszkanie)	TELEWIZJA NIEPOKALANÓW
Prywatna Telewizja AVAL Sp. z o.o.	Telewizja AVAL
Stowarzyszenie Telewizyjne LUBAŃ	TV LUBAŃ
Tadeusz Dąbrowski	Studio NTL
Telewizja Dolnośląska Sp. z o.o.	TELEWIZJA DOLNOŚLĄSKA
Telewizja Regionalna Województwa Legnickiego Sp. z o.o.	TV LEGNICA
Telewizja Zielona Góra Sp. z o.o.	TV ZIELONA GÓRA
Vigor - Telewizja Gorzów Sp. z o.o.	TV VIGOR

- kodowana

Podmiot	nazwa programu
Polska Korporacja Telewizyjna Sp. z o.o.	CANAL+ POLSKA

- satelitarne

Podmiot	nazwa programu
Polska Korporacja Telewizyjna Sp. z o.o.	CANAL+ POLSKA
Polska Telewizja Satelitarna POLSAT S.A.	POLSAT 2

Wykaz stacji Radia RMF FM - zakres 66 - 74 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
bielskie	Bielsko Biała	72,77	0,05
bydgoskie	Bydgoszcz	70,46	0,1
częstochowskie	Częstochowa	70,88	0,1
elbląskie	Elbląg	71,96	0,05

gdańskie	Gdańsk	73,52	0,1
katowickie	Katowice	71,75	0,1
krakowskie	Kraków/Chorągiewka	70,06	10
lubelskie	Lublin	67,19	0,1
łódzkie	Łódź	70,1	0,5
nowosądeckie	Zakopane/Gubałówka	72,86	0,1
olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	72,22	0,03
opolskie	Opole	71,06	0,1
piłskie	Piła	70,85	0,05
poznańskie	Poznań	73,53	0,1
radomskie	Radom	68,39	0,05
rzeszowskie	Rzeszów	70,88	0,1
warszawskie	Warszawa	66,17	0,1
wrocławskie	Wrocław	68,09	0,1

Wykaz stacji Radia RMF FM - zakres 87,5 - 108 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
białkopodlaskie	Siedlce/Łosice	91,9	30
białostockie	Białystok/Krynice	100,2	120
bielskie	Bielsko Biala	89,2	0,1
bydgoskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	93,3	120
częstochofskie	Częstochowa	92,4	1
elbląskie	Elbląg	101,2	0,1
gdańskie	Gdańsk/Chwaszczyno	98,4	120
jeleniogórskie	Lubań/Nowa Karczma	93,8	60
jeleniogórskie	Jelenia G./Śnieżne Kotły	100,8	10
kaliskie	Kalisz/Chelmce	98	1
katowickie	Katowice/Kosztowy	93	60
kieleckie	Kielce/Św. Krzyż	88,2	120
konińskie	Konin/Żółwieniec	98,9	60
koszalińskie	Koszalin/Gołogóra	89,3	10
koszalińskie	Łobez/Toporzyk	91,3	10
krakowskie	Kraków	96	60
krośnieńskie	Sucha Góra	100,1	1
krośnieńskie	Bieszczady/G.Jawor	101,1	30
legnickie	Legnica	96,1	1
lubelskie	Lublin/Piaski	89,3	10
łódzkie	Łódź	93,5	1
nowosądeckie	Zakopane/Gubałówka	101,8	10
nowosądeckie	Szczawnica/G.Prehyba	103,2	10
olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	89,4	0,1
olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	95,3	60
opolskie	Opole/Chrzelice	95,3	60
ostrołęckie	Ostrołęka	91,5	0,25
piłskie	Piła/Rusinowo	96,6	60
płockie	Płock/Rachocin	94,3	60
poznańskie	Poznań/Śrem	94,6	120
przemyskie	Przemysł/G.Tatarska	103,4	10
radomskie	Radom	100,3	1
śląskie	Lębork/Skórowo	103,4	1
suwalskie	Suwałki	89	1
suwalskie	Giżycko/Wiartel	102	30
szczecińskie	Świnoujście	101,2	10
szczecińskie	Szczecin/Kołowo	106,7	60
tarnowskie	Tarnów/Zawada	95,4	1
wałbrzyskie	Kłodzko/Czarna Góra	101,6	10
wałbrzyskie	Wałbrzych/G.Chelmiec	102,9	5
warszawskie	Warszawa	91	0,5
wrocławskie	Wrocław	92,9	10
zamojskie	Zamość/Tarnawatka	107,7	15
zielonogórskie	Zielona Góra/Jemiołów	106,4	60

Wykaz stacji Radia Zet - zakres 66 - 74 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
-------------	-------------	---------------	----------

białostockie	Białystok	65,99	0,1
bielskie	Bielsko Biala	71,03	0,05
bydgoskie	Bydgoszcz	71,21	0,1
częstochockie	Częstochowa	71,9	0,1
elbląskie	Elbląg	71,36	0,1
gdańskie	Gdańsk	71,69	0,05
gdańskie	Gdynia	71,69	0,05
katowickie	Katowice	71,03	0,1
krakowskie	Kraków	71,96	0,1
lubelskie	Lublin RTON	71,03	0,1
łódzkie	Łódź	71,63	0,1
olsztyńskie	Olsztyn	73,04	0,1
opolskie	Opole	68,21	0,1
poznańskie	Poznań	72,32	0,1
rzeszowskie	Rzeszów	72,23	0,1
śląskie	Śląsk	71,45	0,1
toruńskie	Toruń	73,1	0,1
warszawskie	Warszawa	67	0,4
wrocławskie	Wrocław	68,84	0,1

Wykaz stacji Radia Zet - zakres 87,5 - 108 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
białostockie	Białystok	107,3	1
bielskie	Wisła/G.Skrzyczne	95,7	10
bydgoskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	95,6	120
częstochockie	Częstochowa	103,4	1
elbląskie	Elbląg	104,2	1
gdańskie	Gdańsk/Chwaszczyno	105	1
gorzowskie	Gorzów Wlkp.	99,6	1
jeleniogórskie	Lubań/Nowa Karczma	89,4	60
jeleniogórskie	Jelenia G./Śnieżne Kotły	104,2	1
katowickie	Katowice/Kosztowy	102,8	0,1
kieleckie	Kielce	90,4	0,1
konińskie	Konin/Żółwieniec	107,1	60
koszalińskie	Koszalin	88,7	1
koszalińskie	Białogard/Mołtowo	104,2	1
krośnieńskie	Bieszczady/G.Jawor	103,1	30
krośnieńskie	Sucha Góra	104,9	1
lubelskie	Lublin	107	120
łódzkie	Łódź	90,1	1
nowosądeckie	Szczawnica/G.Prehyba	97,8	2,5
nowosądeckie	Zakopane/Gubałówka	106,3	10
olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	107,7	1
opolskie	Opole	92,2	1
opolskie	Nysa	98,6	0,1
ostrołęckie	Ostrołęka	102,8	5
piłskie	Piła/Rusinowo	97,9	120
płockie	Płock/Rachocin	97,3	60
poznańskie	Poznań/Śrem	97	30
poznańskie	Poznań	103,4	0,1
przemyskie	Przemysł/G.Tatarska	107,9	1
radomskie	Radom	88,7	1
siedleckie	Siedlce	91,3	0,1
śląskie	Śląsk	88,5	1
śląskie	Lębork/Skórowo	96,6	10
śląskie	Człuchów	107	10
suwalskie	Suwałki/Krzemianucha	101,4	30
suwalskie	Giżycko/Wiertel	104	30
szczecińskie	Świnoujście	91,8	10
szczecińskie	Gryfice	92,9	10
szczecińskie	Szczecin/Kołowo	95,2	1
wałbrzyskie	Wałbrzych/G.Chelmiec	97,2	1
wałbrzyskie	Kłodzko/Czarna Góra	103,8	10
warszawskie	Warszawa	107,5	10
wrocławskie	Wrocław/Śleza	93,6	1

zamojskie	Zamość	100,7	1
zielonogórskie	Zielona Góra	107	0,1

Wykaz stacji Radia Maryja - zakres 66 - 75 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
białkopodlaskie	Biała Podlaska	67,4	0,1
białostockie	Białystok	67,55	0,1
bydgoskie	Inowrocław	66,17	0,1
bydgoskie	Bydgoszcz	67,61	0,1
ciechanowskie	Ciechanów	66,74	0,02
ciechanowskie	Lidzbark	69,08	0,1
ciechanowskie	Płońsk	71,72	0,05
elbląskie	Elbląg	69,11	0,05
gdańskie	Gdańsk	72,29	0,1
gorzowskie	Gorzów Wlkp.	68,12	0,02
kaliskie	Sadowie	69,29	0,1
kaliskie	Kalisz/Chelmce	70,16	0,05
kaliskie	Krotoszyn	72,59	0,05
kieleckie	Kielce	67,34	0,1
konińskie	Konin	68	0,1
konińskie	Kłodawa	71,24	0,1
koszalińskie	Koszalin	70,55	0,05
krakowskie	Kraków	71,36	0,1
krośnieńskie	Krosno	71,9	0,05
legnickie	Legnica	66,08	0,1
leszczyńskie	Leszno	68,39	0,1
lubelskie	Lublin	67,85	0,1
łomżyńskie	Łomża	73,1	0,1
olsztyńskie	Lidzbark Warmiński	68,84	0,05
pilskie	Złotów	71,42	0,1
płockie	Kutno	69,47	0,05
przemyskie	Przemysł	68	0,1
radomskie	Radom	67,4	0,1
rzeszowskie	Rzeszów	71,51	0,1
sieradzkie	Sieradz	67,49	0,05
słupskie	Słupsk	70,85	0,1
tarnowskie	Lubaszowa	71,45	0,1
tarnowskie	Wojakowa	71,63	0,1
toruńskie	Toruń	66,41	0,1
toruńskie	Chełmno	70,67	0,1
warszawskie	Warszawa	73,7	1
wrocławskie	Wrocław	66,05	0,02
zamojskie	Zamość	70,34	0,1

Wykaz stacji Radia Maryja - zakres 87,5 - 108 MHz

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość	ERP (kW)
białostockie	Hajnówka	102	1
bielskie	Wisła/G.Skrzyczne	88,4	3,2
bielskie	Kalwaria Zebrzydowska	94,3	0,1
bydgoskie	Bydgoszcz	88,5	0,2
bydgoskie	Czersk	101,4	10
chełmskie	Włodawa	100,6	1
częstochockie	Koszęcin	103,7	5
elbląskie	Ormeta	94,5	0,1
elbląskie	Kwidzyna	107,4	0,1
gdańskie	Starogard Gd.	87,6	0,1
gdańskie	Gdańsk	88,9	0,1
gdańskie	Gdynia	102,3	0,2
gorzowskie	Baczyna	98,8	10

gorzowskie	Barlinek	107,2	1
jeleniogórskie	Lubań	95,2	0,5
jeleniogórskie	Bogatynia	100,3	1
katowickie	Gołonóg	103,3	0,2
katowickie	Olkusz	104,6	0,1
kieleckie	Kielce	102,7	0,1
kieleckie	Kielce/Św.Krzyż	107,2	20
konińskie	Konin	105,1	1
koszalińskie	Kołobrzeg	94,4	0,1
koszalińskie	Łobez/Toporzyk	100,6	10
koszalińskie	Drawsko Pomorskie	104,7	1
krakowskie	Kraków	90,6	1
legnickie	Głogów	100,6	1
lubelskie	Kazimierz Dolny	89,9	0,1
lubelskie	Kraśnik	98	0,01
łódzkie	Łódź	87,9	2
nowosądeckie	Rabka/Luboń Wielki	100,7	5
olsztyńskie	Szczytno	88,1	0,1
olsztyńskie	Wysoka Wieś	100,4	10
olsztyńskie	Olsztyn	102,2	0,1
opolskie	Kędzierzyn-Koźle	97,7	0,1
opolskie	Opole	98,2	0,1
opolskie	Nysa	100,4	1
ostrolęckie	Ostrów Maz.	100,4	10
pilskie	Piła	100,4	0,1
pilskie	Złotów	101,1	10
piotrkowskie	Piotrków Trybunalski	94,7	0,1
poznańskie	Poznań	95,4	1
poznańskie	Poznań/Śrem	106,8	120
przemyskie	Lubaczów	105,1	0,1
radomskie	Grójec	99,8	0,1
rzeszowskie	Rzeszów	100,9	0,1
rzeszowskie	Leżajsk	106,3	1
śląskie	Lębork	92,7	10
śląskie	Ślupsk	102	1
suwalskie	Mikołajki	88,4	0,1
suwalskie	Wegorzewo	100,2	0,1
suwalskie	Suwałki	107,9	10
szczecińskie	Lubin	87,7	1
szczecińskie	Tychowo	97,4	10
szczecińskie	Szczecin	101,6	0,05
szczecińskie	Gryfice	102,9	10
tarnobrzeskie	Włostów k.Ostrowca	100,9	0,1
tarnowskie	Brzesko	98,7	0,1
tarnowskie	Lubaszowa	99,9	1
toruńskie	Toruń	100,6	1
toruńskie	Chełmno	104	1
wałbrzyskie	Kłodzko	106,3	1
wałbrzyskie	Wałbrzych/G.Chełmiec	107,4	2,5
warszawskie	Warszawa	89,1	0,1
wrocławskie	Szpetal Górny	100,9	1
wrocławskie	Wrocław/Ślęza	88,9	120
wrocławskie	Wrocław/Kościół Sw. Elżbiety	94,5	0,1
zamojskie	Hrubieszów	107,5	0,1
zielonogórskie	Letnica	90,3	0,9
zielonogórskie	Zielona Góra/Jemiołów	98,4	0,5
zielonogórskie	Wolsztyn	98,7	0,1
zielonogórskie	Żagań	101,2	10

Wykaz stacji diecezjalnych i zakonnych - zakres 66 - 74 MHz

Podmiot	Województwo	Lokalizacja	Częst.	ERP (kW)
Archidiecezja Częstochowska (Radio FIAT)	częstochowskie	Częstochowa	67,01	0,1
Archidiecezja Gdańska (RADIO PLUS)	gdańskie	Gdańsk/Chwaszczyno	67,07	1
Archidiecezja Krakowska (Krakowskie Radio Mariackie PLUS)	krakowskie	Kraków	70,76	0,14
Archidiecezja Łódzka (Katolicka Rozgłośnia Radiowa Archidiecezji Łódzkiej - RADIO EMAUS)	łódzkie	Łódź	66,68	0,1
Archidiecezja Poznańska (Archidiecezjalna Rozgłośnia Radiowa)	poznańskie	Poznań/Piątkowo	70,34	0,1

Archidiecezja Szczecińsko-Kamińska (KATOLICKIE RADIO AS)	szczecińskie	Szczecin	65,96	1
Archidiecezja Szczecińsko-Kamińska (KATOLICKIE RADIO FM-LIPIANY)	szczecińskie	Lipiany	72,65	0,01
Archidiecezja Warmińska (RADIO MARYJA - OLSZTYN)	olsztyńskie	Olsztyn	71,6	0,5
Diecezja Bielsko-Żywiecka (RADIO MARYJA - BIELSKO BIAŁA)	bielskie	Bielsko Biała	72,17	0,1
Diecezja Gliwicka (KATOLICKIE RADIO PULS)	katowickie	Gliwice	72,44	0,1
Diecezja Kielecka (Radio JEDNOŚĆ)	kieleckie	Kielce	71,95	0,1
Diecezja Legnicka (KATOLICKIE RADIO LEGNICA)	legnickie	Legnica	67,82	0,05
Diecezja Legnicka (KATOLICKIE RADIO LEGNICA)	jeleniogórskie	Jelenia Góra	69,38	0,05
Diecezja Pelplińska (Katolicka Rozgłośnia Diecezji Pelplińskiej RADIO GŁOS)	gdańskie	Pelplin	71,09	0,1
Diecezja Płocka (Katolickie Radio Płock)	płockie	Płock	65,99	0,1
Diecezja Płocka (Katolickie Radio Ciechanów)	ciechanowskie	Ciechanów	66,29	0,2
Diecezja Radomska (KATOLICKIE RADIO RADOMSKIE AVE)	radomskie	Radom	71,99	0,2
Diecezja Tarnowska (RADIO DOBRA NOWINA)	tarnowskie	Zawada	69,65	0,1
Diecezja Warszawsko-Praska (KATOLICKIE RADIO WARSZAWA)	warszawskie	Warszawa	70,7	0,1
Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (RADIO GORZÓW)	gorzowskie	Gorzów Wlkp.	70,3	0,1
Parafia Rzymsko-Katolicka p.w. Św. Jana Chrzciciela w Zbroszy Dużej (Radio Katolickie w Zbroszy Dużej)	radomskie	Zbrosza Duża	70,85	0,05
Parafia Św. Józefa w Pasłęku (RADIO MARYJA - PASŁĘK)	elbląskie	Pasłęk	72,29	0,1

Wykaz stacji diecezjalnych i zakonnych - zakres 87,5 - 108 MHz

Podmiot	Województwo	Lokalizacja	Częst.	ERP (kW)
Archidiecezja Białostocka (RADIO MARYJA - BIAŁYSTOK)	białostockie	Białystok	104,7	1
Archidiecezja Częstochowska (Radio FIAT)	częstochowskie	Częstochowa	94,7	1
Archidiecezja Gdańska (RADIO PLUS)	gdańskie	Gdańsk/Chwaszczyno	101,7	60
Archidiecezja Gnieźnieńska (KATOLICKIE RADIO ARCHIDIECEZJI GNIEŹNIEŃSKIEJ ŚW. WOJCIECH)	poznańskie	Gniezno	89,5	10
Archidiecezja Katowicka (RADIO ARKA)	katowickie	Łaziska Górne	107,6	5
Archidiecezja Krakowska (Krakowskie Radio Mariackie PLUS)	krakowskie	Mogilany	93,7	1
Archidiecezja Krakowska (Krakowskie Radio Mariackie PLUS)	nowosądeckie	Rabka/Luboń Wielki	102,7	5
Archidiecezja Lubelska (Katolickie Radio LUBLIN)	lubelskie	Lublin/Boży Dar	87,9	10
Archidiecezja Łódzka (Katolicka Rozgłośnia Radiowa Archidiecezji Łódzkiej - RADIO EMAUS)	łódzkie	Łódź	100,4	2
Archidiecezja Poznańska (Archidiecezjalna Rozgłośnia Radiowa)	poznańskie	Poznań	89,8	1
Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego (Radio AVE MARYJA)	przemyskie	Przemyśl	98,2	1
Archidiecezja Przemyska Obrządku Łacińskiego (RADIO MARYJA - KROSNO)	krośnieńskie	Miejsce Piastowe	104,5	1
Archidiecezja Szczecińsko-Kamińska (KATOLICKIE RADIO AS)	szczecińskie	Szczecin	88,9	15
Archidiecezja Szczecińsko-Kamińska (Katolickie Radio FM-Gryfice)	szczecińskie	Gryfice	90,7	2
Archidiecezja Szczecińsko-Kamińska (KATOLICKIE RADIO FM-LIPIANY)	szczecińskie	Lipiany	104,3	1
Archidiecezja Warszawska (Radio JÓZEF)	warszawskie	Warszawa	96,5	10
Archidiecezja Wrocławska (KATOLICKIE RADIO RODZINA)	wrocławskie		92	1
Diecezja Elbląska (RADIO BIS)	elbląskie	Elbląg	102,3	1
Diecezja Elcka (RADIO MARYJA - ELK)	suwalskie	Elk	102,6	1
Diecezja Elcka (RADIO MARYJA - SUWAŁKI)	suwalskie	Suwałki/Krzemianucha	105,5	1
Diecezja Gliwicka (KATOLICKIE RADIO PULS)	katowickie	Katowice	89,3	0,1
Diecezja Gliwicka (KATOLICKIE RADIO PULS)	katowickie	Gliwice	96,1	1
Diecezja Kielecka (Radio JEDNOŚĆ)	kieleckie	Kielce	98	1
Diecezja Koszalińsko-Kołobrzeska (RADIO DIECEZJI KOSZALIŃSKO-KOŁOBRZESKIEJ)	koszalińskie	Koszalin/G. Chełmska	102,6	1
Diecezja Legnicka (KATOLICKIE RADIO LEGNICA)	jeleniogórskie	Chrostnica/Dziewiszów	94,9	1
Diecezja Legnicka (KATOLICKIE RADIO LEGNICA)	legnickie	Polkowice	102,6	10
Diecezja Łomżyńska (RADIO MARYJA - ŁOMŻA)	łomżyńskie	Łomża	103,6	10
Diecezja Opolska (Radio GÓRA ŚW. ANNY)	opolskie	Wysoka k/Opola	107,9	1
Diecezja Pelplińska (Katolicka Rozgłośnia Diecezji Pelplińskiej RADIO GŁOS)	gdańskie	Pelplin	91,4	0,1
Diecezja Płocka (Katolickie Radio Ciechanów)	ciechanowskie	Ciechanów	103,9	0,25
Diecezja Płocka (Katolickie Radio Płock)	płockie	Płock	104,3	1
Diecezja Radomska (KATOLICKIE RADIO RADOMSKIE AVE)	radomskie	Radom	90,7	5
Diecezja Rzeszowska (VIA - Katolickie Radio Rzeszów)	rzeszowskie	Rzeszów	103,8	3
Diecezja Sandomierska (RADIO MARYJA - STAŁOWA WOLA)	tarnobrzeskie	Stalowa Wola	104,4	1
Diecezja Siedlecka (KATOLICKIE RADIO PODLASIA)	białkopodlaskie	Siedlce/Łosice	101,7	120
Diecezja Tarnowska (RADIO DOBRA NOWINA)	nowosądeckie	Krynica	88,3	1

Diecezja Tarnowska (RADIO DOBRA NOWINA)	nowosądeckie	Nowy Sącz/Wysokie	101,2	1
Diecezja Tarnowska (RADIO DOBRA NOWINA)	tarnowskie	Tarnów	103,6	30
Diecezja w Łowicku (KATOLICKIE RADIO WIKTORIA - ROZGŁOŚNIA DIECEZJI ŁOWICKIEJ)	skierniewickie	Łowicz	103,5	5
Diecezja Warszawsko-Praska (KATOLICKIE RADIO WARSZAWA)	warszawskie	Warszawa	106,2	0,05
Diecezja Zamojsko-Lubaczowska (RADIO MARYJA - ZAMOŚĆ)	zamojskie	Zamość	90,1	10
Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (RADIO GORZÓW)	zielonogórskie	Zielona Góra	91,7	1
Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska (RADIO GORZÓW)	gorzowskie	Gorzów Wlkp.	100,7	5
Diecezja Kaliska (Radio Katolickie Diecezji Kaliskiej)	kaliskie	Kalisz/Chełmce	103,1	1
Kuria Generalna Zakonu Św. Pawła Pierwszego Pustelnika (Radio JASNA GÓRA)	częstochockie	Częstochowa	100,6	1
Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Ojcowie Franciszkanie) (RADIO NIEPOKALANÓW)	łódzkie	Łódź	98,6	0,1
Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Ojcowie Franciszkanie) (RADIO NIEPOKALANÓW)	warszawskie	Kampinos	102,7	1

Wykaz lokalnych nadawców koncesjonowanych - zakres 66 - 74 MHz

Podmiot	Województwo	Lokalizacja	Częst.	ERP (kW)
A.D.A Corporation Sp. z o.o. (Radio FON)	częstochockie	Częstochowa	69,62	0,2
Adam Szklarz (Radio MAKŚ)	tarnowskie	Tarnów/G.Św.Marcina	66,17	0,1
Agencja Radiowo-Telewizyjna FAMA Sp. z o.o. (RADIO FAMA)	kieleckie	Kielce	66,59	0,1
Agencja Reklamowa EKS Sp. z o.o. (Radio KONIN)	konińskie	Konin	71,54	0,1
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie (Radio RAK)	krakowskie	Kraków	67,41	0,1
Aleksandra i Marek Kujawa (Radio POMORZE)	bydgoskie	Bydgoszcz	73,25	0,1
ART PRESS Sp. z o.o. (RADIO TOP)	lubelskie	Lublin	69,08	0,1
BIS - Media Sp. z o.o. (RADIO PULS)	lubelskie	Lublin	65,99	0,1
Bogdan Swoboda (RADIO PARK)	opolskie	Kędzierzyn-Wysoka	67,37	0,05
Bogumił Czubacki (RADIO FAMA)	skierniewickie	Sochaczew	67,34	0,05
BON TON RADIO Sp. akcyjna (BON TON RADIO)	chełmskie	Chełm	72,32	0,1
Centrum Edukacji i Promocji Biznesu PROMOTOR Sp. z o.o. (RADIO BEŁCHATÓW)	piotrkowskie	Bełchatów	70,25	0,1
Centrum Kultury i Sztuki (RADIO CENTRUM)	kaliskie	Kalisz	66,08	0,1
CITY RADIO Sp. z o.o. (RADIO CITY)	częstochockie	Częstochowa	72,5	0,1
Czesław Fliśnik (Radio WANDA)	krakowskie	Kraków	66,25	0,03
Elżbieta Czeremańska-Gocłowska (RADIO PULS)	płockie	Płock	67,1	0,1
ESKA NORD sp. z o.o. (RADIO ESKA NORD)	gdańskie	Gdańsk	68,63	0,1
ESKA NORD sp. z o.o. (RADIO ESKA NORD)	gdańskie	Gdynia	72,92	0,1
ESKA Wrocław Sp. z o.o. (RADIO ESKA WROCLAW)	wrocławskie	Wrocław	69,44	0,05
Ewa Kubasiewicz (RADIO PARADA)	łódzkie	Łódź	69,44	0,1
Ewa Maria Błachowiak (RADIO GNIEZNO)	poznańskie	Gniezno	73,73	0,05
FAKT Sp. z o.o. (FAKTY)	krośnieńskie	Czarnorzeki	69,11	0,05
Fryderyk Olearczyk (Radio DELTA)	bielskie	Bielsko Biała	70,4	0,1
Fundacja Wzajemnej Pomocy Chrześcijańskiej (RADIO MAZURY)	olsztyńskie	Ostróda	71,27	0,05
Gmina Miasta Opatów (RADIO OPATÓW)	tarnobrzесьkie	Opatów	66,98	0,1
Gmina Miasta Radomia (RADIO RADOM)	radomskie	Radom	69,59	0,1
HIT-FM Sp. z o.o. (RADIO HIT FM)	rzeszowskie	Mielec	69,59	0,05
HIT-FM Sp. z o.o. (RADIO HIT FM)	tarnobrzесьkie	Stalowa Wola	68,6	0,1
Hot Radio Przemyśl, S.A. (HOT RADIO PRZEMYŚL)	przemyskie	Przemyśl/G. Tatarska	66,89	0,1
INFO Sp. z o.o. (VOX FM)	zamojskie	Zamość	70,94	0,1
Jan Sobczak (REGIONALNE RADIO MY - RRM KONIN)	konińskie	Konin	70,25	0,2
Janusz Ceglewski (Radio LAS VEGAS)	wrocławskie	Ciechocinek	69,83	0,1
Janusz Kowanda (Radio PRO KOLOR)	opolskie	Opole	68,84	0,1
Janusz Mostowski (RADIO REJA)	koszalińskie	Szczecinek	72,38	0,05
Jerzy Górski (Wielkopolskie Radio A2)	konińskie	Słupca	73,34	0,1
Jerzy Kalisz (Radio IŁAWA)	olsztyńskie	Iława	68,24	0,03
Jerzy Marian Orzeł (Radio Bochnia)	tarnowskie	Tarnów	69,05	0,03
Jerzy Stępin (RADIO SUD)	kaliskie	Kępno	67,58	0,02
KIKS Media Sp. z o.o. (Radio KIKS)	łódzkie	Łódź	73,71	0,05
Lidia Piotrowicz (JA-RADIO JAROCIN)	kaliskie	Jarocin	71,09	0,05
MFM Sp. z o.o. (RADIO KOLOR)	warszawskie	Warszawa	72,38	0,5
Michał Artur Banach (RADIO MTM FM)	kieleckie	Kielce	69,74	0,05
Michał Konieczny (Radio ELKA)	leszczyńskie	Leszno	73,22	0,05
Mirosław Andrzej Korkosz (RADIO CLASSIC)	łódzkie	Łódź	65,9	0,1
Nasze Radio Sp. z o.o. (NASZE Radio)	sieradzkie	Sieradz	70,4	0,05
Paraklet Sp. z o.o. (Radio VOX)	bydgoskie	Bydgoszcz	66,71	0,1
Piotr Bajera (RADIO 5)	suwalskie	Suwałki	70,52	0,1
Piotr Bajera (RADIO 5)	suwalskie	Suwałki	73,28	0,1
Piotr Gackowski (Radio VIGOR FM)	śląskie	Kobylnica	65,9	0,1

Piotr Granowski (RADIO WEEKEND)	bydgoskie	Chojnice	68,24	0,5
Piotr Sambor (Radio ALEX)	nowosądeckie	Zakopane/Gubałówka	72,26	0,1
Piotr Wilczewski (Radio RMS-FM)	piłskie	Piła	70,25	0,1
Politechnika Białostocka (Radio AKADERA)	białostockie	Białystok	71,24	0,25
Politechnika Rzeszowska (Studenckie Radio Rzeszów)	rzeszowskie	Rzeszów	70,19	0,1
Przedsiębiorstwo Modernizacji Urządzeń Energetycznych REMAK S.A. (Radio O'LE)	opolskie	Opole	66,14	0,1
Przedsiębiorstwo Produkcyjno Usługowo-Handlowe MAKS Sp. z o.o. (FAN FM)	krośnieńskie	Czarnorzeki	66,5	0,05
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o. (RADIO FLASH)	katowickie	Zabrze	69,98	0,1
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe INTER PM Sp. z o.o. (Radio PM)	elbląskie	Kwidziń	67,46	0,1
Przemysław Paweł Kowalski (RADIO CITY)	śląskie	Śląsk	66,5	0,1
Radio "BOSS" Sp. z o.o. (RADIO BOSS)	płockie	Płock	67,7	0,1
Radio "W" Sp.z o.o. (RADIO W)	wrocławskie	Wrocław	66,8	0,1
RADIO ARnet Sp. z o.o. (RADIO ARNET)	gdańskie	Gdańsk	69,68	0,1
Radio BAB Sp. z o.o. (RADIO BAB)	łomżyńskie	Łomża	69,05	0,1
Radio BielskoSp. z o.o. (RADIO BIELSKO)	bielskie	Bielsko Biała	69,77	0,1
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie (RADIO ESKA)	warszawskie	Warszawa	73,2	2,5
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie (RADIO RYTM)	lubelskie	Lublin	73,28	0,1
Radio FAMA Sp. z o.o. (RADIO FAMA)	opolskie	Opole	71,69	0,05
Radio Go S.A. (Radio GO)	gorzowskie	Gorzów Wlkp.	71,12	0,1
Radio Gra Sp. z o.o. (RADIO GRA)	toruńskie	Toruń	68,15	0,1
Radio Inowrocław Sp. z o.o. (Radio INOWROCLAW)	bydgoskie	Inowrocław	67,85	0,1
Radio PLESINO Sp. z o.o. (Radio Mega FM)	katowickie	Pszczyna	72,62	0,05
Radio PÓLNOC Sp. z o.o. (RADIO PÓLNOC)	koszalińskie	Koszalin	69,23	0,1
Radio REKORD FM Sp. z o.o. (RADIO REKORD FM)	radomskie	Radom	66,08	0,1
Radio S Poznań Sp. z o.o. (RADIO S POZNAŃ)	poznańskie	Poznań	72,92	0,1
Radio Toruń Sp. z o.o. (Radio TORUŃ)	toruńskie	Toruń	70,04	0,1
Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A. (RADIO WA-MA)	olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	70,19	0,05
Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe Sp. z o.o. (RADIO TOP)	katowickie	Katowice	69,38	0,1
Regionalne Towarzystwo Publikacyjne Sp. z o.o. (Radio MANHATTAN)	łódzkie	Łódź	70,85	0,1
Ryszard Pragłowski (MRFM)	jeleniogórskie	Jelenia Góra	67	0,5
Sławomir Borowy (RADIO ŁOMŻA)	łomżyńskie	Łomża	68,45	0,1
Sławomir Papiera (RADIO 66)	konińskie	Konin	66	0,2
Spoleczne Radio Regionalne LELIWA Sp. z o.o. (RADIO LELIWA)	tarnobrzegskie	Tarnobrzeg	71,57	0,1
Stanisław Obertaniec (RADIO LEGNICA)	legnickie	Legnica	69,86	0,1
Stowarzyszenie JOWISZ (RADIO JOWISZ)	jeleniogórskie	Komarno	70,22	0,05
Tomasz Drobnik (RADIO KOŁOBRZEG)	koszalińskie	Kołobrzeg	71,15	0,05
Tomasz Rybacki (RADIO OKO)	ostrołęckie	Ostrołęka	66,5	0,05
Tomasz Stachaczyk (RADIO PIOTRKÓW)	piotrkowskie	Piotrków Trybunalski	66,95	0,1
Tomasz Zieleniewski (RADIO KORMORAN)	suwalskie	Węgorzewo	67,07	0,05
Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu (RADIO EL)	elbląskie	Elbląg	72,74	0,1
VIDEO Sp. z o.o. (RADIO EL)	bydgoskie	Bydgoszcz	68,3	0,1
WIBOR Sp. z o.o. (Radio ECHO)	nowosądeckie	Nowy Sącz	71,03	0,1
Wiesław Krzysztof Rafalski ()	wrocławskie	Wrocław	70,55	0,1
Wojciech Jaworski (Radio ALFA)	krakowskie	Węgrzce	72,56	0,1
Związek Gmin Ziemi Wieluńskiej (Radio Ziemi Wieluńskiej)	sieradzkie	Wieluń	69,44	0,05

Wykaz lokalnych nadawców koncesjonowanych - zakres 87,4 - 108 MHz

Podmiot	Województwo	Lokalizacja	Częst.	ERP (kW)
A.D.A Corporation Sp. z o.o. (Radio FON)	częstochowskie	Częstochowa	102,6	0,2
Adam Szklarz (Radio MAKS)	tarnowskie	Tarnów/G.Św.Marcina	98,1	0,5
Agencja Radiowo-Telewizyjna FAMA Sp. z o.o. (RADIO FAMA)	kieleckie	Kielce	100,8	1
Agencja Reklamowa EKS Sp. z o.o. (Radio KONIN)	konińskie	Konin	90,7	1
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie (Radio RAK)	krakowskie	Kraków	100,5	0,1
Akademia Rolnicza (Akademickie Radio WINOGRADY)	poznańskie	Poznań	100,2	0,1
Aleksandra i Marek Kujawa (Radio POMORZE)	bydgoskie	Bydgoszcz	103,5	0,1
Andrzej Tauer (Radio SUDETY)	wałbrzyskie	Dzierżoniów	96,4	0,15
ART PRESS Sp. z o.o. (RADIO TOP)	lubelskie	Lublin	91,8	0,1
BIS - Media Sp. z o.o. (RADIO PULS)	lubelskie	Lublin	93,8	0,05
Bogdan Swoboda (RADIO PARK)	opolskie	Kędzierzyn-Koźle	101,8	0,1
Bogumił Czubacki (RADIO FAMA)	skierniewickie	Sochaczew	94,9	0,1
BON TON RADIO Sp. akcyjna (BON TON RADIO)	chełmskie	Chełm	104,9	1
BRW Sp.z.o.o (Radio BRW 101.1 FM)	wałbrzyskie	Wałbrzych/G.Chełmiec	101,1	5

Centrum Edukacji i Promocji Biznesu PROMOTOR Sp. z o.o. (RADIO BĘLCHATÓW)	piotrkowskie	Bełchatów	89,4	0,1
Centrum Kultury i Sztuki (RADIO CENTRUM)	kaliskie	Kalisz	101,1	1
CITY RADIO Sp. z o.o. (RADIO CITY)	częstochofskie	Częstochowa	96,6	0,1
Czesław Fliśnik (Radio WANDA)	krakowskie	Kraków	92,5	0,03
ESKA NORD sp. z o.o. (RADIO ESKA NORD)	gdańskie	Gdańsk	96,4	1
ESKA NORD sp. z o.o. (RADIO ESKA NORD)	gdańskie	Gdynia	106,7	0,1
ESKA Wrocław Sp. z o.o. (RADIO ESKA WROCLAW)	wrocławskie	SRL Trzebnica	104,9	10
Ewa Kubasiewicz (RADIO PARADA)	łódzkie	Łódź	96	0,1
Fryderyk Olearczyk (Radio DELTA)	bielskie	Bielsko Biala	87,9	0,1
Fundacja Obywatelska w Warszawie (Radio Obywatelskie POZNAŃ)	poznańskie	Poznań	93,5	0,1
Fundacja ROZWÓJ KULTURY ZIEMI GDOWSKIEJ (RADIO BLUE)	krakowskie	Kraków	97,7	0,1
Fundacja Wzajemnej Pomocy Chrześcijańskiej (RADIO MAZURY)	olsztyńskie	Olsztyn	101,5	0,1
Gazeta Goleniowska Sp. z o.o. (Radio GOLENIÓW)	szczyńskie	Goleniów	93,2	0,1
Gmina Łomianki (Radio MAZOWSZE)	warszawskie	Nowy Dwór Mazowiecki	95,8	0,1
Gmina Miasta Opatów (RADIO OPATÓW)	tarnobrzeskie	Opatów	93,7	0,1
Gmina Miasta Proszowice (RADIO ŁAN PROSZOWICE)	krakowskie	Koniusza	96,7	0,1
Gmina Miasta Radomia (RADIO RADOM)	radomskie	Radom	106,9	10
Grzegorz Janusz Pęziół (Radio KLAKSON)	wrocławskie	Wrocław	106,1	1
Grzegorz Prywer (Radio PLAMA)	szczyńskie	Szczecin	96,9	0,05
Henryk Ważny (RADIO 9)	rzeszowskie		97,7	0,1
HIT-FM Sp. z o.o. (RADIO HIT FM)	rzeszowskie	Mielec	102,4	1
IM 40 Sp. z o.o. (IM 40)	warszawskie		100,1	0,2
INFORADIO Sp. z o.o. (Radio HARCÓWKA)	wałbrzyskie	Wałbrzych	91,8	0,3
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	gdańskie	Gdańsk	95,2	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	gdańskie	Gdynia	97,8	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	katowickie	Katowice	97,4	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	krakowskie	Kraków	102,9	1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	łódzkie	Łódź	97,4	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	poznańskie	Poznań	97,7	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	szczyńskie	Szczecin	99,3	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	warszawskie	Warszawa	97,7	0,1
INFORADIO Sp. z o.o. (INFORADIO)	wrocławskie	Wrocław	95,8	0,1
Jan Babczyszyn Radio Jazz Sp. z o.o. (RADIO JAZZ FM)	poznańskie	Poznań	88,4	5
Jan Sobczak (REGIONALNE RADIO MY - RRM KONIN)	konińskie	Konin	95	0,2
Janusz Ceglewski (Radio LAS VEGAS)	wrocławskie	Ciechocinek	92,8	0,1
Janusz Kowanda (Radio PRO KOLOR)	opolskie	Opole	100,7	0,1
Jerzy Kalisz (RADIO GRUDZIĄDZ)	toruńskie	Grudziądz	90,6	0,1
Jerzy Stępin (RADIO SUD)	kaliskie	Kępno	101,7	0,1
KIKS Media Sp. z o.o. (Radio KIKS)	łódzkie	Łódź	97,9	0,1
KKK FM S.A. (RADIO KOLOR)	wrocławskie	Wrocław	90,4	1
Lidia Piotrowicz (JA-RADIO JAROCIN)	kaliskie	Jarocin	96,8	0,1
Maciej Tomasz Dobrzyński (RADIO FREM)	jeleniogórskie	Zgorzelec	90,6	1
Mariusz Adamiak (RADIO JAZZ)	warszawskie	Warszawa	106,8	0,1
Media Sp. z o.o. (RADIO RMI)	poznańskie	Poznań	90,6	0,1
Media Sp. z o.o. (RADIO RMI)	poznańskie	Poznań/Śrem	99,4	30
MFM Sp. z o.o. (RADIO KOLOR)	warszawskie	Warszawa	103	1
Michał Artur Banach (RADIO MTM FM)	kieleckie	Kielce	102,1	0,1
Michał Konieczny (Radio ELKA)	leszczyńskie	Leszno	98,5	0,1
Miejski Dom Kultury w Piekarach Śląskich (RADIO PIEKARY)	katowickie	Katowice	88,7	0,05
Mirosław Andrzej Korkosz (RADIO CLASSIC)	łódzkie	Łódź	89,6	0,1
Paraklet Sp. z o.o. (Radio VOX)	bydgoskie	Bydgoszcz	101,2	0,1
Paweł Tomasz Gacka (RMS FM)	piłskie	Złotów	102,5	10
Piłskie Radio i TV "100" Sp. z o.o. (Radio 100)	piłskie	Piła	104,1	5
Piotr Bajer (RADIO 5)	suwalskie	Suwałki	91,2	0,1
Piotr Gackowski (Radio VIGOR FM)	ślupskie	Kobylnica	91,5	1
Piotr Granowski (RADIO WEEKEND)	bydgoskie	Chojnice	99,3	1
Piotr Sambor (Radio ALEX)	nowosądeckie	Zakopane/Kasprowy	105,2	0,5
Piotr Sambor (Radio ALEX)	nowosądeckie	Zakopane/Kasprowy	105,2	0,5
Piotr Wilczewski (Radio RMS-FM)	piłskie	Piła	105,6	0,1
Politechnika Łódzka (Studenckie Radio ŻAK Politechniki Łódzkiej)	łódzkie	Łódź	88,8	0,1
Politechnika Poznańska (Radio AFERA)	poznańskie	Poznań	98,6	0,1
Politechnika Rzeszowska (Studenckie Radio Rzeszów)	rzeszowskie	Rzeszów	89	0,1
Politechnika Zielonogórska (Akademickie Radio INDEX)	zielonogórskie	Zielona Góra	96	0,1
Pomorska Stacja Radiowa Sp. z o.o. (Radio PSR)	szczyńskie	Szczecin	97,9	0,1

Przedsiębiorstwo Modernizacji Urządzeń Energetycznych REMAK S.A. (Radio O'LE)	opolskie	Opole	104,1	0,1
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o. (RADIO FLASH)	katowickie	Katowice	105,5	0,1
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o. (RADIO FLASH)	katowickie	Zabrze	106,4	1
Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe INTER PM Sp. z o.o. (Radio PM)	elbląskie	Kwidzyń	94,8	0,1
Przemysław Paweł Kowalski (RADIO CITY)	śląskie	Ślęsk	100,9	1
Radio ABC Sp. z o.o. (RADIO ABC)	szczecińskie	Szczecin	98,4	0,1
RADIO ARnet Sp. z o.o. (RADIO ARNET)	gdańskie	Gdańsk	90,7	0,1
RADIO ARnet Sp. z o.o. (RADIO ARNET)	gdańskie	Gdynia	94,6	0,1
Radio ART Rozgłośnia Twórców Sp. z o.o. (RADIO ART - ROZGŁOŚNIA TWÓRCÓW)	warszawskie	Warszawa	94	0,1
Radio BielskoSp. z o.o. (RADIO BIELSKO)	bielskie	Wisła/G.Skrzyczne	106,7	1
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie (RADIO ESKA)	warszawskie	Warszawa	102	0,1
Radio ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie (RADIO RYTM)	lubelskie	Lublin	103,6	0,1
Radio FAMA Sp. z o.o. (RADIO FAMA)	opolskie	Opole	90,8	0,1
Radio Go S.A. (Radio GO)	gorzowskie	Gorzów Wlkp.	93,8	10
Radio Gra Sp. z o.o. (RADIO GRA)	toruńskie	Toruń	88,8	1
Radio Inowrocław Sp. z o.o. (Radio INOWROCLAW)	bydgoskie	Inowrocław	90,8	0,1
Radio PLESINO Sp. z o.o. (Radio Mega FM)	katowickie	Pszczyna	92,3	0,3
Radio PÓLNOC Sp. z o.o. (RADIO PÓLNOC)	koszalińskie	Koszalin	95,9	0,03
Radio REKORD FM Sp. z o.o. (RADIO REKORD FM)	radomskie	Radom	106,2	0,5
Radio Rezonans Sp. z o.o. (Radio REZONANS)	katowickie	Sosnowiec	99,1	0,1
Radio S Poznań Sp. z o.o. (RADIO S POZNAŃ)	poznańskie	Poznań	93	10
Radio Sanok Sp. z o.o. (RADIO SANOK)	krośnieńskie	Sanok	89,5	1
Radio Toruń Sp. z o.o. (Radio TORUŃ)	toruńskie	Toruń	96,7	0,1
Radio Trefl Sp. z o.o. (RADIO TREFL)	gdańskie	Gdynia	99,2	0,1
Radio Trefl Sp. z o.o. (RADIO TREFL)	gdańskie	Gdańsk	103	0,1
Radio VANESSA Sp. z o.o. (Radio VANESSA)	katowickie	Racibórz	100,3	1
Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A. (RADIO WA-MA)	olsztyńskie	łława	90,2	0,1
Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A. (RADIO WA-MA)	olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	90,5	0,2
Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A. (RADIO WA-MA)	olsztyńskie	Mragowo	104,9	0,1
Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe Sp. z o.o. (RADIO TOP)	katowickie	Katowice	94,5	0,5
Regionalne Towarzystwo Publikacyjne Sp. z o.o. (Radio MANHATTAN)	łódzkie	Łódź	99,8	0,1
ROM Sp.z o.o. (RADIO CLASSIC)	warszawskie		103,7	0,1
Ryszard Banaszczyk (PROGRAM RADIA BARYS)	katowickie	Katowice/Kosztowy	93,6	0,05
Ryszard Pragłowski (MRFM)	jeleniogórskie	Jelenia G./Śnieżne Kotły	106,7	2
SBB Rodło Sp. z o.o. (SBB Rodło)	katowickie	Bytom	95,1	0,1
Śławomir Papiera (Radio 66)	konińskie	Konin	99,6	0,2
Spoleczne Radio Regionalne LELIWA Sp. z o.o. (RADIO LELIWA)	tarnobrzeskie	Tarnobrzeg	98,3	0,1
Stanisław Obertanec (RADIO LEGNICA)	legnickie	Legnica	95,7	0,1
Stowarzyszenie JOWISZ (RADIO JOWISZ)	jeleniogórskie	Komarno	106,2	1
Stowarzyszenie JOWISZ (RADIO JOWISZ)	zielonogórskie	Żary	94,4	1
Tomasz Drobnik (RADIO KOŁOBRZEG)	koszalińskie	Kołobrzeg	90,2	1
Tomasz Stachaczyk (RADIO PIOTRKÓW)	piotrkowskie	Piotrków Trybunalski	98,2	0,1
Tomasz Zieleniewski (RADIO KORMORAN)	suwalskie	Węgorzewo	107	1
Towarzystwo Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu (RADIO EL)	elbląskie	Elbląg	92,6	0,1
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (RADIO CENTRUM)	lubelskie	Lublin	98,2	0,1
VIDEO Sp. z o.o. (RADIO EL)	bydgoskie	Bydgoszcz	96,2	0,1
WIBOR Sp. z o.o. (Radio ECHO)	nowosądeckie	Nowy Sącz	93,8	0,5
Wojciech Jaworski (Radio ALFA)	krakowskie	Węgrzce	102,4	0,1
Zakład Usługowo-Handlowy UZNAM Sp. z o.o. (RADIO 44)	szczecińskie		89,8	0,25
Zarząd Miasta Knurów (RADIO FAN ROZGŁOŚNIA LOKALNA)	katowickie	Rybnik	88,1	0,1
Zbigniew Łazarewicz (Radio DARŁOWO)	koszalińskie	Darłowo	103,9	0,1
Związek Gmin Ziemi Wieluńskiej (Radio Ziemi Wieluńskiej)	sieradzkie	Wieluń	88,6	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	gdańskie	Gdańsk	92	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	gdańskie	Gdynia	101,1	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	poznańskie	Poznań	101,6	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	rzeszowskie	Rzeszów	96,4	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	warszawskie	Warszawa	101,5	0,1
Związek Harcerstwa Polskiego (ROZGŁOŚNIA HARCERSKA)	wrocławskie	Wrocław	106,9	0,1

Wykaz stacji telewizji Polsat

Województwo	Lokalizacja	Kanał	ERP (kW)
białkopodlaskie	Biała Podlaska	32	1
białostockie	Białystok	60	1
bielskie	Skrzyczne	58	30
bydgoskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	53	400
chełmskie	Chełm	21	1
ciechanowskie	Ciechanów	52	1
częstochowskie	Częstochowa	34	1
elbląskie	Elbląg	23	1
gdańskie	Gdańsk	30	1
gdańskie	Gdynia	57	1
gdańskie	Kartuzy	7	0,01
gorzowskie	Gorzów Wlkp.	26	1
jeleniogórskie	Jelenia Góra/Śnieżne Kotły	47	10
jeleniogórskie	Jeżów Sudecki	57	1
jeleniogórskie	Lubań/Nowa Karczma	54	1
kaliskie	Kalisz	56	1
katowickie	Katowice/Bytków	47	10
katowickie	Wodzisław Śl.	43	100
kieleckie	Kielce	22	3
konińskie	Konin/Zółwieniec	58	100
koszalińskie	Kołobrzeg	54	1
koszalińskie	Koszalin 2	60	1
koszalińskie	Łobez/Toporzyk	58	20
krakowskie	Kraków/Chorągiewca	53	100
krośnieńskie	Krosno	51	1
leszczyńskie	Leszno	57	1
lubelskie	Lublin/Piaski	35	100
łomżyńskie	Łomża	57	1
łódzkie	Łódź	49	100
nowosądeckie	Nowy Sącz	22	1
nowosądeckie	Zakopane/Gubałówka	51	30
olsztyńskie	Olsztyn/Pieczewo	60	100
opolskie	Opole/Chrzelice	57	250
ostrolęckie	Ostrolęka	21	1
piłskie	Piła	57	1
piotrkowskie	Piotrków Trybunalski	53	1
płockie	Płock	21	1
poznańskie	Poznań/Śrem	50	200
przemyskie	Przemysł	56	100
radomskie	Kozienice	59	200
radomskie	Radom 1	53	1
rzeszowskie	Rzeszów	48	1
siedleckie	Siedlce	57	1
sieradzkie	Zduńska Wola	57	1
skierniewickie	Skierniewice/Bartniki	24	1
śląskie	Lębork/Nowe Skórowo	57	50
śląskie	Śląsk	34	1
suwalskie	Giżycko/Gajewo	43	100
suwalskie	Suwałki	41	1
szczecińskie	Szczecin/Kołowo	48	400
szczecińskie	Świnoujście	50	10
tarnobrzeskie	Sandomierz	41	1
tarnowskie	Tarnów	60	30
wałbrzyskie	Kłodzko	8	0,04
wałbrzyskie	Kłodzko/Czarna Góra	21	100
wałbrzyskie	Wałbrzych	49	0,7
warszawskie	Warszawa	35	20
wrocławskie	Wrocław	60	1
wrocławskie	Wrocław/Ślęza	59	800
zamojskie	Zamość/Tarnawatka	53	300
zielonogórskie	Zielona Góra	10	1

Lista sieci telewizji kablowej (ostatnia rubryka tabeli zawiera liczbę programów zgłoszonych do rejestru prowadzonego przez Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji)

Województwo	Operator	Adres stacji czolowej	Nr zezw. PAR	Liczba progr.
białkopodlaskie	"SAT-KOL" S.C.	Andrychów, ul. Włókniarzy 3	107/94	23
białkopodlaskie	Beskidzka Telewizja Kablowa "Bestkabel" Sp. z o.o	Żywiec, ul. Krasińskiego 13	002/93	27
białkopodlaskie	Podlaska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Biała Podlaska, ul. Chrobrego 3	161/93	7
białkopodlaskie	Podlaska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Biała Podlaska, ul. Łomaska 2	170/94	15
białkopodlaskie	Podlaska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Biała Podlaska, ul. Orzechowa 34	160/93	7
białkopodlaskie	Podlaska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Biała Podlaska, ul. Pusta 51	158/93	7
białkopodlaskie	POLTELKAB Sp. z o.o.	Radzyń Podlaski, ul. Zabielska 5	262/96	10
białkopodlaskie	Zakład Usług Elektronicznych Tadeusz Marcinak	Biała Podlaska, Al. 1000-lecia 26/75	128/93	11
białostockie	"DIPOL" S.C. Zakład Usług Elektronicznych	Białystok, ul. Kręta 8/1	056/95	8
białostockie	"DIPOL" S.C. Zakład Usług Elektronicznych	Siemiatycze, ul. Berlinga 7a	125/93	8
białostockie	"DIPOL" S.C. Zakład Usług Elektronicznych	Siemiatycze, ul. Legionist. Piłsudskiego 4	135/94	5
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Białystok, ul. Wyszyńskiego 6B	045/94	6
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Białystok, ul. Pułaskiego 51	178/95	7
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Białystok, ul. Scalenkowa 21	238/95	7
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Hajnówka, ul. Piłsudskiego 4B	139/95	7
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Sokółka, ul. Centrum 17	177/95	7
białostockie	FWZ Spółka Cywilna	Wasilków, ul. Kościelna 65	138/95	7
białostockie	NET Spółka Cywilna Instalacja Konserwacja Anten	Białystok, ul. Wąska 6	067/93	10
białostockie	Przedsiębiorstwo Elektroniczno-Mechaniczne "ELPOS" Sp. z o.o.	Białystok, ul. Św. Rocha 11/1	145/95	21
białostockie	Przedsiębiorstwo Usługowe SET Spółka z o.o.	Białystok, ul. Mickiewicza 42	141/93	19
białostockie	Przedsiębiorstwo Usługowe SET Spółka z o.o.	Białystok, ul. Radzyńska 18	142/93	19
białostockie	Przedsiębiorstwo Usługowe SET Spółka z o.o.	Białystok, ul. Towarowa 8A	143/93	19
białostockie	Przedsiębiorstwo Usługowe SET Spółka z o.o.	Kleosin, ul. Wyszyńskiego 6	180/95	14
białostockie	SAV sp. z o.o.	Białystok, ul. Berlinga 25/79 A	188/94	10
białostockie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Elemencik"	Białystok, ul. Dubois 20	001/95	9
białostockie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Dąbrowa Białostocka, ul. Gen. Sulika 4	039/96	38
białostockie	VECTRA-EL Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Białystok, ul. Waszyngtona 18	002/96	41
białostockie	Zakład Elektroniczny Kazimierz Misiukiewicz	Białystok, ul. Sikorskiego 6	017/93	10
bielskie	Beskidzka Telewizja Kablowa "BEST-SAT" Sp. z o.o.	Bielsko - Biała, ul. Jutrzenki 20	340/93	12
bielskie	BROKER Sp. z o.o.	Cieszyn, ul. Brożka 1	070/96	19
bielskie	BROKER Sp. z o.o.	Cieszyn, ul. Moniuszki 24	072/96	15
bielskie	BROKER Sp. z o.o.	Skoczów, ul. Morcinka 32	071/96	16
bielskie	Karpacka Spółdzielnia Mieszkaniowa	Bielsko - Biała, ul. Morskie Oko 25/83	105/95	12
bielskie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Kęty, ul. Nad Solą 20	247/96	34
bielskie	Przedsiębiorstwo Montażu Urządzeń Elektronicznych "Waldex" sp. z o.o.	Bielsko - Biała, ul. Olimpijska 35	187/94	29
bielskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Oświęcim, ul. Olszewskiego 2B	052/93	57
bielskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Wadowice, Os. Kopernika 10	390/93	23
bielskie	VECTRA-EL Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Bielsko - Biała, ul. Jutrzenki 20	009/96	42
bielskie	Zakład Robót Inż. i Inst. Elekt. r. Budownictwa Przemysłowego BREWET S.C.	Chelmek, ul. Piłsudskiego 8A	201/95	11
bydgoskie	"Bystar" Spółka Akcyjna	Bydgoszcz, ul. Podhalańska 4	266/93	12
bydgoskie	"Bystar" Spółka Akcyjna	Bydgoszcz, ul. Połczyńska 2	265/93	12
bydgoskie	"Bystar" Spółka Akcyjna	Bydgoszcz, ul. Ujejskiego 65	267/93	12
bydgoskie	Bydgoska Telewizja Kablowa "GAWEX" S.C.	Bydgoszcz, ul. J. Porazińskiej 4	271/93	11
bydgoskie	Klub Sympatyków Telewizji Kablowej "NAD WISŁĄ"	Bydgoszcz, ul. Pielęgniarska 17	365/93	21
bydgoskie	LEMAWIK S.C. Zakład Usług Elektronicznych	Świecie, ul. Wyszyńskiego 15	171/94	13
bydgoskie	Mirosław Knociński PHU "Automatyka Serwis"	Bydgoszcz, ul. Walecznych 5	137/93	49
bydgoskie	Mirosław Knociński PHU "Automatyka Serwis"	Bydgoszcz, ul. Osiedlowa 4	238/93	48
bydgoskie	Mirosław Knociński PHU "Automatyka Serwis"	Inowrocław, ul. Szarych Szeregów 23	173/94	47
bydgoskie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe "ELEKTRONIX" S.C. Jan Wiertlewski - Zdzisław Jabłoński	Koronowo, ul. Witosa 1G	026/95	20
bydgoskie	Przedsiębiorstwo Elektryfikacji "ELTOR" Sp. z o.o.	Bydgoszcz, ul. Spółdzielcza 2	134/93	4
bydgoskie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe TELSTEN sp. z o.o.	Bydgoszcz, ul. Wicentego Kadłubka 1	092/95	16
bydgoskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Sepólnie Krajeńskim	Sepólno Krajeńskie, Os. Słowackiego	329/93	3
bydgoskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Sepólnie Krajeńskim	Więcbork, Os. BoWiD	328/93	3
bydgoskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Żniniu	Żnin, ul. Kopernika 5a	005/94	3
bydgoskie	Stowarzyszenie Klub Sympatyków Telewizji Sat. BOY	Bydgoszcz, ul. Boya Żeleńskiego 32	173/95	19
bydgoskie	Stowarzyszenie Klub Sympatyków TV Sat OGRODY	Bydgoszcz, ul. Ogrody 13	378/93	15
bydgoskie	Towarzystwo Kulturalne Osiedlowej TV SAT "Chrobry"	Nakło N. Notecią, ul. Dworcowa 8	125/94	19
bydgoskie	Zakład Elektroniczny ELEKTRONAK Inst. Anten RTV	Nakło N. Notecią, ul. Dąbrowskiego 17-23	063/95	6
bydgoskie	Zakład Instalacji Elektrycznej i TVK, E. Lubiszewski	Bydgoszcz, ul. Sułkowskiego 17	064/95	7

bydgoskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Chojnice, ul. Jana Pawła II 1	079/93	34
chełmskie	"RYNSAT" Zakład Radio-Telemechaniki C. Rynkowski	Włodawa, ul. II Brygady Saperów 17	352/93	6
chełmskie	Przedsiębiorstwo Usługowe "SATURN" K. Pawlak, J. Zwolak, S.C.	Chełm, ul. Armii Krajowej 50	164/94	23
chełmskie	Telewizja Kablowa Krasnystaw Sp. z o.o.	Krasnystaw, ul. Okrzei 25	137/94	21
ciechanowskie	"ELTROS" Usługi Elektroinstalacyjne	Lidzbark Welski, ul. Jeleńska 23	111/95	13
ciechanowskie	"ELTROS" Usługi Elektroinstalacyjne	Nasielsk, ul. Warszawska 41/49A	029/95	12
ciechanowskie	"ELTROS" Usługi Elektroinstalacyjne	Żuromin, ul. Wyzwolenia 31	068/95	13
ciechanowskie	Przedsiębiorstwo Prod.-Usługowe BEST sp. z o.o.	Ciechanów, Plac Kościuszki 1/3	126/95	16
ciechanowskie	Telewizja Kablowa Płońsk Spółka z o.o.	Płońsk, ul. Sienkiewicza 1	021/95	14
ciechanowskie	TOP SAT Telewizja Kablowa S.C.	Mława, ul. Sienkiewicza	075/95	18
częstochockie	Częstochocka Spółdzielnia Mieszkańcowa "Nasza Praca"	Częstochowa, ul. PCK 6	083/94	20
częstochockie	Naprawa i Montaż Anten TV i SAT Józef Sypniewski	Myszków, ul. Wyszyńskiego 16	174/94	9
częstochockie	P.H.U. "TOP SAT" S.C. A. Legodziński, J. Zawada	Częstochowa, ul. Bohaterów Katynia 19	160/94	15
częstochockie	PHU "Mar-SAT"	Częstochowa, ul. Kosmowskiej 3	069/94	20
częstochockie	PHU "KARIO-SAT" Sp. z o.o.	Olesno, ul. Słowackiego 4	148/95	19
częstochockie	PPHU "TELWISAT" S.C.	Częstochowa, ul. Okulickiego 55	166/95	22
częstochockie	PPUH "Color-System" S.C.	Kłobuck, ul. Harcerska 4	050/95	11
częstochockie	Robotnicza Spółdzielnia Mieszkańcowa HUTNIK	Częstochowa, ul. Mireckiego 19	239/95	18
częstochockie	Spółdzielnia Mieszkańcowa "PÓLNOC"	Częstochowa, ul. Iwaskiewicza 8	027/94	8
częstochockie	Śródmiejska Spółdzielnia Mieszkańcowa	Częstochowa, ul. Krasieńskiego 4	142/95	14
częstochockie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Praszka, ul. Mickiewicza 18	023/93	55
częstochockie	Telewizja Kablowa VEGA Sp. z o.o.	Blachownia, ul. Sportowa 1	187/95	28
częstochockie	Telewizja Kablowa VEGA Sp. z o.o.	Częstochowa, ul. Lechonia	175/94	10
elbląskie	KOMITET TV-SAT Nr 1	Sztum, Osiedle nad Jeziorem	083/95	2
elbląskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Malbork, Pl. Słowiański 18	160/96	39
elbląskie	Telewizja Kablowa Kwidzyn	Kwidzyn, ul. Warszawska 18	241/93	7
elbląskie	VECTRA-EL Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Braniewo, ul. Kościuszki 1	185/96	16
elbląskie	VECTRA-EL Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Elbląg, ul. Jaśminowa 11	195/94	42
gdańskie	"COAX" Sp. z o.o.	Gdańsk, ul. Smoleńska 5/7	130/94	11
gdańskie	"SOTEL" Sp. z o.o. P.H.U.	Pruszcz Gdański, ul. Tysiąclecia 1	076/94	5
gdańskie	Henryk Kanczkowski	Wejherowo, ul. 12 Marca 207	275/93	19
gdańskie	Polska Telewizja Kablowa S.A.	Gdańsk, ul. Czyżewskiego 40	144/93	37
gdańskie	PUH TOP-MIX KM S.C.	Gdynia, ul. Biskupa Dominika 7	189/94	10
gdańskie	Spółdzielnia Mieszkańcowa ORUNIA	Orunia, ul. Krzemowa 2	042/94	11
gdańskie	Starogardzka Telewizja Kablowa Urzędu Miasta	Starogard Gdański, ul. Pomorska 11	021/94	5
gdańskie	Stowarzyszenie Abonentów TVK JAKUB	Wejherowo, Osiedle Kaszubskie 19A	134/95	7
gdańskie	Stowarzyszenie Użytkowników TELE-PIAST	Gdańsk, ul. Piastowska 100 D	392/93	14
gdańskie	Stowarzyszenie Użytkowników Sieci TVK-CHELMSAT	Gdańsk, ul. Biegańskiego 39f	224/93	1
gdańskie	Telewizja Kablowa "BLACK PLATE STAR" Sp. z o.o.	Gdańsk-Zaspa, ul. Pilotów 3	097/96	17
gdańskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Gdynia, ul. Gniewska 21 kl. H	048/96	38
gdańskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Gdynia, ul. Lanoty 4	120/96	38
gdańskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Gdynia, ul. Paprykowa 12	042/96	38
gdańskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Sztum, ul. Nowowiejskiego 15	157/96	38
gdańskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Kościerzyna, ul. Skłodowskiej 30B	048/93	52
gdańskie	Usługi Elektroniczne "TELETRONIK", Adam Stachecki	Kartuzy, Os. Wybickiego 3A	155/96	18
gdańskie	Usługi Elektroniczne "TELETRONIK", Adam Stachecki	Reda, ul. Jara 71	186/94	16
gdańskie	Usługi Elektroniczne "TELETRONIK", Adam Stachecki	Skarszewy, ul. Sikorskiego 13	053/95	19
gdańskie	WEGA S.C.	Gdynia, ul. Dedala 4	377/93	9
gdańskie	WEGA S.C.	Rumia, ul. Zawadzkiego 8 a	129/94	9
gdańskie	Zakład Instalacji Anten TV-SAT Bogdan Łaga	Wejherowo, ul. Nanicka 8	072/95	12
gdańskie	Zakład Instalacji Anten TV-SAT Dariusz Schmidtke	Reda, ul. Łąkowa 30	071/95	12
gorzowskie	P.P.H.U. KAM Krzysztof Kowalewski	Gorzów Wielkopolski, ul. Pocztowa 6/11	112/93	6
jeleniogórskie	"AZART-SAT" Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe	Bolesławiec, ul. Piłsudskiego 1	316/93	15
jeleniogórskie	"AZART-SAT" Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe	Kowary, ul. Leśna 2	315/93	15
jeleniogórskie	"DAAT" Sp. z o.o.	Gryfów Śląski, ul. Lwowska 10	093/94	3
jeleniogórskie	"DAAT" Sp. z o.o.	Leśna, ul. Morcinka 3b	009/93	3
jeleniogórskie	Adam Kaszta	Lubań, ul. Bolesława Chrobrego 2	281/93	22
jeleniogórskie	Andrzej Janulewicz	Jelenia Góra, ul. Kiepurzy 30	149/93	13

jeleniogórskie	Andrzej Janulewicz	Jelenia Góra, ul. Wita Stwosza 4	048/94	13
jeleniogórskie	Jan Tomków	Zgorzelec, ul. Wyspiańskiego 71	030/94	52
jeleniogórskie	Kamiennogórska Telewizja Kablowa "KAM-SAT"	Kamienna Góra, ul. Tkaczy Śl. 9	089/94	15
jeleniogórskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Bogatynia, ul. Wyczółkowskiego 2	025/93	27
jeleniogórskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Jelenia Góra, ul. 1-go Maja 60	311/93	54
jeleniogórskie	Zakład Teleradiomechaniki Jerzy Liber	Jelenia Góra, ul. Wolności 299	002/94	6
jeleniogórskie	Zakład Teleradiomechaniki Jerzy Liber	Lwówek Śląski, ul. Przyjaciół Żołnierza 5	003/94	6
jeleniogórskie	Zakład Usług Telewizji Kablowej Lesław Dorobek	Kamienna Góra, ul. Cicha 8	173/93	8
kaliskie	Kaliska Telewizja Kablowa "TELE-CAL" Spółka z o.o.	Kalisz, Al. Wojska Polskiego 53 A	078/93	41
kaliskie	Ostrowska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Ostrów Wlkp., ul. Paderewskiego 32	256/93	17
kaliskie	Przedsiębiorstwo PROMAX	Jarocin, ul. Konstytucji 3 Maja 7	116/95	14
kaliskie	Przedsiębiorstwo PROMAX	Ostrzeszów, ul. Kwiatowa 11	172/94	17
kaliskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Kalisz, ul. H. Sawickiej 7	028/93	55
kaliskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Krotoszyn, ul. Mickiewicza 2	026/93	55
kaliskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Syców, ul. Mickiewicza 23	211/95	53
katowickie	"A-Z" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe	Katowice, ul. Miła 8	034/94	11
katowickie	"ANT-SAT-GOR" S.C. Firma Handlowo-Usługowa Henryk Gornig i Ska	Gliwice, ul. Kopernika 21	080/95	21
katowickie	"ANT-SAT-GOR" S.C. Firma Handlowo-Usługowa Henryk Gornig i Ska	Gliwice-Labędy, ul. Piaskowa 4	144/95	20
katowickie	"DOLAN-SAT" Zakład Instalacji Teletechnicznych Kazimierz Dolan	Olkusz, ul. Legionów Polskich 24	320/93	28
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Bytom, ul. Artura 10	014/94	19
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Bytom, ul. Rydza Śmigłego 1 B	013/94	19
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Bytom, ul. Strzelców Bytomskich 11	140/94	19
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Ruda Śląska, ul. 1 Maja 324	139/94	19
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Ruda Śląska, ul. Stara 15	106/95	6
katowickie	"ELSAT" PHU S.C. Golicz i Moś	Ruda Śląska, ul. Kłodnicka 97	012/94	19
katowickie	"REFLEX" Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe	Będzin, ul. Zwycięstwa 20	008/96	8
katowickie	"REFLEX" Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe	Czeladź, ul. Składkowskiego 14	026/94	9
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Bytom, ul. Racjonalizatorów 39	062/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Gliwice, ul. Kozielska 99	182/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Gliwice, ul. Paderewskiego 92	183/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Jaworzno, ul. Grunwaldzka 200	185/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Katowice, ul. Bytkowska 10	177/94	23
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Katowice, ul. Goetla (Szkoła Górnicza) 1	091/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Łaziska Górne, ul. Mickiewicza 3 C	064/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Mikolów, ul. Młyńska 11	180/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Piekary Śląskie, ul. Piotra Skargi 18	181/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Sosnowiec, ul. Goszczyńskiego 6	063/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Sosnowiec, ul. Wysockiej 1 A	116/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Trzebinia, ul. Szkoła Podstawowa 8	184/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Tychy, ul. Piłudskiego 64	113/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Tychy, ul. Żwakowska 10	079/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Wodzisław Śląski, ul. 26 Marca 23	114/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Zabrze, ul. Harcerska 19, Helenka	178/94	20
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Zabrze, ul. Młodzieżowa 4, Rokitnica	115/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Zabrze, ul. Strażacka 3	111/94	26
katowickie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Zabrze, ul. Struzika 14 B	112/94	26
katowickie	"SATKABEX" S.C. Zakład Instalacyjny Anten TV SAT i Zbiornych Anten TV Jerzy Szeliga i Spółka	Będzin, ul. Bursztynowa 2	066/95	22
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Chorzów, ul. Górna 13	053/96	21
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Chorzów, ul. Wita Hankego 4	117/94	27
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Chorzów Batory, ul. Czempieła 2	054/96	23
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Dąbrowa Górnicza, ul. Leg. Polskich 131	022/96	24
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Sosnowiec, ul. Warszawska 20	068/94	27
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Sosnowiec, ul. Wojska Polskiego 130	052/96	22
katowickie	"TELPOL" PPMUE Jerzy Krempa	Świętochłowice, ul. Wojska Polskiego 35	051/96	21
katowickie	ALMA-SAT S.C.	Knurów, ul. Lokietka 4	090/95	13
katowickie	BROKER S.C.	Chrzanów, ul. S. Wyszyńskiego 17	036/96	17
katowickie	BROKER S.C.	Chrzanów, ul. Puchalskiego 4	145/96	17
katowickie	BROKER S.C.	Libiąż, ul. 11 Listopada 14	099/96	16
katowickie	BROKER S.C.	Trzebinia, ul. ZWM 7	133/96	18
katowickie	Firma I.A.T. Andrzej Stawarz.	Sosnowiec, ul. Naftowa 29D	105/94	18
katowickie	Firma I.A.T. Andrzej Stawarz.	Sosnowiec, ul. Narutowicza 48E	331/93	18
katowickie	Firma I.A.T. Andrzej Stawarz.	Sosnowiec, ul. Regulacyjna 1	332/93	11

katowickie	IMALUX Sp. z o.o.	Będzin, ul. Konopnickiej 11	243/95	10
katowickie	IMALUX Sp. z o.o.	Mysłowice, ul. Wiosna Ludów 14A	203/95	15
katowickie	INTEGRATED SYSTEMS sp. z o.o.	Tarnowskie Góry, ul. Opolska 41	191/95	30
katowickie	Jastrzębska Telewizja Kablowa S.C.	Jastrzębie - Zdrój, ul. Katowicka 24	003/93	16
katowickie	Katowicka Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Katowice, ul. Bohdanowicza 2	135/95	16
katowickie	Katowicka Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Katowice, ul. Karpacka 4	081/94	16
katowickie	P.U.H. "ELEKTRO-AZART" S.C.	Olkusz, ul. Reja 2	032/95	15
katowickie	Polaris Sat Spółka z o.o.	Żory, ul. Księcia Władysława 8 f	155/94	3
katowickie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Brzeszcze, ul. Mickiewicza 5	248/96	35
katowickie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Katowice, ul. Sikorskiego 36	147/94	14
katowickie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Sosnowiec, ul. Grota-Roweckiego 60	148/94	30
katowickie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Tychy, ul. J. Krasickiego 40A	146/94	14
katowickie	POLTELKAB Sp. z o.o.	Pszczyna, ul. Korfanteo 4	218/96	20
katowickie	Przedsiębiorstwo "TITAN" Sp. z o.o. Henryk Bugla	Wodzisław Śląski, Os. XXX-lecia 125	333/93	23
katowickie	Przedsiębiorstwo Montażu Urządzeń Elektronicznych "WALDEX" S.C. E. Zyżański - W. Woch	Knurów, ul. 1 Maja 51	131/95	23
katowickie	Przedsiębiorstwo Montażu Urządzeń Elektronicznych "Waldex" sp. z o.o.	Katowice, ul. Okrzei 15	065/94	30
katowickie	Przedsiębiorstwo Montażu Urządzeń Elektronicznych "Waldex" sp. z o.o.	Katowice, ul. Świdnicka 38	027/96	22
katowickie	Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe "SAT-KOM" Sp. z o.o.	Racibórz, ul. Słowackiego 32	318/93	11
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowe "IMALEX" Montaż Sieci Telewizji Kablowej	Katowice, ul. Kijowska 53	006/95	6
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowe "IMALEX" Montaż Sieci Telewizji Kablowej	Katowice, ul. Polarna 32	025/95	6
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowe "IMALEX" Montaż Sieci Telewizji Kablowej	Katowice, ul. Żurawia 43	049/95	6
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo Inwestycyjne "Broker"	Gliwice, Os. Niedbalskiego 18	069/96	14
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo Inwestycyjne "Broker"	Gliwice, ul. Łokietka 13	144/96	14
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo Inwestycyjne "Broker"	Żory, Os. Powstańców Śląskich 17	098/96	18
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe "Satex" S.C. Wojciech Abramowicz	Czerwionka - Leszczyny, ul. Morcinka 4	309/93	15
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Produkcyjno-Handlowe "Pomatik"	Ruda Śląska, Paderewskiego 7/43	126/94	4
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Produkcyjno-Handlowe "Pomatik"	Ruda Śląska, ul. Gwarecka 2	164/93	5
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Produkcyjno-Handlowe "Pomatik"	Ruda Śląska, ul. Podlas 4	157/94	3
katowickie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Produkcyjno-Handlowe "Pomatik"	Zabrze, ul. Sobieskiego 4	019/95	3
katowickie	Rybnicka Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Rybnik, ul. Saint Vallier 1	090/94	2
katowickie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Miechowice"	Bytom, ul. Felińskiego 16	149/95	13
katowickie	Spółdzielnia Mieszkaniowa przy Hucie "Zawiercie"	Zawiercie, ul. Huldczyńskiego 22	345/93	18
katowickie	Stowarzyszenie "TOM" Mydlice Płd.	Dąbrowa Górnicza, ul. Legionów Polskich 131	040/94	26
katowickie	Śląska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Świętochłowice, ul. Krasickiego 11	389/93	2
katowickie	Teleradiomechanika Montaż i Naprawa Telewizji Kablowej Jerzy Dąbrówka	Poreba, ul. Chopina 11	197/94	18
katowickie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Zawiercie, ul. Pomorska 37	230/95	53
katowickie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Wola gm. Miedzna, ul. Lipowa 26	025/94	53
katowickie	Telewizja Kablowa VEGA Sp. z o.o.	Bukowno, ul. Niepodległości 10	016/95	10
katowickie	Telewizja Kablowa VEGA Sp. z o.o.	Chorzów, ul. Ryski 17	341/93	10
katowickie	TELKAB P.U.H.	Rybnik, ul. Mglista 21a	033/94	4
katowickie	TOYA Sp. z o.o.	Mysłowice, ul. Korfanteo 24	165/93	33
katowickie	TRACO-SAT Spółka Cywilna	Czerwionka - Leszczyny, ul. Tetmajera 4	193/94	4
katowickie	TRACO-SAT Spółka Cywilna	Pyskowice, bud. Przedszkola os. Wieczorka	085/93	4
katowickie	Zakład Instalacji i Konserwacji Anten Michał Krzemiński	Bytom, Ks. Knosyły 105	041/95	17
katowickie	Zakład Robót Inż. i Inst. Elekt r. Budownictwa Przemysłowego BREWET S.C.	Gliwice, ul. Wiślana 40	078/94	13
katowickie	Zakład Robót Inż. i Inst. Elekt r. Budownictwa Przemysłowego BREWET S.C.	Libiąż, ul. Górnicza 23	049/96	16
katowickie	Zakład Robót Inż. i Inst. Elekt r. Budownictwa Przemysłowego BREWET S.C.	Tychy, ul. Zaręby 23	051/95	13
katowickie	Zakład Usług Antenowych SAT-MONT-SERVICE S.C.	Sosnowiec, ul. Kisielewskiego 13	310/93	11
kieleckie	"AZART - TK TYBINKOWSKI"	Kielce, ul. Kryształowa 4	068/93	23
kieleckie	"AZART S.C. - Telekomunikacja"	Busko - Zdrój, ul. Kościuszki 60	323/93	22

kieleckie	"ELSAT 21" S.C.	Starachowice, ul. Gliniana 10/72	248/93	7
kieleckie	"MAXTEL" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe	Kielce, ul. Wesola 51	150/93	35
kieleckie	"MAXTEL" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe	Miechów, os. Sikorskiego 2	101/94	19
kieleckie	"MAXTEL" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe	Pińczów, ul.7 Źródła 7	127/94	19
kieleckie	"STK" S.C.	Stąporków, ul. Żeromskiego 3A	028/96	13
kieleckie	Fundacja Pomocy Dzieciom"UŚMIECH" w Ostrowcu	Ostrowiec Świętokrzyski, os. Ogrody 12	324/93	26
kieleckie	Konecka Spółdzielnia Mieszkaniowa	Końskie, ul. Traugutta 8	020/94	12
kieleckie	PHU "SATEL" SC	Jędrzejów, ul. Chrobrego 2	048/95	13
kieleckie	Przedsiębiorstwo Automatyki i Telekomunikacji S.C.	Włoszczowa, ul. Broniewskiego 2	103/95	8
kieleckie	PPHU S.TAR	Chmielnik, ul. 22 Lipca 16a	194/95	11
kieleckie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe Zdzisław Szybalski	Kielce, ul. Strycharska 15	011/96	30
kieleckie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Krzemionki"	Ostrowiec Świętokrzyski, os. Stawki 45	191/93	3
kieleckie	Świętokrzyska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Kielce, ul. Manifestu Lipcowego 73	247/93	20
kieleckie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Skarżysko-Kamienna, ul. Konarskiego 20	278/93	54
kieleckie	Telewizja Kablowa Nowiny	Sitkówka-Nowiny, ul. Białe Zagłębienie 10	089/95	19
kieleckie	TELKAT Spółka z o.o.	Kielce, S.P. 32 os. Barwinek	301/93	6
kieleckie	TELKAT Spółka z o.o.	Kielce, ul. Kaczmarka 4/56	300/93	24
konińskie	Konińska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Konin, ul. Kard. Wyszyńskiego 28 a	037/93	23
konińskie	Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe "JOSAT" S.C.	Witkowo, ul. Plk. Hynka 2	165/95	12
konińskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Tęcza"	Turek, ul. Piłsudskiego 1	273/93	18
konińskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Związkowiec"	Konin, ul. Makowa 2	050/94	6
konińskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Kole	Koło, ul. Wojciechowskiego 30	133/93	1
konińskie	ZATORZE S.C. Antoni Żelek, Bogusław Szymaniak	Konin, ul. Ametystowa 10	090/96	13
konińskie	ZATORZE S.C. Antoni Żelek, Bogusław Szymaniak	Konin, ul. Nowowiejskiego 1	198/94	22
koszalińskie	Agencja Handlowa "GAWEX" S.C.	Szczecinek, ul. Wyszyńskiego 34	103/94	11
koszalińskie	Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Kablowej "Zachód" w Szczecinku	Szczecinek, ul. Polczyńska 12 C	294/93	14
koszalińskie	Telewizja Kablowa Kołobrzeg Agencja Usługowo-Reklamowa Sp. z o.o.	Kołobrzeg, ul. Czarnieckiego 7	051/93	30
koszalińskie	Telewizja Kablowa Koszalin sp. z o.o.	Koszalin, ul. Starzyńskiego 2D	219/95	19
krakowskie	"MAXTEL" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe	Proszowice, ul. M. Reja 5	203/96	19
krakowskie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Kraków, os. "Na Stoku" 15	361/93	28
krakowskie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Kraków, os. Złotego Wieku 19	386/93	28
krakowskie	"RYNTRONIK" PPH-Eksportowo-Importowe	Kraków, ul. Jagiellońska 9	346/93	28
krakowskie	Polska Telewizja Kablowa Kraków S.A.	Kraków, ul. Strzelców 15	145/94	45
krakowskie	Regionalna Telewizja Kablowa AUTOCOM Sp. z o.o.	Skawina, ul.Ogrody 31	124/95	39
krakowskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa przy Hucie Sędzimir	Kraków, os. Oświecenia 9	083/93	24
krakowskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Kraków, Os. Albertyńskie 13/64	004/93	44
krakowskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Kraków, ul. Borsucza 1	206/93	39
krośnieńskie	GIM-SAT spółka cywilna	Brzozów, ul.Mickiewicza 19	218/95	23
krośnieńskie	GIM-SAT spółka cywilna	Jasło, ul.Krasińskiego 17	212/95	35
krośnieńskie	GIM-SAT spółka cywilna	Jasło, ul.Na Kotlinę 11	213/95	54
krośnieńskie	GIM-SAT spółka cywilna	Sanok, ul.Staszica 18	183/95	26
krośnieńskie	PPHU S.TAR	Jasło, ul.Baczyńskiego 11/78	118/95	25
legnickie	"MASTER" Sp. z o.o. PPH	Głogów, ul. Armii Krajowej 13	034A/93	22
legnickie	"MASTER" Sp. z o.o. PPH	Lubin, ul. Leszczynowa 20	043/93	21
legnickie	"MASTER" Sp. z o.o. PPH	Przemków, ul. Topolowa 7	317/93	20
legnickie	Polkowicka Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Polkowice, ul. Ratowników 2	118/93	18
legnickie	Telewizja Kablowa Spółka Jawna S. Pawłowski	Legnica, ul. Warmińska 36	008/94	8
legnickie	Telewizja Kablowa Spółka Jawna S. Pawłowski	Lubin, ul. Krupińskiego 39	086/94	8
legnickie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Lubin, ul. Wyszyńskiego 10	033/93	55
legnickie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Ścinawa, ul. Jagiełły 41	042/95	53
legnickie	Zakład Montażu Sieci Kablowej Maciej Wachowicz	Legnica, ul. Wrocławska 26	349/93	7
leszczyńskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Gostyń, ul. Mostowa 9	030/93	55
leszczyńskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Leszno, ul. Sułkowskiego 46 B	031/93	55
leszczyńskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Rawicz, ul. Konopnickiej 19 B	022/93	55
leszczyńskie	Urząd Miasta Leszno	Leszno, ul. Mickiewicza 5	040/95	20
lubelskie	Lubelska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Lublin, ul. Pogodna 36	102/95	32
lubelskie	Polska Telewizja Kablowa Lublin Spółka Akcyjna	Lublin, ul. Chodźki 8/10	118/96	33
lubelskie	Przedsiębiorstwo Elektroniki Ant. "TELSAT" Sp. z o.o.	Lublin, ul. Bursztynowa 30	065/96	34
lubelskie	Przedsiębiorstwo Elektroniki Ant. "TELSAT" Sp. z o.o.	Lublin, ul. Bursztynowa 30	066/96	34

lubelskie	Przedsiębiorstwo Elektroniki Ant. "TELSAT" Sp. z o.o.	Lublin, ul. J. Sawy 5	200/96	24
lubelskie	Puławska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Puławy, ul. Centralna 2 A	156/93	9
lubelskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Lubartowie	Lubartów, ul. Cicha 6	110/93	7
lubelskie	Telewizja Kablowa Świdnik Sp. z o.o.	Świdnik, ul. C.K. Norwida 9	042/93	28
łomżyńskie	"INFO-ART" Janusz Gryżewski	Grajewo, os. "Centrum" 11	029/94	18
łomżyńskie	Mieczysław Bałakański Tele-Sat	Grajewo, os. Południe 53/16	304/93	3
łomżyńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa	Szepietowo, ul. S. Wyszyńskiego 3A	103/96	17
łomżyńskie	TELEGPOL Sp. z o.o.	Zambrów, ul. Wyszyńskiego 15	157/93	7
łomżyńskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Łapy, Nowy Rynek 1	146/96	38
łomżyńskie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Łomża, ul. Księcia Janusza 23	171/96	38
łomżyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Łomża, ul. Moniuszki 6	075/93	52
łódzkie	'TORO' Telewizja Kablowa S.C.	Aleksandrów Ł., ul. Bratoszewskiego 21	078/95	13
łódzkie	'TORO' Telewizja Kablowa S.C.	Ozorków, ul. Lotnicza 3	112/95	13
łódzkie	P.P.U.H. M-SAT Janusz Miazek	Łódź, ul. Armii Krajowej 20	140/93	6
łódzkie	P.P.U.H. M-SAT Janusz Miazek	Łódź, ul. Cieszkowskiego 4	252/93	6
łódzkie	P.P.U.H. M-SAT Janusz Miazek	Łódź, ul. Rydla 7 A	235/93	6
łódzkie	P.U.H. "MIK-ELE" S.C.	Łódź, ul. Armii Krajowej 76/21	069/93	43
łódzkie	Przedsiębiorstwo Usług Radiotechnicznych i Telewizyjnych "ZURT - ŁÓDŹ" Sp. z o.o.	Łódź, Al. Śmigłego Rydza 5	204/96	12
łódzkie	Przedsiębiorstwo Usług Radiotechnicznych i Telewizyjnych "ZURT - ŁÓDŹ" Sp. z o.o.	Łódź, ul. Zbaraska 16 bl. 707	005/96	14
łódzkie	RETKINIA Stowarzyszenie Kablowej Telewizji Satelitarnej	Łódź, ul. Wyszyńskiego 61	086/95	15
łódzkie	Retkińska TV-Kablowa	Łódź, Al. Wyszyńskiego 68	280/93	15
łódzkie	Robotnicza Spółdzielnia Mieszkaniowa BAWELNA	Łódź, ul. Kmicica 16	262/93	14
łódzkie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Śródmieście"	Łódź, ul. Piotrkowska 182	080/96	11
łódzkie	Spółdzielnia Mieszkaniowa CHOJNY	Łódź, ul. Społeczna 6/44B	354/93	3
łódzkie	Spółdzielnia Mieszkaniowa im. Stefana Batorego	Łódź, ul. Bartoka 67	150/94	14
łódzkie	Stow. Użyt. Sieci Telewizji Kablowej "ZBIORCZA"	Łódź, ul. Winna 3	184/93	6
łódzkie	Stowarzyszenie Kablowej Telewizji TV-SAT "Teofilów C"	Łódź, ul. Rojna 52	095/94	22
łódzkie	Stowarzyszenie Klub Miłośników Telewizji Satelitarnej TV SAT 364	Łódź, ul. Gogola 6	138/94	22
łódzkie	Stowarzyszenie Miłośników Telewizji Satelitarnej "ASTRAL"	Łódź, ul. Henryka Brodatego 2	182/93	21
łódzkie	Stowarzyszenie Miłośników TV-SAT CHOJNY II	Łódź, ul. Powszechna 15	038/96	9
łódzkie	Stowarzyszenie Osiedlowej Sieci Telewizyjnej "DĄBROWA-67"	Łódź, ul. Kossaka 25	217/93	6
łódzkie	Stowarzyszenie Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "Telewizja Parzęczewska-Północ"	Zgierz, ul. Boya Żeleńskiego 35	077/96	10
łódzkie	Stowarzyszenie Osiedlowej Telewizji Satelitarnej DĄBROWA- JEZIORANY	Łódź, ul. Wyższa 39	254/93	11
łódzkie	Stowarzyszenie Sympatyków TV SAT PEGAZ	Łódź, ul. Pojezierska 1	070/95	7
łódzkie	Stowarzyszenie Telewizja Teofilów B	Łódź, ul. Traktorowa 94a	255/93	3
łódzkie	Stowarzyszenie Telewizji Kablowej "Telewizja Kurak"	Zgierz, ul. 1-go Maja 77/46	140/96	7
łódzkie	Stowarzyszenie Telewizji Osiedlowej "Bugaj V"	Pabianice, ul. J.Wajsówny 6	023/96	16
łódzkie	Stowarzyszenie Telewizji Satelitarnej "DUBOIS"	Zgierz, ul. Komuny Paryskiej 39A	076/96	18
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Kablowej Sieci Telewizyjnej "CENTRUM"	Łódź, ul. Jaracza 26	019/96	18
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Kablowej Sieci Telewizyjnej BAŁ-SAT	Łódź, ul. Org."WIN" 52	289/93	7
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "Ekran"	Łódź, ul. Krochmalna 21	202/93	19
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "DĄBROWA SKY"	Łódź, ul. Broniewskiego 64	006/96	14
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "RAD-SAT 2"	Łódź, ul. 11 Listopada 25	368/93	15
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "RET-SAT1"	Łódź, ul. Przelajowa 16	250/93	36
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej "TEOSAT"	Łódź, ul. Łanowa 14	075/94	28
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej Telewizji Satelitarnej - Żubardź	Łódź, ul. Klonowa 38/40	212/93	6
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników Osiedlowej TV-SAT "ALFA"	Łódź, ul. Dąbrowskiego 99	200/93	6
łódzkie	Stowarzyszenie Użytkowników TV SAT na Os. 650-lecia Zgierza	Zgierz, ul. Parzęczewska 25/27	172/95	9
łódzkie	T.D.K.L.	Łódź, ul. Wapienna 49/51	125/96	15

łódzkie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Łódź, ul. Jurczyńskiego 1/3	027/93	55
łódzkie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Pabianice, ul. Nawrockiego 30	029/93	55
łódzkie	Towarzystwo Eksploatacji Kablowej Sieci Telewizyjnej Osiedla Widzew-Zachód	Łódź, ul. Szpitalna 9/11	251/93	13
łódzkie	TOYA Sp. z o.o.	Łódź, ul. Ks. Brzóska 38	244/95	43
łódzkie	TOYA Sp. z o.o.	Łódź, ul. Studzińskiego 52	253/93	33
łódzkie	TOYA Sp. z o.o.	Łódź, ul. Umińskiego 10	097/94	33
łódzkie	TV Sat Karolew 3	Łódź, ul. Wioślarska 20/22	079/96	18
nowosądeckie	"INSAT" S.C.	Nowy Sącz, ul. Nawojowska 7	213/93	8
nowosądeckie	"INSAT" S.C.	Stary Sącz, os. Słoneczne 9	245/93	5
nowosądeckie	"SAT-KOL" S.C.	Gorlice, ul. Hallera 81	124/93	28
nowosądeckie	Nowotarska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Nowy Targ, ul. Józefczaka 1	194/93	20
nowosądeckie	Polska Telewizja Kablowa Ryntronik S.A.	Zakopane, ul. Krupówki 20	249/96	34
nowosądeckie	PPHU S.TAR	Grybów, ul. Bema 7	115/95	22
nowosądeckie	Regionalna Telewizja Kablowa Sp. Cywilna	Nowy Sącz, ul. Armii Krajowej 3/59	163/93	6
olsztyńskie	PPHU "MACROSAT"	Barczewo, ul. Wojska Polskiego 7	162/93	13
olsztyńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko-Własnościowa "PIONIER" w Kętrzynie	Kętrzyn, ul. Daszyńskiego 25	336/93	9
olsztyńskie	Stowarzyszenie Użytkowników Kablowej Telewizji Satelitarnej "KOR-SAT"	Korsze, ul. Mickiewicza 18	179/94	10
olsztyńskie	Telekomunikacja Polska S.A.	Łława, ul. Jagiellończyka 2	190/94	6
olsztyńskie	Telekomunikacja Polska S.A.	Mragowo, ul. Spacerowa 2	218/93	8
olsztyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Bartoszyce, ul. Świerczewskiego 20	099/94	43
olsztyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Morąg, ul. Kujawska 9	100/94	42
olsztyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Nidzica, ul. Kościuszki 2	149/94	41
olsztyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Olsztyn, ul. Głowackiego 28	076/93	53
olsztyńskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Ostróda, ul. Kopernika 8A	049/93	52
olsztyńskie	Zakład Teletechniczny "Teldom" S.C. Dariusz Wilczek, Cezary Matuszewski	Biskupiec, ul. Gdańska 1	134/96	19
olsztyńskie	Zakład Teletechniczny "Teldom" S.C. Dariusz Wilczek, Cezary Matuszewski	Biskupiec, ul. Żeromskiego 14	322/93	13
olsztyńskie	Zakład Teletechniczny "Teldom" S.C. Dariusz Wilczek, Cezary Matuszewski	Szczytno, ul. XXX-lecia 9	150/96	25
olsztyńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Olsztyn, ul. Wańkowicza 9	053/94	35
opolskie	"DOLAN-SAT" Zakład Instalacji Teletechnicznych Kazimierz Dolan	Namysłów, ul. Reymonta 27	248/95	19
opolskie	"SATRON" S.C. Systemy Telewizji Kablowej	Głubczyce, ul. Kościuszki 24	055/96	15
opolskie	"SATRON" S.C. Systemy Telewizji Kablowej	Głubczyce, ul. Kościuszki 24	192/93	3
opolskie	"SKORPION" Zakład Usług Elektronicznych Bogusław Dubiel	Krapkowice, ul. Damrota 5	085/94	10
opolskie	ASTEL Spółka Cywilna Studio Satelitarnej Telewizji Kablowej	Kędzierzyn - Koźle, ul. K. r. Jadwigi 20C	001/94	3
opolskie	ASTEL Spółka Cywilna Studio Satelitarnej Telewizji Kablowej	Kędzierzyn - Koźle, ul. Nowotki 20	032/94	3
opolskie	CITY-SAT Telewizja Kablowa Hubert Gordzielik	Strzelce Opolskie, ul. Ligonía 1	176/95	10
opolskie	INSAT Spółka Cywilna	Kędzierzyn - Koźle, ul. Archimedesesa 12	308/93	4
opolskie	KOLOR-SAT Spółka Cywilna Usługowo-Handlowa	Opole, ul. Bytnara "Rudego" 19	136/95	5
opolskie	Niezależny Samorządny Związek "Solidarność" Zakładowa Komisja Zakładów Chem. "Błachownia"	Kędzierzyn - Koźle, ul. Tuwima 6/109	344/93	12
opolskie	P.P.H.U. KADAC ELEKTRONIK	Głuchołazy, ul. Spółdzielcza 10B	343/93	12
opolskie	P.P.H.U. KADAC ELEKTRONIK	Nysa, ul. Prudnicka 3	342/93	14
opolskie	SOLSAT Spółka Cywilna	Kędzierzyn - Koźle, ul. 1 Maja 11	381/93	23
opolskie	Zakład Eksploatacji Sieci Telewizji Kablowej CATV Krapkowice	Krapkowice, Osiedle XXX-lecia 9	196/94	13
opolskie	Zakład Instalacji Zbiornych Systemów Kazimierz Bednarski	Prudnik, ul. Damrota 2/4	092/94	19
opolskie	Zakład Telewizji Kablowej "Tele-Kab" S.C.	Kluczbork, ul. Broniewskiego 11A	010/95	13
ostrołęckie	Ostrowska Telewizja Kablowa OTK Sp. z o.o.	Ostrów Mazow., ul. 11-go Listopada 10	095/93	28
ostrołęckie	P.P.H.U. "ESPRIT" Sp. z o.o.	Ostrołęka, ul. Kościuszki 8	199/93	17
ostrołęckie	Wyszowska Telewizja Kablowa Spółka z o.o.	Przasnysz, ul. Osiedlowa 2	029/96	20
ostrołęckie	Wyszowska Telewizja Kablowa Spółka z o.o.	Wyszów, ul. 11 Listopada 42	356/93	25
piłskie	"ASTRA PIŁA" PPHU	Piła, ul. Ludowa 11	258/93	32
piłskie	"ASTRA PIŁA" PPHU	Złotów, ul. Norwida 7	257/93	32
piłskie	ANTSERWIS Zakład Usług Antenowych	Chodzież, ul. Malepszego 12	374/93	19
piłskie	DEXTEL Spółka z o.o.	Wągrowiec, ul. Jeżyka 50	066/93	19
piłskie	PILSAT S.A.	Piła, ul. Dąbrowskiego 8	205/93	30
piłskie	Telewizja Kablowa "ANTSERWIS" S.C.	Wałcz, ul. W. Polskiego 2-6	206/95	18
piłskie	Trzcianeckie Towarzystwo Użytkowników Kablowej Sieci Telewizyjnej	Trzcianka, Osiedle Słowackiego 24	002/95	13

piłskie	Waldemar Wiśniowski	Piła, ul. Kusocińskiego 4	171/93	6
piłskie	Zakład Usług Profesj. "AZART" A. Słomeczyński	Chodzież, ul. Wojska Polskiego 16	180/93	22
piłskie	Zakład Usług Profesj. "AZART" A. Słomeczyński	Piła, ul. Bydgoska 59	139/96	24
piłskie	Zakład Usług Profesj. "AZART" A. Słomeczyński	Wronki, ul. Mieszka I 1D	179/93	20
piotrkowskie	"NTL" Agencja Informacyjno-Reklamowa Tadeusz Dąbrowski	Radomsko, ul. Miła 12	072/94	15
piotrkowskie	'TORO' Telewizja Kablowa S.C.	Tomaszów Mazowiecki, ul. Słoneczna 5/7	159/94	14
piotrkowskie	Przedsiębiorstwo Usług Inwestycyjnych S.A.	Radomsko, ul. Piastowska 10	334/93	18
piotrkowskie	Spółdzielnia Dolsat	Bełchatów, os. Dolnośląskie bl. 131	176/94	4
piotrkowskie	Tadeusz Muszyński	Bełchatów, ul. Św. Barbary 6/14	020/96	21
płockie	Płocka Telewizja Kablowa "Relax-Sat" S.C.	Płock, ul. Łukasiewicza 24	144/94	7
płockie	Płocka Telewizja Kablowa "Relax-Sat" S.C.	Płock, ul. Reja 24	086/93	8
płockie	Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjne "MESCOMP" S.A.	Gostynin, ul. Parkowa 32	160/95	24
płockie	Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjne "MESCOMP" S.A.	Sierpc, ul. Piastowska 28	129/95	23
płockie	Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjne "MESCOMP" S.A.	Żychlin, ul. Narutowicza 72	198/95	21
płockie	Stowarzyszenie Użytkowników Sieci Telewizji Kablowej "BORUTA"	Łęczycza, ul. Osiedlowa 4	170/96	8
płockie	Telewizja Kablowa "SZEL-SAT" Sp. z o.o.	Płock, ul. Gierzyńskiego 17	084/96	34
płockie	TOYA Sp. z o.o.	Kutno, ul. Żółkiewskiego 4	045/93	33
płockie	Usługi Elektroniczne mgr inż. Dariusz Zawadzki	Żychlin, ul. Traugutta 24	187/96	18
poznańskie	"EAST AND WEST" Sp. z o.o.	Poznań, Os. Bolesława Śmiałego 37	069/95	24
poznańskie	"ELSAT" Sp. z o.o.	Poznań, os. Oświecenia 59	084/93	31
poznańskie	DEXTEL Spółka z o.o.	Poznań, ul. Kordeckiego 2	004/96	17
poznańskie	Poznańska Spółdzielnia Mieszkaniowa WINOGRADY	Poznań, os. Przyjaźni 9	072/93	27
poznańskie	Poznańska Spółdzielnia Mieszkaniowa WINOGRADY	Poznań, Osiedle Kosmonautów 18	185/93	26
poznańskie	Przedsiębiorstwo Usług Telekom. KOMA sp. z o.o.	Poznań, ul. Przybyszewskiego 56	159/95	32
poznańskie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe Systemów RTV i SAT SYSTEM SAT S.C.	Środa Wielkopolska, os. Jagiellońskie	094/94	16
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa im. 23 Lutego w Koziegłowach	Koziegłowy, Osiedle Leśne 16	183/93	19
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Grodzisku Wielkopolskim	Grodzisk Wielkopolski, os. WP 25	325/93	9
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Nowym Tomyślu	Nowy Tomyśl, Os. Batorego 32	145/93	23
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Nowym Tomyślu	Opalenica, Os. Centrum 3	064/93	14
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Nowym Tomyślu	Pniewy, ul. Spacerowa 18	082/94	10
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Śremie	Śrem, ul. Chłapowskiego 5	204/93	14
poznańskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa ZIELONE WZGÓRZE	Murwana Goślina, ul. Długa 24	055/93	4
poznańskie	Stowarzyszenie Osiedlowej Sieci Telewizyjnej "PIEKARY"	Gniezno, ul. Czarnieckiego 7	179/96	17
poznańskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Gniezno, ul. Sobierajskiego 9	373/93	56
poznańskie	TESAT S.C. Zakład Usług Antenowych	Poznań, ul. Langiewicza 23	247/95	16
poznańskie	Z.T.S. ECHOSTAR STUDIO Piotr Ziemiłowicz	Poznań, ul. Szydłowska 1	158/95	27
przemyskie	Przedsiębiorstwo Elektroniki Ant. "TELSAT" Sp. z o.o.	Przeworsk, ul. Jagiellońska 10	114/96	22
przemyskie	PPHU S.TAR	Przemysł, ul. Borelowskiego 15	017/96	34
przemyskie	TOYA Sp. z o.o.	Przemysł, ul. Bsp.J. Glazera 10	046/93	34
radomskie	IMPROMEX Spółka z o.o.	Szydłowiec, ul. 1 Maja 5	193/93	17
radomskie	Instalacja i Konserwacja Urządzeń Telekom. i Teletransmisyjnych "AZART" Wiesława Zwolak	Białobrzegi, ul. Sądowa 9	012/95	17
radomskie	Instalacja i Konserwacja Urządzeń Telekom. i Teletransmisyjnych "AZART" Wiesława Zwolak	Przysucha, ul. Krakowska 26	013/95	17
radomskie	Instalacja i Konserwacja Urządzeń Telekom. i Teletransmisyjnych "AZART" Wiesława Zwolak	Radom, ul. Planty 39/45	011/95	21
radomskie	Pionkowska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Pionki, ul. Sienkiewicza 38	023/95	19
radomskie	Stowarzyszenie "TELE-PION" Społeczny Operator Sieci TV SAT na osiedlu Al. Lipowe-Leśna	Pionki, Al. Lipowe 12	188/96	15
radomskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Radom, ul. Żeromskiego 75	283/93	54
rzeszowskie	Ośrodek Kultury	Nowa Sarzyna, ul. 1-go Maja 7	151/95	13
rzeszowskie	PPHU S.TAR	Mielec, Al. Niepodległości 1	083/96	27
rzeszowskie	PPHU S.TAR	Ropczyce, ul. Armii Krajowej 4	245/95	21
rzeszowskie	Społeczny Komitet TV-SAT Osiedla "SPORTOWA"	Rzeszów, ul. Sportowa 17	305/93	7
rzeszowskie	Stowarzyszenie "TV-SAT" os "Krakowska Południe"	Rzeszów, ul. Solarza 15 a	216/93	8
rzeszowskie	Telewizja Kablowa "SATEL" Sp. z o.o.	Leżajsk, ul. Mickiewicza 57/Vp	114/95	12
rzeszowskie	Telewizja Kablowa DAMI inż. Marian Wachowicz	Rzeszów, ul. Krakowska 18E	119/96	39
siedleckie	"CATEL" S.C.	Siedlce, ul. Pomorska 3	054/94	5
siedleckie	"CATEL" S.C.	Siedlce, ul. S. Batorego 3	201/93	5

siedleckie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Sokołów Podlaski, ul. Wolności 27	195/95	19
sieradzkie	Poddębicka Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Poddębice, ul. Sienkiewicza 31	237/95	15
sieradzkie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Nad Wartą"	Działoszyn, ul. Piłsudskiego bl 19	118/94	10
sieradzkie	Wieluńska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Wieluń, os. Wyszyńskiego w Wieluniu	158/94	20
skierniewickie	Łowicka Spółdzielnia Mieszkaniowa	Łowicz, os. Bratkowice 14	233/93	2
skierniewickie	P.P.H.U. KAM Krzysztof Kowalewski, Z. Kowalewski	Sochaczew, ul. Żeromskiego 39a	113/93	6
skierniewickie	Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjne "MESCOMP" S.A.	Łowicz, os. Bratkowice	199/95	20
skierniewickie	Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjne "MESCOMP" S.A.	Skierniewice, ul. Jagiellońska 34	200/95	25
skierniewickie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe MARTON Mariusz Trąbczyński	Rawa Mazowiecka, ul. Solidarności 10	131/96	21
skierniewickie	Skierniewicka Spółdzielnia Mieszkaniowa	Skierniewice, ul. Kopernika 5	152/93	13
skierniewickie	Spółeczny Komitet Użytkowników Telewizji Kablowej Os. Dąbrowskiego w Łowiczu	Łowicz, os. Dąbrowskiego 6 C 10	353/93	12
skierniewickie	Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko-Własnościowa	Sochaczew, Al. 600-lecia 66B	177/93	3
skierniewickie	Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko-Własnościowa	Sochaczew, ul. Piłsudskiego 26	178/93	3
skierniewickie	Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Satelitarnej	Łowicz, os. Starzyńskiego 5	296/93	17
skierniewickie	Zyrardowska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Żyrardów, ul. Mielczarskiego 19/25	299/93	3
skierniewickie	Zyrardowska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Żyrardów, ul. Sikorskiego 35	298/93	3
skierniewickie	Zyrardowska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Żyrardów, ul. Skrowaczewskiego 33	297/93	3
śląskie	Bałtyckie Towarzystwo Telewizyjno-Telegraficzne S.A.	Ślawno, ul. Powstańców Warszawskich 2	383/93	10
śląskie	Bałtyckie Towarzystwo Telewizyjno-Telegraficzne S.A.	Śląsk, ul. Mostnika 13	382/93	10
śląskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Lębork, ul. Mireckiego 8	295/93	39
śląskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Śląsk, ul. Szczecińska 62	020/93	51
śląskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Ustka, ul. Dąbroszczaków 2	050/93	51
suwalskie	"INFO-ART" Janusz Gryżewski	Biała Piska, ul. Witosy 4	044/94	19
suwalskie	"INFO-ART" Janusz Gryżewski	Elk, ul. Kilińskiego 40	038/94	20
suwalskie	DEXTEL Spółka z o.o.	Pisz, ul. 1 Maja 3A	369/93	16
suwalskie	MARINEX S.C. Telewizja Kablowa w Augustowie	Augustów, ul. Hoża 4	168/93	18
suwalskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Świt" w Elku	Elk, ul. Wojska Polskiego 60	054/93	23
suwalskie	Suwalska Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Suwałki, ul. Pułaskiego 87	136/94	11
suwalskie	Zakład Gospodarki Mieszkaniowej	Olecko, ul. Parkowa 7	009/94	6
szczecińskie	Fundacja Telewizji Kablowej	Świnoujście, ul. Matejki 1 C	101/93	3
szczecińskie	Krajowe Przedsiębiorstwo Usług Specjalistycznych "Inżynier" spółka z o.o.	Szczecin, ul. Orawska 24	067/94	9
szczecińskie	Krajowe Przedsiębiorstwo Usług Specjalistycznych "Inżynier" spółka z o.o.	Szczecin, ul. Pasterska 23	066/94	9
szczecińskie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe "Telewizja Kablowa" Sp. z o.o.	Świnoujście, ul. Kościuszki 9	037/96	2
szczecińskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "SŁOWIANIN"	Świnoujście, ul. Matejki 1 C	252/95	19
szczecińskie	Szczecińska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Szczecin, ul. Witkiewicza 37	285/93	18
szczecińskie	Szczecińska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Szczecin, ul. Łubinowa 9	3/tvc/92	22
szczecińskie	Szczecińska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Szczecin, ul. Wyzwolenia 68	1/tvc/92	20
szczecińskie	Telewizja Kablowa Spółka z o.o. w Gorzowie Wlkp. Oddział w Stargardzie	Stargard Szczeciński, Os. Zachód A7	059/94	6
szczecińskie	Telewizja Kablowa Spółka z o.o. w Gorzowie Wlkp. Oddział w Stargardzie	Stargard Szczeciński, Os. Zachód A7	058/94	6
szczecińskie	TV KAB - Police sp. jawna	Police, ul. Piłsudskiego 28/11	263/93	17
szczecińskie	TV KAB - Szczecin sp. jawna	Szczecin, ul. Bronisławy 14A	264/93	20
szczecińskie	Zakład Usług Antenowych SAT-MONT-SERVICE S.C.	Szczecin, ul. Krakowska 67	080/94	11
tarnobrzeskie	"MAXTEL" Sp. z o.o PPUH	Gorzycy, ul. Po r. Sarny 1	030/95	20
tarnobrzeskie	DIANA S.C. Telewizja Kablowa	Nisko, ul. 1000-lecia 8D	161/94	20
tarnobrzeskie	DIANA S.C. Telewizja Kablowa	Stalowa Wola, ul. St. Koper 3	141/95	14
tarnobrzeskie	DIANA S.C. Telewizja Kablowa	Stalowa Wola, ul. Wojska Polskiego 4A	012/93	27
tarnobrzeskie	PHU "SA TEL" SC	Staszów, ul. Konstytucji 3-go Maja 12	047/95	13
tarnobrzeskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Połaniec" w Połaniecu	Połaniec, ul. Głowackiego 4	240/95	21
tarnobrzeskie	STELLA Zakład Instalatorstwa Teleelektrycznego	Stalowa Wola, ul. Ofiar Katynia 35	165/94	31
tarnobrzeskie	Tarnobrzeska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Nowa Dęba, ul. Krasickiego (dom kultury)	171/95	3
tarnobrzeskie	Tarnobrzeska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Tarnobrzeg, ul. Sienkiewicza 59	170/95	3
tarnobrzeskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Tarnobrzeg, ul. Kopernika 24	104/94	55
tarnowskie	PPHU S.TAR	Brzesko, ul. Ogrodowa 13a	095/95	24
tarnowskie	PPHU S.TAR	Dąbrowa Tarnowska, ul. Piłsudskiego 14	113/95	24
tarnowskie	PPHU S.TAR	Tarnów, ul. Czerwonych Klonów 12	061/95	24
tarnowskie	PPHU S.TAR	Tarnów, ul. Graniczna 8A	148/93	24

tarnowskie	PPHU S.STAR	Tarnów, ul. Szujskiego 15	060/95	24
tarnowskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa ŚNIEŻKA w Tarnowie	Tarnów, ul. Romanowicza 38	015/95	7
toruńskie	"G&G" sp. z o.o.	Golub - Dobrzyń, ul. Sienkiewicza	174/95	18
toruńskie	"TAT-TELADIN" Sp. z o.o. Międzynarodowy Serwis Systemów Elektronicznych	Grudziądz, ul. Cegelniana 3	096/93	21
toruńskie	"TAT-TELADIN" Sp. z o.o. Międzynarodowy Serwis Systemów Elektronicznych	Toruń, ul. Kociewska 30a	097/93	23
toruńskie	Młodzieżowa Spółdzielnia Mieszkaniowa w Toruniu	Toruń, ul. B. Głowackiego 16	166/93	7
toruńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Na Skarpie"	Toruń, ul. Ligi Polskiej 5	367/93	9
toruńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Rubinkowo"	Toruń, ul. Dziewulskiego 12	123/93	4
toruńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Brodnicy	Brodnica, ul. Wyspiańskiego 15	379/93	15
toruńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Grudziądzu	Grudziądz, ul. Kalinkowa 24	136/93	20
toruńskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Grudziądzu	Grudziądz, ul. Sportowców 10	087/95	17
toruńskie	Wąbrzeski Dom Kultury	Wąbrzeźno, ul. Wolności 47	220/95	18
toruńskie	Zakład Telewizja Kablowa S.C. "WIZUALSAT"	Chełmno, ul. Wodna 30a	172/93	23
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "ELTRONIK"	Brodnica, ul. 3 Maja 3	103/93	22
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "ELTRONIK"	Nowe Miasto Lub., ul. Grunwaldzka 11	005/95	15
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "ELTRONIK"	Wąbrzeźno, ul. Hallera 15A	123/94	15
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Lubisz, ul. Hugo Kołłątaja 3/1	124/94	33
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Toruń, ul. Buszczyńskich 2A	061/96	32
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Toruń, ul. Długosza 1	143/94	33
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Toruń, ul. Koniuchy 31b	128/94	33
toruńskie	Zakład Usług Antenowych "PETRUS"	Toruń, ul. Pająkowskiego 16	162/94	34
wałbrzyskie	"ALTECH" Montaż Telewizji Kablowej Henryk Wałaski	Nowa Ruda, ul. Wojska Polskiego 8	375/93	12
wałbrzyskie	"SATKABEL" S.C. Systemy Telewizji Satelitarnej i Kablowej	Wałbrzych, ul. Kasztelańska 86	018/94	27
wałbrzyskie	JOKER Montaż TV Kablowej Krzysztof Wałaski	Nowa Ruda, ul. Strzelecka 2a	370/93	10
wałbrzyskie	Naprawa i Konserwacja Urz. TV SAT ,TVP K. Wałaski	Żarów, ul. Mieszka I 2	004/94	10
wałbrzyskie	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe DES	Kłodzko, ul. Rodzinna 7	017/94	17
wałbrzyskie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe "Tele-Raj"	Świdnica, Pl. Św. Małgorzaty 1-2	014/93	11
wałbrzyskie	Przedsiębiorstwo Wielobranżowe "Tele-Raj"	Świebodzice, ul. Świdnicka 7	028/94	6
wałbrzyskie	Roman Orkusz Serwis-Salon RTV-TV Kablowa	Wałbrzych, ul. Niepodległości 102	033/95	18
wałbrzyskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa Os. Włókniarzy 1	Bielawa, ul. Jana III Sobieskiego 17	376/93	10
wałbrzyskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Bystrzycy Kłodzkiej	Bystrzyca Kłodzka, Osiedle Szkolne 10	347/93	7
wałbrzyskie	Systemy Telewizji Satelitarnej i Kablowej "KTS" S.C.	Wałbrzych, ul. Gen. Andersa 162	250/95	16
warszawskie	"PORION" Sp. z o.o.	Warszawa, ul. Daniłowskiego 2/4	190/93	42
warszawskie	"STANSAT" mgr inż. Stanisław Grzesik	Ożarów Mazowiecki, ul. Poznańska 127A	214/95	14
warszawskie	"TEL-KAB" Zakład Elektroniki Bronisław Diehl	Pruszków, ul. Helenowska 22	272/93	11
warszawskie	Asocjacja Techniczna "MIKROPOL" Sp. z o.o.	Warszawa, ul. Jana Brożka 18	059/93	7
warszawskie	Etv sp. z o.o.	Warszawa, ul. Pańska 85	246/93	24
warszawskie	Grodziska S.M	Grodzisk Mazowiecki, ul. Sienkiewicza 33	084a/94	3
warszawskie	NETSAT S.C.	Góra Kalwaria, ul. Pijarska 44 blok 7	062/96	10
warszawskie	Otwocka Telewizja Kablowa sp. z o.o.	Otwock, Matejki 9	007/94	21
warszawskie	P.P.H.U. FORMAT S.J. Marek Kuśmierk i S-ka	Warszawa, ul. Opaczewska 33	269/93	19
warszawskie	PHU "DAMP" S.C.	Warszawa, ul. Porajów 3	034/93	8
warszawskie	Polska Telewizja Kablowa Warszawa S.A.	Warszawa, ul. Pańska 85	131/94	47
warszawskie	POLTELKAB Sp. z o.o.	Warszawa, ul. Frontowa 1	215/96	30
warszawskie	Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe "WIST" S.C.	Konstancin - Jeziorna, ul. Kopernika 2	326/93	13
warszawskie	Spółdzielnia Budowlano Mieszkaniowa Ec Siekierki	Warszawa, ul. Melomanów 2	122/94	12
warszawskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa Lokatorsko-Własnościowa	Legionowo, ul. Piłsudskiego 43B	268/93	17
warszawskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa RADNA	Warszawa, ul. Leszczyńskich 12	176/93	17
warszawskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa STAWKI	Warszawa, ul. Dzika 6	037/94	23
warszawskie	Stowarzyszenie Odbiorców Telewizji Satelitarnej "ISKRA"	Warszawa, ul. Horbaczewskiego 7/96	088/93	16
warszawskie	TELEGPOL Sp. z o.o.	Legionowo, ul. Zegrzyńska 17	102/94	7
warszawskie	Telewizja Kablowa ASTER-CITY Spółka Akcyjna	Warszawa, ul. Armii Ludowej 16	D 001/94	62
warszawskie	TV-KABEL-SAT	Nowy Dwór Mazowiecki, ul. Sikorskiego 4	155/93	15
warszawskie	TV-KABEL-SAT	Nowy Dwór Mazowiecki, ul. Sportowa 74	022/95	15
warszawskie	TV-SAT "Ursus" Sp. z o.o.	Warszawa, ul. Keniga 5	055/95	1
warszawskie	TV-SAT "Ursus" Sp. z o.o.	Warszawa, ul. Wapowskiego 2	054/95	1
warszawskie	Zarząd Telewizji Kablowej "Chomiczówka"	Warszawa, ul. Conrada 18/310	070/93	5
włocławskie	SAT-FILM	Włocławek, ul. Hutnicza 20	015/93	29
wrocławskie	"SURVEYOR" Spółka Cywilna	Wrocław, ul. Oleska 5	110/94	4
wrocławskie	Elżbieta Zjawiony TVK - Telewizja Kablowa	Jelcz - Laskowice, ul. Piastowska 30	107/96	21
wrocławskie	Elżbieta Zjawiony TVK - Telewizja Kablowa	Wrocław, ul. Kolistka 14	348/93	29
wrocławskie	Instalacja Anten RTV-SAT TV Kablowa	Strzelin, ul. Wrocławska 23	018/96	10

wrocławskie	Stowarzyszenie "Osiedlowa Telewizja Kablowa"	Oława, ul. Chopina 19a	327/93	14
wrocławskie	Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Satelitarnej "Osiedle Różanka"	Wrocław, ul. Chorwacka 54/23	338/93	6
wrocławskie	Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Satelitarnej Osiedla Gaj	Wrocław, ul. Orzechowa 56	152/94	10
wrocławskie	Telekomunikacja Polska S.A. Dyrekcja Okręgu - Wrocław Zakład Radiokomunikacji i Teletransmisji	Wrocław, ul. Żegiestowska 6/12	081/95	14
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Brzeg Dolny, ul. 1 Maja 21	021/93	55
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Oleśnica, Pl. Zwycięstwa 1B	024/93	55
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Wrocław, ul. Gersona 33	227/95	53
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Wrocław, ul. Horbaczewskiego 47	032/93	27
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Wrocław, ul. Horbaczewskiego 47	254/95	28
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Wrocław, ul. Obornicka 12	229/95	53
wrocławskie	Telewizja Kablowa "GOSAT-SERVICE" Spółka z o.o.	Wrocław, ul. Poleska 30	228/95	53
wrocławskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Wrocław, Krynicka 24	044/95	45
wrocławskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Wrocław, Nowodworska 107 A	045/95	45
wrocławskie	Telewizja Kablowa "VECTRA" Sp. z o.o.	Wrocław, ul. Oficerska 11	019/93	52
wrocławskie	Telewizja Kablowa VEGA Sp. z o.o.	Wrocław, ul. T. Zielińskiego 40	186/93	10
zamojskie	ENERGOREM Sp. z o.o.	Biłgoraj, ul. Nadstawna 56A	036/94	11
zamojskie	Telewizja Kablowa "HRUBIESZÓW"	Hrubieszów, ul. Polna 19	193/95	8
zamojskie	TELSAKO Sp. z o.o.	Tomaszów Lubelski, ul. Kościuszki 21	057/95	6
zielonogórskie	"MASTER" Sp. z o.o. PPH	Kozuchów, ul. 22 Lipca 38	387/93	20
zielonogórskie	Jarosław Karkosz	Świebodzin, Os. Łużyckie 3d	207/93	5
zielonogórskie	Lubuska Telewizja Przewodowa "LUB-SAT" sp. z o.o.	Gubin, ul. Wojska Polskiego 14	104/95	23
zielonogórskie	Lubuska Telewizja Przewodowa "LUB-SAT" sp. z o.o.	Żary, ul. Kasprzaka 1d	127/96	30
zielonogórskie	Nowosolska Spółdzielnia Mieszkaniowa	Nowa Sól, ul. 1 Maja 16	130/95	14
zielonogórskie	Spółdzielnia Mieszkaniowa	Krosno Odrzańskie, ul. Poznańska 33B	074/95	9
zielonogórskie	Zielonogórska Telewizja Przewodowa S.A.	Czerwieńsk, ul. Graniczna 15	126/96	24
zielonogórskie	Zielonogórska Telewizja Przewodowa S.A.	Zielona Góra, ul. S. Wyszyńskiego 29	195/93	47
zielonogórskie	Żarska Telewizja Kablowa	Żary, ul. Wrocławska 11	119/95	8

II. OFERTA PROGRAMOWA DOSTĘPNA SŁUCHACZOM I WIDZOM W POLSCE

A. Radiowe programy ogólnokrajowe

Program I PR S.A. emitowany jest przez całą dobę. Posiada największe audytorium radiowe w Polsce. Jest podstawowym kanałem informacyjno-publicystycznym Polskiego Radia S.A.

Najwięcej czasu antenowego nadawca przeznaczona na audycje: publicystyczne (31%), informacyjne (20%) i muzyczne (19%). Mniejszy udział w programie mają audycje: edukacyjne i poradnicze (5%), sportowe (4%), religijne (3%), oraz literackie i formy udramatyzowane (3%). W ramach ostatniej kategorii obok powieści rodzinnych - „Matysiakowie” i „W Jezioranach” - Jedyńka m.in. systematycznie prezentuje klasykę dramaturgii polskiej w cyklu „Scena Narodowa Teatru Polskiego Radia”.

Program II PR S.A. emitowany jest 20 godzin na dobę, ma charakter muzyczno-literacki. Struktura gatunkowa Programu II przedstawiała się w 1996 r. następująco: ok. 55% programu - muzyka (głównie poważna, ale też jazzowa, ludowa); 17% - publicystyka kulturalna; 7% - audycje edukacyjne, 55% - audycje literackie i formy udramatyzowane. Pozostałą część rocznego czasu nadawania zajmują: informacja (ok. 4%), audycje religijne (ok. 0,5%), rozrywka (0,4%). Program II specjalizuje się w zakresie muzyki poważnej, literatury, form artystycznych oraz informacji, krytyki i publicystyki kulturalnej. Sprawuje mecenat nad polskimi twórcami i artystami. Organizuje konkursy na słuchowiska radiowe. W 1996 r. słuchowiska wyłonione w konkursach Dwójki uzyskały najwyższe nagrody w międzynarodowych konkursach radiofonii europejskich: Prix Italia i Prix Ostankino. Dwójka współorganizowała także Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej „Warszawska Jesień”. Największym przedsięwzięciem upowszechniającym polską muzykę były transmisje kolejnych etapów XI Międzynarodowego Konkursu Skrzypcowego im. Henryka Wieniawskiego. Laureaci tego konkursu wystąpili w Studiu Koncertowym Polskiego Radia. W ramach Programu II działa Radiowe Centrum Kultury Ludowej, które systematycznie dokumentuje i popularyzuje polską sztukę ludową. W 1996 r. wydało dwie płyty CD z muzyką ludową Mazowsza i Podhala.

Program III PR S.A. emitowany jest przez całą dobę. Adresowany jest przede wszystkim do młodego i średniego pokolenia, o różnorodnych poglądach i zainteresowaniach, do słuchaczy z wykształceniem wyższym i średnim. W programie tym znajduje się „szybka” informacja (serwisy co godzinę), aktualna publicystyka, reportaże, audycje dokumentalne, różnorodna muzyka, szeroko pojęta rozrywka i satyra oraz audycje literackie. W strukturze

gatunkowej programu największy udział zajmują: publicystyka (społeczna, ekonomiczna, kulturalna, międzynarodowa i in. - 53%), muzyka (20%) i informacja (10%), w dalszej kolejności: audycje rozrywkowe (ponad 3%), sportowe (3%), edukacyjne i poradnicze (ok. 2%), religijne (ok. 1%) oraz literackie i formy udratyzowane (ok. 0,6%).

Radio BIS (Program IV PR S.A.) nadaje od poniedziałku do piątku przez 18 godzin na dobę, zaś w weekend przez 20 godzin. Ma charakter edukacyjno-kulturalny. Program adresowany jest do różnych wiekowych grup słuchaczy. Dużą popularnością wśród nauczycieli i uczniów cieszą się audycje poświęcone najnowszej historii Polski i najnowszej historii literatury polskiej. W strukturze gatunkowej programu Radia BIS znajdują się m. in.: audycje dla osób niepełnosprawnych, audycje parlamentarne, nabożeństwa i audycje ekumeniczne, realizacje Teatru Polskiego Radia. Najwięcej miejsca w rocznym czasie nadawania zajmują audycje: publicystyczne (23%), edukacyjne i poradnicze (23%), muzyczne (23%) i informacyjne (18%), a w dalszej kolejności audycje: religijne (2%), literackie i formy udratyzowane (ok. 1,5%).

Radio ZET nadaje program przez 24 godziny na dobę. Najwięcej czasu nadawca przeznaczona na: informacje, rozrywkę i muzykę. Permanentnie zlecane przez nadawcę badania audytorium radia spowodowały, że Radio ZET zmodyfikowało swój program. Istotniejsze przeobrażenia pojawiły się we wrześniu 1996 r. Przyjęto, że docelową grupą słuchaczy Radia ZET będą ludzie w wieku od 25 do 30 lat, dobrze wykształceni, dobrze zarabiający i aktywni mieszkańcy dużych miast. Sytuuje to Radio ZET pomiędzy młodzieżowym RMF FM a publiczną „Trójką”. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom słuchaczy zwiększono udział audycji, w których poruszana jest problematyka społeczna i ogólnopolska (a nie tylko lokalna, warszawska). Zmieniono także konstrukcję dzienników. Pierwsze miejsce zaczęły w nich zajmować informacje pozapolityczne, bardzo często z terenów odległych od stolicy. Pojawiły się także zmiany w warstwie muzycznej programu. Od września 1996 r. muzyka zajmuje 60% programu Radia ZET. Na ofertę muzyczną radia składa się przede wszystkim pop-rock, w tym głównie znane przeboje. W programie nadawcy jest również miejsce dla publicystyki, edukacji i poradnictwa.

RMF FM rozpowszechnia całodobowy program muzyczno - informacyjny adresowany do audytorium w przedziale wiekowym 12-45 lat. Na antenie stacji dominuje muzyka rockowa zajmująca, zgodnie z deklaracją nadawcy, 70% czasu emisji. Ważną część programu RMF FM stanowią bezpośrednie transmisje z wielkich wydarzeń muzycznych na świecie. Nadawca wydzielił w programie pasma lokalne, w których nadaje informacje lokalne i reklamy.

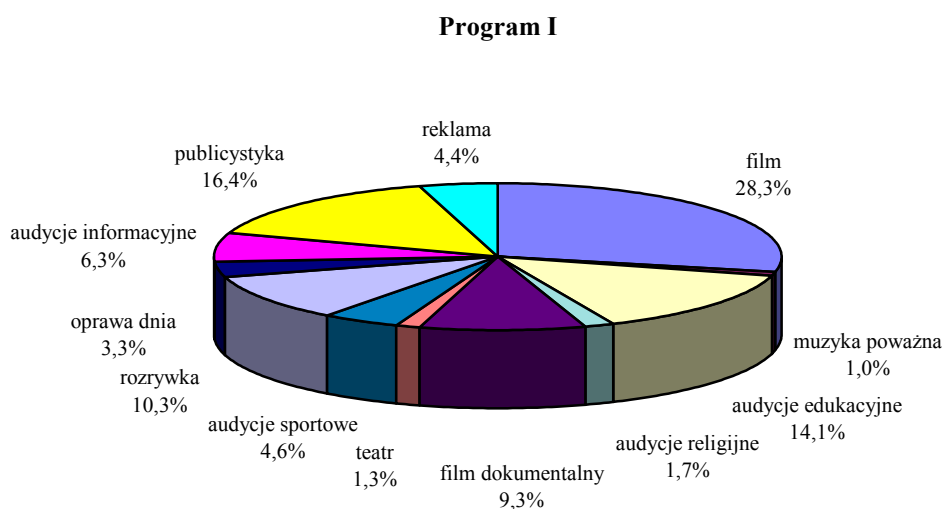
Radio MARYJA jest stacją ogólnopolską nadającą z Torunia całodobowy program o profilu społeczno-religijnym. W strukturze gatunkowej programu znajdują się audycje informacyjne i przeglądy prasy, audycje publicystyczne, edukacyjne i poradnicze, literackie, muzyczne, modlitwy, transmisje mszy świętych i uroczystości religijnych. Głównym elementem programu są audycje słowne o tematyce religijnej. Są one emitowane codziennie o stałych porach. Audycje informacyjne wypełniają *Serwisy Radia Watykańskiego* oraz *Wiadomości Radia Maryja*. W ramach *Radiogazety* dokonywany jest przegląd prasy katolickiej. Publicystyka realizowana jest przez audycje kontaktowe (najważniejsza to „Rozmowy niedokończone”), korespondencje, felietony oraz rozmowy z zaproszonymi gośćmi, w których podejmowane są trudne kwestie społeczne. Audycje literackie wypełniają prezentacje fragmentów książek historycznych i religijnych. Oferta muzyczna składa się z

muzyki religijnej, przebojów muzyki rozrywkowej, muzyki filmowej i klasycznej oraz pieśni i piosenek w nowoczesnych aranżacjach.

B. Telewizyjne programy ogólnokrajowe

Program I TVP S.A.

Program I skierowany jest do szerokiej widowni. W różnych proporcjach czasowych są w nim realizowane wszystkie gatunki programowe. Udział poszczególnych gatunków w programie w 1996 r. obrazuje poniższy wykres:



Nadawca publiczny na **film** przeznaczył aż 28,3% całego czasu nadawania programu. W ramach tego gatunku najbardziej reprezentowany był film fabularny (995,5 godzin) i serial (894,7 godzin). W repertuarze filmowym zdecydowanie przeważały produkcje amerykańskie - 53%, ale były również filmy produkcji europejskiej (angielskie, francuskie, włoskie) - 31% i filmy produkcji polskiej - 8%.

Drugie miejsce ze względu na liczbę godzin (1149,5) zajęły w programie **audycje publicystyczne**. Podejmowały one tematy polityczne, ekonomiczne, społeczne, kulturalne i międzynarodowe. W 1996 r. w programie przeważała publicystyka kulturalna (9,1%). Tę tematykę podejmowały w Programie I: *Filmidło*, *Goniec*, *Pegaz* i *Kultura duchowa narodu*. *Filmidło* jest magazynem filmowym traktującym film wyłącznie jako rozrywkę. *Goniec* jest magazynem kulturalnym informującym o ważnych wydarzeniach artystycznych. *Pegaz* i *Kultura duchowa narodu* przybliżają i wyjaśniają różne zjawiska artystyczne i estetyczne, opowiadają o wybitnych twórcach polskiej i światowej kultury.

Publicystyka polityczna realizowana była w codziennej audycji *Puls dnia*, w której podejmowane były aktualne tematy. Nowa ramówka w miejsce tej audycji wprowadziła *W centrum uwagi*. Do września publicystyka polityczna miała również swoje stałe miejsce w pasmie porannym (*VIP - Rozmowa Jedyński*).

W ramach realizacji przepisu ustawy o umożliwieniu naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji i wyjaśniania polityki państwowej, emitowane są raz

w tygodniu, w stałych pasmach czasowych, audycje: *Tydzień Prezydenta*, *Sejmograf*, *Diariusz Rządowy*. Nadawca realizując przepis o stwarzaniu m.in. partiom politycznym możliwości przedstawiania własnych stanowisk w węzłowych sprawach publicznych nadaje cotygodniową audycję *Forum*. Tematy ekonomiczne podejmowane były w *Listach o gospodarce* i *Sprawie dla reportera*.

W układzie ramowym pasmo **audycji edukacyjnych** (995,6 godz.) było skonstruowane tak, że każdego dnia dostarczało widzom wiedzę z historii, nauk ścisłych, sztuki, nauk przyrodniczych i społecznych. Prócz pasm edukacyjnych nadawca publiczny wydzielił codzienny blok audycji poradniczych (53,4 godz.). W programie nadawanym według ramówki obowiązującej do września był to godzinny przedpołudniowy blok programowy. W nowej ramówce został on skrócony o 10 min. i podzielony na dwie części: przedpołudniową i popołudniową.

Oferta **audycji rozrywkowych** (759 godz.) była różnorodna. Wypełniały ją: teleturnieje (*Randka w ciemno*, *Nowożeńcy* - polegające na porozumiewaniu się uczestników i ich współdziałaniu, *Miliard w rozumie* - teleturniej wiedzy), talk-show (*Wieczór z Alicją*, *MdM*), parodie (*DTV* - magazyn Jacka Fedorowicza), kabaret (Kabaret Olgi Lipińskiej), satyra (*Cafe fusy*), koncerty muzyki rozrywkowej, magazyny muzyczne (*Magazyn muzyczny Jedyńki*, *Muzyczny klub Jedyńki*). Audycje rozrywkowe nadawane są codziennie w różnych pasmach programu: popołudniowym, wieczornym i nocnym. Brakuje w programie rodzimego sitcomu, rewii, variete, rzadko zdarzają się recitale, pokazy cyrkowe, koncerty muzyki rockowej.

Kolejnym gatunkiem emitowanym przez Program I był **film dokumentalny** (687,3 godzin). W jego ramach proponowano widzom: reportaże, filmy i seriale dokumentalne. W ramówce realizowanej do września pojawiał się kilka razy w stałym, powtarzającym się co tydzień cyklu, we wtorki, w paśmie wieczornym, w cyklu zatytułowanym *Dokument polski* i we czwartki: *Dokumentalne filmy zagraniczne*. W środę raz w miesiącu widz mógł obejrzeć reportaże *Zawsze po 21- szej*. W nowym układzie ramowym we wtorki i czwartki nadawany był film dokumentalny, a w każdą sobotę w paśmie przedpołudniowym film dokumentalny, zagraniczny. W cyklu pt. *Czas na dokument* prezentowane były ciekawe i szokujące filmy świata oraz filmy wyprodukowane w Programie I.

W układzie ramowym do września były 4 edycje **audycji informacyjnych**: poranne, popołudniowe (Teleexpress), wieczorne i nocne (468,2 godz.).

Teatr poniedziałkowy jest ważną, istniejącą od ponad 40 lat pozycją w Programie I. Ma on w miarę stałą kilkumilionową publiczność. Jego repertuar tworzą sprawdzone, wybitne teksty, należące do klasyki dramatu polskiego i światowego. Adresowany jest do odbiorcy o wyrobionych gustach. Gatunek ten pełni ważną funkcję edukacyjną. Sobotni cykl *Teatr różnaitości* prezentował repertuar, w którym dominowały formy lekkie: komedie i farsy.

Audycje sportowe zajęły w Programie I 340 godzin. Wypełniały je: cykliczne audycje - *Sportowa sobota* i *Sportowa niedziela*, transmisje z olimpijskich zawodów sportowych (Atlanta 96) oraz transmisje meczów.

W 1996 r. **muzyka poważna** zajęła 70,7 godz. Programu I, co stanowi zaledwie 1% rocznego czasu nadawania tego programu. Gatunek ten wypełniały dwie audycje nadawane w godzinach nocnych - *Przeboje Bogusława Kaczyńskiego* i *Wokół wielkiej sceny*.

Stosunkowo mały udział w programie miały **audycje religijne**. Zajęły 122,4 godziny. Były wśród nich stałe, cykliczne audycje (*Magazyn katolicki*, *Ziarno* - magazyn dla

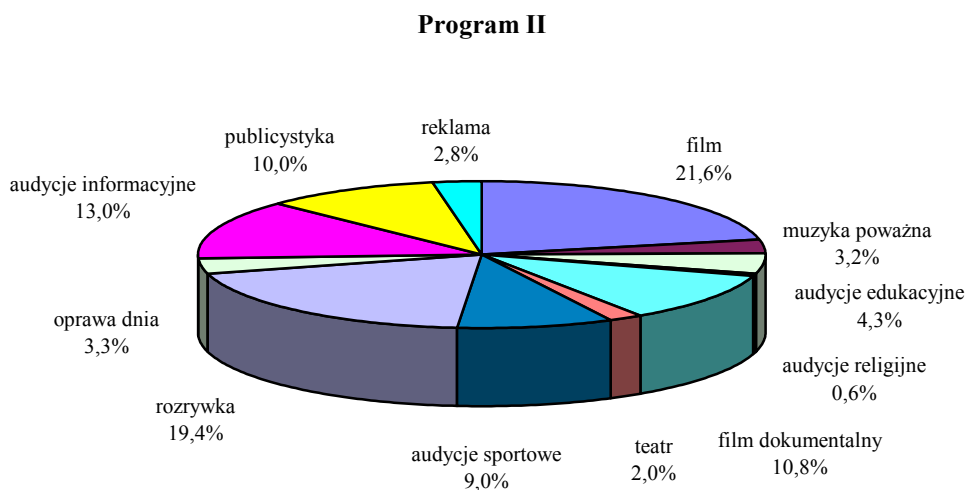
dzieci) oraz transmisje: z Watykanu *Modlitwa na Anioł Pański* i ważnych uroczystości religijnych związanych z dorocznymi świętami kościelnymi.

Oferta Programu I, **adresowana do dzieci i młodzieży**, pojawiała się w różnych pasmach czasowych. Dzieci trzyletnie miały swoją audycję *Mama i ja*, natomiast dla dzieci starszych, nie uczęszczających do przedszkola, przeznaczona była audycja *Domowe przedszkole*. W popołudniowym paśmie dla dzieci nadawane były audycje edukacyjne: *Tik-Tak*, *Ciuchcia*. W dni weekendowe emitowane były cykliczne audycje o charakterze edukacyjno - rozrywkowym: *5-10-15*, *Teleranek*. Stałe miejsce w Programie I miały konkursy i teleturnieje (*Król zwierząt* o tematyce przyrodniczej, *Telezawody*), audycja cykliczna *Śmieciosztuka* (zachęca dzieci do twórczego stosunku do otoczenia, uwrażliwia na świat otaczających przedmiotów i zjawisk). Na problemy związane z ekologią zwracał uwagę cykliczny magazyn *Miotła*. Dbając o sprawność umysłową młodzieży nadawano cykliczną audycję *Gimnastyka umysłu*. Oferta programowa adresowana do młodzieży była zróżnicowana zarówno pod względem formy, jak i treści. Emitowane one były głównie w pasmach popołudniowych (*Muzyka młodzieżowa*, *Luz*, *Alternativi*, *Magazyn harcerski*, *Spoko*, *Zielonym do góry*, *Raj*, *Obracanie groszem*, *Frona*, *Raport rock*).

Program I nadawał również audycje adresowane do rolników: codziennie informacyjny *Agrobiznes*, audycje edukacyjno - poradnicze *Rolnictwo na świecie* i *Notowania*, zaś w niedziele audycję publicystyczną *Tydzień*.

Program II TVP S.A.

W 1996 r. emisja Programu II wyniosła 6.278,5 godzin. Ma on charakter uniwersalny. W różnych proporcjach czasowych były w nim realizowane wszystkie gatunki programowe. Udział poszczególnych gatunków w 1996 r. ilustruje poniższy wykres:



Wśród audycji produkcji zagranicznej wyemitowanych w 1996 r. (dane z trzech kwartałów) najczęściej godzin wypełniły audycje pochodzące z następujących krajów:

- USA 741,6 godz. 1489 pozycji
- Wlk. Brytania 246,0 godz. 369 pozycji
- Francja 76,1 godz. 97 pozycji
- Kanada 34,7 godz. 56 pozycji
- Niemcy 34,6 godz. 46 pozycji

Od lat stałą pozycją Programu II są transmisje z obrad Sejmu oraz **audycje lokalne**. W 1996 r. transmisje z obrad Sejmu zajęły w programie 399,5 godzin.

Audycje lokalne nadawane były w ramach sieci rozłączonej (łącznie 5468 godzin). Do września 1996 r. nadawane były one we wszystkie dni tygodnia dwa razy w ciągu doby. Od września do końca roku liczba „wejść” lokalnych wzrosła w dni powszednie do czterech. W ramach audycji lokalnych emitowane były przede wszystkim audycje informacyjne i publicystyczne.

Audycje informacyjne (*Panorama*) nadawane były w różnych porach dnia: rano, po południu, wieczorem i w nocy. Najkrótsze wydanie audycji informacyjnej trwało 5 minut, najdłuższe - 30 minut. W układzie ramowym realizowanym od września została wprowadzona dodatkowa popołudniowa audycja informacyjna.

Audycje sportowe były emitowane każdego dnia z wyjątkiem soboty. W dni powszednie poza dwiema stałymi pozycjami emitowane były audycje poświęcone niektórym dyscyplinom sportu (np. piłce nożnej, sportom samochodowym, koszykówce). W układzie ramowym realizowanym od września audycja sportowa nadawana była w środę w paśmie wieczornym i w niedzielę w paśmie popołudniowym. Były to głównie relacje z meczów piłki nożnej i transmisje z Olimpiady w Atlancie.

Audycje publicystyczne były emitowane w paśmie wieczornym i poświęcone były głównie tematyce społecznej (*Maraton trzeźwości, Wołanie o pomoc, Tropy, Ekspres reporterów*) i kulturalnej (*Seans filmowy, Kocham kino, Tok szok, Ogród sztuk, Magazyn literacki, Magazyn teatralny*). Mniej czasu w programie zajęła publicystyka polityczna (*Komentarz polityczny, Linia specjalna Rzeczpospolita Druga i Pół*).

Film reprezentowany był przez seriale, serie fabularne, film fabularny i animowany. Film fabularny zajął w programie 9,7% rocznego czasu nadawania, w tym 88% czasu zajęły produkcje zagraniczne. W ofercie filmowej było 81,5% serii i seriali zagranicznych (głównie produkcji amerykańskiej).

Pod względem zajmowanego czasu **rozrywka** stanowiła drugi po filmie element programu. Najwięcej miejsca wśród audycji rozrywkowych zajęła muzyka (46%). Była tam muzyka dla czterdziestolatków, muzyka jazzowa (w każdą niedzielę w nocy), w tym przede wszystkim polska muzyka rozrywkowa i polscy wykonawcy. Prezentowano twórców różnych nurtów alternatywnych. W późnych godzinach nocnych nadawane były koncerty muzyki rozrywkowej (głównie rockowej). Teleturnieje wypełniły 5,6% rocznego czasu antenowego i stanowiły 29% wszystkich audycji rozrywkowych. W programie emitowano 5 różnych teleturniejów (*Familiada, Koło fortuny, 5 x 5 - wygraj z nami, Jeden z dziesięciu, Wielka gra*). Były one nadawane codziennie w paśmie przedpołudniowym, popołudniowym i wieczornym. Większość z nich polegała na zgadywaniu haseł. Wyjątek stanowiła *Wielka gra*, która jest teleturniejem wiedzy. Większość teleturniejów została wyprodukowana na licencjach zagranicznych.

Dokument miał swoje stałe miejsce w układzie ramowym. Codziennie w różnych pasmach czasowych emitowany był przynajmniej jeden film dokumentalny, poświęcony był różnorodnej tematyce: historycznej (*W cieniu Kremla*), przyrodniczej (*Survival*), biograficznej, społecznej.

Oferta Programu II adresowana do widzów młodszych składała się głównie z **audycji dla dzieci**. Była ona mało zróżnicowana, składała się przede wszystkim z teleturniejów. Dwudziestominutowe pasmo poranne wypełniał teleturniej albo audycja o tematyce przyrodniczej (*Klub pana Rysia*), bądź magazyn (*Truskawkowe studio, Wehikul czasu*). W paśmie popołudniowym regularnie nadawano serial animowany, zaś w paśmie

wieczornym powtarzano audycje z pasma porannego. W weekend poza filmami animowanymi i teleturniejem dzieci mogły obejrzeć teatr i *Ulicę Sezamkową*.

Muzyka poważna pojawiała się w programie nieregularnie i przeważnie w późnych godzinach wieczornych. Koncerty muzyki poważnej transmitowane były okazjonalnie w zależności od odbywających się konkursów i festiwali (Konkurs skrzypcowy im. H. Wieniawskiego, *Warszawska Jesień*).

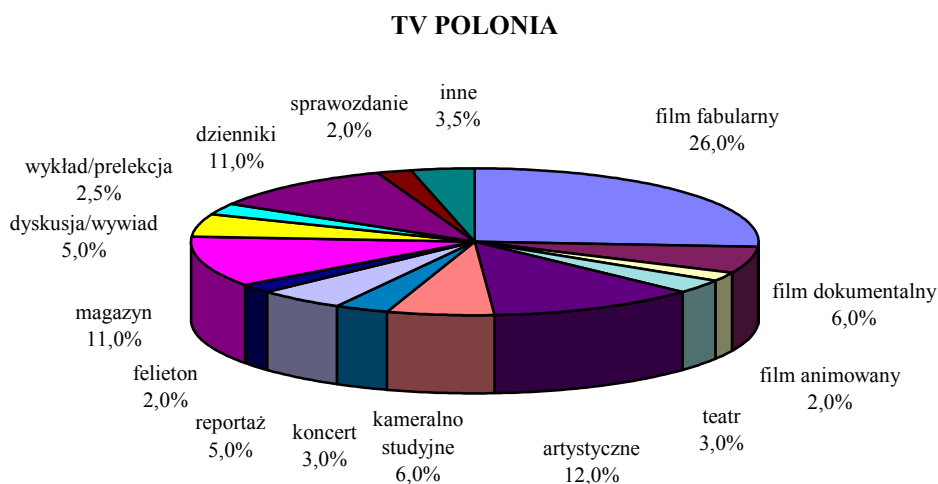
Przedstawienia teatralne prezentowane były w następujących cyklach: *Scena Popularna*, *Studio Teatru Dwójki* i *Premiery polskie*. W cyklu *Premiera polska* prezentowane były sztuki należące do obszaru polskiej literatury. W *Studio Teatru Dwójki* prezentowane były spektakle eksperymentalne. Scenie popularnej brakowało określonej linii repertuarowej. Nadawane były przeważnie sztuki trzeciorzędne.

W Programie II nadawane są audycje dla: mniejszości narodowych (*Małe ojczyzny*, *Folkowe nutki*), osób niepełnosprawnych (audycja informacyjna *Echa tygodnia*, audycja edukacyjna *Spotkanie z językiem migowym*, film fabularny z tłumaczeniem na język migowy) i religijne (*Słowo na niedzielę*).

Telewizja POLONIA

TV Polonia jest satelitarnym programem telewizji publicznej, odbieranym w Polsce za pośrednictwem anten satelitarnych, sieci kablowych oraz naziemnych stacji nadawczych (transmisja i retransmisja w ośrodkach regionalnych TVP S.A.). Za granicą TV Polonia odbierana jest za pośrednictwem anten satelitarnych oraz sieci kablowych. Na Białorusi, Litwie oraz Ukrainie - także drogą przekazu naziemnego. Program tworzony jest z myślą o ludności polskojęzycznej, żyjącej poza granicami Polski. Najważniejszym zadaniem TV Polonia jest kreowanie obrazu kraju za granicą.

W 1996 r. TV Polonia wyemitowała 7.256,3 godzin programu. Premier było 40%, powtórek 60%. W programie wykorzystano 1229 godzin audycji wyprodukowanych przez oddziały terenowe, co stanowi 17% rocznego czasu emisji programu. Audycje produkcji zagranicznej wypełniły 2% czasu nadawania. W programie TV Polonia wyemitowano w 1996 roku następujące rodzaje audycji:



Od września 1996 r. TV Polonia rozszerzyła emisję programu do 24 godzin. Program tworzony jest w oparciu o transmisje i retransmisje audycji informacyjnych z

programów ogólnokrajowych, zasobów archiwalnych TVP S.A., a więc audycji wyprodukowanych dla potrzeb Programu I i II oraz audycji zleconych, zakupionych lub wyprodukowanych przez samą TV Polonię.

Program TV Polonia nie posiada jasnej, klarownej formuły. Nie wiadomo, czy ma dostarczać wiedzy o Polsce, czy o środowiskach polonijnych. Jest głównie przeglądem starej i nowej produkcji TVP. W ramówce jesiennej są pasma reportażu, filmu dokumentalnego (np. *Biografie*), bieżącej publicystyki społecznej, politycznej i kulturalnej (*Komedianci*, *Ze sztuką na ty*). W zakresie oferty filmowej prezentowane są dokonania polskiej kinematografii, zarówno archiwalia, jak i filmy współczesne. Są to filmy fabularne i seriale. W programie TV Polonia swoje stałe miejsce (środa, czwartek, niedziela) ma teatr. Prezentowane są w nim najwartościowsze pozycje Teatru Telewizji Polskiej.

Audycje muzyczne poświęcone są polskiej muzyce i polskim wykonawcom. Sporo miejsca zajmuje festiwal muzyczny w Łańcucie, którego TV Polonia jest współorganizatorem.

Rozrywka to przede wszystkim prezentacja współczesnej muzyki rozrywkowej polskiej i zagranicznej. TV Polonia transmituje lub retransmituje różne festiwale muzyczne (Opole, Sopot, Picnic Country, Fama, Festiwal Pieśni Kresowej, Festiwal Polonijnych Zespołów Folklorystycznych).

Edukację w TV Polonia stanowią filmy przyrodnicze oraz cykliczne audycje prezentujące najciekawsze pod względem turystycznym regiony Polski.

Publicystykę wypełnia przede wszystkim dokument, reportaż oraz audycje autorskie typu *Spojrzenia na Polskę*, *Przegląd publicystyczny*.

Dla **widowni dziecięcej i młodzieżowej** obok seriali telewizyjnych, filmów animowanych, spektakli dziecięcych nadawane są audycje o charakterze edukacyjnym (np. *Szkoła na wesoło*, *Polskie ABC itp.*).

Polska Telewizja Satelitarna POLSAT S.A.

POLSAT rozpowszechnia program codziennie. Dobowy czas emisji programu wynosi średnio 18 godz. W programie dominuje **fabuła** - filmy fabularne, serie i seriale, w większości produkcji amerykańskiej, pochodzące z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych oraz końca lat osiemdziesiątych. W ramach tzw. Filmoteki Narodowej emitowane są polskie filmy przedwojenne i polskie filmy z lat sześćdziesiątych.

Audycje informacyjne stanowią stałe pozycje w programie codziennym telewizji Polsat. Emitowane są cztery razy w ciągu dnia, w stałych pasmach.

Publicystyka dotyczy spraw społecznych, politycznych i kulturalnych. Stały cykl „Na każdy temat” stawia sobie za cel podejmowanie tematów trudnych, intymnych, kontrowersyjnych.

Audycje rozrywkowe obejmują magazyny mody (prezentują modę polską i zagraniczną, zawierają wywiady z postaciami ze świata mody, konkursy); magazyny dla kobiet (rozmowy prezentera z zaproszonym gościem, którym bywa zazwyczaj osoba znana, ze świata polityki, estrady, sceny, ekranu, opowiadająca o swoich upodobaniach, pasjach); audycje o charakterze satyrycznym; teleturnieje i konkursy.

Oferta muzyczna ogranicza się do disco polo i rocka.

Audycje religijne obejmują dwa stałe cykle: „W drodze” i „Jesteśmy”, realizowane w formie magazynów, emitowane w stałych pasmach.

Audycje dla dzieci mają bez wyjątku charakter rozrywkowy. Są to przede wszystkim seriale animowane i krótkie, codzienne audycje muzyczne, mające charakter „listy przebojów” dla dzieci. Ponadto raz w tygodniu (w soboty) nadawane są filmy fabularne.

Audycje dla młodzieży to seriale przygodowe, „fabularyzowany magazyn”, jak go określa nadawca, prowadzony przez młodzież i poświęcony sprawom „kultury, mody, medycyny, psychologii, edukacji”.

Audycje oświatowe to w przeważającej mierze filmy: seriale dokumentalne (produkcji zagranicznej) - przyrodnicze, historyczne, geograficzne, o najbogatszych ludziach świata itp., oraz własne programy studyjne Polsatu o różnych krajach, ilustrowane materiałem filmowym.

Audycje poradnicze - to magazyny dotyczące różnych dziedzin życia, np. medycyny naturalnej, zdrowego stylu życia, bioenergoterapii, kwestii podatkowych, rad kulinarnych i motoryzacji.

Sportowa oferta programowa TV Polsat składa się generalnie z trzech typów audycji umieszczonych w stosunkowo stałych pasmach programowych: kącik sportowy, popularyzujący sportowo-relaksowe ćwiczenia dla kobiet; relacje z rozgrywek polskiej ligi piłki ręcznej oraz ligi żużlowej; magazyn sportowy, prezentacja mało znanych dyscyplin sportowych, popularnych głównie za granicą.

Od 1 marca 1997 r. telewizja Polsat uruchomiła kanał **Polsat 2**.

CANAL +

Polska Korporacja Telewizyjna rozpowszechnia program codziennie średnio przez 21 godzin. Jest to program głównie filmowy. Fabuła zajmuje 70% rocznego czasu nadawania programu. **Oferta filmowa** jest bardzo zróżnicowana i obejmuje prawie wszystkie gatunki filmowe: komedie, westerny, obyczajowe, sensacyjne, historyczne, przygodowe, psychologiczne, biograficzne, science fiction, thrillery, filmy dla całej rodziny i dla dzieci. Poważną część oferty programowej zajmują filmy produkcji amerykańskiej. Resztę stanowią pojedyncze filmy produkcji szwedzkiej, fińskiej, islandzkiej, włoskiej, hiszpańskiej, duńskiej i kubańskiej. Filmy produkcji polskiej pojawiają się w programie rzadko. Obok filmów fabularnych Canal+ emituje serie i seriale. Są to produkcje angielskie i amerykańskie.

Audycje oświatowe, dla rodziny, dzieci i młodzieży nadawane w Canal+ to filmy i cykle dokumentalne: przyrodnicze, o osiągnięciach cywilizacyjnych, o sławnych ludziach itp., seriale animowane dla dzieci i seriale fabularne oraz audycje popularyzujące wiedzę filmową.

Audycje artystyczne, muzyczne i rozrywkowe poświęcone są nowościom na rynku muzycznym, głównie płytowym, jest też talk show z ludźmi, którym się powiodło. Canal+ nadaje koncerty muzyczne (głównie muzyka rockowa, reggae).

Sportowa propozycja programowa Canal+ jest bogata i różnorodna. Składa się głównie z transmisji imprez sportowych, magazynów oraz studyjnych rozmów wprowadzających lub podsumowujących transmisje. Obecne są przede wszystkim dyscypliny najbardziej popularne takie jak: piłka nożna (liga polska i angielska), sporty motocyklowe (polska liga żużlowa, wyścigi motocyklowe na lodzie), koszykówka, boks (amatorski - w transmisjach z Mistrzostw Europy; zawodowy - relacje z pojedynków bokserskich). Inne

dyscypliny nadawca popularyzuje głównie poprzez magazyny. Stałe miejsce w programie zajmują cykliczne transmisje meczów polskiej ligi piłki nożnej oraz żużlowej.

Nadawca do tej pory nie rozpowszechnia audycji o sprawach lokalnych, mimo że zobowiązuje go do tego koncesja (uruchomienie stacji nadawczych od 1 stycznia 1996 r.). Dzięki fuzji z kanałem FilmNet, Canal+ będzie mógł nadawać nowe programy. Wzbogaci swoją ofertę m.in. o transmisje z piłkarskiej ligi niemieckiej

Polskojęzyczne programy satelitarne

Od 7 grudnia 1996 r. rozpowszechniany jest w Polsce nowy program telewizyjny **RTL 7** należący do luksemburskiego koncernu medialnego CLT. Mogą go odbierać posiadacze anten satelitarnych. Rozprowadzany jest również drogą kablową.

RTL 7 jest stacją filmowo - rozrywkową. Swój program adresuje do całej rodziny. Wypełniają go głównie filmy fabularne i seriale komediowe, które premiery kinowe miały w ciągu ostatnich 5 - 10 lat. Stacja emituje także najbardziej znane polskie filmy animowane dla dzieci, audycje typu talk show oraz własne audycje informacyjne. RTL 7 jest programem tworzonym w języku polskim i adresowanym do polskiej widowni.

FILMNET, nadawany od dwóch lat polskojęzyczny program kodowany, po fuzji z Canal+ ma zaprzestać nadawania.

POLONIA 1 tworzy 24-godzinny program nadawany z Włoch drogą satelitarną. W Polsce odbierany jest za pomocą indywidualnych i zbiorczych anten satelitarnych oraz rozprowadzany prawie we wszystkich sieciach kablowych. Program tworzony jest z myślą o polskim odbiorcy i dlatego też nadawany jest w języku polskim. Audycje nadawcy wypełniają: różnotematyczne magazyny (np. muzyczny, komputerowy, filmowy), seriale animowane dla dzieci, koncerty zespołów muzycznych, seriale i filmy fabularne dla widzów dorosłych (głównie mało znane obce produkcje).

HBO (Home Box Office) należy do amerykańskiego koncernu medialnego Time Warner i nadaje drogą satelitarną z terenu Niemiec (w przyszłości z Węgier). HBO specjalizuje się w emisji premier kinowych oraz ważnych wydarzeń sportowych. Program stacji jest dostępny od września 1996 r. w radomskiej sieci kablowej „Dami”. 80% programu stanowią atrakcyjne filmy. Pozostałe 20%, to głównie sport, filmy dokumentalne, transmisje koncertów muzycznych.

Po rozpoznaniu specyfiki polskiej widowni HBO zapowiada rywalizację o polskiego widza z koncesjonowaną Canal+. Stacja adresuje swoją ofertę głównie do abonentów sieci kablowych.

C. „Mapa” programów radiowych, lokalnych i regionalnych, publicznych i koncesjonowanych, dostępnych w poszczególnych regionach kraju

Obok programów ogólnopolskich, charakteryzujących się niejednakową dostępnością w różnych regionach Polski, zależnie od aktualnego stopnia rozbudowy sieci (stacje prywatne) i jej stanu technicznego (radio publiczne), słuchacze radia w Polsce mają szansę odbierać dodatkowo programy radiowe o mniejszym zasięgu, wyspecyfikowane terytorialnie: regionalne programy radia publicznego, programy stacji kościelnych, działających na szczeblu diecezji, oraz programy stacji prywatnych, komercyjnych, o zasięgu i charakterze lokalnym.

Najszerzej dostępne są **programy 17 rozgłośni regionalnych Polskiego Radia**. Stacje te, stanowiące początkowo część strukturalną państwowego wówczas Polskiego Radia, miały z założenia objąć w sumie cały obszar kraju. Podział założonego zasięgu programowego rozgłośni Polskiego Radia przedstawia poniższe zestawienie.

PR Białystok	białostockie, łomżyńskie, suwalskie
PR Bydgoszcz	bydgoskie, toruńskie, włocławskie
PR Gdańsk	gdańskie, elbląskie
PR Katowice	katowickie, bielskie, częstochowskie
PR Kielce	kieleckie, radomskie, tarnobrzeskie
PR Koszalin	koszalińskie, słupskie
PR Kraków	krakowskie, nowosądeckie, tarnowskie
PR Lublin	lubelskie, bialsko-podlaskie, chełmskie, zamojskie
PR Łódź	łódzkie, piotrkowskie, sieradzkie, skierniewickie
PR Olsztyn	olsztyńskie
PR Opole	opolskie
PR Poznań	poznańskie, kaliskie, konińskie, leszczyńskie, pilskie
PR Rzeszów	rzeszowskie, krośnieńskie, przemyskie
PR Szczecin	szczecińskie
PR Warszawa	stołeczne warszawskie, ciechanowskie, ostrołęckie, płockie, siedleckie
PR Wrocław	wrocławskie, jeleniogórskie, legnickie, wałbrzyskie
PR Zielona Góra	zielonogórskie, gorzowskie.

W rzeczywistości zasięgi rozgłośni są szersze niż te założone, „obowiązkowe”, i każda z nich dociera ze swym programem co najmniej do obrzeży lub nawet w głąb regionów sąsiednich. Potwierdzają to badania odbioru (wielkości audytorium) radia. Szeroki zasięg i pokrycie całego kraju rozgłoszenie zawdzięczają sieci stacji dużej mocy na górnym UKF, która została im oddana do użytkowania w 1990 r., a więc jeszcze przed wydzieleniem się ich w postaci odrębnych spółek. Dysponując równoległe częstotliwościami w dolnym zakresie UKF, rozgłoszenie mają możliwość nadawania programu na obu częstotliwościach, dzięki czemu trafiają do większej liczby słuchaczy (zasięg na wysokim UKF - 84% powierzchni Polski, na dolnym UKF - 82%). Tak więc w pewnym uproszczeniu można przyjąć, że każdy niemal mieszkaniec Polski ma szansę odbioru programu „swojej”, przypisanej mu terytorialnie rozgłośni regionalnej radia publicznego.

Drugim sektorem radiofonii regionalnej tworzoną planowo jest **radiofonia katolicka**. Jej sieć budowana jest w diecezjach. Ponieważ podział na diecezje nie pokrywa się z podziałem na województwa i regiony, zdarza się, że w jednym województwie są zlokalizowane dwie stacje diecezjalne (gdańskie, katowickie, nowosądeckie, poznańskie, warszawskie), w innych zaś nie ma ich wcale (bydgoskie, chełmskie, konińskie, leszczyńskie, ostrołęckie, pilskie, sieradzkie, słupskie, toruńskie, wałbrzyskie, włocławskie). Spośród tych ostatnich terenów tylko niektóre są objęte zasięgiem stacji diecezjalnej mieszczącej się w sąsiednim województwie (chełmskie, mała część konińskiego, leszczyńskiego, ostrołęckiego, słupskiego, wałbrzyskiego), w innych stacje diecezjalne nie są odbierane i słyszalny jest jedynie (spośród kościelnych) program ogólnopolskiego Radia Maryja.

Rozgłoszenie diecezjalne zlokalizowane są w stolicach diecezji, co oznacza, że większość z nich mieści się w miastach wojewódzkich, w tym 12 - w miastach największych i dużych (Warszawa, Kraków, Łódź, Poznań, Gdańsk, Szczecin, Katowice, Białystok, Lublin, Częstochowa). Jedynie 5 stacji diecezjalnych ma swą siedzibę w mieście nie-wojewódzkim; wiąże się to z historycznym usytuowaniem stolicy diecezji poza dzisiejszymi centrami administracyjnymi (Gniezno, Łowicz, Pelplin, Sandomierz-Stalowa Wola, Gliwice).

Oprócz stacji diecezjalnych nadają program także dwie rozgłośnie zakonne o zasięgu lokalnym (Radio Niepokalanów Zakonu OO. Franciszkanów w województwie skierniewickim, a od obecnego roku także w łódzkim, i Radio Jasna Góra Zakonu św. Pawła w Częstochowie) oraz dwie lokalne stacje parafialne (w Zbroszy Dużej w województwie radomskim i w Pasłęku w elbląskim). Te ostatnie są jedyną, jak dotąd, reprezentacją małych ośrodków w sieci radiofonii katolickiej.

Łączny przybliżony zasięg terytorialny stacji kościelnych na górnym UKF, jak wynika z danych technicznych, obejmuje ok. 49% powierzchni kraju, na dolnym UKF - ok. 6,6%.

Pod koniec 1996 r. zaczęło nadawać program Radio Mazury z siedzibą w Ostródzie, założone przez Fundację Wzajemnej Pomocy Chrześcijańskiej, skupiającą wyznania chrześcijańskie niekatolickie. Bliskie ukończenia jest postępowanie koncesyjne dotyczące Radia CCM (Contemporary Christian Music) z siedzibą w Wiśle, założonego przez chrześcijan wyznania ewangelicko-augsburskiego; Krajowa Rada podjęła uchwałę o przyznaniu koncesji Radiu CCM na nadawanie programu na Śląsku Cieszyńskim. Są to jedyne dotychczas niekatolickie stacje wyznaniowe (w pierwszym procesie koncesyjnym uzyskała koncesję Parafia Ewangelicko-Augsburska z Kalisza, stacji jednak nie uruchomiła).

Sektor trzeci - **lokalnej i ponadlokalnej radiofonii koncesjonowanej świeckiej** - obejmował w 1996 r. 101 stacji lokalnych oraz mini-sieć Rozgłośni Harcerskiej, nadającej swój program w 5 miastach (Warszawie, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu i Rzeszowie) i zobowiązanej koncesją do nadawania audycji lokalnych. W sumie więc można mówić o 106 stacjach o zasięgu lokalnym, nadających w poszczególnych województwach. Stan ten jest wynikiem pierwszego procesu koncesyjnego.

Większość (79) tych rozgłośni lokalnych to stacje małej mocy; jedynie około jednej czwartej spośród nich (27) nadaje za pomocą stacji średniej i dużej (jak na rozgłośnie lokalną) mocy, pozwalającej przekroczyć zasięg macierzystego województwa (największe to Radio RMI i Radio „S” w Poznaniu, Radio Radom, Radio ESKA we Wrocławiu, Radio GO w Gorzowie i Radio 100 w Pile).

Rozmieszczenie stacji w poszczególnych województwach obrazuje poniższe zestawienie.

Liczba stacji lokalnych*	Województwa
7	katowickie
6	poznańskie
5	bydgoskie, krakowskie, szczecińskie, warszawskie
4	koszalińskie, łódzkie, opolskie, wrocławskie
3	gdańskie, kaliskie, lubelskie, rzeszowskie, tarnobrzeskie, wałbrzyskie
2	bielskie, częstochowskie, elbląskie, jeleniogórskie, nowosądeckie, olsztyńskie, pilskie, piotrkowskie, płockie, radomskie, słupskie, suwalskie, toruńskie, włocławskie
1	białostockie, gorzowskie, kieleckie, konińskie, legnickie, leszczyńskie, ostrołęckie, przemyskie, sieradzkie, skierniewickie, tarnowskie
0	białsko-podlaskie, chełmskie, ciechanowskie, krośnieńskie, łomżyńskie, siedleckie, zamojskie, zielonogórskie

*Tabela nie jest w pełni porównywalna z załączoną mapą stacji lokalnych, ponieważ ta ostatnia uwzględni także stacje, które dopiero rozpoczną działalność, w wyniku rozstrzygnięć drugiego procesu koncesyjnego.

Obok obszarów, na których współistnieje i konkuruje ze sobą po kilka stacji lokalnych, istniały jeszcze w ubiegłym roku dość liczne „białe plamy” - 8 województw, w

których nie działa dotąd ani jedna taka stacja. Są to przede wszystkim województwa wschodnie: aż 6 województw na wschodzie kraju nie miało dotąd żadnej świeckiej stacji lokalnej. Ani jedna świecka stacja lokalna nie działała też dotychczas w województwie zielonogórskim, jest to jednak w tej części kraju sytuacja raczej wyjątkowa.

Nałożenie danych z tabeli na mapę Polski i ujęcie ich w skali regionalnej pokazuje, że w liczbie działających stacji lokalnych przoduje Górny (15 stacji) i Dolny (10) Śląsk wzięty łącznie. W Wielkopolsce działa 14 stacji, podobnie w Małopolsce i w centrum z Warszawą i Łodzią. Także rejony północne (Pomorze Zachodnie i Środkowe) mają łącznie sporą liczbę stacji. Wyjątkiem w tej w miarę wyrównanej tendencji są tylko, o czym już wspomniano, województwa wschodnie, w których generalnie liczba stacji lokalnych jest znacznie mniejsza niż w innych regionach kraju.

Uruchomienie stacji, które otrzymały koncesje w drugim procesie koncesyjnym (tj. w 1996 r. i na początku roku bieżącego) spowoduje wydatne zmniejszenie liczby województw, w których nie ma żadnej stacji lokalnej. Sytuacja taka utrzyma się jeszcze tylko, według obecnych danych, w dwóch województwach: siedleckim i ciechanowskim. W województwach krośnieńskim, łomżyńskim oraz w zielonogórskim powstaną odpowiednio 3 i 2 stacje.

Poza województwami „debiutującymi” najwięcej nowych stacji ma powstać w ośrodkach, które już obecnie dysponują najbogatszą ilościowo ofertą: w województwie warszawskim, katowickim, poznańskim, krakowskim, łódzkim i gdańskim. Oznacza to, że dotychczasowy ranking województw pod względem liczby działających w nich stacji lokalnych nie zmieni się: nadal najwięcej stacji lokalnych będzie w województwach katowickim (11), warszawskim (10), poznańskim (9), krakowskim i szczecińskim (po 7) oraz łódzkim (6); po 5 stacji będzie nadawać program w gdańskim, kaliskim i bydgoskim (w tym ostatnim nie odnotuje się przyrostu).

Sieć stacji lokalnych w Polsce ma jak dotąd charakter wyłącznie miejski, w znacznej mierze przy tym - wielkomiejski. Ponad trzy czwarte spośród nich (76) umiejscowionych jest i nadaje program w miastach wojewódzkich. Blisko połowa (42 stacje) działa w miastach będących siedzibami rozgłośni regionalnych Polskiego Radia, ponad połowa (62) - w macierzystych województwach rozgłośni.

Poniższa tabela pokazuje wielkość dostępnej słuchaczom oferty programowej zależnie od wielkości ośrodka, daje zarazem wyobrażenie o skali konkurencji między stacjami.

Wielkość miejscowości	Liczba miast posiadających stacje lokalne	Liczba stacji lokalnych
Miasta powyżej 500 tys. mieszkańców	5	21
miasta 250-500 tys.	8	17
miasta 100-250 tys.	19	28
miasta 50-100 tys.	15	17
miasta 10-50 tys.	21	21
miasta i osady poniżej 10 tys. mieszkańców	2	2

Jak widać, w pięciu największych miastach Polski (w Warszawie, Krakowie, Łodzi, Poznaniu i Wrocławiu) nadaje swoje programy około jednej piątej wszystkich stacji lokalnych. Dalszych 17 stacji działa w ośmiu dużych miastach (250-500 tys. mieszkańców). Łącznie w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców zlokalizowanych jest blisko dwie trzecie (66) istniejących dotąd stacji lokalnych, przy czym stopień koncentracji stacji jest tym większy, z im większym ośrodkiem mamy do czynienia. Jest to zrozumiałe, zważywszy że

tylko duże ośrodki, są w stanie utrzymać (rynek reklamowy) większą liczbę stacji i zapewnić im odpowiednio duże audytoria.

Zarazem, na mniejsze miasta przypada obecnie ponad jedna trzecia istniejących stacji, co nie jest proporcją małą.

Interesujących danych dostarcza analiza wielkomiejskiego lub „prowincjonalnego” usytuowania stacji lokalnych w poszczególnych województwach i regionach oraz stopnia ich skupienia w miastach wojewódzkich. W poznańskim i wrocławskim, a także (z jednym wyjątkiem) w warszawskim, stacje lokalne usytuowane są tylko w samej metropolii. W województwie katowickim z kolei, gdzie istnieje najwięcej stacji, powstały one aż w siedmiu różnych miejscowościach. Podobnie w krakowskim, bydgoskim i szczecińskim, jak również w tarnobrzeskim stacje lokalne istnieją, obok miast wojewódzkich, także w małych miejscowościach. Generalnie biorąc, stosunkowo najwięcej małych ośrodków miejskich posiadających stacje lokalne znajduje się w południowej i zachodniej części kraju.

Z dotychczasowych danych wynika, że po rozstrzygnięciach drugiego procesu koncesyjnego procentowy udział małych ośrodków w rynku radiowym nie zmieni się, wzbogaci się natomiast ich geografia o województwa wschodnie i centrum kraju.

Liczba istniejących na danym terenie stacji lokalnych wydaje się pochodną co najmniej kilku czynników. Powstawanie stacji radiowych związane jest niewątpliwie z rozwojem gospodarczym danego miasta czy regionu, a także z jego siłą przyciągania jako centrum kulturalnego - ogólnopolskiego lub lokalnego. W tym sensie więc zróżnicowanie terytorialne liczby stacji wiąże się także z wielkością poszczególnych ośrodków, na co wskazano wyżej. O powstaniu stacji lokalnej w danej miejscowości decydują jednak niewątpliwie także inne czynniki, takie np. jak tradycja kulturalna czy społecznikowska danego regionu, stopień jego rozwoju cywilizacyjnego itp.; wymagałyby one oddzielnego zbadania.

Na koniec warto spojrzeć na dane o rozmieszczeniu terytorialnym poszczególnych radiowych stacji lokalnych i ponadlokalnych całościowo, tzn. biorąc pod uwagę wszystkie typy stacji: regionalne publiczne, koncesjonowane prywatne i kościelne. Łącznie tworzą one bowiem ofertę programową dostępną słuchaczom na danym terenie; ponadto, stacje te, działając w podobnej z grubsza biorąc skali, są dla siebie wzajemnie konkurencją. Jako punkt wyjścia do tego sumarycznego wykazu przyjmujemy usytuowanie regionalnych stacji radia publicznego, ponieważ tworzą one pewien *constans*, tj. są obecne w każdym województwie.

Rozgłównia PR	Liczba stacji lokalnych w województwie -siedzibie rozgłośni	Liczba stacji kościelnych w województwie -siedzibie rozgłośni	Łączna liczba stacji lokalnych i kościelnych w regionie rozgłośni
PR Katowice	7	2	16
PR Poznań	6	2	16
PR Warszawa	5	2	13
PR Wrocław	4	1	13
PR Kraków	5	1	12
PR Łódź	4	1	11
PR Kielce	1	1	10
PR Bydgoszcz	5	0	9
PR Gdańsk	3	2	9
PR Koszalin	4	1	7

PR Rzeszów	3	1	7
PR Białystok	1	1	6
PR Lublin	3	1	6
PR Szczecin	5	1	6
PR Opole	4	1	5
PR Olsztyn	2	1	3
PR Zielona Góra	0	0	2
Razem	62	20	151

Biorąc pod uwagę poszczególne regiony wyznaczone przez obszar działania rozgłośni regionalnych radii publicznego, najbogatszą ilościowo ofertę programów lokalnych i ponadlokalnych mają do dyspozycji słuchacze na Górnym i Dolnym Śląsku (z wyjątkiem województwa zielonogórskiego), a także w Poznańskim, w Krakowskim i w centrum kraju (Warszawskie, Łódzkie, Kieleckie). (Uwaga: niskie miejsca w rankingu regionów szczecińskiego, opolskiego i olsztyńskiego wynika w dużej mierze z faktu, że obejmują one w tym zestawieniu tylko po jednym województwie; gdyby porównywać ofertę dostępną w województwach-siedzibach rozgłośni, ich miejsca byłyby wyższe). Najmniejszą ofertą programową stacji lokalnych i regionalnych dysponuje województwo zielonogórskie.

Zestawienie to potwierdza poczynione wcześniej obserwacje na temat szerokości oferty programowej stacji lokalnych w poszczególnych województwach i regionach.

Pewnej modyfikacji ulega natomiast w takim zestawieniu obraz oferty programowej w województwach wschodnich - brak stacji lokalnych świeckich kompensowany jest tu częściowo przez obecność stacji kościelnych.

D. Radiowe programy regionalne i lokalne

Programy **regionalnych spółek radiofonii publicznej** nadawane są przez całą dobę i mają charakter słowno-muzyczny. Audycje: informacyjne, muzyczne i publicystyczne stanowią 80-90% rocznego czasu nadawania. Proporcje muzyki polskiej i obcej są różne w różnych stacjach. Audycje premierowe stanowią zwykle 80-100% czasu antenowego.

Radio Białystok S.A.

W 1996 r. nadawca zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych (tych ostatnich w znacznym stopniu) oraz literackich i form udramatyzowanych (tu zwiększono udział reportażu literackiego i powieści radiowej). Zajmują one w sumie 5,7% rocznej emisji programu. Specjalnie dla Radia Białystok zostało napisane słuchowisko „Saga radiowa - na Młynowej”, zrealizowane w 52 odcinkach. Rozrywkę w Radiu Białystok stanowią w dużej mierze kabarety i audycje satyryczne (42% nadanej rozrywki). W ofercie programowej adresowanej do dzieci i młodzieży najwięcej czasu zajęły słuchowiska, bajki, proza i poezja czytana oraz audycje muzyczne. 75% rocznej emisji programu stanowiły audycje premierowe.

Ponadto w programie Radia Białystok znajdują się audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych przygotowywane przez samodzielnie funkcjonującą redakcję, podzieloną na trzy sekcje językowe (białoruska, litewska, ukraińska). W sumie audycje te zajmują 3,3% rocznego czasu nadawania, co oznacza, że Radio Białystok emituje najwięcej

audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych spośród regionalnych nadawców radia publicznego.

Polskie Radio Pomorza i Kujaw S.A.

W 1996 r. nadawca zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych, a wyemitował nieco mniej audycji literackich i form udratyzowanych. W programie Radia Pomorza i Kujaw zajęły one 2,6% rocznego czasu nadawania. Audycje poświęcone prezentacji dzieł literackich pojawiały się głównie w niedzielnym paśmie - „To jest sztuka”. W 1996 r. Radio uczestniczyło m.in. w takich wydarzeniach kulturalnych jak: II Bydgoski Festiwal Laureatów Konkursów Muzycznych, II Międzynarodowy Konkurs Młodych Pianistów Arthur Rubinstein In Memoriam, III Bydgoski Festiwal Operowy, Europejskie Dni Dziedzictwa: Biskupin - Koronowo - Bydgoszcz. Rozrywkę w Radiu Pomorza i Kujaw stanowią przede wszystkim konkursy zabawowe oraz kabarety i audycje satyryczne (75% wyemitowanej rozrywki). Wśród wyemitowanych audycji dla dzieci i młodzieży najwięcej nadano audycji muzycznych, słuchowisk i bajek. 91,5% rocznego czasu emisji zajęły audycje premierowe.

Radio Gdańsk S. A.

W 1996 r. nadawca minimalnie zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych, audycji literackich i form udratyzowanych. W programie Radia zajęły one 3,9% rocznego czasu nadawania. W ramach tych audycji emitowano m.in.: „Salon artystyczny” oraz talk-show „Smak życia”. Rozrywkę w Radiu Gdańsk stanowią przede wszystkim konkursy zabawowe (94% nadanej rozrywki). Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży składała się z audycji muzycznych, edukacyjnych, oświatowych. 63% rocznego czasu emisji zajęły audycje premierowe. Wspólnie ze Zrzeszeniem Kaszubsko-Pomorskim przygotowano cykliczny „Magazyn Kaszubski”.

Radio Katowice „OK.” S. A.

W 1996 r. nadawca zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych, audycji literackich i form udratyzowanych. W programie Radia Katowice stanowiły one 4,2% rocznego czasu nadawania. Dwa ostatnie gatunki to przede wszystkim słuchowiska (m.in. w ramach cotygodniowego „Radiowego Teatru Sensacji”), reportaże oraz spotkania z pisarzami, plastykami, twórcami filmowymi i teatralnymi, muzykami i animatorami kultury, słuchowiska poetyckie i poezja czytana (głównie poetów polskich), debiuty poetyckie. Rozrywkę w Radiu Katowice stanowią przede wszystkim konkursy zabawowe i kabarety (75% rozrywki). Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży składała się głównie z audycji muzycznych i edukacyjnych.

Radio Katowice nadało w 1996 r. 47 godzin audycji dla mniejszości niemieckiej, w tym nadawany raz w tygodniu godzinny Górnośląski Magazyn Mniejszości Niemieckiej - „Pojednanie i Przyszłość”. Specyfikę Śląska oddają m.in. audycje o tematyce regionalnej i lokalnej takie jak: „Po naszymu czyli po śląsku”, „Wędrowki muzyczne” czy „Śląska fala”, „Jacy jesteśmy”.

Radio Kielce S. A.

W 1996 r. nadawca minimalnie zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych, audycji literackich i form udramatyzowanych. W programie Radia Kielce stanowiły one 12% rocznego czasu nadawania. Na audycje literackie i formy udramatyzowane złożyły się przede wszystkim reportaże artystyczne, ale też powieść radiowa, słuchowiska, poezja czytana. Rozgłośnia patronowała lub współorganizowała niektóre przedsięwzięcia kulturalne w regionie. Jej wizytówką była audycja „Radiostopem na wakacje”, która prezentowała dorobek kulturalny wielu gmin oraz ich zalety turystyczne. Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży składała się przede wszystkim z audycji muzycznych i magazynów, które popularyzują wiedzę o regionie, informują o ważnych codziennych wydarzeniach.

Radio Kielce w 1996 r. nadało 13 godzin (w języku polskim) audycji dla Romów. Ich tematem była tradycja i współczesność Romów.

Radio Koszalin S. A.

W 1996 r. nadawca minimalnie zwiększył (w stosunku do 1995 r.) udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych, audycji literackich i form udramatyzowanych. W programie stanowiły one 5,5% rocznego czasu nadawania. Audycje literackie i formy udramatyzowane wypełniała głównie proza czytana oraz prezentacje poetyckie z udziałem autorów. Twórczość prozatorska oraz poetycka autorów z regionów Pomorza i Ziemi Nadnoteckiej prezentowana była w cyklu „Wieczne spotkania”. Rozrywkę w Radiu Koszalin stanowiły konkursy zabawowe, kabarety, audycje satyryczne oraz koncerty w ramach „Muzycznej Sceny Radia Koszalin” (98,5% nadanej rozrywki). Ważną pozycją jest „Przegląd Muzyczny”, popularyzujący muzykę poważną i ludową. Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniały głównie magazyny, w których prowadzone były rozmowy z dziećmi na temat ich zainteresowań, nauki, wypoczynku, kontaktów z rodzicami i rówieśnikami.

W 1996 r. Radio Koszalin nadało 15 godzin audycji dla mniejszości ukraińskiej w jej narodowym języku. Ich tematem była głównie problematyka kulturalna i prezentacja dorobku kulturalnego Ukrainy oraz folkloru i muzyki ukraińskiej.

Radio Kraków S.A.

Nadawca utrzymał na poziomie 1995 r. udział w programie audycji edukacyjnych i poradniczych oraz form literackich i udramatyzowanych (głównie słuchowiska, montaż literackie). Wysoka jakość szczególnie audycji literackich zapoczątkowała szeroką ich obecnością we wszystkich programach PR S.A. **W 1996 r. na antenach ogólnokrajowych nadano 131 godzin audycji Radia Kraków.** Nowością wprowadzoną w minionym roku do ramówki stacji były serwisy specjalistyczne (sportowe, kulturalne, gospodarcze) nadawane w językach polskim i angielskim. Na antenę przywrócono magazyn poświęcony muzyce ludowej i twórczości amatorskiej. W ramach promocji zdrowia emitowany był cotygodniowy sobotni blok „Przed hejnałem sobota dla zdrowia” propagujący zdrowy styl życia.

Na uwagę zasługuje uwzględnienie w programie audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących region południowo-wschodni; wyemitowano dla nich w 1996 r. 6 godzin audycji w języku polskim.

Wśród licznych wydarzeń kulturalnych inicjowanych przez nadawcę wymienić należy m.in. „Koncerty Muzyki Wiedeńskiej”, które odbywały się w okresie letnim w amfiteatrze Radia Kraków.

Radio Lublin S.A.

Audycje edukacyjne i poradnicze oraz audycje literackie i formy udratyzowane stanowiły w programie 4,7% rocznego czasu nadawania. Audycje literackie i formy udratyzowane wypełniała głównie proza czytana oraz reportaż artystyczny. Rozrywkę w Radiu Lublin stanowiły przede wszystkim konkursy zabawowe, kabarety i audycje satyryczne (67,2% nadanej rozrywki).

Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniały głównie magazyny, w których prowadzone były rozmowy na temat przyrody, poezji, psychologii, wydarzeń regionalnych. Wśród wydarzeń inicjowanych przez nadawcę wymienić należy antenową akcję pomocy materialnej placówkom, zajmującym się opieką nad dziećmi oraz rodzinom ubogim pt. „Pomóż dzieciom przetrwać zimę” oraz „Genezaret”.

Radio Lublin zaznacza swoją obecność w różnego rodzaju wydarzeniach kulturalnych, takich jak koncerty dla dzieci, przeglądy twórczości folklorystycznej, koncerty muzyki poważnej.

W 1996 r. Radio Lublin nadało 65 godzin (w języku polskim) audycji dla mniejszości białoruskiej i ukraińskiej zamieszkującej na terenie dawnego woj. lubelskiego. W formie magazynów prezentowano folklor pogranicza, zwłaszcza z rejonów nadbużańskich, oraz prezentowano dorobek kulturalny Białorusi i Ukrainy.

Radio Łódź S. A.

Z audycji słownych znaczący udział w programie miały publicystyka i informacja (ok. 18% rocznego czasu emisji). Audycje edukacyjne i poradnicze (minimalny wzrost ich udziału w stosunku do 1995 r.) oraz audycje literackie i formy udratyzowane (dwukrotny wzrost) stanowiły 6,9% rocznego czasu nadawania. Rozrywkę w Radiu Łódź stanowiły wyłącznie konkursy zabawowe, kabarety i audycje satyryczne. Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży była raczej uboga. Udział tego rodzaju audycji w programie był także niewielki, bo wyniósł 0,5% rocznego czasu nadawania. Charakterystyczne audycje tworzone na podstawie wydarzeń wykreowanych przez nadawcę to: „Kawa ze śmietaną” nawiązująca do tradycji „Podwieczorku przy mikrofonie”, „Lato z Radiem Łódź i...” oraz plebiscyt „Łodzianin roku”.

Radio Olsztyn S. A.

Audycje edukacyjne i poradnicze (przede wszystkim oświatowe, w mniejszym stopniu poradnicze) oraz audycje literackie i formy udratyzowane stanowiły w programie 8,5% rocznego czasu nadawania. Stałe miejsce zajmuje cotygodniowa wieczorna audycja

literacka „Rozmówki polsko - polskie” oraz magazyn teatralny „Teatronic”. Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniały głównie audycje muzyczne, ale też konkursy, quizy i zagadki.

Wśród imprez kulturalnych i rozrywkowych, inicjowanych i współorganizowanych przez rozgłośnie, które znalazły się na antenie, można wymienić: Międzynarodowy Festiwal Jazzowy, Ogólnopolski Konkurs Literacki Pracowni Literackiej M.O.K., Olsztyńskie Spotkania Teatralne, Olsztyńskie Noce Bluesowe i Festiwal Kultury Kresowej.

W 1996 r. Radio Olsztyn nadało 30 godzin (w języku ukraińskim) audycji dla mniejszości ukraińskiej. Był to magazyn redagowany przez członków (dziennikarzy) Zarządu Okręgu Związku Ukraińców w Polsce.

Radio PRO FM S.A. - Opole

Audycje edukacyjne i poradnicze (przede wszystkim oświatowe, w mniejszym stopniu poradnicze) oraz audycje literackie i formy udratyzowane stanowiły w programie 6,7% rocznego czasu nadawania. Audycje literackie i formy udratyzowane wypełniała głównie powieść radiowa, reportaż literacki. Rozrywkę w Radiu PRO FM stanowiły konkursy zabawowe, audycje muzyczne (97,17% nadanej rozrywki). Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży wypełniona była audycjami edukacyjnymi, w których poruszano tematy związane z muzyką, historią, przyrodą.

Na antenie radia relacjonowano takie imprezy o randze artystycznej jak: Opolskie Konfrontacje Teatralne, Festiwal Perkusyjny, Festiwal Polskiej Piosenki oraz Najazd Poetów na Zamek w Brzegu.

W 1996 r. Radio PRO FM nadało 95 godzin (55 godz. w języku polskim i 40 godz. w językach narodowych: niemieckim i czeskim) audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych. Były to magazyny, dzienniki oraz audycje muzyczne. Można tu wyróżnić: „Nasz Heimat”, „Francik goudo”, „Jak Lech z Czechem”.

Radio MERKURY S.A. - Poznań

Audycje edukacyjne oraz audycje literackie i formy udratyzowane stanowiły w programie 6,5 % rocznego czasu nadawania. W 1996 r. zrealizowano m.in. 24 odcinki słuchowiska „Nasza mała szarpanina”, cykl literacko-muzyczny poświęcony poezji staropolskiej i starofrancuskiej „Goście Jacka Kowalskiego” oraz audycje o wspólnocie religii i kultury. Przeprowadzono bezpośrednie transmisje i relacje m.in z Międzynarodowego Konkursu Skrzypcowego im. Henryka Wieniawskiego, festiwalu jazzowego „Poznań Jazz Fair” oraz Festiwalu Teatralnego MALTA 96. Raz w miesiącu nadawane są „na żywo” koncerty muzyki poważnej, poezji śpiewanej i muzyki rozrywkowej. Programy dla dzieci i młodzieży zajęły 13 proc. czasu antenowego. Powtórzenia w rocznym czasie nadawania w 1996 r. wyniosły 0,89 %. Rozrywkę stanowiły głównie konkursy zabawowe oraz audycje muzyczne (66,6% nadanej rozrywki). Najważniejsze akcje antenowe to m.in.: „Wielkopolanin roku” (cichy bohater dnia codziennego), „Wielkopolanin kupiec roku”, „Złoty Pion”, „Złoty Trzos”, „Złoty Ołówek”, „Wielkopolskie Muzea”, „Ratujmy Poznańską Farę”.

Radio Rzeszów S. A.

Audycje edukacyjne i poradnicze (konkursy, quizy popularyzujące muzykę, historię i sztukę, poradnictwo podatkowe, prawne, zdrowotne) oraz audycje literackie i formy udramatyzowane stanowiły w programie 2,3% rocznego czasu nadawania. Audycje literackie i formy udramatyzowane wypełniała głównie poezja i proza czytana popularyzująca twórców regionalnego środowiska literackiego. Rozrywkę w Radiu Rzeszów stanowiły przede wszystkim konkursy zabawowe (66,6% nadanej rozrywki). Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniały głównie słuchowiska, bajki oraz magazyny. Audycje premierowe zajęły 99,9% rocznego czasu emisji.

Wśród wydarzeń, w których uczestniczyło Radio, znalazły się m.in.: „Promocja Bieszczadów” w ramach Euro-Eco, wakacyjny magazyn „Radio Biwak”, „Aukcja na rzecz Stowarzyszenia Pomocy im. Brata Alberta”, konkursy plastyczne dla przedszkolaków.

W 1996 r. Radio Rzeszów nadało 26 godzin (w języku ukraińskim) audycji dla mniejszości ukraińskiej. Stanowiły je serwisy informacyjne, prezentacje muzyki i poezji ukraińskiej, relacje z imprez kulturalnych i konferencji naukowych dotyczących problemów mniejszości ukraińskiej, zamieszkującej południowo-wschodnią Polskę.

Radio Szczecin S.A.

Audycje edukacyjne i poradnicze oraz audycje literackie i formy udramatyzowane stanowiły w programie prawie 7 proc. rocznego czasu nadawania. W 1996 r. zrealizowano dwukrotnie więcej słuchowisk radiowych aniżeli w roku poprzednim. Codziennie nadawane są dwie powieści. Zmiany w programie szły m.in. w takim kierunku, aby większość słuchaczy dostrzegała morski charakter stacji. Radio patronuje m.in. kilku festiwalom szantowym, jak „Wiatrak w Świnoujściu” i innym. Natomiast „Radiowa Szkoła pod Żaglami” to audycja szczególnie słuchana przez młodzież. Rozrywkę w Radiu Szczecin stanowiły przede wszystkim konkursy zabawowe (77% nadanej rozrywki). Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniły głównie audycje oświatowo-edukacyjne oraz muzyczne.

W nawiązaniu do tematyki międzynarodowej nadawany jest raz na dwa tygodnie magazyn „Dookoła Europy”. Od wiosny ub.r. we współpracy z Deutsche Welle tworzony jest magazyn „Prosto z Kolonii”.

W 1996 r. nadano 4 godziny (w języku polskim) audycji dla mniejszości ukraińskiej.

Radio Wrocław S.A.

Audycje edukacyjne i poradnicze oraz audycje literackie i formy udramatyzowane stanowiły w programie 20 % rocznego czasu nadawania! „Teatr Radia Wrocław zaprasza” i „Zespół Programów Literackich zaprasza” - to główne audycje, w których prezentowano słuchowiska, reportaże, felietony. Z inicjatyw radia, które miały odzwierciedlenie na antenie w 1996 r., należy wymienić m.in.: „Weekend z Radiem Wrocław” (cykl festynów w miastach i miasteczkach Dolnego Śląska), cykl koncertów muzyki poważnej pt. „Filharmonia Radiowa”, Konkurs Literacki „Młodych Słowa”, „Jazz nad Odrą”, „Przegląd Piosenki Aktorskiej”. Rozrywkę w Radiu Wrocław wypełniały przede wszystkim kabarety, audycje satyryczne i różnorodne propozycje muzyczne. Oferta dla dzieci i młodzieży składała się głównie ze słuchowisk, bajek, magazynów i audycji muzycznych. 98,1

% rocznego czasu emisji zajęły audycje premierowe. W ramach audycji o tematyce regionalnej ważne miejsce zajmuje poranny i popołudniowy blok informacyjno - publicystyczny „Studio Odra”. Radio Wrocław nadawało także program miejski.

Radio dla Ciebie S.A. - Warszawa

Programy edukacyjno-poradnicze zajęły 17 % czasu antenowego. Słuchowiska i powieści radiowe około -1 %. Audycje muzyczne były w większości programami autorskimi, w których duży nacisk położono na walory popularyzatorskie oraz edukacyjne. Oferta dla dzieci i młodzieży składała się głównie z audycji muzycznych i upowszechniających klasykę literatury dziecięcej.

Radio angażowało się w organizację i współorganizację licznych imprez, które były następnie obecne na antenie. Między innymi przeprowadziło konkurs z okazji 400-lecia stołeczności Warszawy, a także Przegląd Teatrów Amatorskich w Ciechanowie, Turniej Literacki w Wyszku, Palmę Kurpiowską w Łysych, Ogólnopolskie Spotkania z Piosenką Kabaretową OSPa w Ostrołęce.

Radio Zachód S. A. - Zielona Góra

Audycje edukacyjne i poradnicze (głównie poradnictwo) oraz audycje literackie i formy udratyzowane stanowiły w programie 1,4% rocznego czasu nadawania. Audycje literackie i formy udratyzowane wypełniały głównie: powieści radiowe oraz poezja czytana. Rozrywkę w Radiu Zachód stanowiły nieomal w całości kabarety i audycje satyryczne oraz konkursy zabawowe. Oferta programowa adresowana do dzieci i młodzieży składała się głównie z magazynów (w których poruszano tematy związane z poezją, przyrodą, geografiami) oraz ze słuchowisk.

W 1996 r. Radio Zachód i Anntene Brandenburg zorganizowały doroczny Festyn Kulturowy. Rozgłośnia współtransmitowała europejskie rozgrywki simultaniczne.

Radio Zachód nadawało także program miejski.

Lokalne radia koncesjonowane

W rozwoju rynku radiowych nadawców lokalnych można zaobserwować pewne generalne tendencje dotyczące całego kraju:

- 1) komercyjne radia lokalne to obecnie w większości przypadków radia muzyczno - informacyjne, skierowane do wszystkich, bez wyraźnie wyodrębnionej docelowej grupy odbiorców,
- 2) część stacji poszerzając zasięg zaczyna brać pod uwagę poza odbiorcami miejskimi także środowisko wiejskie. Znajduje to odbicie w treści reklam, a w przyszłości może modyfikować i poszerzyć formułę programu stacji.

Po uruchomieniu stacji, które otrzymały koncesje w II procesie koncesyjnym, liczba komercyjnych programów radiowych, lokalnych i ponadregionalnych w poszczególnych województwach - bez nadawców diecezjalnych - będzie kształtować się następująco:

Województwo	Liczba komercyjnych programów lokalnych
--------------------	--

katowickie	11
warszawskie	10
poznańskie	9
krakowskie, szczecińskie	7
łódzkie	6
bydgoskie, gdańskie, wrocławskie	5
lubelskie, koszalińskie, opolskie, rzeszowskie	4
jeleniogórskie, kaliskie, krośnieńskie, olsztyńskie, tarnobrzeskie, toruńskie, wałbrzyskie, włocławskie	3
bielskie, częstochowskie, elbląskie, kieleckie, konińskie, łomżyńskie, nowosądeckie, piłskie, piotrkowskie, płockie, radomskie, sieradzkie, słupeckie, suwalskie, tarnowskie, zielonogórskie,	2
białostockie, chełmskie, gorzowskie, legnickie, leszczyńskie, ostrołęckie, przemyskie, skierniewickie, zamojskie	1
białskopodlaskie, ciechanowskie, siedleckie	0

E. Telewizyjne programy ponadregionalne, regionalne i lokalne

Ponadregionalna Telewizja WISŁA

Głównym elementem programu TV Wisła są seriale i filmy fabularne, najczęściej obyczajowe, sensacyjne, biograficzne, przygodowe, fantastyczno - naukowe, *opery mydlane*. Bardzo rzadko emitowane są filmy produkcji polskiej, częściej pojawiają się na antenie filmy produkcji amerykańskiej, brytyjskiej, francuskiej, australijskiej, kanadyjskiej i wenezuelskiej.

W programie TV Wisła w 1996 r. brak było audycji informacyjnych sensu stricte, czyli takich jak dzienniki, serwisy, przeglądy prasy. W ofercie programowej TV Wisła znajdują się audycje:

- **publicystyczne**, które mają najczęściej formę rozmowy z zaproszonymi do studia gośćmi. Poruszana w nich problematyka dotyczy zarówno spraw krajowych (w tym lokalnych) jak i zagranicznych; emitowane są również reportaże, w których obecna jest tematyka regionu;
- **edukacyjne**, w których dominują magazyny różnotematyczne. Mają one charakter poradnikowy bądź popularnonaukowy;
- **rozrywkowe**, które wypełnione są konkursami, horoskopami, muzyką disco - polo;
- **muzyczne**, w formie magazynów, w których prezentowana jest muzyka pop i rock, głównie autorów polskich, ale też angielskich i francuskich;
- **sportowe**, w których transmitowane są mecze; pozostałe audycje sportowe to głównie magazyny poświęcone wydarzeniom sportowym na świecie, niekonwencjonalnym dziedzinom sportowym.

Oferta programowa zawiera audycje adresowane do dzieci i młodzieży. Są to przede wszystkim magazyny (niekiedy prowadzone przez dzieci i młodzież), filmy animowane, dyskusje w gronie psychologów o problemach rodzinnych i sposobach ich rozwiązywania, o modelu rodziny i sytuacji rodzin w Polsce. Oferta filmowa adresowana do tej grupy wiekowej jest dość różnorodna. Oprócz seriali, których akcja rozgrywa się współcześnie, młodzi widzowie mają możliwość zapoznania się z życiem postaci historycznych, przyrodą kraju i świata.

Od stycznia 1997 r., w związku z wejściem TVN, nadawca dokonuje modyfikacji programu. TV Wisła deklaruje, iż w jej programie znajdują się najlepsze i najnowsze filmy, w interesującej formule informacji, *show* pogodowe, audycje przygotowywane przez redakcje wybranych gazet, audycje autorskie, nowe teleturnieje.

W ciągu 1997 r. odbiorcy telewizji otrzymają dwa nowe programy - TVN na północy Polski (uzyskała zarazem koncesje na telewizje lokalne w Warszawie i Łodzi), a w centrum Polski - **Nasza Telewizja** (Polskie Media sp. z o.o.).

Oddziały terenowe TVP S.A.

Ofertę dodatkową na szczeblu regionalnych nadawców uzupełniają oddziały terenowe TVP S.A. W 1996 r. wyemitowały one łącznie 56 659,4 godz. programów regionalnych (z retransmisjami TV Polonia - 70 081,2 godz.). Dominowały w nich audycje produkcji zagranicznej (52,8%). Istotnym elementem składowym programu regionalnego jest wspólne pasmo programowe, nadawane w 3 częściach, w różnych porach dnia (pasmo dziecięco-młodzieżowe, godz. 15.10-16.30, pasmo *soap opera* - godz. 18.30-19.15, oraz pasmo filmu dokumentalnego i fabularnego - godz. 20.00-21.45).

Zdecydowana większość - 95% audycji nadawanych we wspólnym paśmie - pochodzi z zakupów licencji.

W końcu 1996 r. przeprowadzono monitoring ilościowy materiału audiowizualnego zarejestrowanego na podstawie tygodniowej próbki programu 11 ośrodków terenowych TVP S.A. Celem monitoringu było m.in. uzyskanie informacji na temat realizacji przez poszczególne oddziały funkcji nadawcy publicznego, ze szczególnym uwzględnieniem funkcji regionalnej i lokalnej.

Poza potwierdzeniem realizacji zobowiązań, z których nadawca rozlicza się w skali roku, wynikiem monitoringu było pozyskanie szczegółowych danych ilościowych na temat programów poszczególnych ośrodków, co pozwoliło określić aktualne tendencje programowe. *Lokalność* programu określano w sposób maksymalnie korzystny dla nadawcy, zaliczając do tej grupy wszystkie audycje, w których obecne były wątki regionalne. Proporcje programowe w ośrodkach terenowych kształtują się następująco:

- średni czas emisji oddziału terenowego TVP S.A. wynosi około 17 godz. na dobę
- na retransmisję TV Polonia oddział przeznaczają średnio ok. 2 godz. dziennie
- prawie 4 godziny dziennie stanowi wspólny program 11 ośrodków
- w pozostałych 11 godzinach emisji audycje zawierające wątki regionalne zajmują ok. 3 godz.

Z monitoringu wynika, że udział audycji o tematyce regionalnej w ofercie programowej oddziałów terenowych TVP, wynoszący, jak wskazano, średnio 3 godz. na dobę, ograniczony jest do kilku zaledwie gatunków: publicystyki i informacji, w mniejszym stopniu także sportu i rozrywki. W programie poszczególnych oddziałów występują duże różnice w ilości czasu poświęcanego tematyce regionalnej. Na pierwszym miejscu sytuuje się OTV Katowice (średnio 5 godz. 30 min. na dobę), na drugim OTV Szczecin i WOT (po 3 godz. 30 min.). Kolejną grupę stanowią ośrodki: krakowski, lubelski, wrocławski, bydgoski i poznański (2 godz. 30 min.), a następną rzeszowski i gdański (ok. 2 godz.). Na ostatnim miejscu znajduje się OTV Łódź, który w monitorowanym czasie poświęcił na tematykę regionalną niewiele ponad godzinę dziennie.

Mimo że każdy z oddziałów ma podobny wachlarz audycji, między programami poszczególnych ośrodków zarysowały się w badanej próbie wyraźne różnice, potwierdzające deklarowane przez oddziały specjalizacje.

- OTV Bydgoszcz** Emituje najwięcej audycji sportowych (średnio dwa razy więcej niż w pozostałych oddziałach). W ofercie programowej znajduje się stosunkowo dużo audycji religijnych.
- OTV Gdańsk** Nie retransmituje w ogóle programu satelitarnego TV Polonia, wyróżnia się stosunkowo dużą liczbą audycji dla mniejszości etnicznych.
- OTV Katowice** Największy ośrodek, emitujący całodobowy i najmocniej osadzony w tematyce regionalnej program (średnio 5,5 godz. na dobę). Posiada najdłuższy czas emisji fabuły (ponad 9 godz.), dużo audycji rozrywkowych, teledysków, niewiele retransmisji TV Polonia.
- OTV Kraków** Przeznacza stosunkowo dużo czasu na emisję fabuły przy najmniejszej liczbie powtórek. Ma wyższy niż w pozostałych ośrodkach udział audycji religijnych w programie. Zauważalna jest przewaga teledysków w języku obcym w stosunku do teledysków polskich (21 do 2).
- OTV Lublin** Podobnie jak OTV Gdańsk nie retransmituje TV Polonia. W programie dużo fabuły oraz pozycji produkcji zagranicznej. W jego ofercie odnotowano najmniej audycji publicystycznych.
- OTV Łódź** Przeznacza najwięcej czasu na filmy dokumentalne. Emituje najwięcej powtórek oraz niewiele audycji produkcji krajowej.
- OTV Poznań** We wszystkich niemal zestawieniach sytuuje się pośrodku. Podobnie jak w oddziale krakowskim zauważalna jest zdecydowana przewaga teledysków w języku obcym (20 do 5).
- OTV Rzeszów** Retransmituje stosunkowo dużo TV Polonia, posiada dużo audycji rozrywkowych, wyróżnia się próbą wyjścia poza problemy miasta wojewódzkiego w kierunku spraw związanych z regionem.
- OTV Szczecin** Przeznacza najwięcej czasu spośród wszystkich oddziałów na retransmisję TV Polonia, ma rozbudowaną funkcję kontaktową oraz, podobnie jak w ośrodku warszawskim, porównywalnie duży udział audycji informacyjnych i publicystycznych. Emituje 4 razy więcej teledysków w języku polskim niż obcych (22 do 5).
- WOT** Ośrodek o wyraźnym profilu informacyjno-publicystycznym, z rozbudowaną funkcją kontaktową. W porównaniu z innymi ośrodkami nadaje najmniej fabuły i teledysków (wyłącznie w języku polskim).
- OTV Wrocław** Emituje dużo audycji rozrywkowych oraz wielokrotnie więcej

teledysków niż inne oddziały.

Monitoring ilościowy pokazuje także, choć w postaci wycinkowej, jak oddziały terenowe TVP wywiązują się z ustawowych obowiązków dotyczących udziału w nadawanym programie audycji produkcji krajowej oraz audycji produkcji krajowej pochodzących od producentów innych niż nadawca (art.15 ust. 1 i 2 u.r.t.). W monitorowanym okresie audycje produkcji krajowej stanowiły w większości oddziałów nie mniej niż 50 % nadanego programu. Ponadto, niemal wszystkie ośrodki przeznaczyły ponad 10 % tygodniowego czasu nadawania programu na audycje produkcji krajowej innej niż własna. Wartości te wahają się od blisko 20 % w ośrodkach gdańskim, lubelskim, łódzkim i warszawskim do około 12 % w Bydgoszczy, Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Rzeszowie i Szczecinie. Należy jednak pamiętać, że podstawą rozliczenia stacji w zakresie udziału produkcji krajowej i produkcji krajowej innej niż własna jest roczny, a nie tygodniowy czas emisji. Uzyskane dane stanowią więc jedynie wskaźnik wycinkowy.

Widownia oddziałów terenowych TVP S.A.

Oddziały terenowe TVP S.A. mają stosunkowo niewielki udział w tzw. globalnym rynku widowni telewizyjnej w Polsce, czyli w całkowitym czasie oglądania telewizji. Udział ten (wszystkich oddziałów łącznie) wynosił w 1996 r. średnio 3% (w marcu 1997 r. - 5,5%), podczas gdy Programu I TVP - powyżej 40 %, TVP 2 - ok. 20%, Polsatu - od 19% do 27% (udział Polsatu wzrastał w kolejnych okresach roku; dane OBOP z systematycznych pomiarów widowni). Jest to średnia z całego kraju, a więc także z terenów nie objętych zasięgiem technicznym OTV.

W listopadzie 1996 r. OBOP przeprowadził badanie wielkości widowni oddziałów terenowych TVP S.A. w regionach ich działania, tzn. na terenach objętych zasięgiem technicznym oddziałów*. Pozwoliło to ustalić zasięg odbioru programów oddziałów w społecznościach, dla których te programy są przeznaczone.

Zasięgiem technicznym oddziałów objęte jest ok. 28% powierzchni kraju (por. mapy w załączniku) i około połowa ludności Polski. W badaniach OBOP ustalano, jaki procent odbiorców mieszkających na terenach objętych technicznym zasięgiem OTV ma rzeczywistą możliwość odbioru w swoich domach (odbiornikach) ich programów. Dane te przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Możliwości odbioru i wielkość widowni OTV na terenach ich działania (w %)

Oddziały Terenowe TVP	Możliwość odbioru programów OTV wśród mieszkańców regionu	Zasięg tygodniowy widowni wśród mieszkańców regionu			
		OTV	TVP 1	TVP 2	Polsat
OTV Łódź	70	69	97	89	88
OTV Bydgoszcz	90	67	98	96	92
OTV Gdańsk	93	66	94	88	76
OTV Katowice	91	66	92	87	80

* Badanie zrealizowano od 25 listopada do 1 grudnia 1996 r. na jedenastu reprezentatywnych próbach regionalnych, metodą dzienniczka pasmowego (pasma 15-minutowe). Ustalano wielkość widowni wszystkich stacji telewizyjnych odbieranych w regionach objętych zasięgiem poszczególnych OTV.

OTV Wrocław	88	65	97	93	87
OTV Kraków	87	63	92	85	79
OTV Lublin	83	63	94	90	85
OTV Rzeszów	83	62	95	91	86
OTV Poznań	87	61	97	92	84
OTV Szczecin	79	56	96	94	88
OTV Warszawa	96	55	95	90	86

Wszystkie dane w tabeli procentowane są w stosunku do jednolitej podstawy, tj. do liczby mieszkańców objętych zasięgiem technicznym danego OTV.

Faktyczne możliwości odbioru - biorąc pod uwagę wyłącznie regiony objęte technicznym zasięgiem działania OTV - są, jak widać, **w poszczególnych regionach niejednakowe**. Sytuacja jest pod tym względem najlepsza w regionie działania OTV warszawskiego, katowickiego, gdańskiego i bydgoskiego. Natomiast spośród mieszkańców regionu łódzkiego i szczecińskiego, nominalnie objętych zasięgiem działania oddziałów, aż około jednej piątej mieszkańców nie ma, jak deklaruje, możliwości odbioru ich programu.

Wielkość widowni, jaką uzyskują poszczególne OTV na terenach swojego działania, jest dość wyrównana. **Tygodniowy zasięg widowni** (czyli odsetek mieszkańców regionu, którzy oglądali program danego OTV przynajmniej przez 15 minut w ciągu tygodnia) **waha się od ponad połowy do ponad dwóch trzecich mieszkańców**.

Największą widownię uzyskiwał w końcu 1996 r. OTV w Łodzi - oglądało jego program, co warto podkreślić, prawie sto procent mieszkańców deklarujących możliwość odbioru. Dużą widownię miały także OTV w Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach i Wrocławiu (ten ostatni, podobnie jak OTV Łódź, przy mniejszych możliwościach odbioru). Najmniejszą widownię w ciągu tygodnia uzyskiwały OTV w Warszawie i Szczecinie.

Oszacowując zasięg tygodniowy w proporcji do osób deklarujących możliwość odbioru programu okazuje się, że w większości ośrodków wynosi on ok. trzy czwarte, jedynie w Warszawie nieco ponad połowę.

W zestawieniu z analizą zawartości programów słabsze niż innych ośrodków wyniki Warszawy i Szczecina są dość zaskakujące. Ośrodki te nadają dużą ilość lokalnych i regionalnych audycji informacyjnych, mają wiele aktualnej publicystyki i audycji ocenianych jako interesujące. Być może dedecyduje tu, przynajmniej w odniesieniu do Warszawy, silna konkurencja innych stacji i programów.

Tabela 1 pozwala porównać odbiór programów ośrodków z wielkością widowni uzyskiwaną w regionach przez programy ogólnopolskie telewizji. Z zestawienia tego wynika, że korzystanie z programów OTV ma charakter uzupełniający w stosunku do oferty programów ogólnopolskich.

Warto przy tym dodać, że niemal we wszystkich regionach OTV widownia programów ogólnopolskich telewizji - w tym zwłaszcza Polsatu - jest wyższa niż odpowiednie średnie dla kraju (według prowadzonych przez OBOP pomiarów widowni telewizji wśród ogółu mieszkańców Polski średni zasięg tygodniowy TVP 1 w IV kwartale ub. roku wynosił 93% ogółu ludności, TVP 2 - 85%, Polsatu - 74%). W odniesieniu do Polsatu i TVP 2 może się to wiązać z większą na ogół dostępnością tych programów w regionach objętych działaniem OTV niż w pozostałych częściach kraju. Innymi słowy,

mieszkańcy regionów objętych zasięgiem działania OTV mają do dyspozycji pełniejszą, przeciętnie biorąc, ofertę telewizyjną (przynajmniej w zakresie tv naziemnej) niż mieszkańcy innych terenów. Szczególnie przy tym licznie korzystają z tej oferty, jak wynika z tab. 1, odbiorcy OTV w Bydgoszczy i Łodzi, a także we Wrocławiu i Gdańsku (widownie wszystkich programów powyżej średniej).

Średni czas oglądania programów regionalnych przez widza stacji wynosi **około pół godziny dziennie** (por. tabela 2). Ten niewysoki wskaźnik potwierdza uzupełniający charakter oferty OTV dla widzów.

Widownia, podobnie jak w programach ogólnopolskich, rośnie w późniejszej porze dnia.

Tabela 2. Zasięg dzienny widowni OTV i widownia wspólnych pasm programowych oraz pasma informacyjnego (w %)

Oddziały Terenowe TVP	Zasięg dzienny	Średni czas oglądania OTV	Widownia wspólnych pasm programowych			Widownia pasma informac. OTV	Widownia audycji informac. OTV w TVP 2	Razem widownia OTV i TVP 2
			15.10-16.30	18.30-19.15	20.00-21.45	18.15-18.30	18.15-18.30	18.15-18.30
OTV Gdańsk	31	0 h 32'	9	28	21	23	24	47
OTV Łódź	30	0 h 29'	9	24	22	18	18	36
OTV Bydgoszcz	29	0 h 28'	10	25	19	23	20	43
OTV Katowice	29	0 h 31'	9	16	20	18	19	37
OTV Wrocław	28	0 h 25'	8	24	19	21	24	45
OTV Lublin	28	0 h 31'	7	19	18	22	22	44
OTV Kraków	27	0 h 27'	7	17	17	21	21	42
OTV Poznań	26	0 h 26'	6	22	20	19	25	44
OTV Rzeszów	25	0 h 22'	6	19	16	28	19	47
OTV Szczecin	22	0 h 25'	6	19	17	17	26	43
OTV Warszawa	22	0 h 22'	5	17	14	10	16	26

Największą widownię uzyskują pozycje nadawane w ramach wspólnego pasma programowego: późno popołudniowa *soap opera* (godz. 18.30-19.15) oraz wieczorny film fabularny i dokument, nadawany w najlepszym czasie oglądalności (20.00-21.45). Warto jednak podkreślić, że inaczej niż w programach ogólnopolskich, z dwóch wymienionych pasm serialowo-filmowych bardziej popularne okazuje się w OTV pasmo wcześniejsze, między 18.30 a 19.15. Wiąże się to zapewne z faktem konkurencji w porze największej oglądalności ofert programów ogólnopolskich telewizji.

Interesujące było także prześledzenie, jaki krąg widzów uzyskują audycje informacyjne ośrodków, nadawane w głównym paśmie lokalnym, czyli po godz. 18.00 - w porównaniu z trzema pasmami wypełnionymi wspólną, mającą przyciągać dużą widownię ofertą programową.

Okazuje się, że audycje te (godz. 18.15-18.30) osiągają w większości ośrodków na antenie OTV równie dużą widownię jak pasmo *soap opery*. Jeśli zaś dodać odsetki widzów oglądających dziennik lokalny (regionalny) OTV na obu kanałach, tj. na własnym kanale ośrodka i w rozłączonej sieci Programu 2 TVP, okazuje się, że popołudniowy program lokalny osiąga w każdym regionie widownię największą - często dwukrotnie większą niż serial i film.

Lokalne telewizje koncesjonowane

Sześciu (spośród ośmiu aktualnie emitujących program) lokalnych nadawców telewizyjnych uczestniczy we wspólnym programie o nazwie ODRA lub TV ODRA. Są to:

- **Telewizja Dolnośląska „TeDe” we Wrocławiu, Świdnicy i Wałbrzychu,**
- **Telewizja Regionalna Województwa Legnickiego w Głogowie, Lubinie i Legnicy,**
- **Telewizja Zielonogórska „TV 51” w Zielonej Górze,**
- **Telewizja Bryza w Szczecinie i Koszalinie,**
- **Telewizja Vigor w Gorzowie,**
- **Telewizja NTL w Radomsku.**

Program ODRA, czyli wspólny blok programowy sześciu wymienionych stacji, nadawany jest codziennie i trwa łącznie około 8 godzin dziennie. Składa się niemal wyłącznie z filmów fabularnych i seriali (brazylijskich i amerykańskich), w tym seriali animowanych dla dzieci (głównie amerykańskich, niekiedy polskich). Program zawiera także 3 pozycje niefilmowe: audycję muzyczno-rozrywkową, magazyn motoryzacyjny, magazyn filmowy.

Telewizja Dolnośląska „TeDe” we Wrocławiu

Telewizja Dolnośląska nadaje program o charakterze informacyjno-filmowym. Znaczną część programu stanowi publicystyka skoncentrowana na problematyce regionalnej. Dobowa emisja programu trwa ok. 18 godzin. Program TeDe tworzą dwa odrębne bloki: program własny stacji oraz wspólny program koncesjonowanych stacji telewizyjnych pn. ODRA. Największy udział ODRA w programie TeDe (bez uwzględniania plansz) przypada na dni weekendowe i piątek - 9 - 9,5 godziny dziennie, zaś od poniedziałku do czwartku udział audycji bloku ODRA wynosi ok. 8 godzin dziennie.

Własna oferta programowa TeDe jest różnorodna i stosunkowo bogata. Nadawca oferuje cykle: codziennie dziennik i różnotematyczne magazyny: muzyczne, poradniczo - medyczne, sportowe, społeczno-kulturalne, dla rodziców, filmowe. Nadawca emituje także cykle informacyjno-publicystyczne o różnorodnej tematyce lokalnej, konkursy z telefonicznym kontaktem z widzami, cykle polskich filmów animowanych dla dzieci, plansze z informacjami lokalnymi - reklamą, ogłoszeniami, komunikatami.

Układ audycji w programie jest w każdym dniu tygodnia podobny, przez co dość bogata oferta programowa stacji tworzy porządek emisji ułatwiający orientację widza w programie.

Proporcja liczby audycji własnych nadawanych przez TeDe (bez uwzględnienia plansz informacyjnych) do audycji pochodzących z bloku pn. ODRA wynosi dziennie średnio, 17 do 13.

Telewizja TV-51 Zielona Góra

TV-51 nadaje program składający się głównie z seriali/filmów, plansz tekstowych z informacjami lokalnymi i muzyki popularnej. Program nadawany jest przez ponad 17 godzin na dobę. Oferta programowa stacji jest dość uboga i mało różnorodna. Tworzą ją magazyny: muzyczny, sportowy, poradniczy dla kobiet, reporterski, historyczny.

Stalą porę nadawania mają dwa 30-minutowe dzienniki nadawane każdego dnia. TV-51 przeznacza codziennie średnio 50 minut na magazyn muzyki tanecznej. Resztę stanowi oferta TV ODRA. Codziennie średnio 6 pozycji programowych pochodzi od samej TV-51, zaś 11 od TV ODRA.

Telewizja VIGOR w Gorzowie

TV Vigor nadaje dość urozmaicony program, mający dostarczyć rozrywki i informacji z regionu. Czas nadawania programu w ciągu doby wynosi średnio 13,5 godziny. Oferta programowa TV Vigor składa się z: dzienników, filmów/seriali, magazynów policyjnych, pasm publicystycznych (zawierających cykle o tematyce społecznej, kulturalnej, ekonomicznej, rolniczej, prawnej), audycji muzycznych i rozrywkowych, wiadomości sportowych, magazynów młodzieżowych, reportaży o tematyce lokalnej, audycji poradniczych, retransmisji TV Polonia (głównie dzienniki i polskie filmy fabularne).

W ciągu tygodnia TV Vigor nadaje dziennie, średnio 16 własnych pozycji programowych, zaś w ramach ODRY - 11.

Telewizja Regionalna Województwa Legnickiego w Lubinie (TVL)

TVL tworzy program, w którym dominują informacja i rozrywka. Stacja nadaje średnio 14 godzin programu dziennie (wraz z „Teleinformatorem” - plansza informacyjna). Pomijając czas wypełniony planszami, średnia dzienna emisja programu od poniedziałku do soboty wynosi 9 godzin (w niedzielę 13,5 godziny).

Z uwagi na znaczne zaangażowanie w programie TVL audycji TV ODRA, własna oferta TVL jest stosunkowo uboga. W miarę stałe miejsce w programie zajmują dzienniki. TVL oferuje ponadto cykle o charakterze publicystyczno-informacyjnym oraz magazyn sportowy.

Codziennie średnio 8 audycji (w tym 4 wydania dziennika) jest własną ofertą TVL, zaś 10 realizowanych jest w ramach inicjatywy TV ODRA.

Telewizja BRYZA w Szczecinie i Koszalinie

Telewizja Regionalna Bryza nadaje program, w którym dominują seriale i filmy fabularne. Średni czas nadawania programu wynosi nieco ponad 10 godzin (bez „Teleinformatora”). W programie TV BRYZA stosunkowo dużo miejsca zajmują: muzyka popularna, informacja, magazyny sportowe i publicystyka (o tematyce lokalnej). Mniejszy udział w programie mają audycje dla dzieci i młodzieży, poradnicze oraz magazyny (różnotematyczne).

Proporcje liczby audycji własnych TV Bryza (licząc łącznie z planszami informacyjnymi) do liczby audycji nadawanych w bloku ODRA układają się jak 1:1.

Niezależna Telewizja Lokalna w Radomsku (NTL)

NTL Radomsko nadaje program składający się przede wszystkim z filmów/seriali oraz audycji informacyjno-publicystycznych o charakterze lokalnym. Dzienny czas emisji wynosi średnio 10,5 godziny.

Na własną ofertę programową stacji składają się następujące pozycje: cyklicznie nadawane dzienniki, filmy dokumentalne, konkursy telefoniczne, sondy uliczne dotyczące aktualnej tematyki społecznej, magazyny konsumenta, motoryzacyjne, audycje publicystyczne, transmisje mszy świętych, koncerty życzeń.

Codziennie NTL Radomsko nadaje średnio 7 własnych pozycji programowych (w tym 4 wydania dzienników), natomiast ODRA - 11.

Stowarzyszenie Telewizyjne „LUBAŃ”

Udział w ok. 20-godzinnym dobowym czasie nadawania programu własnego stacji jest niewielki, bo wynosi 11 godzin tygodniowo. Pozostały czas wypełniają retransmisje polskojęzycznego programu satelitarnego Polonia 1. Program pochodzący od nadawcy wypełniają głównie przekazy planszowe (program telewizyjny, cennik reklam tv, lokalne informacje sportowe, ogłoszenia o pracy, konkursy, informacje dotyczące rynku mieszkań, oferty handlowe etc.). W programie nadawcy obecne są także audycje informacyjne, w których dominuje informacja lokalna (sport, kultura, ekologia, samorząd).

Telewizja Niepokalanów

Zasięgiem obejmuje okolice Skierniewic (w Warszawie program rozprowadzany jest w sieci kablowej Aster City). Nadaje program o charakterze religijno-społecznym przez średnio 7 godzin na dobę. Ramowy program TV Niepokalanów jest dosyć zróżnicowany: zawiera audycje informacyjne (dotyczące wydarzeń religijnych w Polsce i za granicą), religijne (modlitwy, czytanie Ewangelii, prezentacja kalendarza liturgicznego), sportowe (transmisje międzyparafialnych imprez sportowych, stały cykl wspólnych ćwiczeń gimnastycznych), muzyczne (teledyski, prezentacja zespołów w ramach cyklu Ewangelizacja muzyką), filmy (fabularne, dokumentalne), audycje dla dzieci (bajki, filmy, muzyka). Przerwy między audycjami wypełniają plansze o charakterze filozoficzno-religijnym.

F. Programy własne sieci kablowych

Do 5 marca 1997 r. KRRiT udzieliła 102 koncesji na rozpowszechnianie programu w sieci telewizji kablowych. Dwie koncesje dotyczą rozpowszechniania programu radiowego w sieci telewizji kablowych, pozostałe - programów telewizyjnych. Programy rozpowszechniane są w 205 sieciach (na ogólną liczbę 300-500 sieci), docierających do około 1,4 mln gospodarstw domowych.

Działalnością nadawczą zajmują się głównie firmy operatorskie dużej i średniej wielkości (powyżej 3000 abonentów).

Nie uwzględniając przekazów planszowych, czas trwania programów nadawców kablowych wynosi 4-12 (czasem więcej) godzin, przy czym udział produkcji własnej operatora jest bardzo różny, od 15 minut tygodniowo do 2-4 godzin dziennie.

Na zawartość programu składają się:

- audycje własne (wiadomości, reportaże, publicystyka, transmisje, retransmisje, rozrywka itp.),
- audycje pochodzące z zakupów (filmy i seriale fabularne oraz dokumentalne, audycje muzyczne i rozrywkowe),

- audycje pozyskiwane w drodze wymiany między operatorami,
- reklama i audycje sponsorowane.

Programy lokalne sieci kablowych realizują następujące funkcje:

- zwiększają atrakcyjność oferty operatora (często wpływają na decyzję abonenta o przyłączeniu do sieci kablowej),
- promują lokalne wydarzenia kulturalne, sportowe i rekreacyjne,
- wspierają inicjatywy lokalnych władz (ich oczekiwania oraz wsparcie bywają powodem uruchomienia programu), policji, straży miejskiej i pożarnej, spółdzielni mieszkaniowych,
- promują kluby i imprezy sportowe sponsorowane przez operatora,
- szerzą edukację komputerową (w zamian za sponsorowanie przez oferentów usług komputerowych),
- reklamują lokalnych producentów i dostawców usług.

Programy lokalne finansowane są z dochodów z reklamy i programów sponsorowanych, ale niemal wszystkie wymagają dofinansowania przez operatora z innych dochodów, gdyż ich własne przychody nie pokrywają kosztów.

Rozwój tej formy działalności nadawczej **wypełnić może istotną lukę** w dostępności lokalnych programów telewizyjnych, których nie mogą dostarczyć nieliczne lokalne koncesjonowane stacje telewizyjne oraz oddziały terenowe TVP S.A., nie obejmujące zasięgiem całego kraju.

G. Perspektywy rozwoju i zróżnicowania oferty programowej w wyniku polityki koncesyjnej KRRiT oraz działalności nadawców krajowych i zagranicznych

Telewizja

W II procesie koncesyjnym KRRiT postanowiła dopełnić istniejącą już telewizyjną ofertę programową (TV Wisła) o następne ponadregionalne programy telewizyjne. Na północy Polski koncesję na nadawanie programu otrzymała TVN (plus koncesje na telewizje lokalne w Warszawie i Łodzi), a w centrum Polski - Nasza Telewizja (Polskie Media sp. z o.o.).

Oceniając aktualną sytuację na telewizyjnym rynku lokalnym, regionalnym i ponadregionalnym oraz mając na uwadze jakość tworzonego programu, Krajowa Rada postanowiła stworzyć, przez określenie odpowiednich warunków koncesyjnych, możliwość współpracy nadawców programów ponadregionalnych, w celu zachęcenia ich do stworzenia sieci „sfederowanej”. Takie funkcjonowanie zapewni nadawcom stabilność ekonomiczną oraz w przyszłości zaowocuje zróżnicowaną, lepszą jakościowo ofertą programową. Będzie również sprzyjać rozwojowi rynku krajowych producentów niezależnych.

Wzbogacenie i zróżnicowanie oferty telewizyjnej następować będzie przede wszystkim poprzez wykorzystanie możliwości tworzonych przez telewizję cyfrową i satelitarną. Uruchomienie satelitarnych kanałów tematycznych (informacyjnego, sportowego, muzycznego) rozważa TVP S.A. Polsat uruchomił już program dla dzieci i młodzieży. Canal + udostępnił program „Planete” o charakterze dokumentalno-przyrodniczym. Obecnie w polskiej wersji językowej dostępne są także Discovery Channel i Eurosport.

Radio

W radiofonii - podobnie jak w telewizji - zostały wyczerpane techniczne możliwości tworzenia nowych programów radiowych. Powstanie nowych programów ogólnokrajowych, regionalnych, lokalnych, będzie możliwe dopiero po wprowadzeniu techniki cyfrowej. KRRiT w drugim procesie koncesyjnym przyznała dotychczas koncesje na 30 nowych programów (bez specjalizacji, z przewagą audycji muzyczno-informacyjnych), w tym 6 koncesji na **programy wyspecjalizowane**. Koncesję na programy wyspecjalizowane otrzymały: INFORADIO (program informacyjny), Akademickie Radio INDEX (program edukacyjny), ART - Rozgłośnia Twórców (program popularyzujący polską kulturę i sztukę ze szczególnym uwzględnieniem muzyki oraz edukacji kulturalnej), Radio JAZZ (program muzyczny - jazzowy), Radio CLASSIC (program muzyczny, muzyka poważna), Radio POGODA (program muzyczny, muzyka z lat 1940 - 1975).

Konkurencja między nadawcami radiowymi (patrz rozdz. VI) będzie ich zmuszać do bardziej precyzyjnego określania formuły programowej („formatu”). Niższe koszty produkcji programu radiowego pozwalają na tworzenie bardzo wąsko wyspecjalizowanych formuł programowych. Na polskim rynku radiowym to różnicowanie formuł dokonuje się zarówno wśród nadawców publicznych jak i koncesjonowanych. Specjalizacji programów dokonuje Polskie Radio S.A. (Program I - informacyjny, Program II - muzyczno-literacki, Program III - publicystyczno-informacyjny, BIS - edukacyjny). Zaawansowane w tym kierunku są przede wszystkim ogólnopolskie i ponadregionalne, komercyjne stacje: Radio Zet, Radio RMF FM, Radio WaWa. Nie jest to proces zakończony. Nadawcy systematycznie monitorują rynek, prowadzą badania audytoriów, na podstawie których modyfikują i wciąż poszukują właściwej dla siebie formuły. Z pewnością do tego typu działań zmuszeni zostaną z powodu dużej konkurencji na radiowym rynku również lokalni nadawcy.

III. WARUNKI PRAWNE DZIAŁALNOŚCI RADIOWO - TELEWIZYJNEJ W POLSCE

A. Zmiany regulacji międzynarodowych w zakresie działalności telewizyjnej

Podstawowym aktem prawno-międzynarodowym regulującym zobowiązania Polski w zakresie rozpowszechniania, rozprowadzania i odbioru programów telewizyjnych jest **Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej** z 1989 r. Polska jest również stroną Europejskiego Porozumienia o zapobieganiu audycjom nadawanym ze stacji znajdujących się poza terytorium państwowym z 1965 r. (chodzi w nim o niekoncesjonowane stacje pirackie), które jednak w obecnych warunkach nie ma istotnego znaczenia.

W związku z procesem harmonizacji prawa wewnętrznego z regułami Unii Europejskiej, znaczną rolę w kształtowaniu prawa radiowo-telewizyjnego odgrywa **Dyrektywa Rady UE z 1989 r. w sprawie koordynacji określonych przepisów prawnych i administracyjnych krajów członkowskich w zakresie wykonywania działalności telewizyjnej** (Dyrektywa o „Telewizji bez granic”).

Harmonizacja przepisów polskich z tą Dyrektywą jest jednym z warunków przyjęcia do programu UE Media II i do samej Unii. Porównanie prawa wewnętrznego dotyczącego działalności telewizyjnej z regulacjami zawartymi w Dyrektywie wykazało znaczny stopień zgodności, przy czym niektóre przepisy krajowe wyznaczają wymogi bardziej surowe niż Dyrektywa. Jednocześnie jednak w kilku zasadniczych sprawach, takich jak kwoty produkcji krajowej, inwestowanie przez podmioty zagraniczne w sektorze telewizyjnym, promowanie produkcji europejskiej, eksploatacji filmów fabularnych na różnych polach, prawo wewnętrzne wymaga dalszych zabiegów harmonizacyjnych.

Europejska Konwencja i Dyrektywa pokrywają się w znacznym stopniu co do zakresu i zastosowanych regulacji. Związki między Europejską Konwencją a Dyrektywą polegają głównie na dostosowywaniu Europejskiej Konwencji do rozwiązań przyjętych w Dyrektywie. W związku z tym szczególne znaczenie mają prace nad nowelizacją Dyrektywy, prowadzone przez Parlament Europejski i Radę Unii Europejskiej.

Nowelizacja Dyrektywy dotyczy następujących zagadnień:

- 1) Określenia nadawcy oraz reguł ustalania władzy właściwej do regulowania jego działalności. Za podstawowe kryterium statusu nadawcy uznaje się usytuowanie prawa do podejmowania decyzji programowych oraz kontroli nad emisją programu. Dyrektywa precyzuje, w jaki sposób należy ustalać państwo właściwe do regulowania działalności nadawcy. Następuje to poprzez wskazanie, w jaki sposób należy ustalać siedzibę nadawcy (miejsce podejmowania decyzji programowych, usytuowanie większości personelu, adres centrali, miejsce rozpoczęcia działalności nadawczej pod warunkiem utrzymywania stałego związku z gospodarką tego kraju), a w przypadku braku możliwości ustalenia

jurysdykcji w ten sposób - poprzez wskazanie kryteriów technicznych służących ustalaniu jurysdykcji (używanie częstotliwości, satelity lub łącza satelitarnego kontrolowanego przez określone państwo). Zmiany te zmierzają jednoznacznie do ograniczenia możliwości „delokalizowania” działalności nadawczej (patrz poniżej) w celu uniknięcia rygorów prawnych obowiązujących w kraju, do którego adresowany jest program.

- 2) Podejmowania interwencji przez państwo odbioru programu w przypadku naruszenia przepisów Dyrektywy. Przewiduje się nieco szersze możliwości podejmowania bezpośrednich działań w sprawie retransmisji programu naruszającego reguły Dyrektywy.
- 3) Zaliczania audycji do utworów europejskich. Charakterystycznym sygnałem jest wyłączenie możliwości zaliczenia do produkcji europejskich utworów pochodzących z krajów będących stroną Europejskiej Konwencji, które stosują praktyki dyskryminacyjne w stosunku do utworów pochodzących z państw UE.
- 4) Kompleksowej regulacji telesprzedaży. Dyrektywa reguluje kompleksowo rozpowszechnianie audycji zawierających telesprzedaż w programach uniwersalnych, a także ustala takie zasady dla programów zawierających wyłącznie telesprzedaż.
- 5) Ochrony dzieci i młodzieży. Środki chroniące dzieci i młodzież przed audycjami, które mogą zagrozić ich rozwojowi rozszerzono obok programów telewizyjnych na inne emisje audiowizualne, wprowadzając dodatkowe środki ochronne w programach niekodowanych (odpowiedni sygnał akustyczny lub audiowizualny).

Wskutek różnic poglądów między Parlamentem Europejskim i Komisją Europejską co do sposobu nowelizowania Dyrektywy proces ten przeciąga się.

Proponowana przez KRRiT nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji (patrz poniżej) zmierza do dostosowania jej do tych zmian w Dyrektywie, o których wiadomo, że zostaną przyjęte.

Pewne konsekwencje dla regulacji prawnych obowiązujących w dziedzinie radiofonii i telewizji będzie miało również **przystąpienie do OECD**. Może ono utrudnić:

- wprowadzenie kwoty produkcji europejskiej w odniesieniu do telewizji komercyjnej (zgodnie z zasadą **niedyskryminacji** członkowie OECD nie mogą wprowadzać rozróżnień między państwami członkowskimi tej organizacji). O ile więc dopuszczalne są kwoty ekranowe, chroniące produkcję krajową, o tyle nie są dopuszczalne kwoty, faworyzujące wybranych członków OECD. Dotyczy to na przykład kwot produkcji europejskiej, których wprowadzenie stawia pozaeuropejskich członków OECD w mniej korzystnej sytuacji;
- realizację kompetencji KRRiT, uzyskanych na podstawie art. 44 ust. 6 znowelizowanej ustawy o radiofonii i telewizji (określanie wymogów programowych w odniesieniu do programów zagranicznych przeznaczonych dla widowni polskiej).

Najważniejsze konsekwencje wynikają z „Kodeksu OECD w sprawie liberalizacji bieżących operacji niewidzialnych”. Załącznik A do tego kodeksu, obejmujący listę bieżących operacji niewidzialnych, podlegających liberalizacji, zawiera punkt H/1: **„Wywóz, sprowadzanie, rozpowszechnianie i użytkowanie filmów i innych form zapisu - na jakimkolwiek środku reprodukcji - dla celów prywatnych lub projekcji kinowej, czy też transmisji telewizyjnej”**, czyli jest to jedna z operacji niewidzialnych, podlegających liberalizacji w celu usunięcia wszelkich ograniczeń w międzynarodowym obrocie filmami.

Wymagany przez ustawę o radiofonii i telewizji udział audycji produkcji polskiej w czasie antenowym nadawców telewizyjnych uznany został za sprzeczny z tą zasadą, gdyż pośrednio ogranicza on zdolność do nadawania filmów zagranicznych.

W efekcie Polska wniosła zastrzeżenie do kodeksu w następującym brzmieniu:

Zastrzeżenie to obowiązuje tylko w tym zakresie, że obecnie filmy nie są wyłączone z obliczania czasu przeznaczanego w telewizji komercyjnej na audycje wytworzone przez producentów krajowych. Zastrzeżenie to przestanie obowiązywać 31 grudnia 1999 r.

Oznacza to, że po 1 stycznia 2000 r. film będzie musiał być zaliczony do tych gatunków (obok transmisji sportowych, reklam, przekazów teletekstowych, teleturniejów i konkursów radiowych), które zgodnie z art. 15 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji wyłączone są z obliczania proporcji czasu, przeznaczanego na audycje wytworzone przez producentów krajowych.

Delegacja polskiego rządu w konsultacji z przedstawicielami Sekretariatu OECD uzgodniła następujące zapisy w raporcie o przestrzeganiu przez Polskę przepisów OECD w tym zakresie:

- W Polsce nie obowiązują żadne limity, ograniczające wyświetlanie filmów w kinach czy w telewizji.
- W Polsce nie obowiązują żadne limity, ograniczające liczbę kopii filmów importowanych, dostępnych na rynku.
- W Polsce nie obowiązują „kwoty”, określające udział filmów produkcji europejskiej w całości repertuaru filmowego.
- Zamrożenie stanu określonego w powyższych punktach, jako obecnego prawnie określonego udziału audycji, wytworzonych przez producentów polskich w czasie antenowym komercyjnych nadawców telewizyjnych.
- Zobowiązanie (podjęte przez stronę rządową) wniesienia do Sejmu projektu nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, zawierającego propozycję obniżenia udziału audycji, wytworzonych przez producentów krajowych dla komercyjnych nadawców telewizyjnych.

B. Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji, nowelizacja rozporządzeń KRRiT

Ponad trzyletnie doświadczenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji związane z funkcjonowaniem dotychczas obowiązujących przepisów, problemy z jakimi spotkały się podmioty działające na rynku radiowo-telewizyjnym, a także wymóg dostosowania polskich unormowań do międzynarodowych, zaowocowały przygotowaniem przez KRRiT projektu nowelizacji ustawy. Wnioski przedstawiane przez nadawców i innych uczestników rynku audiowizualnego uzasadniają przedłożenie obszerniejszego pakietu propozycji dostosowujących ustawę do potrzeb sektora radiowo-telewizyjnego.

Uzupełnienie definicji zawartych w ustawie (art.4) ma na celu dostosowanie kluczowych pojęć („program”, „audycja”) do nowych form programowych i twórczych, a także ustalenie znaczenia takich pojęć, jak „sponsorowanie”, „telesprzedaż” i „producent europejski”. Nowe uregulowania dotyczące zadań Krajowej Rady (art.6) dostosowują je do sformułowań zawartych w projekcie ustawy konstytucyjnej. Wzmocnienia wymagają uprawnienia kontrolne Przewodniczącego KRRiT, określone w art. 10, w zakresie wykonywania przez nadawców ich ustawowych i koncesyjnych obowiązków oraz egzekwowania ustawowych zakazów reklamy niektórych towarów.

W związku z przystąpieniem do OECD oraz włączeniem naszego kraju do jednolitej polityki audiowizualnej Unii Europejskiej, a także wykonywaniem Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej, konieczne jest zbliżenie niektórych rozwiązań

ustawy dotyczących produkcji krajowej, produkcji niezależnej i produkcji europejskiej do standardów europejskich (art. 15). Nastąpi to poprzez wprowadzenie możliwości zastąpienia części udziału audycji krajowych w programie wymogiem przeznaczenia określonych nakładów finansowych na produkcję krajową przez nadawcę. Proponowane przepisy umożliwią większą elastyczność w stosowaniu kwot produkcji krajowej i produkcji niezależnej, by nie hamowały one rozpowszechniania programów tematycznych i specjalistycznych.

Do całościowej regulacji telesprzedaży zmierzają zmiany zaproponowane w art. 16 ustawy. Celem nowelizacji jest uregulowanie telesprzedaży jako elementu programów uniwersalnych oraz dopuszczenie możliwości uruchomienia specjalistycznych programów zawierających wyłącznie telesprzedaż (art. 39).

W związku z płatnymi programami kodowanymi uzasadnione jest pewne zróżnicowanie wymogów ustawowych dla tych programów. Proponowana zmiana dotyczy art. 18 ust. 4, który reguluje rozpowszechnianie audycji mogących zagrażać psychicznemu rozwojowi dzieci i młodzieży.

Zmiany proponowane w odniesieniu do publicznych spółek radiofonii i telewizji mają na celu stworzenie warunków dla ewentualnych reform wewnętrznych TVP S.A. w zakresie suwerennych decyzji władz tej spółki (zmiana w art. 64), a także rozwoju działalności, np. poprzez tworzenie i rozpowszechnianie innych programów niż wymienione w ustawie. Możliwości takie rodzą się wraz z wprowadzaniem techniki cyfrowej. Ewentualne uruchamianie przez nadawców publicznych satelitarnych i tematycznych programów o charakterze komercyjnym zalecane jest np. w Rezolucji nr 1 Ministerialnej Konferencji Rady Europy na temat polityki w dziedzinie masowego komunikowania (Praga, 7-8 grudnia 1994 r.), jako sposób na uzupełnianie przychodów potrzebnych dla sfinansowania podstawowej, niekomercyjnej działalności programowej.

W związku z wykładnią Trybunału Konstytucyjnego, dotyczącą art. 28 ustawy, zaistniała potrzeba jednoznacznego określenia zasad odwoływania członków rad nadzorczych, przy zastosowaniu zasad chroniących niezależność tych gremiów.

Pewnego uzupełnienia wymagają również przepisy regulujące postępowanie koncesyjne. Zmiany zaproponowane w art. 34 wprowadzają nowy tryb postępowania w sprawie rozszerzenia zasięgu rozpowszechniania programu, zaś nowy ust. 4 w art. 36 reguluje postępowanie w sprawie ponownego wydania koncesji.

Istotna zmiana wiąże się z propozycją rozluźnienia ograniczeń kapitałowych, jakim poddani są inwestorzy zagraniczni, poprzez podniesienie górnej granicy ich zaangażowania z 33% do 49% (art. 35 ust. 2). Przesłanki tej propozycji są następujące:

- powstanie silnych nadawców polskich o mocnej pozycji na rynku zarówno w zakresie komercyjnej radiofonii, jak i telewizji;
- obserwowane przez KRRiT wyczerpywanie się polskiego kapitału inwestycyjnego w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- zjawisko rezygnowania nadawców zagranicznych z podejmowania działalności na terytorium Polski ze względu na ograniczenie kapitałowe i przenoszenie siedziby za granicę. W efekcie gospodarka i budżet polski tracą miejsca pracy, podatki i opłaty, które zostałyby wniesione przez te podmioty, jak również inwestycje w polską produkcję audiowizualną, do których nadawcy byliby zobowiązani, gdyby obowiązywały ich wymogi ustawy o radiofonii i telewizji.

Propozycji tej towarzyszą inne działania KRRiT (patrz poniżej), zmierzające do uzyskania instrumentów zapobiegania nierównej konkurencji nadawców zagranicznych z krajowymi.

Z tą sprawą wiąże się też propozycja przywrócenia ustawowej możliwości kontroli zmian kapitałowych z udziałem podmiotów zagranicznych w spółkach posiadających koncesje na rozpowszechnianie programów (art. 40a).

Projektowane zmiany ustawy zmierzają do szerszego uwzględnienia możliwości, jakie stwarza cyfrowa technika produkcji i rozpowszechniania programów, integracja usług w sieciach telekomunikacyjnych oraz wykorzystanie częstotliwości przeznaczonych na rozpowszechnianie programów do świadczenia innych usług. Z tego też względu w art. 39 proponuje się objęcie zezwoleniami przewodniczącego KRRiT, wydawanymi na podstawie uchwał KRRiT, przekazów tekstowych nadawcy, przekazów tekstowych podmiotu innego niż nadawca, programów rozpowszechnianych w sieciach kablowych, zawierających wyłącznie telesprzedaż, programów rozpowszechnianych w języku obcym z terenu Rzeczypospolitej Polskiej, przeznaczonych dla odbiorców za granicą, przekazów nie stanowiących programu, rozpowszechniania do powszechnego odbioru informacji, nie stanowiących programu, za pomocą częstotliwości przeznaczonej do rozpowszechniania programu. Natomiast wykorzystanie tych częstotliwości do świadczenia innych usług telekomunikacyjnych wymagałoby uzgodnienia z przewodniczącym KRRiT dokonywanego przez organ udzielający zezwolenia na świadczenie tych usług.

Proponuje się także ustanowienie rezerwy finansowej z wpływów z opłat abonamentowych za używanie odbiorników w celu finansowania szczególnie istotnych zadań programowych (art. 50 ust. 1).

Obecne przepisy dotyczące sankcji za naruszenie ustawy okazały się mało precyzyjne. Dlatego proponuje się zmianę sposobu ustalania maksymalnej wysokości kary finansowej orzekanej na podstawie art. 54 ust. 1.

W związku z problemami prawnymi, jakie powstają w zakresie wykorzystywania zbiorów programowych pozostałych po dawnej p.j.o. Polskie Radio i Telewizja oraz innych państwowych strukturach radiowo-telewizyjnych, proponuje się jednoznaczne określenie zakresu uprawnień przysługujących nadawcom publicznym do przedmiotów i praw na dobrach niematerialnych, składających się na te zbiory (art. 3 projektu nowelizacji).

Istotną rolę w funkcjonowaniu ustawy odgrywa prawotwórcza działalność Krajowej Rady oparta na upoważnieniach ustawowych. Zmienność form działalności radiowo-telewizyjnej, szybki rozwój techniki, nowe inicjatywy w zakresie komercyjnego wykorzystywania czasu emisyjnego wymagają nowych rozwiązań legislacyjnych.

Stąd w przypadku znowelizowania ustawy o radiofonii i telewizji zmian wymagałyby dotychczas wydane rozporządzenia Krajowej Rady, m.in. w zakresie:

1. minimalnego udziału audycji producentów krajowych w programach radiofonicznych i telewizyjnych,
2. zasad działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji,
3. szczegółowych zasad rozpowszechniania przez radio i telewizję audycji, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu lub fizycznemu rozwojowi dzieci i młodzieży,
4. zawartości wniosku oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach koncesyjnych,
5. udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych i telewizyjnych,
6. opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych i telewizyjnych.

W związku z upoważnieniami zawartymi w nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, konieczne byłoby również wydanie nowych rozporządzeń Krajowej Rady w zakresie:

1. minimalnego udziału w programie audycji wytworzonych przez producentów europejskich,

2. wymogów dotyczących udziału w programie audycji produkcji krajowej oraz audycji producentów niezależnych /.../,
3. zasad kwalifikowania audycji radiowych i telewizyjnych jako produkcji krajowej oraz audycji producentów niezależnych,
4. dopuszczalnego wymiaru czasowego reklam i telesprzedazy w programach publicznej radiofonii i telewizji,
5. zasad sponsorowania audycji radiowych i telewizyjnych,
6. sposobów utrwalania i przechowywania audycji przez nadawców,
7. zakresu wymogów produkcji dla programów rozprowadzanych w sieciach kablowych przeznaczonych przez nadawców zagranicznych dla odbiorców w kraju.

Rozwój i zmiany sytuacji na rynku audiowizualnym tworzyć będą w przyszłości potrzebę dalszych zmian w prawnej regulacji tego rynku, dotyczące m.in. dopuszczalnych granic koncentracji kapitału w mediach, wprowadzenia kategorii nadawców społecznych, uchwalenia ustawy o reklamie, regulacji powstających sieci i porozumień nadawców. Osobną dziedziną będą zmiany przepisów wynikające z postępu technicznego (patrz rozdział V).

C. Wpływ orzecznictwa NSA na działalność KRRiT

Wiele uchwał i decyzji KRRiT jest przedmiotem skarg do Naczelnego Sądu Administracyjnego.

W okresie sprawozdawczym zapadły m.in. następujące wyroki:

- **19 stycznia 1996 r. - uznanie skargi pana M. Kaczmarka na decyzję odmawiającą udzielenia mu koncesji oraz uchylenie koncesji Radiu Konin.**

M. Kaczmarek podnosił w skardze, że odmowa udzielenia mu koncesji była niezgodna z prawem, ponieważ w chwili podjęcia uchwały Krajowa Rada dysponowała kilkoma częstotliwościami, a rozdysponowała tylko jedną. NSA rozpoznając sprawę stwierdził, że zaskarżona decyzja narusza przepisy procedury administracyjnej, gdyż organ koncesyjny nie wyjaśnił i nie zbadał dokładnie wszystkich okoliczności sprawy. Krajowa Rada po ponownym rozpatrzeniu sprawy wydała decyzję odmawiającą udzielenia koncesji M. Kaczmarkowi.

- **13 marca 1996 r. - uznanie skargi spółki INFORADIO na decyzję odmawiającą udzielenia koncesji.**

Inforadio - spółka z o.o. zaskarżyła decyzję Przewodniczącego KRRiT w sprawie odmowy udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego, domagając się jej uchylenia z powodu naruszenia przepisów prawa materialnego i procesowego. NSA stwierdził, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła uchwałę nr 23/94 z dnia 29 kwietnia 1994 r. o udzieleniu koncesji spółce Inforadio. Przewodniczący KRRiT uchwały tej nie wykonał i nie wydał decyzji w tej sprawie. KRRiT natomiast podjęła drugą uchwałę, nie odnosząc się do swego pierwszego rozstrzygnięcia w sprawie wniosku koncesyjnego strony skarżącej, odmawiając jej udzielenia koncesji. NSA stwierdził, iż uchwała KRRiT jest aktem skierowanym do Przewodniczącego KRRiT wiążącym zarówno jego, jako organ wydający koncesję, jak i samą Radę. Zdaniem sądu uchwała KRRiT nie jest aktem należącym wyłącznie do wewnętrznej sfery działania Krajowej Rady, nie wywołującym żadnych

skutków na zewnątrz. NSA ponadto podkreślił, że uchwała KRRiT zobowiązująca Przewodniczącego do wydania decyzji o treści jej odpowiadającej rodzi po stronie wnioskodawcy prawo domagania się od Przewodniczącego wydania takiej decyzji. Wskazane fakty i okoliczności stały się podstawą do wydania w/w wyroku. KRRiT po ponownym rozpatrzeniu sprawy z uwzględnieniem stanowiska NSA w zakresie charakteru uchwał KRRiT, podjęła uchwałę o przyznaniu koncesji INFORADIO spółka z o. o., a Przewodniczący KRRiT wydał stosowną decyzję koncesyjną.

- 4 kwietnia 1996 r. - uznanie skargi Przedsiębiorstwa Handlowo-Usługowego UNI-BEST w Łodzi na decyzję odmawiającą udzielenia koncesji oraz uchylenie decyzji koncesyjnej Radiu Manhattan, Radiu Classic, Radiu Kiks z siedzibą w Łodzi.

W uzasadnieniu skargi skarżący podniósł zarzuty dotyczące:

- braku uzasadnienia faktycznego w decyzji odmawiającej udzielenia koncesji,
- sprzeczności w ustaleniach faktycznych z zebrany materiałem dowodowym,
- naruszenia zasady jawności postępowania przez odmowę udostępnienia akt.

Przewodniczący KRRiT wniósł o oddalenie skargi stwierdzając, że:

- odmowa udzielenia koncesji spółce „UNI-BEST” znajdowała uzasadnienie w materiale dowodowym sprawy,
- treść § 3 rozporządzenia KRRiT z dnia 2 czerwca 1993 r. w sprawie zawartości wniosku oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji (Dz. U. Nr 52, poz. 244) wyłącza w postępowaniu koncesyjnym działanie art.75§1 k.p.a., mówiącego o prawie przeglądania akt.

Po ponownym rozpoznaniu sprawy z uwzględnieniem stanowiska NSA odnośnie popełnionych uchybień proceduralnych, KRRiT podjęła uchwałę o przyznaniu koncesji Radiu Manhattan”, „Radiu Kiks”, „Radiu Classic”, na podstawie której przewodniczący wydał decyzje koncesyjne.

- 24 maja 1996 r. - uchylenie decyzji w sprawie odmowy udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego „Eko-Biznes”.

Skarga została oparta na zarzucie naruszenia przepisu art. 33 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji, polegającym na niewykonaniu przez organ koncesyjny bezwzględnie go wiążącej uchwały KRRiT z dnia 13 maja 1994 r. i oparcie rozstrzygnięcia na uchwale późniejszej. Przewodniczący KRRiT wniósł o oddalenie skargi, gdyż wydanie decyzji w oparciu o uchwałę KRRiT z dnia 22 grudnia 1994 r. mimo istnienia wcześniejszej uchwały, dotyczącej tego samego przedmiotu, nie stanowiło naruszenia prawa. Zgodnie z ogólnymi zasadami wykładni akt tej samej rangi wydany później, a zawierający postanowienia o treści sprzecznej z aktem wcześniejszym, uchyla go w całości lub w odpowiedniej części.

Po ponownym rozpoznaniu sprawy i uwzględnieniu stanowiska NSA, dotyczącego charakteru prawnego uchwał KRRiT, przewodniczący ponownie wydał decyzję o odmowie udzielenia koncesji „Radiu Eko - Biznes”.

- 13 czerwca 1996 r. - uznanie skargi Niezależnej Telewizji Polskiej PLUS S.A., Prywatnej Telewizji Katowice, Prywatnej Telewizji Rzeszów, Prywatnej Telewizji Telepol, Prywatnej Telewizji Bydgoszcz, Prywatnej Telewizji „Morze” w Szczecinie, „TW” Warszawa, Prywatnej Telewizji Olsztyn, Prywatnej Telewizji Kraków, Prywatnej Telewizji „Neptun” Gdynia, Prywatnej Telewizji Łódź, Prywatnej Telewizji „Echo”

Wrocław na decyzję odmawiającą udzielenia koncesji oraz uchylenie koncesji Canal + i Telewizji Wisła.

Strona skarżąca podniosła następujące zarzuty:

- nieważność decyzji z przyczyn określonych w art. 156 § 1 pkt 2 k.p.a. przez przydzielenie Polskiej Korporacji Telewizyjnej częstotliwości nie objętych jej wnioskiem koncesyjnym,
- przyczynianie się do tworzenia monopolu na rynku mediów i ograniczanie konkurencji,
- wydanie decyzji na podstawie uchwały, której forma uchybiała wymogom określonym w art.35 ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji,
- uchybienia zasadzie jawności postępowania przez wydanie decyzji w czasie zawieszenia postępowania koncesyjnego oraz nieinformowania stron o jego przebiegu, w tym o zmianach okoliczności faktycznych i prawnych, mających wpływ na treść rozstrzygnięcia.

Przewodniczący KRRiT wniósł o oddalenie skargi, ponieważ:

- Polska Korporacja Telewizyjna ubiegała się o koncesję na rozpowszechnianie programu ogólnokrajowego, zaś część techniczna wniosku, m. in. lokalizacja stacji jest kwestią wtórną wniosku. Brak jest przepisów zakazujących dokonywania zmian w tym zakresie;
- zarzut tworzenia monopolu na rynku mediów pozbawiony jest podstaw prawnych, gdyż ustawa antymonopolowa dotyczy podmiotów gospodarczych i nie stosuje się jej do organów wydających koncesje;
- uchwały KRRiT mają wyłącznie charakter aktów wewnętrznych i mogą być podejmowane w różnych stadiach postępowania. Poszczególne uchwały stopniowo ukierunkowują postępowanie do ostatecznego rozstrzygnięcia;
- zaskarżone decyzje zostały szczegółowo uzasadnione tak w części odmawiającej, jak i udzielającej koncesji.

Po ponownym rozpoznaniu sprawy i po uwzględnieniu uwag NSA odnośnie popełnionych uchybień proceduralnych, KRRiT podjęła uchwałę o ponownym przyznaniu koncesji Telewizji Canal + i Telewizji Wisła. Przewodniczący wydał stosowną decyzję koncesyjną.

- 20 czerwca 1996 r. - odrzucenie skargi Stowarzyszenia Polskiej Prywatnej Radiofonii na odmowę wszczęcia postępowania w sprawie stwierdzenia nieważności koncesji Radia RMF FM w Krakowie.

Stowarzyszenie Polskiej Prywatnej Radiofonii zaskarżyło postanowienie Przewodniczącego KRRiT z dnia 27 marca 1995 r. odmawiające wszczęcia postępowania w sprawie stwierdzenia nieważności koncesji nr 4 dla Radia RMF FM w Krakowie. W skardze podniesiono, że zaskarżone postanowienie Przewodniczącego KRRiT jest decyzją, a nie postanowieniem. NSA stwierdził, że zaskarżone postanowienie dotyczy odmowy wszczęcia postępowania administracyjnego na żądanie organizacji społecznej. Skarga na postanowienie została wniesiona do sądu przed wejściem w życie ustawy z dnia 11 maja 1995 r. o Naczelnym Sądzie Administracyjnym. Stosownie zaś do art. 196 § 3 k.p.a. w brzmieniu nadanym przez ustawę z dnia 24 maja 1990 r., skarga do NSA przysługiwała wyłącznie na postanowienia enumeratywnie wymienione w tym przepisie. Z treści tego artykułu bezspornie wynika, że postanowienie o odmowie wszczęcia postępowania na żądanie organizacji społecznych nie podlegały NSA. Z tych względów odrzucono skargę.

- 9 września 1996 r. - uchylenie decyzji Przewodniczącego KRRiT Nr 36/95 o odmowie udzielenia koncesji Telewizji Niezależnej Lublin na rozpowszechnianie regionalnego programu telewizyjnego.

Telewizja Niezależna Lublin w swej skardze wniosła o stwierdzenie nieważności powyższej decyzji, ewentualnie jej uchylenie. Zdaniem strony skarżącej decyzja ta została wydana częściowo na podstawie kryteriów nie przewidzianych w ustawie o radiofonii i telewizji. NSA stwierdził, że skarga zasługuje na uwzględnienie. Stwierdził, że KRRiT odmawiając stronie skarżącej udzielenia koncesji, nie sprecyzowała jednoznacznie kryteriów, jakimi się kierowała, ani też nie podała w niej pełnego uzasadnienia. Przesłanki te stały się podstawą do uwzględnienia skargi i uchylenia zaskarżonej decyzji.

- 2 października 1996 r. - oddalenie skargi Niezależnej Telewizji Lublin na decyzję Przewodniczącego KRRiT Nr 37/95 w przedmiocie odmowy udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego.

Telewizja Niezależna Lublin zaskarżyła tę decyzję zarzucając, iż została wydana częściowo na podstawie kryteriów nie przewidzianych w ustawie o radiofonii i telewizji oraz wniosła o stwierdzenie nieważności lub jej uchylenie. Sąd stwierdził, że wniosek koncesyjny strony skarżącej został prawidłowo rozpatrzony przez Krajową Radę, a decyzja Przewodniczącego Krajowej Rady nie zawiera uchybień, które dawałyby podstawę do jej uchylenia i z tych względów oddalono skargę.

- 6 spraw jest w toku przed Naczelnym Sądem Administracyjnym.

Orzecznictwo NSA pełni istotną rolę w działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Pozwoliło ono na wyjaśnienie szeregu problemów, powstających na tle właściwej interpretacji przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, związanych m.in. z:

- realizacją zasady równego traktowania stron,
- jawnością postępowania,
- uprawnieniami KRRiT w zakresie wszczęcia postępowania koncesyjnego i rozstrzygnięcia o jego wynikach (doprecyzowanie treści ogłoszeń wydawanych na podstawie art. 34 ustawy o radiofonii i telewizji, rozstrzygnięcie charakteru prawnego uchwał KRRiT, dopuszczalny zakres modyfikacji wniosków koncesyjnych).

Rozstrzygnięcia NSA przyczyniły się w szczególności do określenia warunków, zachowania wymaga realizacja **zasady jawności i równego traktowania stron postępowania**. Jawności służy zarówno procedura udzielania koncesji przewidziana w ustawie o radiofonii i telewizji, jak też podporządkowanie jej przepisom kodeksu postępowania administracyjnego. Wynikający z art. 34 ust.1 ustawy obowiązek publikacji ogłoszenia o możliwości uzyskania koncesji oznacza, że przedmiot postępowania - ilość i rodzaj częstotliwości lub kanałów przeznaczonych do rozdysponowania i ich lokalizacja - jest jawny. Wszyscy konkurenci, biorący udział w postępowaniu, muszą być znani. Opublikowana lista wnioskodawców oprócz wykazu podmiotów, które złożyły wnioski o przyznanie koncesji, powinna zawierać informację o tym, jakie są poszczególne żądania. Organ koncesyjny jest ponadto związany swoją publiczną ofertą wolnych częstotliwości i kanałów. Oznacza to obowiązek „rozdysponowania koncesji, o których wcześniej poinformował, pomiędzy wnioskodawców, którzy złożyli wnioski w odpowiednim terminie i zostali umieszczeni na liście podanej do publicznej wiadomości” (wyrok NSA z dnia 4 kwietnia 1996 r. II SA 676-678/95 oraz z dnia 13 czerwca 1996 r. II SA 283-284 i 338-349/95).

Zasada jawności postępowania wymaga również, by o wszystkich dopuszczalnych przez przepisy prawa modyfikacjach wniosków koncesyjnych byli poinformowani inni wnioskodawcy zainteresowani tymi zmianami.

Naczelny Sąd Administracyjny wskazuje na wagę **podporządkowania postępowania koncesyjnego przepisom procedury administracyjnej** i wynikające stąd nadanie ostatecznemu rozstrzygnięciu formy decyzji w rozumieniu art. 104 k.p.a. Obligatoryjnym składnikiem każdej decyzji administracyjnej, w tym również dotyczącej koncesji, jest uzasadnienie faktyczne, obejmujące ujawnienie motywów, jakimi organ koncesyjny kierował się w swoim wyborze. Organ koncesyjny ma obowiązek wskazania faktów, które uznał za udowodnione, dowodów, na których się oparł i przyczyn, z jakich odmówił wiarygodności innym dowodom.

NSA podkreśla znaczenie gwarancji zasady równego traktowania podmiotów, ubiegających się o koncesję. Najistotniejszy wydaje się tu **obowiązek rozpatrzenia w ramach jednego postępowania wszystkich złożonych w terminie wniosków**, jeżeli ich liczba przekracza istniejące możliwości rozdysponowania częstotliwości i kanałów. Rozstrzygnięcie spraw, dotyczących tego samego rodzaju koncesji powinno więc w takim przypadku nastąpić jedną decyzją administracyjną.

Zasada równych szans oznacza także ściśle przestrzeganie zakazu modyfikacji wniosku w części dotyczącej rodzaju programu, określonego przez zasięg nadawania (lokalny, regionalny, ogólnokrajowy) i liczbę wykorzystywanych stacji nadawczych. Rozszerzenie żądania w stosunku do pierwotnie zgłoszonego, dokonane po terminie, odnośnie skutków prawnych, należy traktować tak samo jak późniejsze zgłoszenie nowego żądania przez ten sam lub nowy podmiot (wyrok NSA z dnia 13 czerwca 1996 r. I I SA 283-284 i 338-349/95). Bardzo istotne są także uwagi NSA, dotyczące charakteru prawnego uchwał KRRiT w przedmiocie koncesji. Uchwały powyższe nie są decyzją administracyjną w rozumieniu kodeksu postępowania administracyjnego, nie wywołują więc bezpośrednich skutków prawnych w sferze uprawnień i obowiązków poszczególnych wnioskodawców. Nie rozstrzygają sprawy co do istoty i nie kończą postępowania koncesyjnego, co nie oznacza, że stanowią akt należący tylko do wewnętrznej sfery działania Rady bez wywoływania skutków na zewnątrz. Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji ma obowiązek wydania decyzji zgodnej z uchwałą, co więcej, wnioskodawca może się domagać stosownego rozstrzygnięcia. Uchwała wiąże także KRRiT i nie może być dowolnie zmieniana (wyrok z dnia 24 maja 1996 r. II S.A 1069/95).

D. Kontrola przestrzegania prawa i warunków koncesji przez nadawców: problemy i perspektywy

Zadania kontrolne Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji realizowane są z zastosowaniem instrumentów przewidzianych w ustawie o radiofonii i telewizji.

Środki kontroli są ograniczone, ale zakres kontroli obejmuje wszelkie okoliczności dotyczące zgodności działania nadawcy z przepisami ustawy, z przepisami wydanymi na podstawie ustawy oraz warunkami określonymi w decyzji koncesyjnej.

Nieprzestrzeganie przez prywatnych nadawców zapisów koncesji jest zjawiskiem dość częstym. **Dotyczy to m.in. wymogów zobowiązujących nadawców (spółki z o.o. i akcyjne) do powiadamiania KRRiT o zmianach dokonanych w ich strukturze kapitałowej oraz wchodzeniu w struktury kapitałowe innych podmiotów prowadzących działalność w zakresie mediów** (przepisy ustawy o radiofonii i telewizji oraz prawa

prasowego i konieczność zapewnienia przejrzystości rynku medialnego wymagają, by zarówno odpowiednie instancje, jak i opinia publiczna wiedziały kto jest nadawcą programu).

Słabe zaplecze finansowe większości koncesjonariuszy oraz osiąganie przez nich niższych dochodów od planowanych powoduje, że często popadają oni w zadłużenie, którego nie są w stanie obsługiwać. Sytuacja taka powoduje konieczność pozyskiwania obcego kapitału (poprzez sprzedaż udziałów) i ratowanie spółki przed upadłością. Koncesjonariusze nie przekazują Radzie o tym informacji, bądź informują o zaistniałych zmianach wówczas, gdy sytuacja finansowa i prawna jest już bardzo trudna i upoważnia KRRiT do wszczęcia postępowania o cofnięcie koncesji. Zjawisko to narasta w z upływem czasu.

KRRiT częściej dowiaduje się o takich sytuacjach z informacji prasowych, niż od samych koncesjonariuszy. Dlatego KRRiT przewiduje prowadzenie szczegółowej kontroli struktur kapitałowych oraz sytuacji ekonomiczno-finansowej nadawców koncesjonowanych.

Nadawcy radiowi i telewizyjni tworząc swój program są zobowiązani do respektowania zapisów ustawy o radiofonii i telewizji, wynikających zeń rozporządzeń Krajowej Rady oraz odpowiednich zapisów prawa prasowego, prawa autorskiego i praw pokrewnych. Na Krajowej Radzie spoczywa obowiązek prowadzenia kontroli i monitoringu pod kątem respektowania tych obowiązków. Wielość elementów, które powinny być poddawane kontroli oraz indywidualny, a zarazem szczegółowy charakter obligacji koncesyjnych, utrudnia stałą, bieżącą kontrolę działalności programowej nadawców.

Kontrolą programową prowadzoną przez Krajową Radę objęci są wszyscy nadawcy, niezależnie od statusu prawnego oraz zasięgu nadawania programu. Tak znacząca liczba podmiotów monitoringu powoduje ograniczenia w częstotliwości i zakresie prowadzonych analiz. W dotychczasowym systemie monitoringu nadawców koncesjonowanych dominowały **kontrole o charakterze interwencyjnym**. Działania kontrolne podejmowane były w przypadku domniemania przekroczenia prawa, w reakcji na składane w Krajowej Radzie skargi instytucji i osób prywatnych. Innym rodzajem postępowania kontrolnego było stwierdzenie zgodności z prawem emitowanego programu, w ramach toczącej się procedury koncesyjnej.

Dotychczas przeprowadzone analizy programów pod kątem realizacji zobowiązań prawnych nie wykazały rażących naruszeń zapisów ustawowych lub znaczącego niedopełnienia zobowiązań koncesyjnych. Jednak rozstrzygnięcie, czy nadawca stosuje się do zapisów koncesyjnych, nie jest obecnie w pełni możliwe: niewystarczający udział niektórych parametrów ilościowych w monitorowanej próbie (najczęściej obejmującej tygodniowe nagranie programu stacji) nie może bowiem świadczyć o niedopełnieniu obowiązków prawnych, np. w sytuacji, gdy limity odnoszą się do rocznego okresu działalności. Tak więc stosując system monitoringu przez krótszy okres można jedynie zaobserwować pewne tendencje programowe, bliższe lub dalsze zobowiązaniom prawnym. **Sytuacja ta mogłaby ulec zmianie poprzez ustawowe zmniejszenie okresu rozliczeniowego np. do miesiąca**. Przedłożony przez KRRiT projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji zawiera takie rozwiązanie.

Kontrola publicznego radia i telewizji miała dotychczas charakter cykliczny, częściowo również przebiegała w powiązaniu z kalendarzem wydarzeń politycznych i społecznych. Do najczęściej poddawanych kontroli pod kątem zgodności przestrzegania zapisów ustawowych o rzetelności informowania, należą serwisy informacyjne oraz cykliczne programy publicystyczne emitowane przez TVP S.A. Monitoring tych pozycji programowych był podejmowany systematycznie raz do roku od początku istnienia Krajowej Rady. Kontrola przypadła zazwyczaj na okres kampanii wyborczych (parlamentarna, samorządowa, prezydencka) lub w innych newralgicznych okresach (ostatnio np. podczas zmian

personalnych w kierownictwie spółki oraz po wprowadzeniu nowej ramówki). Radio publiczne było monitorowane również pod tym kątem, choć w ograniczonym zakresie.

Przyszłością dla stworzenia skutecznego systemu kontroli zobowiązań prawnych nadawców w dziedzinie tworzenia programu są rozwiązania systemowe. Typ kontroli powinien być uzależniony od charakteru nadawcy - **ciągły dla mediów publicznych oraz selektywny lecz jednocześnie systematyczny dla stacji działających na podstawie koncesji**. Powtarzalność prac (objęcie zamkniętym cyklem wybranych elementów poddawanych monitoringowi) stwarza możliwości obserwowania dynamiki działalności programowej nadawców, porównywania stopnia zgodności emitowanych treści programowych z obligacjami prawnymi i dostrzegania ewentualnych tendencji do uchybień i przekroczeń prawnych u danego nadawcy.

Obraz nadawcy powinien powstawać z połączenia informacji płynących z różnych źródeł (efekty analiz materiału poemisyjnego oraz sprawozdawczości programowej prowadzonej według wzorów ustalonych przez Krajową Radę, wyniki badań społecznej recepcji programów). Uzupełnienie obrazu mogłyby stanowić informacje o incydentalnych zjawiskach programowych odnotowanych w monitoringu interwencyjnym.

Z dotychczasowych doświadczeń monitoringu programowego **wynika konieczność stworzenia odrębnego systemu kontroli nadawców publicznych, ze względu na ich szczególne zobowiązania. Kontrola wypełniania przez TVP S.A. i PR S.A. misji mediów publicznych wymaga stosowania odmiennych metod analiz jakościowych i ilościowych; powinna mieć charakter bieżący.**

Ze względu na liczbę nadawców koncesjonowanych ta grupa powinna zostać objęta monitoringiem o charakterze systemowym, lecz przy zachowaniu zasady selektywności i cykliczności. Istotne wydaje się w tym przypadku kontrolowanie regionalnych rynków mediów poprzez monitoring wszystkich podmiotów na danym terenie. Porównanie programów tworzonych w warunkach konkurencji pozwoliłoby na bardziej wnikliwą ocenę uwzględniającą warunki zewnętrzne działalności nadawców.

Osobną sferą kontroli działalności nadawców jest **kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej**. Kontrola ta wykazuje częste występowanie nieprawidłowości:

- nieprawidłowe oznaczanie reklam i ogłoszeń,
- nieprawidłowe oznaczenie sponsora,
- nieprawidłowe prowadzenie ewidencji reklam i audycji sponsorowanych,
- reklama napojów alkoholowych,
- brak archiwizacji wyemitowanego programu,
- sponsorowanie audycji przez osobę, której główna działalność polega na sprzedaży towarów, których reklama jest zakazana,
- eksponowanie produktów sponsora audycji w czasie jej trwania,
- nieprawidłowe prowadzenie ewidencji reklam i audycji sponsorowanych,
- przekroczenie dopuszczalnego czasu nadawania reklam,
- przerwanie programu w celu nadania reklamy przed upływem 20 min. trwania audycji,
- sponsorowanie dzienników,
- reklama salonu gry bingo.

W 1996 r. **stwierdzono uchybienia u 79% skontrolowanych nadawców**, co wynika raczej z pewnej beztroski, nieznajomości przepisów, czy też z nieprzywiązywania do ich przestrzegania należytej wagi. Małe stacje komercyjne nie posiadają dostatecznej wiedzy o przepisach dotyczących reklamy i sponsoringu. Rozpatrzyć trzeba możliwości i celowość zorganizowania szkolenia, bądź seminarium dla osób odpowiedzialnych za tę część działalności nadawców.

E. Perspektywy objęcia polską jurysdykcją nadawców zagranicznych adresujących programy do polskiej widowni

Perspektywy objęcia kontrolą polskojęzycznych programów zagranicznych retransmitowanych w sieciach kablowych trudno ocenić w sposób całkowicie jednoznaczny, albowiem istnieją rozbieżności w opiniach ekspertów, dotyczące zakresu ograniczeń wynikających z umów międzynarodowych.

Art. 44 ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji zawiera upoważnienie dla Krajowej Rady do określenia zakresu wymogów art. 15 ustawy o radiofonii i telewizji dotyczących udziału produkcji krajowej, audycji producentów innych niż nadawca oraz audycji producentów europejskich w programach telewizyjnych rozprowadzanych w sieciach kablowych, przeznaczonych przez nadawców zagranicznych dla odbiorców w kraju.

Wykonanie tego upoważnienia umożliwiłoby kontrolę zawartości programów kierowanych z zagranicy do odbiorców krajowych pod względem pochodzenia zawartych w nich audycji. Kontrola byłaby skierowana na treść programu, a w przypadku stwierdzenia, iż określony program nie spełnia wymogów ustalonych przepisem rozporządzenia, Przewodniczący KRRiT mógłby wydawać decyzje zakazujące jego rozprowadzania w sieciach kablowych.

Wykorzystanie omawianego upoważnienia napotyka na ograniczenia wynikające z Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej. Przy rozważaniu możliwości wykorzystania upoważnienia, należy także rozważyć skutki takiego kroku dla wykonania zobowiązań podjętych w związku z przystąpieniem do OECD oraz uczestnictwem w jednolitej polityce medialnej Unii Europejskiej, co jest związane z respektowaniem treści Dyrektywy z 1989 r. „O telewizji bez granic”.

Europejska Konwencja w art. 4 stanowi, że strony **nie będą ograniczać retransmisji na swych terytoriach usług programowych zgodnych z warunkami Konwencji**. Definicja pojęcia retransmisji użytego w Konwencji odpowiada dokładnie pojęciu rozprowadzania użytego w ustawie o radiofonii i telewizji. Oznacza to, że Polska zobowiązała się nie ograniczać rozprowadzania programów spełniających minimalne wymogi określone Konwencją.

Upoważnienie z art. 44 ust.6 ustawy o radiofonii i telewizji uprawnia do określenia wymogów programowych, a w zestawieniu z art. 45 ust. 2 pkt. 1 uprawnia do zakazania rozprowadzania programów, które takich wymogów nie spełniają. W Konwencji nie ma przepisów umożliwiających ustanowienie kwot produkcji krajowej, nie ma również podstawy do egzekwowania kwot produkcji niezależnej pochodzenia krajowego. Konwencja przewiduje jedynie uwarunkowany różnymi okolicznościami obowiązek przeznaczenia większości czasu emisyjnego na emisję dzieł europejskich (art. 10 ust. 1).

Polska ratyfikowała również szereg umów międzynarodowych gwarantujących każdej jednostce prawo do otrzymywania i przekazywania informacji oraz idei wszelkimi środkami, bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice (Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych, Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności). Postanowienia te stosuje się do radia i telewizji. Większość postanowień dotyczących tych praw obwarowana jest jednak pewnymi warunkami, które umożliwiają interwencję państwa ze względu na istotne interesy publiczne i w praktyce mają one głównie gwarantować wolność indywidualnego odbioru programów. Najdalej idące ograniczenia co do możliwości ingerowania w retransmisję programów telewizyjnych zawiera art. 10 Konwencji o Ochronie

Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, do którego odwołuje się zresztą Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej .

W świetle powyższych uwarunkowań ograniczenia dotyczące wykorzystania art. 44 ust. 6 przedstawiają się następująco.

- 1) W stosunku do nadawców, którzy rozpowszechniają swoje programy z terenu państw nie będących członkami Rady Europy ani Unii Europejskiej, istnieje możliwość ustanowienia wymogów programowych w pełnym zakresie. W stosunku do tych nadawców ustanowienie wymogu dotyczącego kwoty audycji europejskich jest jedynym środkiem umożliwiającym wywiązanie się ze zobowiązania zawartego w art. 5 ust. 3 Konwencji, który przewiduje egzekwowanie wymogów konwencyjnych przez władze państwa, na terenie którego następuje retransmisja, w przypadku gdy program nadawany jest z państwa nie będącego stroną Konwencji.
- 2) W stosunku do programów nadawanych z państw należących do Rady Europy i Unii ustanowienie i egzekwowanie kwoty produkcji krajowej oraz produkcji niezależnej może prowadzić do naruszenia art. 4 Konwencji. W przypadku kwoty produkcji europejskiej obowiązek zawarty w Konwencji oraz prawo wewnętrzne pokrywają się. Mimo, że Konwencja wprowadza kwotę produkcji europejskiej, egzekucja tej kwoty następuje jednak nie w drodze działań państwa, w którym następuje retransmisja, lecz poprzez władze państwa, w którym następuje nadawanie programu. Konwencja jednoznacznie zakazuje jednostronnego zawieszania retransmisji programu z powodu naruszenia przepisów o kwocie europejskiej (art. 24 ust. 4). Wyklucza to możliwość bezpośredniego oddziaływania władz polskich w stosunku do operatora sieci kablowej. Pewne nadzieje na możliwość zastosowania środków kontrolnych rysują się w przypadku nadawców, którzy jednoznacznie uciekają się do delokalizacji. Orzecznictwo i praktyka w tej sprawie jest jednak zbyt skąpa, aby umożliwiała wprowadzenie wymogów programowych przez Polskę już obecnie.

Krajowa Rada postanowiła wydać rozporządzenie przewidziane art. 44 ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji, z zastrzeżeniem zgodności działań podejmowanych na jego podstawie a zobowiązaniami prawnymi międzynarodowymi Rzeczypospolitej Polskiej.

Krajowa Rada podjęła również działania, w ramach toczących się w Radzie Europy prac nad nowelizacją Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej, na rzecz wprowadzenia do Konwencji artykułu odnoszącego się do przypadków „delokalizacji”.

Niezależnie od powołanych wyżej uregulowań i standardów międzynarodowych, działalność nadawców adresujących programy do krajów innych, niż te, w których mają siedzibę, z pogwałceniem przepisów kraju, do którego nadają, spotykają się niekiedy w praktyce europejskiej z potępieniem. Art. 16 Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej stwierdza np., że „**reklamy skierowane specjalnie i dość często do widowni jednej ze stron [Konwencji], nie będącej stroną transmitującą, nie powinny stanowić obejścia przepisów o reklamach obowiązujących na terytorium tej strony**”. W innym przypadku, pogwałcenie przepisów o reklamie kraju odbierającego program uważa się za „**wypaczenie konkurencji i zagrożenie systemu telewizyjnego**” tego kraju.

W orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (sprawa TV10 przeciwko Commissariaat voor de Media) oraz Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (sprawa Groppera Radio AG. i inni przeciwko Szwajcarii), można znaleźć przypadki uznania za usprawiedliwione i zgodne z prawem europejskim działań na rzecz ograniczenia retransmisji w sieciach kablowych programów zagranicznych nadawanych przez nadawców, którzy ustanowili siedzibę za granicą w celu ominięcia przepisów kraju, na teren którego nadają („delokalizacja”). Problem ten został odnotowany w proponowanej nowelizacji preambuły do Dyrektywy o „Telewizji bez granic”, powołującej się na fakt, że Europejski

Trybunał Sprawiedliwości „**konsekwentnie stwierdzał, że państwo członkowskie [Unii Europejskiej] ma prawo podejmować kroki przeciwko nadawcy telewizyjnemu, który ustanowił siedzibę w innym kraju członkowskim, ale kieruje całość lub większość swojej działalności na teren pierwszego kraju członkowskiego, jeżeli wybór siedziby został dokonany w celu pominięcia ustawodawstwa, które obowiązywałoby nadawcę, gdyby ustanowiła siedzibę na terytorium pierwszego państwa członkowskiego**”.

Ewentualne wpisanie tego tekstu do preambuły, **nie będzie oznaczać ustanowienia normy prawnie obowiązującej** w państwach członkowskich UE. Ze względu na delikatność sprawy, postanowiono w pracach nad Dyrektywą podnieść problem, ale **nie w sposób wiążący**, upoważniający kraje członkowskie do podejmowania działań. Dlatego w pracach nad nowelizacją Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej pojawiła się inicjatywa - bardzo intensywnie promowana m.in. przez Polskę, ale ciesząca się też poparciem wielu państw zachodnioeuropejskich - wprowadzenia odpowiedniego artykułu do Konwencji jasno definiującego „delokalizację” i prawa państwa, które to zjawisko dotyka.

Sprawa ta jest przedmiotem trwającej od wielu miesięcy burzliwej dyskusji, z powodu zdecydowanego oporu niektórych innych państw-Stron Konwencji przeciwko tej inicjatywie. Trudno w chwili obecnej ocenić szansę powodzenia tych działań.

IV. REALIZACJA OCHRONY PRAW AUTORSKICH I PRAW POKREWNYCH PRZEZ POLSKIE ORGANIZACJE KOLEKTYWNEGO ZARZĄDZANIA PRAWAMI ORAZ POLSKICH NADAWCÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH

Dla uzyskania aktualnego obrazu sytuacji Przewodniczący KRRiT, działając w oparciu o przepis art. 6 ust.2 (w szczególności pkt 4 i pkt 10) ustawy o radiofonii i telewizji, zwrócił się w styczniu 1997 r. do polskich nadawców i organizacji zbiorowego zarządzania o aktualne informacje w sprawie realizacji obowiązków wynikających z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r. Na pismo Przewodniczącego KRRiT nadeszło do końca lutego 1997 r. 13 pisemnych odpowiedzi. Porównanie otrzymanych informacji z podobnymi, uzyskanymi w 1996 r. wskazuje, że m.in. na skutek pewnych potknięć w obowiązującym polskim ustawodawstwie, nieuzasadnionej beczynności ze strony odpowiedzialnych za to organów (w szczególności Ministerstwa Kultury i Sztuki), oraz tendencji monopolistycznych niektórych organów w omawianej kwestii, sytuacja w tej materii jest bardzo skomplikowana.

ZAiKS

ZAiKS proponuje rozpoczęcie rozmów między przedstawicielami KRRiT oraz kierownictwa Stowarzyszenia w celu opracowania zasad współdziałania w zakresie ochrony praw autorskich. Informuje, że:

- spośród 169 koncesji przyznanych przez KRRiT nadawcom radiowym, zawarł z nimi tylko 89 umów licencyjnych,
- stawki licencyjne dla nadawców uzależnione są od procentowego udziału utworów chronionych w ogólnym czasie antenowym i wynoszą od 2% do 6%,
- bez licencji ZAiKS-u nadaje 66 stacji radiowych. Spośród nich 39 negocjuje obecnie z ZAiKS-em, w tym 10 stacji nadających aktualnie program Radia Maryja,
- przeciwko 17 nadawcom ZAiKS prowadzi procesy sądowe. Najnowszy przypadek to Radio Arnet z Gdańska. Przeciwko dalszym 10 nadawcom przygotowywane są pozwy do sądu. W chwili obecnej 14 stacji nie nadaje.
- podobnie jak Radio WaWa, bez umowy z ZAiKS-em nadaje też Radio Maryja, które jednak podjęło ostatnio rozmowy w celu zawarcia tejże umowy.

Spośród 13 nadających stacji telewizyjnych 3 nadawców zawarło umowy licencyjne: Canal +, TV Lubiąż i NTL Radomsko. W przypadku Canal + pomimo zawartej umowy, nie udało się dotychczas ustalić szczegółowych zasad odpłatności na rok 1996 i lata następne.

Negocjacje w sprawie zawarcia umowy licencyjnej prowadzone są z: TV Wisła, TV Niepokalanów, TV Vigor (Gorzów Wielkopolski).

ZAiKS wniósł pozew przeciwko 5 nadawcom telewizyjnym: Sky Orunia (Gdańsk), Bryza (Szczecin), 51 (Zielona Góra), Dolnośląska (Wrocław), Polsat (Warszawa).

Przygotowane są dwie następne sprawy sądowe: TV Aval Jelenia Góra, TV Legnica.

Wszyscy publiczni nadawcy radiowi i telewizyjni mają zawarte umowy ze Stowarzyszeniem Autorów ZAiKS i w sposób zadowalający się z nich wywiązują.

Związek Artystów Scen Polskich

ZASP posiada całkowicie uregulowane stosunki w sferze praw pokrewnych z nadawcami publicznymi, zarówno telewizyjnymi, jak i radiowymi. Dramatycznie natomiast przedstawia się sytuacja z komercyjnymi stacjami radiowymi. ZASP nie ma ani jednej umowy w tym zakresie. Zdaniem ZASP-u Radio WaWa, RMF oraz Radio Zet nie widzą potrzeby zawarcia takiej umowy. Równie źle przedstawia się sytuacja z komercyjnymi nadawcami telewizyjnymi. Zawarto jedynie umowę z Polsatem.

Stowarzyszenie Filmowców Polskich (SFP)

Związek Autorów i Producentów Audiowizualnych (ZAPA)

ZAPA informuje o przebiegu trudnych, przeciągających się negocjacji, zarówno z nadawcami publicznymi (w szczególności z TVP), jak i koncesjonowanymi. Podaje, że TVP S.A.:

- odrzuciła przesłany jej przez SFP i ZAPA projekt umowy generalnej,
- ustosunkowała się negatywnie do roszczeń o wynagrodzenie dla polskich reżyserów filmowych z tytułu nadań audiowizualnych w telewizji,
- zgłasza wątpliwości co do interpretacji zakresu zezwolenia Ministra Kultury i Sztuki udzielonego SFP na zbiorowe zarządzanie prawami do utworów audiowizualnych,
- odmawia wypłaty zaległych, należnych wynagrodzeń od chwili wejścia w życie nowego prawa autorskiego z 1994 r., sugerując jedynie płacenie od chwili podpisania umowy, Canal + oraz Polsat odmawiają podpisania umowy twierdząc, że nie ma ku temu podstaw prawnych.

Związek Stowarzyszeń Artystów Wykonawców - STOART

ZSAW STOART podpisał umowy generalne dotyczące korzystania z podlegających ochronie na podstawie ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych artystycznych wykonawców z następującymi nadawcami publicznymi i koncesjonowanymi:

- Polskie Radio S.A.,
- Radio dla Ciebie - Rozgłośnia Regionalna PR w Warszawie,
- RMF FM - Kraków,
- Telewizja Wisła - Kraków,

- Radio WaWa - Warszawa,
- Radio Plus - rozgłośnia katolicka z siedzibą w Gdańsku.

Na etapie zaawansowanych negocjacji są rozmowy z Radiem Kolor, Radiem Eska i PR S.A. we Wrocławiu. W końcowej fazie negocjacji jest umowa z Telewizją Polską S.A. Z brakiem jakiegokolwiek odzewu spotkały się próby uregulowania stosunków z telewizją Polsat i Canal +. W kontaktach z nadawcami niepublicznymi podnoszony jest fakt, że ciężar obciążenia nadawców prywatnych opłatami na rzecz autorów i kompozytorów reprezentowanych przez ZAiKS jest tak wielki, iż nadawcy balansują na granicy opłacalności i nie posiadają już środków na ponoszenie opłat z tytułu korzystania z praw autorskich i pokrewnych. STOART sygnalizuje problemy z uregulowaniem stosunków z rozgłoszonymi regionalnymi Polskiego Radia, w odróżnieniu od PR S.A. w Warszawie, z którym podpisano umowę w lipcu 1996 r.

Telewizja Polska S.A.

Telewizja publiczna zawarła następujące umowy z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi:

- umowę generalną z dnia 8 listopada 1994 r. ze Związkiem Artystów Scen Polskich, dotyczącą korzystania z artystycznych wykonań aktorów,
- umowę generalną z dnia 30 grudnia 1994 r. ze Stowarzyszeniem Autorów ZAiKS, dotyczącą korzystania z utworów muzycznych, słowno-muzycznych, słownych i choreograficznych,
- umowę z dnia 30 czerwca 1995 r. ze Związkiem Artystów Scen Polskich o zapłatę wynagrodzenia dla odtwórców głównych ról w utworze audiowizualnym z tytułu rozpowszechniania utworów audiowizualnych w kinach, ich najmu i dzierżawy oraz ich publicznego odtwarzania,
- aneks z dnia 1 października 1995 r. do umowy generalnej z dnia 30 grudnia 1994 r. ze Stowarzyszeniem Autorów ZAiKS w sprawie stawek i zasad rozliczania wynagrodzeń za utwory muzyczne, słowno-muzyczne, słowne i choreograficzne należące do kategorii tzw. „wielkich praw”,
- umowę generalną z dnia 8 listopada 1995 r. ze Stowarzyszeniem Polskich Artystów Wykonawców Muzyki Rozrywkowej SAWP i Stowarzyszeniem Twórców Ludowych, dotyczącą korzystania z artystycznych wykonań utworów muzyki rozrywkowej i ludowej.

Jednocześnie na końcowym etapie uzgodnień (ostateczne uzgadnianie umowy generalnej przy ustalonych zasadniczo istotnych postanowieniach umowy) znajdują się negocjacje z:

- Związkiem Producentów Audio-Video ZPAV - na temat umowy generalnej dotyczącej zasad i wysokości odpłatności z tytułu korzystania przez TVP S.A. z fonogramów wprowadzonych do obrotu oraz wideoklipów muzycznych,
- Związkiem Stowarzyszeń Artystów Wykonawców STOART - na temat umowy generalnej dotyczącej korzystania przez TVP S.A. z artystycznych wykonań muzyki poważnej i jazzowej; w tym wypadku jednak kwestie nie są jeszcze do końca uzgodnione.

Ponadto prowadzone są rozmowy oraz wymiana korespondencji ze Stowarzyszeniem Filmowców Polskich - Związkiem Autorów i Producentów Audiowizualnych.

Telewizja Polska prowadzi także rozmowy ze Związkiem Producentów Audio-Video dotyczące określenia części TVP z należnej producentom fono i video sumy z tytułu opłat od czystych nośników i sprzętu nagrywającego.

Polska Korporacja Telewizyjna CANAL+ POLSKA Sp. z o.o.:

- zapewnia, że stara się przestrzegać praw i obowiązków wynikających z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, czego jest najlepszym dowodem szybkie zlikwidowanie problemu nielegalnego „odbioru” programu Canal + - Polska,
- informuje o zawarciu generalnej umowy z ZAiKS-em (11 października 1995 r.) zawierającej zezwolenie na nadawanie przez PKT utworów z kategorii tzw. „małych praw”, sygnalizując kłopoty związane z definicją i interpretacją pojęcia „małe prawa” (według informacji ZAiKS-u nie ustalono jednak dotąd szczegółowych zasad odpłatności za rok 1996. Wynagrodzenia bieżące nie są też wypłacane),
- prowadzi negocjacje w sprawie wysokości wynagrodzeń na rzecz ZAiKS-u w oparciu o zasadę proporcjonalności uiszczanego wynagrodzenia do wysokości wpływów osiągniętych z tytułu korzystania z repertuaru ZAiKS-u,
- prowadzi negocjacje z ZASP-em. Dotychczas podpisała porozumienie dotyczące zaległych należności oraz uregulowania przez PKT należnych sum,
- informuje o trudnościach napotykanym w negocjacjach ze Związkiem Autorów i Producentów Audiowizualnych (ZAPA) i ze Związkiem Producentów Audio-Video (ZPAV), sygnalizuje możliwość podjęcia bliższej współpracy ze Stowarzyszeniem Legalnych Nadawców Radiowych i Telewizyjnych, które mając od marca 1996 r. zezwolenie Ministra Kultury i Sztuki, reprezentowałyby interesy PKT jako nadawcy, w ramach swojej działalności statutowej.

Polska Telewizja Satelitarna POLSAT S.A.

KRRiT nie otrzymała od Polsatu odpowiedzi na pismo przewodniczącego o realizacji obowiązków wynikających z ustawy. Tymczasem kilka organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi, podaje Polsat jako szczególny przykład stacji całkowicie ignorującej sprawę jej zobowiązań. Stowarzyszenie Filmowców Polskich, Związek Autorów i Producentów Audiowizualnych piszą, iż Polsat niepłacenie za prawa autorskie, uznaje za zasadę postępowania. ZAiKS twierdzi, że od początku swej działalności stacja nadaje utwory chronione przez ZAiKS bez licencji i zapłaty wynagrodzeń uprawnionym twórcom. Związek Stowarzyszenia Autorów STOART informuje o braku jakiegokolwiek odzewu, celem uregulowania wzajemnych stosunków.

Telewizja Polsat w piśmie skierowanym do Ministra Kultury i Sztuki przekazany w odpisie do wiadomości KRRiT oraz Sejmowej Komisji Kultury i Środków Masowego Przekazu:

- podkreśla, że zasadniczą przeszkodą, uniemożliwiająca normalne funkcjonowanie obrotu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi, jest brak przewidzianych przez ustawę z 1994 r. i zatwierdzanych przez Komisję Prawa Autorskiego przy Ministrze Kultury i Sztuki tabel wynagrodzeń, uwzględniających wysokość wpływów osiągniętych z korzystania z utworów i artystycznych wykonań, a także charakter i zakres korzystania z tych utworów i wykonań artystycznych (art. 110 ustawy),
- zwraca uwagę na praktyki monopolistyczne niektórych organizacji oraz na często nieuzasadnione pretensje finansowe, w dowolnie określonej wysokości,

- zwraca się do Ministra Kultury i Sztuki o podjęcie niezbędnych działań zmierzających do realizacji „zasady swobodnego i nikogo nie dyskryminującego dostępu” do repertuaru zarządzanego przez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi oraz o zobowiązanie tych ostatnich do przygotowywania i przedstawiania projektów tabel wynagrodzeń za korzystanie z utworów i artystycznych wykonań, pod rygorem cofnięcia przyznawanych organizacjom licencji.

Polskie Radio S.A.

PR S.A. nadesłało szczegółowe, wyczerpujące informacje. Może się ono poszczycić konkretnymi osiągnięciami. Zawarło umowy generalne z następującymi organizacjami zbiorowego zarządzania:

W dziedzinie praw autorskich:

- z ZAiKS-em (7 lipca 1995 r.). Na mocy tej umowy ZAiKS zobowiązał się do przekazywania otrzymywanych sum wynagrodzenia twórcom zarówno zrzeszonym jak i nie zrzeszonym w ZAiKS-ie lub zagranicznych organizacjach zbiorowego zarządzania, powiązanych umowami o wzajemnym reprezentowaniu (w tym również twórcom zrzeszonym w innych polskich organizacjach zbiorowego zarządzania). Rozwiązanie powyższe wydaje się być w chwili obecnej najzupełniej zadawalające. Pewne wątpliwości co do ścisłości wzbudza twierdzenie ZAiKS-u, według którego jego repertuar wraz z reprezentowanym przez ZAiKS repertuarem zagranicznym „stanowi około 97% całego repertuaru światowego”.

W dziedzinie praw pokrewnych sytuacja jest bardziej skomplikowana. Dotychczasowe rozwiązania dotyczą tylko artystów wykonawców.

- Związkiem Artystów Scen Polskich (ZASP 14 listopada 1994 r.), wyłącznie odnośnie aktorów;
- Związkiem Stowarzyszeń Artystów Wykonawców (STOART z 16 stycznia 1996 r.) odnośnie wykonawców w dziedzinie muzyki, podobnie jak ze Stowarzyszeniem Twórców Radiowych. STOART zobowiązał się tymczasowo do przekazywania części inkasowanych wynagrodzeń nosicielom praw reprezentowanym przez Stowarzyszenie Artystów Wykonawców Muzyki Rozrywkowej SAWP, z którym Polskie Radio prowadzi oddzielne negocjacje. Umowa generalna ze STOART-em stanowi zresztą, że Stowarzyszenie to będzie przekazywało wynagrodzenie za korzystanie przez Polskie Radio S.A. z wykonań artystów zrzeszonych w innej organizacji do czasu zawarcia umowy z tą organizacją jako właściwą, ze względu na przynależność artysty, a w odniesieniu do artystów nigdzie nie zrzeszonych - do czasu wyznaczenia organizacji właściwej przez Komisję Prawa Autorskiego przy Ministrze Kultury i Sztuki (art. 107 ustawy).

W zakresie korzystania z praw producentów fonogramów, trwają wciąż negocjacje w sprawie zawarcia umowy generalnej ze Związkiem Producentów Audio-Video (ZPAV).

Polskie Radio S.A. korzysta z twórczości i świadczeń artystycznych swych własnych pracowników w oparciu o odnośne przepisy (zwł. art.12 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r.).

Polskie Radio S.A. podkreśla brak należytej aktywności w/w Komisji Prawa Autorskiego, brak zatwierdzonych tabel stawek wynagrodzeń, znaczne trudności w ustalaniu wysokości tych stawek zwłaszcza w przypadku praw artystów wykonawców i producentów

fonogramów, czy też brak wyznaczania przez Komisję Prawa Autorskiego właściwych organizacji zbiorowego zarządzania w przypadkach istnienia kilku organizacji mających ten sam zakres przedmiotowy działania oraz pole eksploatacji.

Stowarzyszenie Radia Publicznego w Polsce

Stowarzyszenie zawiadomiło KRRiT, że „doprowadziło do zawarcia umów pomiędzy spółkami regionalnymi radia publicznego a ZAiKS-em i ZASP-em”, oraz że prowadzi negocjacje z STOART-em i SAWP-em, przedłużające się z powodu trudności wynikających z podobnych zakresów ochrony realizowanej przez STOART i SAWP. Aktywność Stowarzyszenia polega m.in. na akcji popularyzowania problemów prawa autorskiego i praw pokrewnych. Stowarzyszenie skarży się na wzrastające wydatki rozgłośni regionalnych na zakupy praw i licencji.

Radio ZET

Radio potwierdziło, że dokonuje opłat na bieżąco na podstawie umowy z ZAiKS-em, natomiast w kwestii praw wykonawców podpisało umowę ze Stowarzyszeniem STOART i jest w trakcie zawierania umowy o prawa producenckie ze Stowarzyszeniem Producentów Audio-Video.

RMF FM

Stacja podaje, że w chwili wejścia w życie przepisów ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych, posiadała licencję na nadawanie utworów słownych, muzycznych i słowno-muzycznych autorów i kompozytorów reprezentowanych przez ZAiKS, na podstawie umowy licencyjnej, zawartej ze Stowarzyszeniem w dniu 18 grudnia 1991 r. Umowa ta została jednak wypowiedziana przez ZAiKS 1 sierpnia 1994 r. W ocenie RMF wypowiedzenie to jest prawnie bezskuteczne i stanowi przejaw niedozwolonych praktyk monopolistycznych ZAiKS-u. W związku z zaistniałym sporem toczą się postępowania:

- przed Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Poprzednio Urząd Antymonopolowy), z wniosku RMF FM, o zakazanie ZAiKS-owi stosowania praktyk monopolistycznych polegających na wymuszaniu warunków umowy narzuconych przez Stowarzyszenie,
- przed sądem wojewódzkim w Krakowie przeciwko RMF FM z powództwa ZAiKS.

Radio zawarło w dniu 20 marca 1996 r. umowę licencyjną - generalną ze Związkiem Stowarzyszeń Artystów Wykonawców STOART odnośnie praw do fonogramów i wideogramów. Toczy daleko zaawansowane pertraktacje ze Związkiem Producentów Audio-Video.

Według RMF FM zasadniczym problemem na rynku ochrony praw autorskich i pokrewnych jest faktyczna monopolizacja, która w powiązaniu z brakiem precyzji w niektórych rozwiązaniach już przyjętych w ustawie, prowadzi do uprzywilejowania pozycji organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, zwłaszcza w stosunku do niepublicznych organizacji radiowych i telewizyjnych.

Radio WaWa

Zarząd radia oświadczył, że dąży do ugodowego zakończenia sporu z ZAiKS-em mimo braku zatwierdzenia tabeli wynagrodzeń przez komisję prawa autorskiego, oraz że podpisał umowę generalną ze STOART-em (odnośnie praw artystów wykonawców).

WaWa stwierdza, że przyznanie koncesji na zbiorowe zarządzanie prawami autorskimi Stowarzyszeniu Legalnych Nadawców Radiowych i Telewizyjnych przez ministra Zdzisława Podkańskiego wprowadziło nowy element do obszaru zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, gdyż organizacja ta uzyskała przedmiot ochrony pokrywający się z uprawnieniami ZAiKS-u.

Ogólnopolskie Stowarzyszenie Telewizji Kablowej (OSTvK)

Stowarzyszenie zapewnia KRRiT, że członkowie OSTvK wywiązują się z obowiązków wynikających z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, korzystając „z umów o ochronie praw autorskich” z ZAiKS-em i ZASP-em oraz przestrzegając zasady domagania się od nadawcy oświadczenia stwierdzającego, że dysponuje prawami do utworów i artystycznych wykonań, eksploatowanych na polu telewizji kablowej.

Związek Telewizji Kablowych w Polsce

Związek z siedzibą w Łodzi informuje, że zrzesza 135 podmiotów, w tym 128 operatorów. Umowę licencyjną ze Stowarzyszeniem Filmowców Polskich podpisało 110 podmiotów. Za pośrednictwem Związku 98 operatorów przekazuje należności określone w umowie za korzystanie z utworów i przedmiotu praw pokrewnych na konto Stowarzyszenia Filmowców Polskich. Część operatorów - członków ZTK płaci należności twórcom i nocielom praw autorskich za pośrednictwem ZAiKS i ZASP. Brak danych uniemożliwia Związkowi udzielenie bardziej precyzyjnych informacji w tym zakresie.

Analiza omówionych materiałów pozwala na wyciągnięcie pewnych wniosków oraz na przedstawienie konkretnych propozycji.

Istniejący chaos w dziedzinie umownego, bilateralnego uregulowania stosunków nadawców radiowych i telewizyjnych działających na mocy koncesji oraz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi a także pokaźną ilość toczących się procesów sądowych, zawdzięczamy, jak się wydaje, niezbyt precyzyjnemu zredagowaniu przepisu artykułu 108 ustawy z 1994 r. Stwierdza on, że Komisja Prawa Autorskiego, istniejąca przy Ministrze Kultury i Sztuki, jest uprawniona do zatwierdzania lub odmawiania zatwierdzenia „przedstawianych przez organizacje zbiorowego zarządzania tabeli wynagrodzeń za korzystanie z utworów lub z artystycznych wykonań objętych zbiorowym zarządzaniem”. Brak jest jednak wyraźnego postanowienia stwierdzającego obowiązek przygotowywania tabel wynagrodzeń, który winien ciążyć na wszystkich organizacjach upoważnionych przez Ministra Kultury i Sztuki do zbiorowego zarządzania prawami.

Brak jest też jakichkolwiek zasad koordynujących działalność poszczególnych organizacji oraz wytycznych do ustalania w/w tabel wynagrodzeń uwzględniających różne preferencje, jak np. charakter społeczno-kulturalny czy nawet religijny (a więc niekomercyjny) danego nadawcy. Zasady te, czy też wytyczne powinny być opracowane

we właściwym czasie przez MKiS i ogłoszone zaraz po wejściu w życie ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r.

Podobnie rzecz przedstawia się z wskazywaniem przez Komisję Prawa Autorskiego właściwej, w rozumieniu art.107 ustawy, organizacji, w sytuacji, gdy na danym polu eksploatacji działa więcej niż jedna organizacja zbiorowego zarządzania. Niektóre z nich nie rozpoczęły jeszcze rzeczywistej działalności mimo znacznego upływu czasu od uzyskania zezwolenia.

Wejście w życie w kwietniu br. ratyfikowanej ostatnio przez Polskę Konwencji Rzymskiej może jeszcze tylko pogorszyć sytuację, zwłaszcza w dziedzinie praw pokrewnych, ze względu na nowe obciążenia.

Dotychczasowa beczynność Komisji Prawa Autorskiego w tym względzie jest wprost zdumiewająca.

Wydaje się, że pewnym, konkretnym wyjściem z dotychczasowej, patowej sytuacji byłoby:

- uaktywnienie działalności Komisji Prawa Autorskiego przy Ministrze Kultury i Sztuki m.in. poprzez zobowiązanie jej do wskazywania „z urzędu”, w każdym konkretnym przypadku, bez zwłoki, „organizacji właściwej” w rozumieniu art. 107 ustawy,
- wyraźne zobowiązanie organizacji zbiorowego zarządzania do przygotowywania i do przedkładania Komisji Prawa Autorskiego tabel wynagrodzeń, z zagrożeniem cofania udzielonego przez Ministra zezwolenia w razie zaniechania, choćby tylko czasowego, niespełniania tego obowiązku.

Wnioski te należałoby chyba uwzględnić przy najbliższej nowelizacji ustawy z 1994 r., w szczególności w odniesieniu do przepisów art. 104 ust. 4 i 5 oraz art. 108 ust.3. Zdaniem wielu nadawców twórcy ustawy w zbyt dużym stopniu odnosili się do jej wymiaru fiskalnego, a w niedostatecznym stopniu uwzględniali stronę programową.

System pluralistyczny, wprowadzony w ciągu ostatnich lat w Polsce w dziedzinie zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi, wymaga wypracowania pewnych nowych struktur organizacyjnych, właściwych im mechanizmów oraz nowoczesnych metod identyfikacji repertuaru i odnośnych nosicieli praw. Należałoby więc dążyć do stworzenia w przyszłości centralnego banku danych i jednej specjalnej organizacji, która by inkasowała od użytkowników praw (nadawców) należne sumy i rozdzielała je, zgodnie z posiadanymi informacjami, pochodzącymi z tegoż banku danych, pomiędzy właściwe organizacje zbiorowego zarządzania prawami, celem repartycji należności przez te ostatnie pomiędzy indywidualnych nosicieli praw.

Wielość umów bilateralnych nie ułatwia bynajmniej koordynacji działalności tych wszystkich organizacji i nie prowadzi do unifikacji przepisów i praktyk, tak niezbędnych w dobre dążeniu Polski do integracji europejskiej.

W okresie przejściowym pewnym wyjściem mogą być rozwiązania przyjęte i stosowane tymczasowo, zgodnie z postanowieniami umów zawartych przez spółkę Polskie Radio S.A. z ZAiKS-em oraz z ZASP-em, oparte na cywilistycznej konstrukcji „negotiorum gestor”.

V. WARUNKI EKONOMICZNE DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ W POLSCE

A. Stan obecny i perspektywy wzrostu rynku reklamowego

Zarówno media elektroniczne, jak i drukowane przeszły w ostatnich latach w Polsce gruntowne przeobrażenia pod względem jakościowym i ilościowym. Istotną rolę odegrał w tym procesie rozwój rynku reklamowego.

Przewidywane wydatki na reklamę w Europie Środkowej i Wschodniej
(w mln USD)

Kraj	1996	1998	2000
Bułgaria	55	87	140
Czechy	216	333	469
Polska	604	933	1313
Rumunia	123	197	315
Rosja	459	1317	3785
Słowacja	88	136	191
Słowenia	73	102	144
Węgry	245	378	532

(Źródło: *The European Advertising & Media Forecast*, NTC Publications)

Zdaniem zachodnich ekspertów, w nadchodzących latach Europa Wschodnia (głównie ze względu na liberalne przepisy prawne regulujące działalność mediów) stanie się ogromnym rynkiem dla reklamy.

Eksperci oceniali wielkość rynku reklamowego w Polsce w 1996 r. na około 604 mln USD, natomiast z analiz KRRiT wynika, że kwota ta została przekroczona już w 1995 r. (614 mln USD). W 2000 r. przewiduje się wzrost rynku reklamowego do 1 mld 313 mln USD. Te ogromne kwoty przyciągają zagranicznych nadawców (głównie telewizyjnych) oraz agencje reklamowe.

Udział telewizji w rynku reklamowym w Polsce w 1995 r. wyniósł (w zależności od źródła) od 47,0 do 53,3% i jest największy spośród wszystkich mediów. Udział prasy wyniósł 35,7-42,0%, a radia - 7,7-9,0%.

Stan powyższy nie jest typowy dla rozwiniętych krajów europejskich, w których rynek reklamy jest już ustabilizowany. W krajach tych dominującym medium w przychodach z rynku reklamowego jest prasa, np. w Niemczech udział prasy w dochodach z rynku reklamowego w 1995 r. wyniósł 71,1% i jest kilkakrotnie wyższy od udziału TV, która partycypowała w przychodach z tego rynku tylko w 20,0% (udział radia w rynku to 4,2%).

We Francji te proporcje wynoszą: prasa - 47%, TV - 32,7%, radio - 7,8%. W krajach o podobnym do Polski stopniu rozwoju gospodarczego, takich jak Węgry czy Czechy, proporcje te są również na korzyść prasy.

Procentowy udział mediów we wpływach z reklamy w wybranych krajach europejskich

Medium	FRANCJA		NIEMCY		CZECHY		WĘGRY	
	1994 r.	1995 r.	1994 r.	1995 r.	1994 r.	1995 r.	1994 r.	1995 r.
PRASA	47,6	47,0	72,0	71,1	48,0	47,0	45,2	44,0
TV	32,2	32,7	19,2	20,0	34,1	34,0	42,7	43,0
RADIO	7,8	7,8	4,0	4,2	7,1	9,0	8,0	9,0
OUTDOOR	11,9	11,7	3,7	3,7	8,8	8,0	4,0	4,0
INNE	0,6	0,6	1,0	1,1	1,9	2,0	0,1	0,1

(źródło: IP Polska)

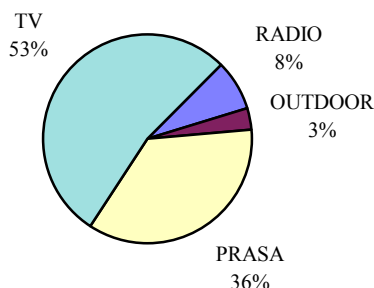
W większości krajów wysoko rozwiniętych udział reklamy w PKB (produkt krajowy brutto), oscyluje wokół 1,8-2,0%, a w takich krajach jak Grecja czy Portugalia (najbliższych nam, jeśli chodzi o poziom rozwoju gospodarczego), w latach 80. sięgał 0,35-0,60%.

Procentowy udział wydatków na reklamę w PKB wyniósł w 1993 r. dla Węgier - 0,43%, dla Czech - 0,42%, dla Słowacji - 0,37%, dla Polski - 0,39%.

Udział mediów w rynku reklamowym w Polsce w latach 1993 -1995.

MEDIA	UDZIAŁ W RYNKU REKLAMOWYM					
	Kwotowy w 1993 r. [mln USD]	Procentowy w 1993 r. [%]	Kwotowy w 1994 r. [mln USD]	Procentowy w 1994 r. [%]	Kwotowy w 1995 r. [mln USD]	Procentowy w 1995 r. [%]
PRASA	78	29,0	142	30,3	219	35,7
TV	159	59,1	278	59,3	327	53,3
RADIO	21	7,8	32	6,8	47	7,7
OUTDOOR	11	4,1	17	3,6	21	3,4

(źródło: IP Polska)



Udział mediów w rynku reklamowym w Polsce w 1995 r.

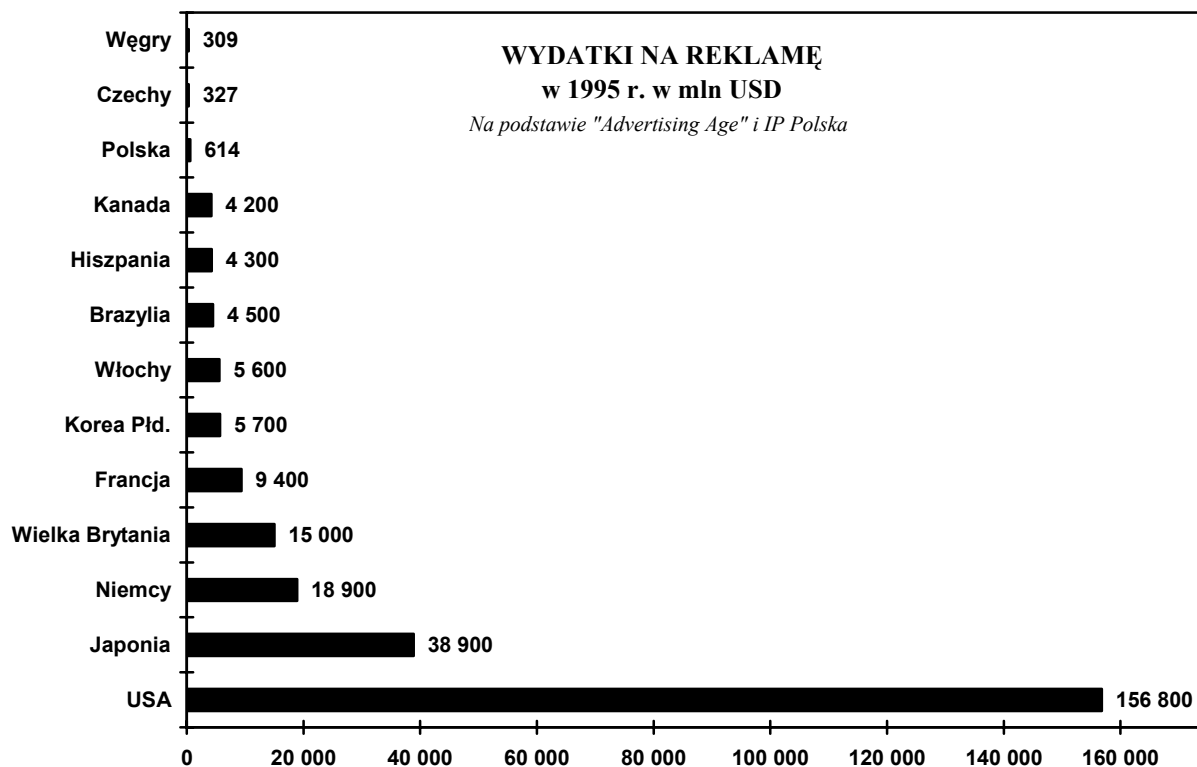
(źródło: IP Polska)

Wpływy z reklamy radiowej

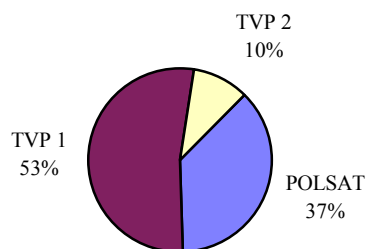
Nazwa nadawcy	wpływy z reklamy [mln PLN] w 1994 r.	% udział w 1994 r.	wpływy z reklamy [mln PLN] w 1995 r.	% udział w 1995 r.
PR S.A.	33,6	38,8	40,7	39,9
radia komercyjne	53,0	61,2	61,2	60,1
Razem	86,6	100,0	101,9	100,0

(źródło: Departament Reklamy Biura KRRiT)

Wielkość rynku reklamowego w Polsce dwukrotnie przewyższa rynki np. Czech czy Węgier. Jednak w odniesieniu do Kanady (ostatnia na liście 10 krajów o największych obrotach reklamowych) jest to kwota blisko 7 razy mniejsza. Udział radia w rynku reklamowym w Polsce utrzymuje się od trzech lat mniej więcej na poziomie 7-8%. Jest to relacja zbliżona do standardów europejskich (np. Francja). Ze względu na różnice w globalnej wielkości rynku reklamowego Francji i Polski, radia francuskie zarobiły 15 razy więcej niż polskie. Tendencję wzrostową wykazują od trzech lat wpływy ze sponsoringu, które stanowią 4-5% wpływów z reklamy radiowej.



Telewizja stanowi ponad połowę rynku, a sektor telewizji publicznej przyciąga około 63% wydatków na reklamę telewizyjną. Kanał komercyjny Polsat zwiększył swój udział w rynku do około 37%. W bieżącym roku nastąpi otwarcie dwóch nowych kanałów, które nadawać będą w centrum i na północy kraju, TV Wisła obejmuje już południe Polski. Spowoduje to z pewnością zmiany w podziale telewizyjnego rynku reklamowego.



Udział w przychodach z reklamy według cennika TVP S.A. i Polsatu w IV kw. 1996 r.

Na podstawie Telepot firmy AGB Polska

Ceny reklamy telewizyjnej w Polsce nie są wysokie (w porównaniu z telewizjami zagranicznymi), gdy bierze się pod uwagę podstawowy wskaźnik, jakim jest standaryzowany koszt dotarcia do 1000 odbiorców (CPT). Dla TVP S.A. wynosi on 1 USD. Dla porównania w niemieckiej PRO 7 wskaźnik ten wynosi 14,6 USD, w brytyjskim Channel 4 - 12,2 USD.

Wpływy z reklamy telewizyjnej pochodzą głównie od największych reklamodawców, m.in. firm Unilever, Procter&Gamble, Henkel, Coca Cola i PepsiCo. Zlecenia od 20 największych reklamodawców zapewniają ponad połowę wpływów telewizji publicznej.

Największy wzrost w 1995 r. osiągnęła **prasa**, chociaż jej udział w rynku wynosi około 36%, pomimo wejścia na rynek w ostatnich latach Gruner&Jahr, Bauer & Axel Springer Verlag. Nadal istnieją możliwości większej dynamiki rozwoju w tym środku przekazu.

Radio przeszło w Polsce największe zmiany. W rzeczywistości jednak 60% wydatków reklamowych dotyczyło czterech stacji o zasięgu ogólnopolskim; 130 regionalnych stacji radiowych mogło działać jedynie na skromnym rynku lokalnym. W 1997 r. rozpoczną działalność nowe stacje, które będą w większym stopniu ukierunkowane tematycznie (informacyjne, jazzowe czy z muzyką klasyczną).

Blisko 80% zleceń reklamy radiowej pochodzi od reklamodawców lokalnych. Jedynie w przypadku ogólnopolskich stacji radiowych publicznych i komercyjnych przeważają zlecenia od reklamodawców „ogólnopolskich”. Lokalne rynki reklamowe nie są w stanie utrzymać coraz większej liczby powstających komercyjnych stacji radiowych.

W korzystnej sytuacji wzrostu ekonomicznego zdominowany przez telewizję rynek reklam, utrzymuje również tendencje wzrostowe.

W 1997 r. wpływy z reklamy wyniosą według danych szacunkowych 780-800 mln USD. W 1996 r. na były na poziomie 700-720 mln USD.

Podsumowując można stwierdzić że:

- Wielkość rynku reklamowego będzie stale wzrastać, choć tempo jego wzrostu zmniejsza się.
- Ulega zmianie procentowy udział mediów w rynku reklamowym na korzyść prasy.
- Spadek udziału telewizji w rynku reklamowym nie będzie miał wpływu na rzeczywiste dochody stacji telewizyjnych z reklamy.
- Następuje znaczny wzrost udziału telewizyjnych stacji komercyjnych (TV Polsat) w rynku reklamy telewizyjnej.
- Wysoki udział telewizji w rynku reklamowym świadczy o jego niedojrzałości i jest następstwem znaczącego udziału w wydatkach reklamowych wielkich ponadnarodowych firm, dla których Polska jest jednym z wielu lokalnych rynków.

- Udział radia w rynku kształtuje się na poziomie europejskim i przewiduje się jego utrzymanie na tym poziomie w następnych 2 - 3 latach.
- Zmieni się struktura wpływów z reklamy radiowej (można już zaobserwować jej pierwsze symptomy) na korzyść komercyjnych stacji lokalnych i regionalnych.
- Zwiększy się konkurencja na rynku mediów tego samego typu. Wynikiem tej walki będzie proces koncentracji. Tworzenie nowych stacji radiowych, telewizyjnych i wydawnictw będzie bardziej ryzykowne.
- Zwiększą się bariery ekonomiczne wejścia na rynek (brak rezerw i luk rynkowych), co spowoduje konieczność inwestowania większych środków w nowe przedsięwzięcia.
- Przewiduje się wzrost udziału reklamy do 2000 roku do poziomu 0,60 - 0,65 % PKB.
- Zaczną powstawać grupy multimedialne, a więc firmy posiadające udziały w kilku różnych środkach przekazu (np. Agora - Radio Zet i Canal +). Rozkładanie ryzyka inwestycyjnego na kilka przedsięwzięć to jedna z możliwych strategii.
- Powstaną mniej lub bardziej formalne porozumienia o charakterze monopolistycznym, np. wspólna akwizycja reklamy, wspólne porozumienia programowe.

B. Finansowanie nadawców publicznych

Przychody abonamentowe

W latach 1994-1996 wpływy abonamentowe przydzielano zgodnie z ustawą wyłącznie jednostkom publicznej radiofonii i telewizji. Poziom procentowego udziału poszczególnych spółek we wpływach abonamentowych określony na poszczególne lata był zmienny, co szczegółowo przedstawiają poniższe dwie tabele.

Porównawcze zestawienie wpływów rozdzielonych w latach 1994 -1996 między spółki publicznej telewizji i radiofonii

w tys.zł

Treść	1994 r.		1995 r.		1996 r.			
	Faktyczne wykonanie	struk. % wg udziału	Faktyczne wykonanie	struk. % wg prognoz	Prognozy roczne	Faktyczne wykonanie	struk.% udziału wg prognoz	struk.% udziału wg wykonania
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I. OGÓLEM	430 703	100,00%	524 249	100,00%	648 300	633 878	100,00%	100,00%
z tego:								
II. TVP S.A.	288 534	66,991%	314 550	60,000%	389 000	380 326	60,003%	60,000%
III.RADIOFONIA publiczna	142 169	33,009%	209 699	40,000%	259 300	253 552	39,997%	40,000%
z tego:								
1)Polskie Radio S.A	82 452	19,144%	121 547	23,185%	144 600	141 387	22,305%	22,305%
2)Spółki regionalnej radiofonii razem	59 717	13,865%	88 152	16,815%	114 700	112 165	17,692%	17,695%

Porównawcze zestawienie wpływów przekazanych do spółek publicznej radiofonii i telewizji w latach 1994 -1996

w tys. zł

Treść	1994 wykonane	1995 wykonane	1996		struktura procentowa wykonania			wskaznik wzrostu 5 : 3
			wg uchwały	wykonane	1994	1995	1996	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
I. OGÓLEM	430 703	524 249	648 300	633 878	100,00%	100,00%	100,00%	120,91%
z tego:								
II. TVP S.A.	288 534	314 550	389 000	380 327	66,991%	60,000%	60,000%	66,991%
III. Jednostki radiofonii razem	142 169	209 699	259 300	253 551	33,009%	40,000%	40,000%	33,009%
z tego:								
1) Polskie Radio S.A.	82 452	121 547	144 600	141 386	19,144%	22,304%	22,305%	116,32%
1) RAZEM jednostki regionalne	59 717	88 152	114 700	112 165	13,865%	16,815%	17,695%	127,24%
BIAŁYSTOK	3 318	5 504	6 100	5 965	0,770%	0,941%	0,941%	108,38%
BYDGOSZCZ	3 513	4 912	5 850	5 724	0,816%	0,902%	0,903%	116,53%
GDAŃSK	2 342	4 425	7 350	7 188	0,544%	1,134%	1,134%	162,44%
KATOWICE	4 391	5 893	8 000	7 822	1,019%	1,234%	1,234%	132,73%
KIELCE	3 903	5 410	6 300	6 161	0,906%	0,972%	0,972%	113,88%
KOSZALIN	3 024	4 425	7 300	7 138	0,702%	1,126%	1,126%	161,31%
KRAKÓW	3 513	4 912	8 350	8 164	0,816%	1,288%	1,288%	166,21%
LUBLIN	4 391	5 410	6 850	6 700	1,019%	1,057%	1,057%	123,84%
ŁÓDŹ	3 903	5 992	7 100	6 941	0,906%	1,095%	1,095%	115,84%
OLSZTYN	3 513	4 619	6 050	5 914	0,816%	0,933%	0,933%	128,04%
OPOLE	3 024	4 425	5 500	5 382	0,702%	0,848%	0,849%	121,63%
POZNAŃ	3 903	5 699	7 200	7 042	0,906%	1,111%	1,111%	123,57%
RZESZÓW	3 513	4 519	5 700	5 578	0,816%	0,879%	0,880%	123,43%
SZCZECIN	3 025	4 912	6 000	5 863	0,702%	0,925%	0,925%	119,36%
WARSZAWA	3 708	6 385	7 100	6 941	0,861%	1,095%	1,095%	108,71%
WROCLAW	3 708	6 385	8 300	8 114	0,861%	1,280%	1,280%	127,08%
ZIEL. GÓRA	3 025	4 325	5 650	5 528	0,702%	0,872%	0,872%	127,82%

Według planów na 1997 r. udział poszczególnych spółek radiofonii i telewizji publicznej w prognozowanych wpływach z opłat za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych przedstawia się następująco:

Podział planowanych na 1997 r. wpływów abonamentowych na spółki publicznej radiofonii i telewizji

w tys. zł

Lp.	Spółki	udział % planowanych wpływów	KWOTA planowana dla spółek
1	2	3	4
I	Wpływy abonamentowe ogółem	100,00	778.300
	z tego :		
II	Telewizja Polska S.A.	62,00	482.500
III	Jednostki publicznej radiofonii	38,00	295.800

	z tego:		
1.	Polskie Radio S.A.	21,534	167.600
2.	Spółki radiofonii regionalnej	16,466	128.200

Podział planowanych na 1997 r. wpływów abonamentowych na spółki radiofonii regionalnej

w tys. zł

Lp.	Spółki	udział % planowanych wpływów	KWOTA planowana dla spółek
1	2	3	4
I	Spółki regionalnej radiofonii publicznej razem	16,466	128.200
	z tego:		
1	Radio Białystok S.A.	1,010	7.863
2	Polskie Radio Pomorza i Kujaw S.A. w Bydgoszczy	0,868	6.761
3	Radio Gdańsk S.A.	0,915	7.126
4	Radio Katowice S.A.	1,110	8.638
5	Radio Kielce S.A.	0,893	6.951
6	Radio Koszalin S.A.	0,888	6.909
7	Radio Kraków S.A.	1,117	8.700
8	Radio Lublin S.A.	1,040	8.092
9	Radio Łódź S.A.	1,054	8.205
10	Radio Olsztyn	0,922	7.176
11	„PRO FM” S.A. w Opolu	0,813	6.333
12	„Radio Merkury” S.A. w Poznaniu	1,024	7.974
13	Radio Rzeszów S.A.	0,773	6.017
14	Radio Szczecin S.A.	0,860	6.691
15	Radio dla Ciebie S.A. w Warszawie	1,065	8.293
16	Radio Wrocław S.A.	1,275	9.935
17	Radio Zachód S.A. w Zielonej Górze	0,839	6.536

Jeżeli chodzi o podział pozaplanowanych wpływów uzyskanych poza opłatami abonamentowymi, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uchwałą nr 323 z dnia 16 października 1996 r. ustaliła prognozowane wpływy w okresie od 1 grudnia 1996 r. do 30 listopada 1997 r. w wysokości

11.000 tys. zł

z tego:

- 1) na finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych spółek radiofonii publicznej, razem 8.000 tys. zł
 - z tego:
 - a) Polskie Radio S.A. 1.000 tys. zł
 - b) spółki regionalnej radiofonii 7.000 tys. zł

- 2) na finansowanie kosztów bieżącej działalności spółek regionalnej radiofonii publicznej z tytułu wzrostu kosztów emisji w związku z uruchomieniem nadajników w trakcie 1997 r. 2.500 tys. zł

3) inne

500 tys. zł

Poniżej przedstawiamy dynamikę wpływów abonamentowych w publicznej telewizji i publicznej radiofonii w latach 1995-1997:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu		
					96/95	97/95	97/96
		wykonanie	wykonanie	prognoza	4:3	5:3	5:4
1	2	3	4	5	6	7	8
I.	OGÓLEM	524 249	633 877	778 300	120,91%	148,46%	122,78%
	z tego :						
II.	Telewizja publiczna	314 550	380 326	482 500	120,91%	153,39%	126,86%
III.	Radiofonia publiczna	209 699	253 551	295 800	120,91%	141,06%	116,66%
	% wpływy ogółem z tego:	100,00	100,00	100,00			
	udział % telewizji publicznej w ogółem	60,00	60,00	62,00			
	udział % radiofonii publicznej w ogółem	40,00	40,00	38,00			

Wielkości zawarte w powyższej tabeli zawierają kwoty wpływów abonamentowych według wartości nominalnej. Jeśli natomiast uwzględni się średnioroczny wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1995-1996 (to jest: 27,8 % w 1995 r. i 19,9 % w 1996 r.), to realny przyrost prognozowanych wpływów abonamentowych na 1997 r. w odniesieniu do porównywalnych kwot za 1995 r. oraz 1996 r. przedstawia się następująco:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu					
					porównywalne	porównywalne		96/95	97/95	97/96
					wykonanie ¹⁾	wykonanie ²⁾	prognoza	4:3	5:3	5:4
1	2	3	4	5	6	7	8			
I	OGÓLEM	803 318	760 019	778 300	94,6%	96,9%	102,4%			
	z tego :									
II	Telewizja publiczna	481 992	456 011	482 500	94,6%	100,1%	105,8%			
III	Radiofonia publiczna	321 326	304 008	295 800	94,6%	92,1%	97,3%			

1) faktyczne wykonanie 1995 r. x 1,278 x 1,199

2) faktyczne wykonanie 1996 r. x 1,199

Jak z tego wynika, realna wartość wpływów abonamentowych ogółem w 1997 r.:

- spadła o 3,1 % w porównaniu do 1995 r.

- wzrosła o 2,4 % w porównaniu do 1996 r.

Należy jednocześnie zauważyć, iż w związku ze zmianą klucza podziału pomiędzy radiofonię i telewizję o 2,0 % na korzyść telewizji publicznej (radio - 38,0%, telewizja - 62,0%), realna wartość wpływów prognozowanych dla TVP S.A. na 1997 r. jest wyższa o 5,8% w porównaniu do 1996 r., natomiast dla radiofonii publicznej uległa obniżeniu o 2,7 %.

W latach 1995-1997 realna wartość wpływów abonamentowych ogółem w 1997 r. (według prognozy), uległa obniżeniu o 3,1 % w porównaniu do 1995 r., z tym jednak, że w analizowanym okresie dla:

- Telewizji Polskiej S.A **zwiększyła się o 0,1 %**,
- jednostek radiofonii publicznej razem **obniżyła się o 7,9 %**.

Dynamika wpływów abonamentowych w TVP S.A. w latach 1995-1997 przedstawiać się będzie następująco:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu		
					96/95	97/95	97/96
					wykonanie	wykonanie	prognoza
1	2	3	4	5	6	7	8
I	OGÓŁEM TVP S.A.	314 550	380 326	482 500	120,91%	153,39%	126,86%
	z tego :						
II	Zakład Główny	213 973	251 926	321 800	117,74%	150,39%	127,74%
III	Oddziały terenowe TV	100 577	128 400	160 700	127,66%	159,78%	125,16%
	% telewizja ogółem z tego:	100,00	100,00	100,00			
	udział % Zakładu Głównego w ogółem	68,00	66,24	66,69			
	udział % Oddziałów terenowych TV w ogółem	32,00	33,76	33,31			

W 1997 r. realny przyrost prognozowanych wpływów abonamentowych TVP S.A. przedstawiać się będzie, w odniesieniu do 1995 r. i 1996 r., jak następuje:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu					
					porównywalne	porównywalne		96/95	97/95	97/96
					wykonanie ¹⁾	wykonanie ²⁾	prognoza	4:3	5:3	5:4
1	2	3	4	5	6	7	8			
I	OGÓŁEM TVP S.A.	481 992	456 011	482 500	94,6%	100,1%	105,8%			
	z tego :									
II	Zakład Główny	327 876	302 059	321 800	92,1%	98,1%	106,5%			
III	Oddziały terenowe TV	154 116	153 952	160 700	99,89%	104,3%	104,4%			

1) faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,278 x 1,199

2) faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,199

Jak z powyższego wynika, realna wartość wpływów abonamentowych w 1997 r.:

- dla Zakładu Głównego
 - spadła o 1,9%** w porównaniu do 1995 r.
 - wzrosła o 6,5%** w porównaniu do 1996 r.
- dla oddziałów terenowych
 - wzrosła o 4,3%** w porównaniu do 1995 r.
 - wzrosła o 4,4%** w porównaniu do 1996 r.

W latach 1995-1997 realna wartość wpływów abonamentowych TVP S.A. w 1997 r. (według prognozy) wzrosła o **0,1 %** w porównaniu do 1995 r., z tym jednak, że w analizowanym okresie dla:

- Zakładu Głównego **obniżyła się o 1,9 %**,
- oddziałów terenowych razem **obniżyła się o 4,3 %**.

Dynamika wpływów abonamentowych radiofonii publicznej (Polskie Radio S.A. i radiofonia regionalna) przedstawia się w latach 1995 - 1997 jak następuje:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu		
					96/95	97/95	97/96
					wykonanie	wykonanie	prognoza
1	2	3	4	5	6	7	8
I	OGÓLEM radiofonia	209 699	253 551	295 800	120,91%	141,06%	116,66%
	z tego :						
II	Polskie Radio S.A.	121 547	141 386	167 600	116,32%	137,89%	118,54%
III	Spółki regionalne	88 152	112 165	128 200	127,24%	145,43%	114,30%
	% radiofonia ogółem z tego:	100,00	100,00	100,00			
	udział % Pol.Radia S.A w ogółem	57,96	55,76	56,66			
	udział % Spółek regionalnych w ogółem	42,04	44,24	43,34			

W 1997 r. **realny przyrost** prognozowanych wpływów abonamentowych w Polskim Radiu S.A. i spółkach radiofonii regionalnej przedstawiać się będzie, w odniesieniu do 1995 r. i 1996 r., jak następuje:

w tys. zł

Lp	Treść	1995	1996	1997	wskaźnik wzrostu					
					porównywalne	porównywalne		96/95	97/95	97/96
					wykonanie ¹⁾	wykonanie ²⁾	prognoza	4:3	5:3	5:4
1	2	3	4	5	6	7	8			
I	OGÓLEM radiofonia	321 326	304 008	295 800	94,6%	96,9%	97,3%			

	z tego :						
II	Polskie Radio S.A.	186 249	169 522	167 600	91,1%	90,0%	98,9%
III	Spółki regionalne	135 077	134 486	128 200	99,6%	94,9%	95,3%

1) faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,278 x 1,199

2) faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,199

Jak z tego wynika, realna wartość wpływów abonamentowych w 1997 r. :

- dla Polskiego Radia S.A.
 - obniżyła się o **10,0 %** w porównaniu do 1995 r.
 - obniżyła się o **1,1 %** w porównaniu do 1996 r.
- dla spółek radiofonii regionalnej
 - obniżyła się o **5,1%** w porównaniu do 1995 r.
 - obniżyła się o **4,7%** w porównaniu do 1996 r.

W latach 1995-1997 realna wartość wpływów abonamentowych radiofonii publicznej ogółem w 1997 r. (według prognozy) uległa obniżeniu o **3,1 %** w porównaniu z 1995 r.

Przychody z reklam

Radiofonia

Przychody z reklamy 18 spółek radiofonii publicznej w 1996 r. wyniosły łącznie **51.210,2 tys.zł** i wzrosły o **26,6%** w porównaniu do 1995 r. (40.446,3 tys.zł).

Udział przychodów z reklamy w przychodach ogółem wzrósł z **14,1%** w 1995 r. do **15,4%** w 1996 r.

W latach 1995-1996 przychody te zostały wypracowane przez:

TREŚĆ	1995		1996		Dynamika zmian
	kwota w tys.zł	struktura % udziału	kwota w tys.zł	struktura % udziału	w % 4:2
1	2	3	4	5	6
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	22.499,9	55,6	31.408,4	61,3	139,6
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	17.946,4	44,4	19.801,8	38,7	110,3
3. RAZEM radiofonia publiczna	40.446,3	100,0	51.210,2	100,0	126,6

W latach 1995-1996 wzrost przychodów z reklamy w Polskim Radio S.A. wyniósł **39,6%**, natomiast dla wszystkich spółek regionalnych **10,3%**.

W analizowanym okresie udział procentowych przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem przedstawiał się następująco:

	1995 r.	1996 r.
Radiofonia publiczna ogółem	14,1%	15,4%
z tego:		
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	13,9%	16,6%
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	14,3%	13,8%

z tego:		
Białystok	17,7%	19,3%
Bydgoszcz	8,7%	9,0%
Gdańsk	17,8%	16,2%
Katowice	29,6%	29,2%
Kielce	10,5%	8,6%
Koszalin	12,8%	12,4%
Kraków	12,4%	8,9%
Lublin	12,4%	10,6%
Łódź	10,7%	13,1%
Olsztyn	12,3%	10,6%
Opole	9,9%	9,9%
Poznań	19,3%	20,4%
Rzeszów	13,7%	10,7%
Szczecin	13,5%	12,5%
Warszawa	8,5%	9,5%
Wrocław	9,1%	9,4%
Zielona Góra	16,9%	14,5%

Jak wynika z powyższych informacji, w analizowanym okresie w spółkach regionalnych nastąpił **spadek udziału** przychodów z reklamy w przychodach ogółem o **0,5 punktu procentowego**, tj. z 14,3% w 1995 r. do **13,8% w 1996 r.**

W sześciu spółkach regionalnych (Białystok, Bydgoszcz, Łódź, Poznań, Warszawa, Wrocław) nastąpił wzrost udziału przychodów z reklamy, w Opolu utrzymały się na tym samym poziomie, a w pozostałych nastąpił spadek.

Należy odnotować, że najwyższy poziom przychodów z reklamy w 1996 r. wystąpił w spółce w Katowicach - 3.476,4 tys. zł, natomiast najniższy w Opolu - 656,7 tys. zł. Relacja między przychodami najniższymi a najwyższymi wynosi więc, jak **1 : 5,3**.

Przychody poszczególnych spółek uszeregowane według wielkości malejących, przedstawiają się następująco:

1.	Katowice	3.476,4 tys.zł	(374,1%)
2.	Poznań	2.114,4 tys.zł	(227,6%)
3.	Białystok	1.650,3 tys.zł	(177,6%)
4.	Gdańsk	1.483,0 tys.zł	(159,6%)
5.	Zielona Góra	1.210,3 tys.zł	(130,3%)
6.	Łódź	1.204,2 tys.zł	(129,6%)
7.	Szczecin	966,5 tys.zł	(104,0%)
8.	Lublin	936,1 tys.zł	(100,8%)
9.	Warszawa	929,2 tys.zł	(100,0%)
10.	Wrocław	927,6 tys.zł	(99,8%)
11.	Koszalin	810,3 tys.zł	(87,2%)
12.	Kraków	750,6 tys.zł	(80,8%)
13.	Olsztyn	648,5 tys.zł	(73,7%)
14.	Rzeszów	676,0 tys.zł	(72,8%)
15.	Bydgoszcz	663,9 tys.zł	(71,4%)
16.	Kielce	661,8 tys.zł	(71,2%)

17.	Opole	656,7 tys.zł	(70,7%)
-----	-------	--------------	----------

Uwaga: podane w nawiasach wskaźniki procentowe wskazują na relację pomiędzy poziomem przychodów poszczególnych spółek do przychodów spółki w Warszawie (Radio dla Ciebie) będącej w środku, na 9. miejscu (tzw. mediana), liczona za 100%.

Odchylenie w poziomie przychodów z reklamy, w porównaniu do wartości średniej, mediany (Warszawa) w wartościach krańcowych wynoszą dla:

- Katowice + 274,1%
- Opola - 29,3%

Przy średnim wzroście przychodów z reklamy dla wszystkich spółek regionalnych w wysokości **10,3%**, w omawianym okresie nastąpiły następujące zmiany:

wzrost udziału o		spadek udziału o	
Zielona Góra	32,1%	Bydgoszcz	2,1%
Warszawa	30,6%	Olsztyn	2,5%
Łódź	27,7%	Lublin	6,8%
Wrocław	26,8%	Kielce	9,6%
Opole	23,7%	Kraków	13,1%
Białystok	22,8%	Rzeszów	13,3%
Koszalin	15,4%		
Poznań	14,4%		
Gdańsk	14,1%		
Katowice	7,8%		
Szczecin	3,6%		

Realna wartość przychodów z reklamy dla wszystkich spółek regionalnych uległa obniżeniu w 1996 r. o **8,0%**.

Wzrost realnej wartości przychodów z reklamy w 1996 r., w porównaniu do 1995 r. nastąpił jedynie w 6 spółkach regionalnych, to jest w:

Zielonej Górze	o	10,2%
Warszawie	o	8,9%
Łodzi	o	6,5%
Wrocławiu	o	5,8%
Opolu	o	3,2%
Białymstoku	o	2,4%

Telewizja

Łączne przychody z reklamy TVP S.A. wyniosły w 1996 r. **638.959,7 tys. zł**, wzrastając o blisko **25,7 %** w porównaniu do 1995 r. (508.487,5 tys. zł). Na wyżej podaną kwotę przychodów złożyły się:

1) wpływy ze sprzedaży czasu reklamowego	631.857,5 tys. zł	tj. 98,9%
2) sponsoring	7.102,2 tys. zł	tj. 1,1%

Z uwagi na wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w 1996 r., którego poziom wyniósł 19,9 % w porównaniu do 1995 r., to przychody z reklam uzyskane przez spółkę w 1995 r. mają wartość około 609.677 tys. zł (508.487,5 tys. zł x 1,199).

Powyższe oznacza więc, że kwota przychodów uzyskana w 1996 r. ze sprzedaży czasu reklamowego (638.960 tys. zł) **ma wartość realną wyższą o 4,8 %** do porównywalnych przychodów z 1995 r. (około 609.677 tys. zł).

Dotacja budżetowa

Dotacja budżetowa uzyskana przez spółkę z Ministerstwa Edukacji Narodowej wyniosła łącznie 6.800 tys. zł, to jest o 66,9 % więcej w porównaniu do otrzymanej w 1995 r.

Sprzedaż usług i licencji programów

W 1996 r. przychody z tego tytułu wyniosły łącznie 58.747,1 tys. zł i były wyższe o 56,8 % w porównaniu do 1995 r. (37.464,9 tys. zł). Należy podkreślić, iż udział tych przychodów miał tendencję rosnącą w analizowanym okresie (z 4,1 % w 1995 r. do 5,1 % w 1996 r.).

Przychody finansowe

Przychody finansowe w 1996 r. wyniosły 62.861,3 tys. zł. Należy wskazać na tendencję wzrostową tych przychodów zarówno globalnie, jak również w układzie strukturalnym przychodów TVP S.A. (w 1995 r. udział 2,83 % w przychodach ogółem, a w 1996 r. 5,41 %). Osiągnięty **przyrost** w tej pozycji wyniósł **145,33%**.

Wynik na działalności finansowej (różnica między przychodami finansowymi, a kosztami finansowymi) wynosił odpowiednio w:

1995 r.	- 21.655,9 tys. zł.
1996 r.	- 26.721,7 tys. zł.

wzrastając w analizowanym okresie o blisko 23,4 %.

Prognoza na lata 1998-2000

Przyjmuje się, że w dalszym ciągu podstawowym źródłem przychodów dla spółek radiofonii publicznej będą wpływy abonamentowe, których udział wzrośnie średnio do **80%** przychodów ogółem całej radiofonii publicznej. Natomiast dla TVP S.A. udział wpływów abonamentowych w przychodach ogółem może się ukształtować w granicach **36%-40%** przychodów ogółem.

W okresie tym, gdy rynek radiofonii i telewizji komercyjnej ustabilizuje się po rozdzieleniu częstotliwości w II procesie koncesyjnym i zacznie się wzmacniać, począwszy od 1998 r. w mediach publicznych wystąpią następujące zjawiska:

a) w latach 1998-1999 wpływy z reklamy mogą jeszcze zwiększyć się w wartościach nominalnych, ale poniżej poziomu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i

usług konsumpcyjnych. Oznaczać to będzie, iż realna wartość uzyskiwanych corocznie wpływów z reklamy ulegać będzie obniżeniu.

- b) w 2000 r. wpływy z reklamy w wartościach nominalnych ulegać będą obniżeniu w większości spółek nadawców publicznych.

W okresie 1998-2000 kontynuowany będzie proces rozbudowy siedzib spółek radiofonii publicznej oraz modernizacji bazy produkcyjno-technicznej, który rozpoczął się w latach 1996-1997.

W latach 1998-1999 trwać będzie proces inwestycyjny związany z budową i wyposażeniem Radiowego Centrum Nadawczego Polskiego Radia S.A. w Solcu Kujawskim.

Na finansowanie inwestycji rozwojowych netto spółek radiofonii publicznej corocznie w tym okresie przeznaczać trzeba będzie minimum **50 mln zł** z wpływów abonamentowych.

Natomiast inwestycje Telewizji Polskiej S.A. finansowane będą, podobnie jak w latach 1994-1997, ze środków własnych pochodzących z dochodów z reklamy.

Przy ustalaniu wysokości miesięcznych opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych w latach 1998-2000 stosowane będą następujące zasady:

- a) prognozowany przez rząd **wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych** odpowiednio dla lat 1998, 1999, 2000;
- b) **wyrównanie średniorocznej inflacji** proponowanej w porównaniu do faktycznej w poprzednich latach - przy ustalaniu opłaty uwzględniony zostałyby:
- w 1998 r. wyrównane do rzeczywistej inflacji (wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych) z 1996 r.
 - w 1999 r. wyrównanie do rzeczywistej inflacji w 1997 r.,
 - w 2000 r. wyrównanie do rzeczywistej inflacji w 1998 r.
- c) **podwyższenie o 10 groszy w 1998 r. miesięcznych opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych.** Wpływy z tego tytułu uzyskane w latach 1998-2000 przeznaczone byłyby na finansowanie budowy i wyposażenie Centrum Nadawczego Polskiego Radia S.A. w Solcu Kujawskim.
- d) wprowadzenie, począwszy od 1 stycznia 1998 r., **ulg finansowych związanych z wnoszeniem** przez abonenta **opłat z góry**, za okres:
- kwartalny - obniżenie opłaty za ten okres o **1,0%**
 - półroczny - obniżenie opłaty za ten okres o **2,5%**
 - roczny - obniżenie opłaty za ten okres o **5,0%**

Skutki wprowadzenia tego rozwiązania to 20 groszy miesięcznie od każdego abonenta radiowo-telewizyjnego w 1998 r.

Po uwzględnieniu powyższych założeń, z dokonanych kalkulacji wynika, że do podziału w latach 1998-2000 będą następujące kwoty wpływów abonamentowych:

w mln zł

Rok	Ogółem wpływy abonamentowe	z tego na:	
		finansowanie budowy Centrum Nadawczego PR S.A. w Solcu Kujawskim	działalność w danym roku
1998	858,4	8,6	849,8
1999	965,7	9,6	956,1
2000	1.054,5	10,5	1.044,0

Na finansowanie budowy i wyposażenie Centrum Nadawczego Polskiego Radia S.A. przeznaczone byłyby wpływy abonamentowe w latach 1998-2000 w łącznej wysokości **28,7 mln zł**.

Z uwagi na konieczność dokończenia procesu modernizacji bazy produkcyjno-technicznej radiofonii publicznej, w latach 1998-2000 klucz podziału wpływów abonamentowych pomiędzy telewizją publiczną a radiofonią publiczną należy ustalić następująco:

- Telewizja Polska S.A. 60%
- Spółki radiofonii publicznej 40%

Natomiast w ramach radiofonii publicznej przewiduje się następujący podział:

- Polskie Radio S.A. w Warszawie 56%
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 44%

Po uwzględnieniu tych założeń, podział wpływów abonamentowych na działalność spółek radiofonii i telewizji publicznej w latach 1998-2000 roku przedstawiałby się następująco:

Rok	Telewizja Polska S.A. (60%)	spółki radiofonii Publicznej, razem (40%)	z tego: (100,0%)	
			Polskie Radio S.A. w Warszawie (56%)	spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem (44%)
1998	509,9	339,9	190,3	149,6
1999	573,7	382,4	214,1	168,3
2000	626,4	417,6	233,9	183,7

C. Wpływ konkurencji rynkowej na działalność nadawców.

Poszczególne branże w obrębie działu mediów elektronicznych różnią się typem struktury rynkowej, zakresem i formami konkurencji.

Najbardziej rynkową - konkurencyjną - strukturę ma radio, zarówno na poziomie ogólnokrajowym, jak też lokalnym i regionalnym. W wymiarze ogólnokrajowym podstawową płaszczyzną konkurencji o słuchacza, a tym samym o przychody reklamowe, jest rywalizacja radia publicznego z rozgłośniami sieci komercyjnych. Pomimo utrzymującej się przewagi zasięgu i odbioru I Programu PR, sieci komercyjne - RMF FM i Radio Zet zdobyły liczący się, i jak się wydaje, trwałe - z tendencją wzrostową - udział w rynku. Duży udział radiowej reklamy ogólnokrajowej w wydatkach na reklamę radiową w ogóle sprawia, że ukształtowana struktura rynkowa nie stwarza istotnych zagrożeń dla przetrwania i rozwoju wszystkich uczestników ogólnokrajowego rynku radiowego.

Odmienne przedstawia się sytuacja lokalnych i regionalnych stacji radiowych. Na tym rynku występuje swoista nierównowaga z korzyścią dla regionalnego radia publicznego, które ze względu na przewagę zasięgu technicznego oraz uzyskiwane przychody z abonamentu stanowi często zbyt dużą konkurencję dla lokalnych nadawców komercyjnych. Ich sytuację dodatkowo komplikuje fakt nadawania przez komercyjne sieci ogólnokrajowe serwisów lokalnych i tym samym ich uczestnictwo w lokalnym rynku reklamowym. Ponieważ w strukturze wydatków na reklamę radiową przeważają wydatki na reklamę na poziomie ogólnokrajowym - lokalne, regionalne rynki reklamowe mają słaby potencjał, który na dodatek łączy się ze zdecydowanie niekorzystną strukturą rynkową. Układ sił rynkowych w dziedzinie radia na poziomie lokalnym/regionalnym sprawia, że komercyjni nadawcy

często mogą co najwyżej przetrwać, ale na ogół ich szanse rozwojowe (rozwój programowy i techniczny) są, ze względu na brak liczących się środków, bardzo ograniczone. Ewentualne nowe koncesje na lokalne stacje radiowe mogą skomplikować ekonomiczną sytuację wszystkich uczestników lokalnego rynku radiowego. Ze strony środowisk lokalnych nadawców radiowych formułowane są postulaty ograniczenia możliwości osiągania przychodów reklamowych przez regionalne rozgłoszenie radia publicznego oraz wprowadzenie zakazu „rozpinania sieci” przez stacje komercyjne o zasięgu ponadregionalnym.

W 1996 r. nie nastąpiły w liczącej się skali zmiany stosunków własnościowych w grupie nadawców radiowych, choć powstają formy wspólnych przedsięwzięć programowych i wspólnej akwizycji reklam (patrz poniżej). Względna słabość ekonomiczna lokalnych nadawców radiowych stwarza przesłanki dla tego rodzaju przedsięwzięć w przyszłości.

W świetle zarysowanych tendencji rozwój lokalnych nadawców radiowych wiązać można zarówno ze wspólnymi inicjatywami programowymi (i związaną z nimi wspólną akwizycją reklam), jak też z poszukiwaniem własnej „niszy” rynkowej na lokalnym rynku - tam, gdzie dochodzi do konkurencji wielu nadawców.

Mniej konkurencyjna jest struktura telewizji naziemnej, w której dotychczas praktycznie uformował się duopol (TVP S.A. - Polsat S.A.). Jakkolwiek badania odbioru potwierdzają nasilenie walki konkurencyjnej o widza, to jednak obecny stan struktury rynkowej wydaje się być przejściowy. Dominujący wpływ na zmianę struktury wywrą z jednej strony nowe telewizje (TVN i Nasza Telewizja), a z drugiej - dostępne za pośrednictwem systemów kablowych stacje zagraniczne nadające w języku polskim.

W zakresie praw własności nie dokonały się istotne zmiany w telewizji naziemnej, jednak należy odnotować wykupienie 49% udziałów telewizji Wisła przez TVN, co może być zapowiedzią ekspansji tego nowego nadawcy w kierunku rynku ogólnokrajowego.

Proces koncentracji własności wyraźnie zaznaczył się w dziedzinie telewizji kablowej, a w dużych miastach dokonał się faktyczny podział rynku między operatorami. Ukształtowała się grupa liderów (PTK, Aster City, Dami, Gosat), którzy rozszerzają swoją ekspansję także przez wykupywanie mniejszych operatorów oraz transakcje między sobą (np. PTK - Dami). Znaczenie telewizji kablowej będzie wzrastać, także w związku z pojawianiem się polskich wersji językowych programów zagranicznych, kanałów specjalistycznych np. muzycznych, sportowych, edukacyjnych etc. oraz oferowaniem dodatkowych usług w zakresie szeroko rozumianych nowych technologii komunikowania (np. dostęp do Internetu, gry komputerowe). Procesy koncentracji w tej dziedzinie mają zatem swój bardzo wyraźny wyraz ekonomiczny, mogą bowiem zapewnić liczącą się skalę wpływów ekonomicznych.

Integracja i koncentracja kapitału

Konkurencja między mediami w większym stopniu dotyczy mediów tego samego typu (konkurencja intramedialna) aniżeli różnych typów (konkurencja intermedialna), natomiast procesy koncentracji kapitału w mediach (fuzje, wykupywanie udziałów, zdobywanie kontroli nad innym podmiotem) obejmują różne przypadki: integrację poziomą (w obrębie jednego medium), integrację pionową (wzdłuż łańcucha produkcji, dystrybucji i eksploatacji produktów medialnych), koncentrację międzymedialną, wielosektorową (łączenie mediów z przedsiębiorstwami z innych branż) i międzynarodową.

W Polsce nie występuje jeszcze w dużej skali proces koncentracji kapitału w radiu i telewizji. Można jednak odnotować przypadki:

- **integracji poziomej** - np. wykupienie udziałów w TV Wisła przez TVN, czy fuzja warszawskich sieci kablowych Aster City i Porion;
- **koncentracji międzymedialnej** - np. wspólna własność Polsatu i „Kurieria Polskiego”; nabycie przez spółkę „Agora”, wydawcę „Gazety Wyborczej” 11,8% udziałów w Radiu Zet (11,8%) i 49% udziałów w firmie KOK FM posiadającej koncesję Radia Kolor z Wrocławia; udziały Spółdzielni Wydawniczej „Polityka” w Inforadio; powstała też firma producencka „Polityka TV”, która produkuje programy telewizyjne, nadawane np. w Polsce. Ponadto „Polityka” produkuje audycje radiowe (dzienniki i inne), emitowane w programach stacji publicznych i komercyjnych.
- **koncentracji wielosektorowej** - np. udziały Universalu w Polsce, jak również w prasie („Trybuna”, „Dziennik Wieczorny”, „Przegląd Tygodniowy”, „Zwierciadło”, „Kobieta i Styl”) oraz udział Universalu w Polskiej Grupie Kapitałowej, zmierzającej do wykupienia Ruchu (co ze względu na łączenie wydawania i dystrybucji prasy byłoby również przypadkiem integracji pionowej);
- **koncentracji międzynarodowej** - np. udział CME, spółki bardzo aktywnej w mediach elektronicznych Europy Wschodniej, w telewizji TVN; udział francuskiego Canal + w Polskiej Korporacji Telewizyjnej, co jest też przykładem międzynarodowej integracji poziomej; udziały brytyjskiej grupy GWR Group Plc. w Inforadio; udział kapitału zagranicznego (m.in. amerykańskiego) w polskich sieciach kablowych;
- **integracji pionowej** - np. wykupienie udziałów w Polskiej Korporacji Telewizyjnej przez podmiot gospodarczy z udziałem firmy producenckiej Heritage Films; utworzenie Amber TV (wnioskodawcy o koncesję na północną telewizyjną sieć ponadregionalną) przez trzy firmy producenckie: Amberfilm Ltd., Video Studio Gdańsk i M.T. Art.

Zjawiska zachodzące w prasie i wydawnictwach wskazują, że z czasem pojawi się wyraźniejsza tendencja koncentracyjna, gdyż oznacza ona zmniejszenie kosztów podmiotów łączących się w większe całości i zwiększenie skali działania, a zatem potencjalnie zysków. Sprzyjające warunki dla niej stwarzają zwłaszcza następujące okoliczności:

1. **niedostateczne finansowanie** zagrażające istnieniu podmiotów gospodarczych i pozbawiające ich szans rozwoju;
2. **nasycenie rynku medialnego i reklamowego**, utrudniające dalszą ekspansję podmiotów;
3. **poszukiwanie „synergii”** wynikającej z łączenia się podmiotów komplementarnych, uzupełniających się w swojej działalności.

Pierwszy mechanizm sprzyjać będzie zwłaszcza koncentracji radia lokalnego; drugi - sieci telewizyjnych; trzeci - integracji pionowej i koncentracji międzymedialnej.

Strategie rynkowe

Podstawową strategią mediów elektronicznych jest **maksymalizacja zasięgu geograficznego i widowni w celu maksymalizacji dochodów reklamy**. Tendencja ta dotyczy wszystkich mediów, także publicznych (w skrajnych przypadkach, w czasie wysokiej oglądalności telewizji między godz. 19.30-20.00 czas trwania reklam stanowi kilkadziesiąt procent czasu trwania „Wiadomości”).

Obok utylitarnego w charakterze starania o maksymalizację zasięgu, nadawcy podejmowali także inne działania rynkowe w celu pozyskania dodatkowego dochodu. W 1996 r. bardzo rozwinął się **system audiotele**, polegający na komercyjnej łączności telefonicznej z widzami i słuchaczami, którzy, po spełnieniu na ogół prostych wymogów merytorycznych, uczestniczą w losowaniu atrakcyjnych nagród. Jest on dla TVP S.A. i Polsatu źródłem liczących się przychodów.

Radiowe sieci ogólnokrajowe prowadziły **intensywne kampanie reklamowe i promocyjne**, różnicując swoją działalność przez uczestnictwo na rynku filmowym, kinowym, wideo, imprez muzycznych (kluby muzyczne, disco), nagrań, organizacji koncertów. W okresie letnim zarówno publiczne, jak też komercyjne radio (PR I oraz RMF FM) przeprowadziły intensywne kampanie promocyjno-reklamowe, organizując imprezy masowe o charakterze rozrywkowym i kulturalnym. O wiele bardziej pasywna w tym względzie okazała się telewizja.

Często podejmowane są próby realizowania wspólnych interesów np. poprzez zbiorowe organizowanie akcji promocyjnych itp. (przykładami takich inicjatyw mogą być przedsięwzięcia np. „Super Expressu” i RMF FM, „Gazety Wyborczej” i Radia Zet, telewizji Polsat i RMF FM oraz wiele innych o lokalnym charakterze).

Radio wkroczyło także w sferę nowych technologii, a zwłaszcza Internetu, za pośrednictwem którego, zwłaszcza w godzinach nocnych, słuchacze na całym świecie mogą odbierać program III PR oraz RMF FM (system Real Audio-Video). Działania te ze względu na skalę odbioru mają przed wszystkim znaczenie promocyjne. Dostęp do informacji na swój temat za pośrednictwem Internetu (m.in. "Wirtualna Polska"), zapewniają także liczne media publiczne (PR, TVP S.A.), komercyjne (RMF FM) oraz katolickie Radio Maryja.

W celu ograniczenia kosztów i optymalizacji efektu, stacje radiowe zawierają różne **porozumienia o współpracy**. Dotyczą one między innymi:

- podejmowania współpracy w zakresie wspólnego pozyskiwania i emitowania reklam, będących głównym źródłem przychodów koncesjonariuszy i decydujących o finansowaniu prowadzonej przez nich działalności,
- podejmowania współpracy w zakresie produkcji i emisji programów, co ma wpływ na obniżenie kosztów działalności,
- pozyskiwania obcego kapitału poprzez zmiany w strukturach kapitałowych, umożliwiające dofinansowanie tych podmiotów.

Pojawiają się też formy bardziej aktywnej współpracy rynkowej, np. **wspólna akwizycja reklam i koordynacja działalności handlowej**. Pojawiły się różne porozumienia tego typu:

- „Siódemka” - 7 stacji obejmujących południe kraju, w tym śląski „Flesz” i krakowską „Alfę”;
- „Multiradio” - 13 stacji, w tym warszawski „Kolor” i poznańskie RMI;
- „Reklama” (działająca pod szyldem „Radio na plaży”), grupująca podczas wakacji 1995 r. stacje ABC-Szczecin, Arnet-Gdańsk, stacje w Słupsku, Elblągu, Koszalinie;
- Super-FM (Ogólnopolskie Pasma Reklamowe „Super FM”, związane z ZPR) obejmujące 12 lokalnych nadawców radiowych.
- „Radiopolis”, czyli współpraca reklamowa porozumienia 9 stacji lokalnych pod patronatem agencji reklamowej IP z Super-FM.

Należy tu także odnotować inicjatywę, przeznaczoną przede wszystkim dla 33 rozgłośni diecezjalnych radio katolickiego, powołania wspólnego przedsięwzięcia producenckiego, przedstawioną i przygotowywaną przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie

Nadawców Katolickich „VOX”, które oferuje stacjom projekt pakietów informacyjno-reklamowych.

Z kolei w komercyjnej telewizji lokalnej/regionalnej dokonują się procesy integracyjne związane ze wspólną polityką programową, zakupową oraz akwizycją reklam (przykładem może być „Odra”, będąca grupą 6 regionalnych komercyjnych stacji telewizyjnych w tym Telewizja Dolnośląska „TeDe”, Telewizja Regionalna Województwa Legnickiego, Telewizja Zielonogórska „TV 51”, Telewizja Bryza, Telewizja Vigor w Gorzowie, Telewizja NTL Radomsko).

W telewizji kablowej coraz wyraźniej, m.in. w związku z ograniczaniem emisji niekodowanej przez czołowe telewizje satelitarne, dokonuje się proces tzw. **pakietyzacji** rozumianej jako oferowanie odbiorcom zróżnicowanych zestawów programowych po różnej cenie, w zależności od ich potrzeb i możliwości finansowych.

Strategie programowe

W zakresie programu konkurencja rynkowa zwykle prowadzi do realizowania jednej z czterech strategii programowych:

1. **poszerzanie bazy audytorium** przez poszukiwanie „najniższego wspólnego mianownika” gustów i potrzeb odbiorców,
2. **zawężanie bazy** przez wyraźną specjalizację programu w dziedzinie pomijanej przez innych nadawców,
3. **atakowanie pozycji silnego nadawcy przez dostarczenie podobnego programu**, w nadziei na odebranie mu audytorium;
4. **rozwijanie działalności i mnożenie ofert programowych**, w celu oferowania audytorium szerokiej gamy różnych możliwości zarówno programów uniwersalnych, jak i wyspecjalizowanych.

Dotychczas sytuacja w radiu, najbardziej konkurencyjnym medium elektronicznym, dostarczała przykładów trzeciej strategii. Obecnie można dostrzec przykłady pojawiania się trzech pozostałych. Można przewidywać, że będą one coraz częstsze.

Znany jest przypadek ewolucji programowej Radia Zet zgodnie z pierwszą strategią. Pod wpływem konkurencji ze strony RMF FM oraz biorąc pod uwagę wyniki badań audytoryjnych, Radio Zet:

- wyraźnie zmienia formułę programu (na „mniej rozpolitykowaną i mniej warszawską”, w efekcie czego np. „Gość Radia Zet” nie zawsze jest politykiem),
- stosuje się do życzeń słuchaczy (którzy chcą sobie więcej żywych, poruszających tematów o charakterze społecznym i ogólnopolskim), przez co w dziennikach jest mniej tematów politycznych, a więcej ciekawostek różnego rodzaju,
- zmienia tzw. „target audience”, odchodząc od formuły radia wielopokoleniowego (która była uzasadniona w pierwszych latach funkcjonowania, gdy za głównego rywala Radia Zet uznawano publiczną Jedynekę) i wyraźnie adresując program do słuchaczy w wieku 25-30 lat, dobrze wykształconych, dobrze zarabiających i aktywnych mieszkańców dużych miast;
- zwiększa udział muzyki w czasie antenowym (z 50% do 60%) i koncentruje się na nadawaniu muzyki pop-rock.

Przykładu podobnej strategii dostarczają zmiany w ramówce Telewizji Polskiej. Jak stwierdzono w rozdziale II, po wprowadzeniu nowej ramówki we wrześniu 1996 r. Program II TVP stał się bardziej popularny. W Programie I natomiast **łączny czas emisji audycji informacyjnych miał zmniejszyć się w nowej ramówce o 1 godz. 20 min.**

tygodniowo - z dotychczasowych 8 godz. 50 min. do 7 godz. 30 min. Na przełomie 1996/1997 r. dokonano kolejnej korekty Programu I, polegającej na przesunięciu pozycji publicystycznych poza wieczorną porę największej oglądalności i poświęceniu jej w większej mierze pozycjom fabularnym i rozrywkowym.

Zmiany w ramówce TVP S.A. dostarczają także przykładu jeszcze innej strategii programowej, którą można nazwać tworzeniem „oferty potencjalnej”. Przez „rzeczywistą ofertę programową” rozumieć można pozycje nadawane w czasie, gdy większość widzów ogląda telewizję. **Oferta potencjalna to pozycje wprowadzane emitowane, ale w czasie, gdy większość widzów nie ma szansy albo możliwości ich obejrzenia.**

Można przyjąć, że przeważająca część dorosłych, czynnych zawodowo odbiorców telewizji może przeznaczyć czas na oglądanie programu w dni powszednie między godziną 17.00 a 22.30. Dlatego też zawartość oferty programowej w tym właśnie okresie decyduje o sposobie, w jaki jest odbierana działalność TVP S.A. i na ile rzeczywiście - a nie tylko potencjalnie - pełni ona funkcje telewizji publicznej.

Pozycje programowe emitowane z myślą o realizacji szczególnych zobowiązań nadawcy publicznego, takich jak: edukacja i promocja kultury, rzetelne informowanie o zjawiskach politycznych i społecznych, wyjaśnianie polityki państwa, prezentacja stanowisk partii politycznych i zawodowych etc., wypełniają trzecią część czasu w omawianych pasmach: popołudniowym i wieczornym.

Można zauważyć, że audycje realizujące publiczny charakter telewizji mają większy udział w Programie II niż I.

W omawianej grupie audycji najbardziej reprezentowane w obu programach są codzienne serwisy informacyjne. „Jedynka” posiada bogatszą ofertę programów publicystycznych o tematyce politycznej i społecznej niż „Dwójka”, która na pierwszym miejscu po informacjach stawia publicystykę poświęconą sprawom kultury. W Programie II także warto odnotować wysoki udział reportaży i filmów dokumentalnych o wysokich walorach artystycznych i realizacyjnych.

Audycje religijne pojawiają się w obu programach w paśmie o wysokim odbiorze. Ich czas emisji w porównaniu z pozostałymi grupami audycji jest niezwykle skromny.

Telewizja publiczna nie emituje w omawianych pasmach programów przeznaczonych dla mniejszości narodowych i grup etnicznych.

Wśród zdecydowanych braków można odnotować prawie całkowitą nieobecność widowisk słowno-muzycznych, a także koncertów muzyki poważnej.

W dziedzinie promocji kultury wizerunek TVP S.A. poprawia obecność stałego pasma w „Jedynce” przeznaczonego na emisję teatru telewizji. Cykliczność tej audycji powoduje, że czasowy jej udział można porównać z udziałem reportażu i dokumentu w Dwójce.

Od stycznia 1997 r. ramówka telewizji publicznej zmieniła się. Z późnych godzin wieczornych do pasma popołudniowego na godzinę 16.40 zostały przeniesione audycje prezentujące działania najwyższych organów państwowych tj. *Diariusz rządowy*, *Sejmograf* i *Tydzień Prezydenta*. Natomiast na późniejsze godziny została przesunięta audycja *W centrum uwagi* (22.30). Istotną zmianą także jest przeniesienie z późnych godzin wieczornych na wcześniejsze (przed 19.00) publicystyki komentującej bieżące wydarzenia polityczne i społeczne (*Rzeczpospolita II i pół*, *Pytania o Polskę*).

Dużo czasu w stosunku do audycji „misyjnych” zajmują w programie telewizji publicznej w pasmach popołudniowych i wieczornych pozycje typowo komercyjne, których celem jest dostarczanie rozrywki. Najbardziej popularna jest oczywiście fabuła, w której istotną grupę stanowią seriale o niezbyt wysokich walorach

poznawczych i artystycznych. Oferta filmów fabularnych nie jest szczególnie urozmaicona. Gros filmów to dramaty sensacyjne lub obyczajowe, nie najnowszej produkcji.

Kino fabularne ma swój stały czas zarezerwowany w „Jedynce” po głównym wydaniu *Wiadomości*. Można się zastanawiać, jaki charakter ma mieć to pasmo i do kogo kierowane są pozycje w nim zawarte, bowiem filmy opatrzone zastrzeżeniem: „pod nadzorem dorosłych” lub „tylko dla dorosłych” przeplatają się w nim z lepszymi pozycjami (np. komediami).

Znaczny udział w omawianym czasie mają teleturnieje i quizy, które w „Dwójce” zajmują prawie tyle samo czasu co pozycje fabularne i stanowią szóstą część całej oferty programowej między 17.00 a 22.30.

W „Jedynce” teleturnieje nie mają aż tak znaczącego udziału. Jest ich o połowę mniej niż w „Dwójce”.

Audycje satyryczne mają podobny udział w obu programach. Warto jednak zaznaczyć, że najciekawsze pozycje satyryczne kończą się po godz. 22.30.

Podobne miejsce w programie telewizji publicznej w omawianym czasie zajmuje muzyka popularna (rock, jazz, muzyka śródka). Aktualne hity z list przebojów wypełniają więcej czasu antenowego „Jedynki” niż „Dwójki”. W Programie II częściej pojawiają się gatunki muzyczne adresowane do elitarnej widowni (jak jazz, blues, swing etc).

Telewizja publiczna powinna zatem konstruując ramowy układ programu w stopniu większym niż dotychczas uwzględniać rzeczywiste możliwości docierania do odbiorców z takimi audycjami, w których wypełniana jest misja nadawcy publicznego.

Można przewidywać, że z chwilą nasilenia się rywalizacji ze strony nowych nadawców (TVN, Nasza Telewizja) stosowanie programowych strategii konkurencyjnych będzie coraz wyraźniejsze. Nowi nadawcy zapowiadają własne i wyraźnie alternatywne (konkurencyjne) profile programowe wobec istniejących telewizji. Z kolei wprowadzenie przez Polsat drugiego programu - Polsat 2 adresowanego do dzieci, młodzieży i ich rodzin - jest przykładem czwartej strategii (w swoim czasie przykładem tej samej strategii, powstrzymanej jednak przez KRRiT, było uruchamianie dodatkowych programów miejskich przez regionalne spółki radia publicznego).

Dalszych zmian można oczekiwać w nieodległej przyszłości w związku z wprowadzeniem bardziej precyzyjnego systemu pomiaru telewizyjnego audytorium (tzw. telemetrii). Dane dotyczące odbioru mogą, w warunkach nasilonej konkurencji rynkowej, wpływać na istotne przemiany programów ramowych nadawców, którzy mogą przyjąć tzw. strategię ratingową kształtowania programu. W istocie może to oznaczać **dalszą komercjalizację programową systemu telewizji**.

Obie ogólnokrajowe sieci telewizyjne przedstawiły opinii publicznej projekty uruchomienia wyspecjalizowanych kanałów muzycznych, które byłyby kodowane i dostępne jedynie w sieciach kablowych. Zamierzenia te, będące być może załącznikiem strategii różnicowania i specjalizacji programowej, nie wyszły w 1996 r. poza sferę projektów.

Zagadnieniem otwartym pozostaje podstawowy **profil programowy radia (tzw. format)**. W dużych miastach obok stacji lokalnych muzyczno-informacyjnych powstają tzw. radia formatowe. Pojęcie „formatu”, inaczej profilowania, specjalizacji programu, może dotyczyć warstwy muzycznej lub słownej. Kluczem jej doboru jest precyzyjnie zdefiniowany odbiorca. Format decyduje o atrakcyjności radia dla reklamodawców i jest warunkiem utrzymania się na rynku.

Obecnie formaty te są dość zbliżone. Charakterystyczna dla rozwiniętych, konkurencyjnych systemów radiowych struktura różnicuje się często podziałem stacji według

rodzaju dominującej muzyki (np. muzyka jazzowa, popularna, młodzieżowa etc.) lub wypełnianej funkcji, np. informacyjnej, informacji lokalnej.

Obecnie większość konkurujących ze sobą stacji oferuje podobny typ programu uniwersalnego, a jedynie nieliczne dokonują wyraźnego wyboru orientując się na potrzeby bardzo określonych słuchaczy, np. młodzieży i osób w średnim wieku (RMF FM). W roku 1997 rozpoczną działalność nowe stacje, które będą w większym stopniu ukierunkowane tematycznie (informacyjne, jazzowe czy z muzyką klasyczną) - co jest zgodne z drugą wymienioną wyżej konkurencyjną strategią programową.

Przykładem radia formatowego jest wyspecjalizowane w muzyce jazzowej warszawskie Radio JAZZ, które rozpoczęło nadawanie w grudniu 1996 r. W warstwie informacji i publicystyki program skoncentrowany jest wyłącznie na kulturze i sztuce

Pozostałe warszawskie programy lokalne - specjalistyczny kulturalny (Radio Art), z muzyką poważną (Radio Classic), z muzyką dla 40-latków (Radio Pogoda) oraz będący elementem sieci ponadregionalnej program informacyjny (Inforadio) - które nadawcy uruchomią w bieżącym roku na podstawie otrzymanych koncesji, potwierdzają tendencję wzbogacania się oferty programowej o radia formatowe.

Dotychczasowe nieliczne próby stworzenia stacji lokalnych o programie wąsko wyspecjalizowanym nie powiodły się (np. Radio Klakson z Wrocławia, adresowane w założeniu do zmotoryzowanych, w rzeczywistości emituje typowy program informacyjno-muzyczny nastawiony na masowego odbiorcę).

Zmierzając do urozmaicenia oferty programowej w ramach drugiego procesu koncesyjnego, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji preferowała projekty wyspecjalizowane. Zgłaszane przez wnioskodawców pomysły na tego typu radio wskazują na pewną dojrzałość w rozwoju rynku radiowego, charakteryzującą się wyborem określonego adresata treści programowych i konstruowaniem programu pod kątem jego potrzeb, rozpoznawanych w oparciu o szczegółowe analizy audytorium. Jednak prawdziwy okres formatowania radia nadejdzie dopiero w przyszłości.

W wymiarze programowym sieci komercyjne z powodzeniem konkurują z radiem publicznym w zakresie informacji, reportaży (także reportaży społecznego), publicystyki kulturalnej i politycznej. Podobnie jak w przypadku telewizji, jakkolwiek bardziej tradycyjnymi metodami (badania ankietowe) rozwijana była idea stałych badań audytorium radiowego tzw. radio-track (jak w prasie - press-track). Badania tego rodzaju mogą przynieść istotne przeobrażenia programów radiowych, dostarczając istotnej i zobiektywizowanej wiedzy o rzeczywistym audytorium.

Strategie organizacyjne

Stopniowo ulega zmianom otoczenie organizacyjne nadawców mediów elektronicznych. W poczuciu konkurencji, ale też wspólnoty interesów, nadawcy tworzą stowarzyszenia, które zwiększają ich zdolność do prowadzenia negocjacji zarówno z KRRiT, jak też z innymi i podmiotami np. w zakresie prawa autorskiego, przepisów i reguł prawnych etc. Stowarzyszenia te przejawiają zróżnicowaną aktywność i w różnym stopniu są zdolne do reprezentowania interesów środowiska. Takie stowarzyszenia utworzyli m.in. nadawcy radiowi (Stowarzyszenie Niezależnych Nadawców Radiowych) oraz operatorzy kablowi (Ogólnopolskie Stowarzyszenie Telewizji Kablowej).

Stowarzyszenia starają się być rzecznikami swojego środowiska lub swoich członków, w ich imieniu uczestniczą w rozmaitych negocjacjach, ważnych z punktu widzenia programu i praw autorskich. Stowarzyszenie Telewizji Kablowej podpisuje umowy

licencyjne z nadawcami telewizyjnymi, regulując w nich sposób przestrzegania praw autorskich i pokrewnych. Zawierają umowy z ZAIKS-em i ZASP-em w sprawie opłat licencyjnych dla posiadaczy praw. Stowarzyszenia starają się także, poprzez kontakty z parlamentarzystami, wpływać na kształt prawa w zakresie telekomunikacji, radiofonii i telewizji, prawa autorskiego i praw pokrewnych. Działalność ta przyczynia się do porządkowania rynku, jest także elementem tworzenia się swoistej infrastruktury społecznej i prawnej dla działalności mediów elektronicznych.

VI. RADIO I TELEWIZJA W SPOŁECZEŃSTWIE INFORMACYJNYM. WARUNKI TECHNOLOGICZNE FUNKCJONOWANIA RADIOFONII I TELEWIZJI.

A. Społeczeństwo Informacyjne

Społeczeństwo staje się społeczeństwem informacyjnym, gdy osiąga taki stopień rozwoju i skomplikowania procesów społecznych i gospodarczych, który wymaga zastosowania nowych technik gromadzenia, przetwarzania, przekazywania i użytkowania olbrzymiej masy informacji generowanej przez owe procesy. W takim społeczeństwie:

- informacja i wynikająca z niej wiedza oraz know-how są podstawowym **czynnikiem wytwórczym**, a wszechstronnym czynnikiem rozwoju jest wykorzystywanie **informatyki**;
- siła robocza składa się w większości z pracowników informacyjnych;
- **większość dochodu narodowego powstaje w obrębie szeroko rozumianego sektora informacyjnego.**

W Białej Księdze *Growth, Competitiveness, Employment, The Challenges and Ways Forward into the 21st Century*, w której Komisja Europejska wytyczyła strategię technologiczną i gospodarczą Unii Europejskiej na początek XXI w., „społeczeństwo informacyjne” zdefiniowano jako takie, w którym „**zarządzanie informacją, jej jakość i szybkość przekazywania są kluczowymi czynnikami konkurencyjności jako element działania przemysłu oraz jako źródło usług dla konsumentów. Techniki informacyjne i komunikacyjne wpływają na gospodarkę na wszystkich etapach jej działania**”.

Techniki te i uzyskiwana dzięki nim informacja stają się jednocześnie nowym **czynnikiem wytwórczym, współdecydują o funkcjonowaniu i wydajności całej gospodarki, jak również większości instytucji życia społecznego.** Powstają one dzięki rewolucji mikroelektronicznej, która stała się w krajach wysoko rozwiniętych strategicznym kierunkiem postępu naukowo-technicznego i gospodarczego, promieniującym na wszystkie działy i gałęzie produkcji przemysłowej i pośrednio na wszystkie dziedziny życia społecznego. Przemysł elektroniczny jest typowym przykładem przemysłu „wysokiej techniki” (*high-tech*), który stymuluje popyt przez wprowadzanie na rynek bardzo nowoczesnych i tanich nowych produktów. Jest on w swej części użytkowej przemysłem silnie reagującym na popyt rynkowy, także zagraniczny, jest też przemysłem silnie konkurencyjnym.

U podstaw koncepcji krajowej i międzynarodowej infrastruktury gospodarczej (*National Information Infrastructure - NII; Global Information Infrastructure - GII*), promowanej przez Stany Zjednoczone i przyjętej za cel wspólnych działań przez konferencję Grupy G-7 nt. społeczeństwa informacyjnego w Brukseli (luty 1995 r.) leżą zasady:

- 1) „powszechnego dostępu” (*universal access*) wszystkich ludzi do podstawowego zakresu techniki komunikacyjnej i informatycznej;
- 2) „otwartej sieci” (*open network provision*) - nieskrępowanego, wolnego od dyskryminacji dostępu do sieci dla wszystkich operatorów i usługodawców w dziedzinie łączności, informacji i komunikowania masowego;
- 3) zdolność wzajemnego łączenia się i przekazywania danych (*interconnectivity*) między wymienionymi wyżej elementami zintegrowanej architektury sieci komunikacyjnych, sprzętu do przetwarzania informacji, banków danych i terminali (w tym telewizorów);
- 4) „kompatybilności i zdolności współpracy” (*interoperability*) wszelkiej techniki i sprzętu komunikacyjnego i informatycznego, umożliwiających komunikowanie się i przekaz danych między wszystkimi ludźmi, niezależnie od tego, gdzie się znajdują i jakimi środkami komunikowania się posługują;
- 5) konkurencji, co kładzie nacisk na rozwój tej infrastruktury przez kapitał prywatny w ramach liberalnych rozwiązań wolnorynkowych i ograniczenie interwencjonizmu państwowego w tej dziedzinie.

B. Przygotowywanie warunków technicznych: cyfryzacja, kompresja sygnału, usługi multimedialne, konwergencja mediów audiowizualnych, telekomunikacji i sieci informatycznych

Poziom urządzeń pracujących w technice analogowej osiągnął już swoje granice. Poprawa jakości urządzeń jest możliwa jedynie w technice cyfrowej.

W przeciwieństwie do sygnału analogowego, **sygnał cyfrowy może być przekazywany, przetwarzany i zapisywany w zasadzie bez strat**, gdyż po zakodowaniu w postaci binarnej jest przedstawiany jako ciąg impulsów zero-jedynkowych. Impulsy zero-jedynkowe po przetworzeniu docierają do odbiorcy poprzez przetwornik cyfrowo-analogowy.

Sygnał cyfrowy jako strumień danych charakteryzuje się określoną prędkością bitową, tym większą, im wyższa jest częstotliwość próbkowania i im dokładniejszy jest pomiar. Okazuje się, że w wielu przypadkach strumień ten można ograniczyć (podać **kompresji**) bez zauważalnego przez odbiorcę pogorszenia jakości. Nowoczesne techniki kompresji umożliwiają uzyskanie dobrych wyników przy niskich prędkościach bitowych. **Kompresja sygnału pozwala ponadto na zmniejszenie wymagań wobec sprzętu służącego do jego przetwarzania i umożliwia znacznie lepsze wykorzystanie widma, dając znaczny przyrost możliwości transmisyjnych. Kompresja jest możliwa jedynie w technice cyfrowej.**

Cyfryzacja radiofonii i telewizji to warunek włączenia ich w obszar usług multimedialnych. Multimedia to wzajemne przenikanie się różnych mediów, ich interakcyjny dostęp i integracja możliwa na gruncie technik komputerowych.

Naziemna transmisja cyfrowa zapewni:

- znaczne zwiększenie liczby oferowanych kanałów telewizyjnych i częstotliwości radiowych,
- możliwości świadczenia usług dodatkowych,
- zwiększenie konkurencyjności nadawców naziemnych w stosunku do nadawców satelitarnych i kablowych (gdzie możliwości są znacznie większe),
- znacznie efektywniejsze wykorzystanie pasm częstotliwości,
- znaczną poprawę jakości odbieranych sygnałów zwłaszcza w radiowych odbiornikach samochodowych i przenośnych odbiornikach telewizyjnych,

- możliwość tworzenia sieci jednoczęstotliwościowych o zasięgu ogólnokrajowym.

Dla emisji cyfrowej z dostępnego widma **wydziela się bloki częstotliwości (radio) bądź kanały (telewizja), w których możliwa jest emisja wielu programów.** W tym celu blok czy kanał jest multipleksowany, to znaczy wypełniany kilkoma sygnałami programów przeznaczonych do emisji. Zarządzaniem multipleksu zajmuje się operator. Usługi dodatkowe także wymagają funkcji operatorskich. Niektóre z usług mogą być dostępne warunkowo dla określonej grupy odbiorców.

Emisja cyfrowa jest uruchamiana obok istniejącej emisji analogowej. **Zakłada się co najmniej 10-letni okres równoległej emisji w obydwu systemach, przy czym wszystkie programy emitowane analogowo powinny być powtarzane w systemie cyfrowym.**

Uruchomienie emisji cyfrowej jest przedsięwzięciem poważnym ze względów społecznych, prawnych, technicznych i ekonomicznych. Wszędzie odbywa się to przy znacznym wsparciu państwa. Stąd Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowuje projekt dokumentu w tej sprawie z zamiarem przedłożenia go rządowi.

Dla radiofonii i telewizji cyfrowej zostały już przyjęte normy międzynarodowe, w tym normy na urządzenia nadawcze i odbiorcze. W Polsce normy takie będą dopiero opracowane. Cyfrowe nadajniki radiofoniczne są już dostępne na rynku. Odbiornik do powszechnego użytku zostanie zaprezentowany w tym roku. Odbiorniki cyfrowe będą znacznie droższe od analogowych. W pierwszym okresie programy cyfrowe będą odbierane przy pomocy odbiorników analogowych wyposażonych w odpowiednie przystawki. Sprzęt dla telewizji cyfrowej jest w trakcie opracowywań.

W Polsce rozpoczęto eksperymentalne nadawanie cyfrowe programów Polskiego Radia z nadajnika w Warszawie. Eksperymentalnego nadawania cyfrowego programów telewizyjnych jeszcze w Polsce nie rozpoczęto. Nadajniki cyfrowe będą instalowane w istniejących ośrodkach nadawczych.

W przyjętym przez rząd „Planie rozwoju telekomunikacji” zaplanowano uruchomienie w Polsce radiowej emisji cyfrowej na lata 1996-2000, a telewizyjnej - na lata 2000-2010. Realizacja tych planów będzie zależeć od możliwości finansowych.

Radiofonia cyfrowa

Na konferencji w Wiesbaden w 1995 r. przyjęto wstępnie dla krajów europejskich bloki częstotliwości o szerokości 1,5 MHz pozwalające na dwukrotne pokrycie obszaru każdego kraju: pierwszy raz programami o charakterze ogólnokrajowo-regionalnym, drugi raz programami o charakterze lokalnym. W jednym bloku częstotliwości możliwe jest pokrycie kraju 6 programami ogólnopolskimi o jakości płyty kompaktowej, bądź kombinacją programów ogólnopolskich i lokalnych – ich liczba zależy od wymagań jakościowych. Zakłada się, że ok. 10% widma zostanie przeznaczony na różnego rodzaju usługi dodatkowe – dane tekstowe bądź w postaci prostych zobrazowań na ciekłokrystalicznym ekranie.

Prace nad wprowadzeniem w kraju radiofonii cyfrowej koordynuje Polska Platforma Nadawania Radiofonii Cyfrowej, w której pracach uczestniczy KRRiT.

Telewizja cyfrowa

Telewizja cyfrowa może być nadawana w kanałach jak dla telewizji analogowej z tym, że w jednym kanale można przesyłać kilka programów – liczba zależy od

wymaganej jakości i może się zmieniać w czasie (w jednym kanale można przesyłać co najmniej trzy programy wysokiej jakości lub jeden wysokiej rozdzielczości szerokoformatowy 16 : 9). Liczba kanałów możliwa do wykorzystywania przez telewizję cyfrową jest większa o tzw. „kanały tabu”, które nie mogły być używane dla telewizji analogowej z uwagi na zakłócenia (transmisja cyfrowa jest odporniejsza na zakłócenia, stąd dopuszcza się mniejsze moce nadajników, co dodatkowo zmniejsza poziom sygnałów niepożądanych).

W Polsce nie zapadły jeszcze decyzje o tym, które kanały mają zostać przeznaczone dla telewizji cyfrowej.

Niewykorzystane dla transmisji programów możliwości kanałowe (do 10%) można przeznaczyć na świadczenie usług dodatkowych ogólnodostępnych, jak i dostępnych warunkowo, np. teletekst, superteletekst, informacje specjalistyczne.

Telewizja cyfrowa w konfiguracji interaktywnej z wykorzystaniem operatorów łącza zwrotnego (sieci telekomunikacji i operatorów kablowych) pozwala na świadczenie usług multimedialnych (na ogół z dostępem warunkowym) jak np.:

- telewizja płatna,
- telewizja na życzenie,
- zdalna nauka i praca,
- telezakupy.

Przygotowuje się powołanie Polskiej Platformy Nadawania Telewizji Cyfrowej.

C. Perspektywy nadawców radiowych i telewizyjnych, w tym zwłaszcza publicznych

Powszechna informatyzacja stworzy użytkownikom komputerów możliwość bezpośredniego dostępu za pomocą sieci informatycznych i telekomunikacyjnych do bazy danych, serwisów informacyjnych oraz programów radiowych i telewizyjnych, filmów itp., zmagazynowanych w pamięci serwerów. Tym samym uruchomiony zostanie proces, który uzyskał nazwę „dezintermediacji” (*disintermediation*) - wyeliminowanie pośrednika w postaci mediów masowych, które tradycyjnie selekcionują informacje i inne przekazy masowe, porządkują je, tworzą z nich zawartość prasy, radia i telewizji itp. oraz przekazują odbiorcom.

Zdaniem niektórych teoretyków, może to w perspektywie doprowadzić do zniknięcia gazet, czasopism, radia i telewizji w ich obecnym kształcie.

Wraz z nadchodzącą obfitością kanałów o różnej zawartości, perspektywa ta rodzi czasem przekonanie o **zbędności utrzymywania publicznej radiofonii i telewizji. Równie liczne są jednak głosy twierdzące, że publiczna radiofonia i telewizja będą nie tylko miały rację bytu, ale będą jeszcze bardziej niezbędne w tych warunkach.**

Parlament Europejski stwierdził w dokumencie „Rola telewizji publicznej w społeczeństwie multimedialnym”, że **telewizja ta zyska na znaczeniu**, gdyż nie będą w stanie zastąpić jej dziesiątki nowych programów o bardzo wyspecjalizowanej treści, przemawiające do niewielkich widowni. Ponadto w czasach wielkiego zapotrzebowania na nowy program, właśnie telewizja publiczna będzie dysponowała zdolnością i wolą jego produkowania, personelem i środkami niezbędnymi do tego celu. Telewizja cyfrowa stworzy możliwość dodatkowego wykorzystania bogatych archiwów oraz potencjału produkcyjnego w celu oferowania nowych kanałów.

Niezależnie od tego, korzystanie z szerokiego zakresu usług multimedialnych natrafi na dwie bariery: finansową i kwalifikacji. Podłączenie się do infrastruktury informacyjnej (sieci kablowych czy telewizji satelitarnej), zakup nowych typów sprzętu cyfrowego, zakup dekodera bądź dekodery, różne formy opłaty za nowe programy - wszystko to oznaczać będzie konieczność ponoszenia znacznych opłat. Stosowanie nowej techniki napotyka też bariery kompetencyjne. Z powodu obu barier poza zasięgiem nowych technik pozostanie spora część ludności. **Bez mediów publicznych nie będzie ona mogła realizować swojego podstawowego prawa do informacji, do uczestnictwa w życiu publicznym i kulturze.**

Szczególne cechy mediów publicznych (dostępność dla wszystkich; zdolność integrowania całego społeczeństwa i tworzenia forum życia publicznego; ochrona kultury i tożsamości narodowej; pełnienie wobec ludzi zagubionych w obfitości informacji roli przewodnika po rzeczywistości) zapewnią im istnienie w dającej się przewidzieć przyszłości.

Można przewidzieć, że nowe technologie będą czynnikami dezintegracji społecznej, gdyż mogą ograniczyć bezpośrednie kontakty wielu ludzi z innymi ludźmi, zastępując je kontaktami za pośrednictwem technik komunikacyjnych i informacyjnych. Z jednej strony zwiększa możliwość tego typu kontaktów i komunikacji między ludźmi, tworzy „społeczności komputerowe”; z drugiej może **odcinać od środowiska społecznego ludzi** pozbawionych środków i kompetencji by korzystać z nowych technologii.

Podnosi to znaczenie ochrony życia rodzinnego społeczności lokalnych i regionalnych, a także działań na rzecz tworzenia takich rozwiązań, by dostosować formy funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego do potrzeb jednostek. W tym kontekście istotna jest **ochrona publicznych nadawców radiowych i telewizyjnych**, których program powinien - z racji zadań pełnionych przez tych nadawców - zawierać niezbędne minimum informacji, analizy, publicystyki oraz treści ze wszystkich dziedzin, które pozwalają odbiorcom uzyskiwać podstawową orientację w najważniejszych aspektach życia społeczeństwa i w konsekwencji zachować zdolność świadomego realizowania funkcji obywatelskich. Obowiązki kulturotwórcze nadawców publicznych nakażą im chronić i rozwijać krajową twórczość audiowizualną, a przez to tożsamość narodową.

D. Perspektywy prawnej regulacji radiofonii i telewizji w Społeczeństwie Informacyjnym

Perspektywy powstania Społeczeństwa Informacyjnego rodzą także przekonanie o zbędności określania i prowadzenia polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji. Radykalny wzrost liczby kanałów i łatwość podjęcia działalności nadawcy bez odebrania takiej możliwości komu innemu istotnie osłabia tradycyjną przyczynę wprowadzania regulacji prawnej w tej dziedzinie, mającą określić kto, na podstawie jakich kryteriów i w jakich procedurach będzie przyznawał nadawcom nieliczne częstotliwości i następnie nadzorował właściwe ich wykorzystanie w interesie publicznym. Prawdą jest również to, że globalizacja mediów pozbawia regulację i nadzór w skali jednego państwa pełnej skuteczności (jakkolwiek regulacja ta wraz z nadzorem przenosi się w pewnym stopniu na szczebel międzynarodowy, gdzie odpowiednie przepisy i mechanizmy tworzone są z udziałem wszystkich państw; narodową politykę medialną w pewnej części zastępuje polityka międzynarodowa, w której tworzeniu i realizowaniu poszczególne państwa biorą udział w zakresie swojej kompetencji i jurysdykcji).

Niemniej Społeczeństwo Informacyjne rodzi wiele nowych problemów wymagających rozstrzygnięcia przez struktury państwowe. Istotne znaczenie ma tu kompleksowa i perspektywiczna polityka organów regulacyjnych i koncesyjnych państwa w następujących dziedzinach:

- 1) Sam proces transformacji wymaga ich aktywnego zaangażowania w celu tworzenia podwalin prawnych i strukturalnych Społeczeństwa Informacyjnego; dotyczy to zwłaszcza zapewnienia realizacji wymienionych wyżej zasad, które rządzić mają funkcjonowaniem krajowej i międzynarodowej infrastruktury informacyjnej, co wymaga szerokiego zakresu regulacji ekonomicznej, technicznej i medialnej;
- 2) Przechodzenie od faktycznego monopolu w zakresie telekomunikacji, radiofonii, telewizji i innych usług do rynku konkurencyjnego wymaga specyficznej regulacji pobudzającej i chroniącej elementy konkurencji;
- 3) Niezależnie od działalności nadawców, regulacji prawnej i nadzorowi podlegać będzie także **działalność operatorów multipleksów oraz usług dodatkowych** udostępnianych w sieci lub w obrębie sygnału radiowego bądź telewizyjnego;
- 4) Niezależnie od tego, istotnym zadaniem będzie tworzenie regulacji **uzupełniającej oddziaływanie mechanizmów rynkowych w tych sprawach, w których mechanizm rynkowy nie prowadzi do zadawalających efektów** ze względu na specyfikę techniczną, ekonomiczną oraz społeczne uwarunkowania przemysłu informacyjnego. Podstawowym wymogiem ochrony demokracji w ramach Społeczeństwa Informacyjnego jest zapewnienie realizacji zasad wymienionych wyżej **powszechnego dostępu i „otwartej sieci”**. Wynikają z tego liczne obowiązki ciał regulacyjnych i nadzorczych;
- 5) Obrona demokratycznego charakteru Społeczeństwa Informacyjnego wymagać też będzie szczególnych - i bardzo utrudnionych przez globalny charakter sieci i przepływów informacyjnych - starań na rzecz **utrzymania przejrzystości mediów, ustalania tożsamości nadawców, jurysdykcji, przepisów i systemów kontroli jakim podlegają, ochrony przed nadmierną koncentracją kapitału i monopolami informacyjnymi oraz medialnymi w skali narodowej i światowej**;
- 6) Podstawowym fundamentem usług medialnych stanie się zabezpieczenie dochodów uzyskiwanych od abonentów. Wiele usług informacyjnych i medialnych będzie płatnych, dlatego oferta usługodawców będzie wymagała wielu środków na zabezpieczenie informacji oraz odpowiednich systemów zapewniających, że ci, którzy są abonentami danej usługi, rzeczywiście są w stanie z niej korzystać. Istotną rolę odgrywać więc będzie kodowanie sygnałów, niezbędne w celu pobierania opłat za usługi programowe i inne. Korzystanie z takiego sygnału będzie zależało od systemu warunkowego dostępu (*conditional access*), kontrolującego sposób i okoliczności, w których odbywa się rozszyfrowanie takiego sygnału, co zabezpiecza zainwestowane pieniądze oraz zyski z opłat za usługi abonenckie oraz prawa autorskie dostawców programów niezależnie od granic geograficznych. Stąd znaczenie dekoderów (*conditional access decoders*), adresowalnych adaptorów komunikacyjnych, które sprzęgają sieć z telewizorem. Umożliwią również wykonanie takich czynności jak dekompresja sygnałów cyfrowych lub też obsługiwanie toru informacji zwrotnej. Komercyjne wykorzystanie nowych możliwości technicznych uzależnione jest więc od **ustalenia warunków prawnych kodowania przekazów informacyjnych, ochrony przekazów kodowanych i zwalczania przestępstw polegających na łamaniu stosowanych środków kodujących**. Dotyczy to telekomunikacji indywidualnej, radiodifuzji oraz wszelkich form pośrednich. Jednocześnie wymaga rozwiązania w warstwie prawnej problem kontroli przekazów kodowanych ze względu na wymogi bezpieczeństwa publicznego i narodowego;

- 7) Jednocześnie systemy warunkowego dostępu mogą być wykorzystywane dla celów tworzenia tzw. „gateway monopolies” - monopolizowania dostępu do sieci przez producenta jednego systemu kodowania sygnałów i dekodatorów, zwłaszcza gdyby był on jednocześnie producentem lub nadawcą programu, bądź był z nimi związany, a przez to zainteresowany utrudnieniem dostępu odbiorców do innych programów lub usług. Sprawa ta będzie miała kluczowe znaczenie dla funkcjonowania infrastruktury Społeczeństwa Informacyjnego.
- 8) **Treść indywidualnych przekazów informacyjnych, sam fakt przekazu, dane ujawniane operatorowi w związku z korzystaniem z takich przekazów muszą podlegać ochronie prawnej.** Nowe możliwości techniczne gromadzenia, przetwarzania i przesyłu danych będą prawdopodobnie pozostawać w konflikcie z wymogami ochrony prywatności, a także mogą pozostawać w sprzeczności z wymogami ochrony istotnych interesów państwowych. Dlatego przepisy powinny zawierać rozwiązania wyjątkowe, umożliwiające kontrolę przekazywanych danych, szczególnie w ruchu transgranicznym;
- 9) Zwielokrotnione możliwości dostępu do dzieł, utworów, baz danych i innych wartości intelektualnych wymagać będą odpowiedniego ukształtowania **ochrony praw autorskich i praw pokrewnych** związanych z tymi wartościami. Środowisko cyfrowe znacznie ułatwia kopiowanie, przetwarzanie, przesyłanie i korzystanie z informacji będącej produktem cudzej twórczości. Jednocześnie korzystanie z utworów wymaga z reguły istotnych nakładów związanych z przetworzeniem ich na postać cyfrową. Prowadzi to do powszechnie uznawanego wniosku, że bez ciągłego dostosowywania ochrony praw autorskich i pokrewnych do nowych warunków zakres utworów i danych udostępnianych drogą elektroniczną będzie ograniczony;
- 10) Wykorzystanie Internetu dla celów rozpowszechniania pornografii, przemocy czy treści o charakterze terrorystycznym wskazuje na konieczność tworzenia wymogów odnośnie zawartości przekazów i **ochrony odbiorców (zwłaszcza młodych) przed treściami szkodliwymi;**
- 11) W Społeczeństwie Informacyjnym nie straci a zyska na znaczeniu zadanie **ochrony krajowego sektora audiowizualnego.** Wiąże się z tym, jak stwierdzono wyżej, zadanie ochrony nadawców publicznych i tworzenia im możliwości realizowania swych funkcji w zmieniających się warunkach.

Wszystko to oznacza, że system regulacji prawnej i nadzoru musi ewoluować wraz z ewolucją mediów. Konwergencja mediów, telekomunikacji i informatyki oraz integracja różnych usług w sieciach telekomunikacyjnych, a także wykorzystywanie częstotliwości do świadczenia innych usług, obok rozpowszechniania programów - muszą powodować nakładanie się i integrację zakresów regulacji prawnej, i w konsekwencji być może rodzić problemy kompetencyjne. Punkt ciężkości regulacji będzie się też przenosił na gospodarczy aspekt działalności sektora audiowizualnego i informacyjnego, w tym sprawy konkurencji i działalność antymonopolową. **Innymi słowy, wymagać to będzie albo drobiazgowego rozgraniczania zakresów kompetencji różnych organów, albo też powstawania ciał regulacyjnych nowego typu, o szerszym zakresie działania, przelamujących dzisiejsze podziały resortowe,** np. oddzielające problematykę łączności od regulacji radiofonii i telewizji. Ta druga droga stwarza lepsze możliwości rozwoju oferty audiowizualnej i infrastruktury Społeczeństwa Informacyjnego.

E. Problemy związane z planowanym zaprzestaniem emisji w dolnym paśmie UKF

Zgodnie z porozumieniami międzynarodowymi Polska zobowiązana jest do **zaprzestania emisji programów radiofonicznych w dolnym zakresie pasma UKF (zakres od 66 MHz do 74 MHz) do dnia 31 grudnia 2005 roku**. Zakres ten przeznaczony jest docelowo dla radiokomunikacji ruchomej lądowej. Większość stacji nadawczych zarówno sektora publicznego jak i niepublicznego prowadzi obecnie równoległą emisję w obu zakresach UKF:

- w dolnym ze względu na dużą jeszcze liczbę odbiorników wyposażonych wyłącznie w ten zakres,
- i w górnym (od 87,5 MHz do 108 MHz), ze względu na jego docelowy charakter, większą „pojemność” i możliwość uzyskania lepszych warunków technicznych nadawania określonych koncesją.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stoi na stanowisku, że **zaprzestanie emisji w dolnym zakresie powinno nastąpić przed końcem XX wieku**. Stanowisku temu KRRiT dała wyraz wydając nadawcom komercyjnych koncesje na ten zakres z terminem ważności do końca 1999 r. Argumenty przemawiające za takim rozwiązaniem to przede wszystkim niedogodności związane z koniecznością emisji równoległej, a mianowicie:

- podwójne koszty dzierżawy częstotliwości oraz eksploatacji nadajników.
- częściowe ograniczenie liczby dostępnych w górnym zakresie częstotliwości (o ok.20%) z uwagi na wzajemne zakłócenia.

W przypadku radiofonii publicznej (obiekty dużej mocy eksploatowane od wielu lat) wchodzi ponadto w grę konieczność poniesienia kosztów częściowej wymiany sprzętu nadawczego i antenowego dolnego zakresu po określonym czasie użytkowania.

Kraje członkowskie byłej OIRT, między innymi Węgry i Słowacja, przystąpiły do likwidacji radiofonii rozsiewczej w dolnym zakresie UKF i rozpoczęły wykorzystywanie go zgodnie z docelowym przeznaczeniem, a Republika Czeska działalności radiofonicznej w tym zakresie już nie prowadzi. Powoduje to wyraźne utrudnienia procesu uzgodnień międzynarodowych dotyczących zmian technicznych warunków nadawania i doboru nowych częstotliwości.

Ważkim argumentem przemawiającym przeciw skróceniu terminu wyłączenia dolnego zakresu jest znaczna jeszcze liczba gospodarstw domowych wyposażonych w odbiorniki starego typu. Jednakże brak wiarygodnych danych statystycznych obrazujących skalę problemu. Bez względu jednak na to, czy rezygnacja z dolnego zakresu nastąpi w bliższej czy w dalszej perspektywie, fakt ten powinien być poprzedzony szeroko zakrojoną kampanią wyjaśniającą, prowadzoną za pośrednictwem mediów elektronicznych i prasy.

Ustalenie ostatecznego terminu zaprzestania emisji w zakresie 66-74 MHz nastąpi w porozumieniu z Ministrem Łączności. Poprzedzą go prace przygotowawcze polegające między innymi na zapewnieniu funkcjonującym komercyjnym rozgłośniom radiowym możliwości nadawania w zakresie 87,5-108 MHz. Stacji, które takich możliwości nie posiadają, jest obecnie 21. Dotyczy to także ogólnopolskiego Programu II Polskiego Radia, którego zaistnienie w górnym zakresie uwarunkowane jest odblokowaniem pewnej liczby częstotliwości po zakończeniu emisji w zakresie dolnym.

VII. SPOŁECZNY ODBIÓR DZIAŁALNOŚCI NADAWCÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH

A. Podział audytorium radiowego i widowni telewizyjnej między nadawców różnych typów i przewidywane tendencje w tym zakresie

Zmiany podziału audytorium radiowego i widowni telewizyjnej między nadawców różnych typów mają istotne znaczenie z punktu widzenia oferty programowej docierającej do odbiorców (por. rozdz. II) oraz perspektyw finansowania odbiorców z reklamy (por. rozdz. V).

Radio

Przełamanie monopolu państwa przez prywatnych nadawców spowodowało zasadnicze zmiany w odbiorze mediów elektronicznych. **Widownia telewizyjna i audytorium radiowe uległy podziałowi, zmieniła się pozycja nadawców publicznych.** Sytuacja przy tym nie jest wciąż stabilna, podział publiczności dokonuje się nadal.

W odbiorze radia w Polsce pierwsze miejsce zajmuje wciąż Program I PR. Nie jest to już pozycja dominująca, jak jeszcze dwa lata temu, ale wciąż silna, mimo że podział rynku dokonuje się nadal i dystans między Programem I PR a stacjami komercyjnymi wciąż się zmniejsza. Mimo strat, jakie poniosła Jedynka w audytorium na rzecz stacji komercyjnych, jej udział w rynku radiowym (czyli procentowy udział w ogólnym czasie słuchania radia) wynosił w końcu 1996 r. ponad jedną czwartą, blisko dwa razy więcej niż następnego z kolei radia RMF FM.

Udział w rynku stacji radiowych (w%, na podstawie łącznego czasu słuchania stacji)

Okres	PR I	PR II	PR III	PR IV	RMF	ZET	Maryja	PR region.	Radia lokalne
VI'95	36	2	7	0,3	11,5	4,2	8,5	16,3	12,2
XI'96	28,4	2	7	0,6	16	12	7,2	10,8	15,5
Różnica	-8	0	0	+0,3	+4,5	+8	-1	-5,5	+3

Jak widać, programy ogólnopolskie radia publicznego miały pod koniec ubiegłego roku łącznie 38% udziału w rynku radiowym (mówiąc inaczej, 38% całego czasu poświęcanego przez słuchaczy na słuchanie radia przypada na programy PR S.A.).

Ogólnopolskie stacje niepubliczne razem wzięte stanowią segment porównywalny - ich łączny udział w rynku wynosi 36%, w tym dwóch stacji komercyjnych - 28%. Stacje lokalne i regionalne zajmują razem ponad jedną czwartą rynku (26%).

Jeśli dane te pogrupować inaczej, tj. ze względu na publiczny charakter radia, okaże się, że programy Polskiego Radia, ogólnopolskie i regionalne łącznie, mają blisko 50-procentowy udział w rynku.

Porównanie z analogicznymi wskaźnikami z połowy 1995 r. pokazuje, że Program I i programy rozgłośni regionalnych PR odnotowały w ciągu omawianego półtora roku kilkupunktowe zmniejszenie się udziału w rynku (jednopunktowa strata Radia Maryja mieści się w granicach błędu), udział zaś stacji komercyjnych, ogólnopolskich i lokalnych, zwiększył się. Szczególnie duży - ośmiopunktowy - był w tym okresie wzrost udziału w rynku Radia Zet.

Najbardziej gwałtowny spadek liczby słuchaczy radia publicznego, na skutek szybkiego rozwoju stacji komercyjnych (a także na skutek systematycznego pogarszania się technicznych warunków odbioru programów Polskiego Radia), miał miejsce, jak wskazują dane, w latach 1992-1994 - już wówczas powstawały bowiem pierwsze stacje lokalne. Lata 1995 i 1996 przyniosły, jak się wydaje, zahamowanie tendencji spadkowej i ogólne zmniejszenie się dynamiki zmian audytorium.

Ilustruje to poniższa tabela, pokazująca zasięg tygodniowy¹ stacji ogólnopolskich - publicznych i prywatnych - w ciągu ostatnich 2 lat.

Audytorium stacji radiowych, 1994-1996 (zasięg tygodniowy, dane w %)

Stacja /Program/	OBOP					GfK/ OBOP					Estymator		
	VI 94 Diary	XII 94 Diary	VI 95 Diary	I 96 Diary	XI 96 Diary	I 95 DAR	X 95 DAR	I 96 DAR	1 półr.96 DAR	2 półr.96 DAR	XI 95	III 96	XI 96
Program I PR	65	53	47	48	47	39	41	42	37	33	32	30	32
RMF FM	11	10	23	31	33	17	23	34	26	26	22	24	26
Radio ZET	24	22	13	19	28	8	17	23	18	19	14	20	24
Program III PR	7	6	18	25	18	14	19	25	16	14	13	13	13
Radio MARYJA	20	26	11	12	14	5	7	12	9	8	6	7	7
Program II PR	10	16	10	12	9	5	6	12	8	7	3	3	2
PR BIS	13	11	4	3	4	> 1	> 1	bd.	1	1	> 1	> 1	1
Rozgł. reg. PR	39	36	28	22	21		27						
Stacje lokalne	25	31	21	21	26		25						

*Źródła: Badania na losowych, reprezentatywnych próbach ogólnopolskich, obejmujące populację w wieku 15 i więcej lat (badania oznaczone * - 10 i więcej lat). OBOP - badanie metodą dzienniczkową (diary), GfK Polonia i SMG/ KRC - metoda day after recall (DAR, wywiad dotyczący dnia poprzedzającego badanie); w obu przypadkach w kwestionariuszu zamieszczona jest lista stacji radiowych. Estymator - pytanie o stacje słuchane w ciągu ostatniego tygodnia, bez podawania listy stacji.*

Obraz, jaki wyłania się z danych w tabeli, nie jest całkowicie jednoznaczny, gdyż ustalenia poszczególnych ośrodków, opierających się na odmiennych metodach badania audytorium, różnią się między sobą co do konkretnych wartości liczbowych. W pełni uprawnione są więc tylko analizy w obrębie poszczególnych cykli badawczych, posługujących się tą samą metodą. Utrudnia to precyzyjną analizę całości sytuacji na rynku

¹ Zasięg dzienny stacji (audytorium dzienne) oznacza odsetek osób w populacji, które słuchały programu danej stacji przynajmniej przez 15 min. w ciągu dnia, obliczony dla średniego dnia w tygodniu; zasięg tygodniowy stacji (audytorium tygodniowe) oznacza odsetek osób, które słuchały programu danej stacji przynajmniej przez 15 min. w ciągu tygodnia

radia. Mimo to można wskazać na pewne istotne fakty, obserwowane - choć w różnym wyrazie ilościowym - we wszystkich badaniach.

Po pierwsze więc, dane z tabeli potwierdzają, że w 1994 r. spadek liczby słuchaczy Programu I Polskiego Radia był bardzo znaczny, równoległy niejako do szybkiego rozwoju audytorium radia RMF FM i radia Zet (otrzymały one koncesje ogólnopolskie w połowie 1994 r.).

Po wtóre, widać, że obserwowane ponad rok temu, na podstawie wówczas dostępnych danych, **zahamowanie tendencji spadkowej audytorium Programu I PR** nie znalazło jednoznacznego potwierdzenia w ciągu 1996 r. Jak wskazywaliśmy rok temu, w ciągu 1995 r. nastąpiło zahamowanie spadku liczby słuchaczy Jedyńki, a nawet pewien wzrost (według danych GfK w końcu 1995 r. do ponad 40%); w lecie 1996 r., gdy nadawano popularną audycję *Lato z radiem*, liczba słuchaczy Jedyńki przekraczała 60% (OBOP). Wskaźniki te zdawały się świadczyć, że nastąpił tutaj zdecydowany przełom. Tymczasem jednak w ciągu ubiegłego roku odnotowano znowu pewien niewielki spadek liczby słuchaczy - według OBOP minimalny (między styczniem a listopadem o 1%), według GfK Polonia - nieco większy (o 4%). Tak więc obserwowany w 1995 r. wzrost audytorium okazał się raczej wyhamowaniem spadku, niż pełnym odwróceniem tendencji. Nasuwa się uwaga, że oparty był na kruchych podstawach, związanych z wciąż pogarszającą się jakością odbioru Programu I Polskiego Radia.

Kolejnym wyraźnym zjawiskiem, widocznym w danych tabeli, jest **stały wzrost audytorium ogólnopolskich stacji niepublicznych**.

Stacje te - RMF FM, Radio Zet, a potem Radio Maryja, zaczęły być wyraźnie zauważalne na rynku odbiorców już jesienią 1993 r., a więc jeszcze przed uzyskaniem koncesji na budowę sieci o zasięgu ogólnokrajowym. Funkcjonowały one wówczas tylko na rynkach lokalnych i regionalnych i osiągały audytoria na poziomie kilku procent ogółu dorosłej ludności Polski (RMF FM - 8%, Radio Zet - 4%, Radio Maryja - 1%).

Obecnie wskaźniki wielkości audytorium plasują radio RMF FM na drugim miejscu w skali kraju, po Programie I PR (por. tabela). Pozycję tę uzyskało RMF FM już w końcu 1994 r., czyli w około pół roku po otrzymaniu koncesji na program ogólnopolski. Zdystansowało wówczas Program III PR, zajmujący wcześniej przez wiele lat drugie miejsce w hierarchii słuchalności.

W okresie następnych dwóch lat, tj. do końca 1996 r., radio RMF FM zwiększyło, według danych GfK, swój tygodniowy zasięg odbioru dwukrotnie, z 17 do 34% (dane GfK Polonia). Wzrost ten był najbardziej dynamiczny na przełomie roku. Według OBOP, tygodniowy zasięg odbioru radia RMF FM był w styczniu 1996 r. nieco mniejszy - 31%, niemniej i ten wynik wskazuje na wyraźny wzrost audytorium stacji.

W 1996 r. tempo to jednak bardzo się zmniejszyło - radio RMF FM odnotowało (według OBOP i Estymatora) tylko 2% przyrostu audytorium (czyli w granicach błędu statystycznego), a według GfK Polonia - nawet straciło słuchaczy (spadek w ciągu 1996 r. aż o 8 punktów procentowych).

Radio Zet do końca 1995 r. pozostawało na czwartej pozycji pod względem liczby słuchaczy, bezpośrednio za Programem III PR. Przez cały ubiegły rok zwiększało jednak konsekwentnie swój „stan posiadania” : zasięg tygodniowy jego audytorium wzrósł między końcem 1995 a 1996 r., według OBOP i Estymatora aż o 10 punktów procentowych, do poziomu 24-28%, według GfK Polonia - o 2 punkty. W pierwszym miesiącach 1996 r. Radio Zet wysunęło się przed Program III PR, na trzecie miejsce w kraju.

Audytoria obu stacji, RMF FM i Radia Zet, są nadal wyraźnie zróżnicowane terytorialnie, zależnie od regionu, w którym zaczynały działalność. I tak, RMF FM ma najwięcej słuchaczy w południowych regionach Polski (krakowskie, tarnowskie, nowosądeckie, rzeszowskie, katowickie, bielskie), gdzie jego odbiór tygodniowy sięga 38% -

58%, podczas gdy w województwach północnych i centralnych - kilku- kilkunastu procent. Radio Zet, przeciwnie, słuchane jest najliczniej w centrum kraju i na północnym-zachodzie (warszawskie, słupeckie, elbląskie, szczecińskie, toruńskie) - odsetek słuchaczy wynosi tu od 30 do 50%. Audytorium Radia Maryja jest stosunkowo najbardziej równomiernie rozłożone na terenie kraju, ale i tutaj widać zróżnicowanie: najliczniejszy krąg odbiorców odnotowała rozgłośnia w województwach wschodnich (zamojskie, przemyskie, rzeszowskie, łomżyńskie): 18-20%, a także w Małopolsce i w centrum kraju.

Na szczeblu regionalnym i lokalnym układ sił był dość stabilny do końca 1992 r. Obok Programu I PR, dominującego w odbiorze radia w większości województw i regionów, największe audytoria skupiały programy regionalne Polskiego Radia. W skali tygodnia słuchało ich łącznie 41% - 42% ogółu dorosłych mieszkańców kraju, w ciągu dnia - przeciętnie ok. 30 %. Ta mocna pozycja rozgłośni regionalnych PR wśród słuchaczy była skutkiem usamodzielniania się i szybkiej rozbudowy ich programów, dokonującej się u progu dekady.

Narastająca konkurencja stacji prywatnych odebrała rozgłoszonym regionalnym PR znaczną część audytorium. W końcu ubiegłego roku (dane OBOP z listopada 1996 r.) łączny zasięg tygodniowy rozgłośni regionalnych wynosił 21%, a ich udział w globalnym czasie słuchania radia - 11%. W stosunku do początku lat 90. jest to zmniejszenie się audytorium (wszystkich rozgłośni regionalnych łącznie) o około połowę. Przeciętnie więc biorąc, spadek audytorium okazuje się tutaj podobny jak w przypadku programów ogólnopolskich PR S.A., choć nie wszystkich rozgłośni dotknął w tym samym stopniu.

Największy krąg słuchaczy utrzymały rozgłoszonym PR S.A. w tych miastach i województwach, w których stacje prywatne jeszcze nie działają lub jest ich niewiele (jak np. rozgłoszonym PR S.A. w Zielonej Górze, w Białymstoku, Olsztynie, Kielcach). Zależność między istnieniem konkurencji a sytuacją rozgłośni radia publicznego nie wszędzie jednak zaznacza się równie kategorycznie. Niektóre rozgłoszonym PR S.A. - np. w Koszalinie, Opolu, Katowicach - utrzymują wysokie audytoria mimo silnej konkurencji lokalnej na ich terenie. W większości województw „macierzystych” (czyli tam, gdzie mają siedzibę) rozgłoszonym zajmują pierwsze miejsce pod względem liczby słuchaczy, przed Programem I Polskiego Radia i dystansują wszystkie stacje komercyjne. W dalszych terytorialnie, przypisanych sobie województwach znajdują się z reguły na dalszych miejscach, ale i tu są wyjątki in plus - jak np. rozgłoszonym PR w Białymstoku (na pierwszym miejscu w trzech województwach objętych programowym zasięgiem tej rozgłośni), w Lublinie czy Rzeszowie.

Rozgłoszonym regionalne PR S.A. (kolejność wg Jesień 96)	Zasięg tygodniowy w województwie - siedzibie rozgłośni			Liczba stacji lokalnych (świeckich i kościelnych) w województwie siedzibie rozgłośni
	Jesień 1995	Wiosna 1996	Jesień 1996	
PR Zielona Góra	<u>59%</u>	<u>58%</u>	<u>66%</u>	0
PR Białystok	<u>59%</u>	<u>67%</u>	<u>65%</u>	2
PR Olsztyn	<u>54%</u>	<u>55%</u>	<u>52%</u>	3
PR Kielce	<u>52%</u>	<u>50%</u>	<u>52%</u>	2
PR Koszalin	<u>57%</u>	<u>39%</u>	<u>47%</u>	5
PR Opole	<u>43%</u>	<u>51%</u>	<u>46%</u>	5
PR Katowice	<u>40%</u>	<u>43%</u>	<u>42%</u>	9
PR Bydgoszcz	<u>43%</u>	<u>42%</u>	<u>42%</u>	5
PR Lublin	<u>41%</u>	<u>47%</u>	<u>41%</u>	4
PR Rzeszów	<u>36%</u>	<u>31%</u>	<u>35%</u>	4
PR Poznań	<u>42%</u>	<u>45%</u>	<u>34%</u>	8
PR Gdańsk	<u>42%</u>	<u>33%</u>	<u>33%</u>	5

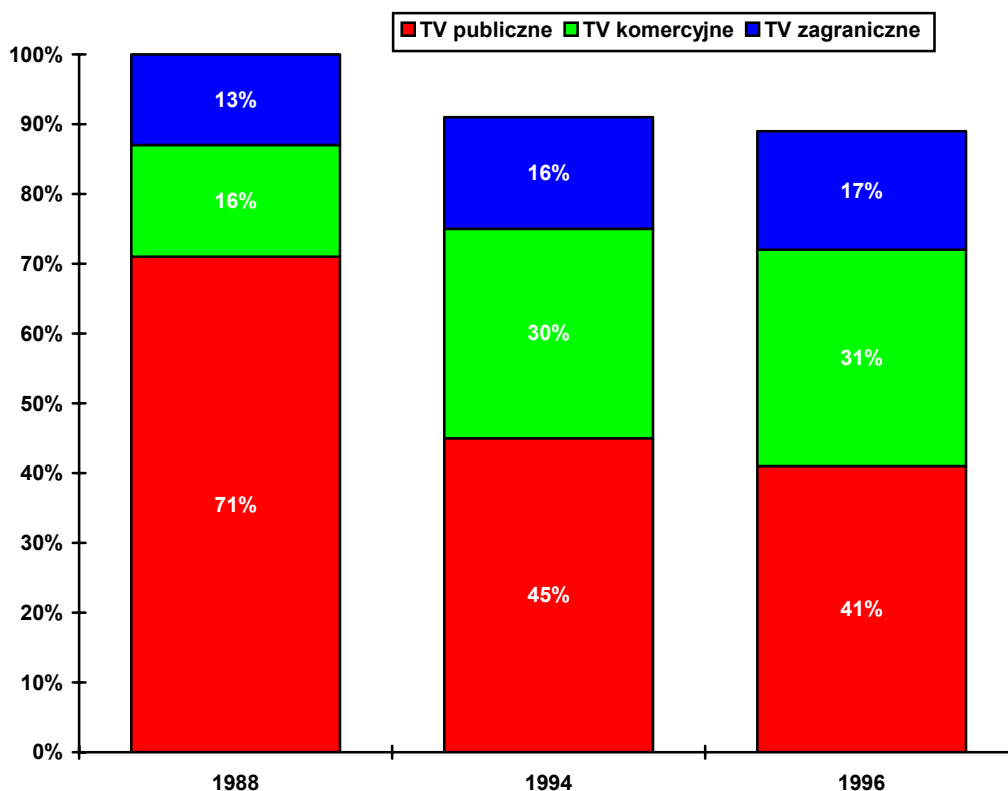
PR Szczecin	37%	49%	31%	6
PR Łódź	17%	19%	19%	5
PR Kraków	14%	12%	16%	6
PR Warszawa	9%	14%	7%	7
PR Wrocław	14%	13%	5%	5

Podkreśleniem oznaczono rozgłośnie, które plasują się na pierwszym miejscu w województwie pod względem liczby słuchaczy. (Źródło: Instytut Badania Mediów ESTYMATO, Polacy a media, Warszawa; badania na ogólnopolskich reprezentatywnych próbach ludności powyżej 15 roku życia).

Telewizja

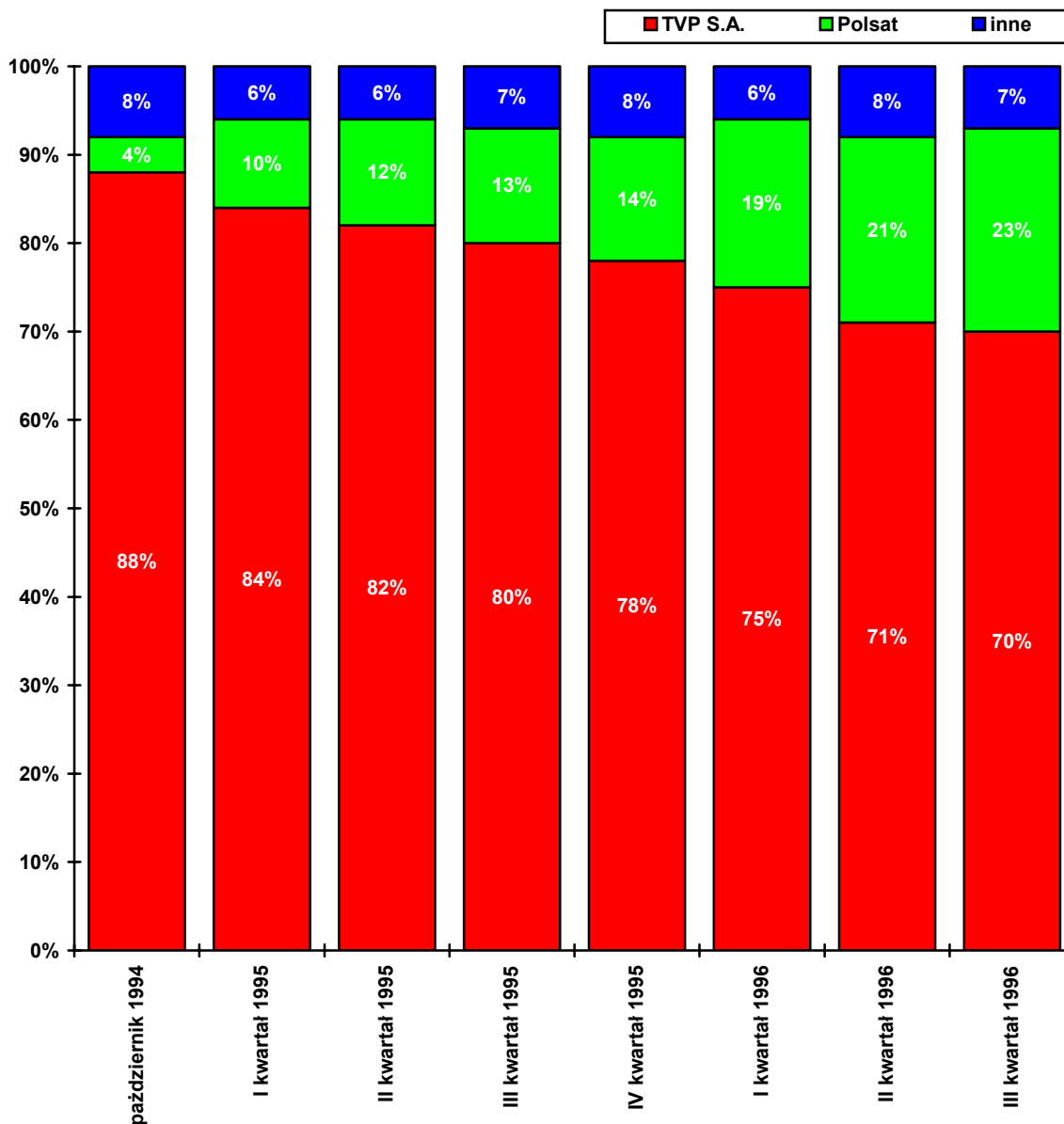
Procesy zachodzące w Polsce odzwierciedlają podobne zjawiska zachodzące wcześniej w krajach Europy zachodniej, gdzie proces demonopolizacji i zróżnicowania oferty telewizyjnej zachodzi od lat 80. Zmiany w oglądalności poszczególnych typów nadawców w Europie zachodniej ilustruje poniższy wykres:

Oglądalność: odsetek czasu oglądania danej stacji telewizyjnej w stosunku do całkowitego czasu oglądania telewizji. Wykaz obejmuje główne typy nadawców telewizyjnych.



Według szacunków EBU, w latach najbliższych oglądalność telewizji publicznych winna ustabilizować się na poziomie około 30 - 40% widowni krajowych ogółem.

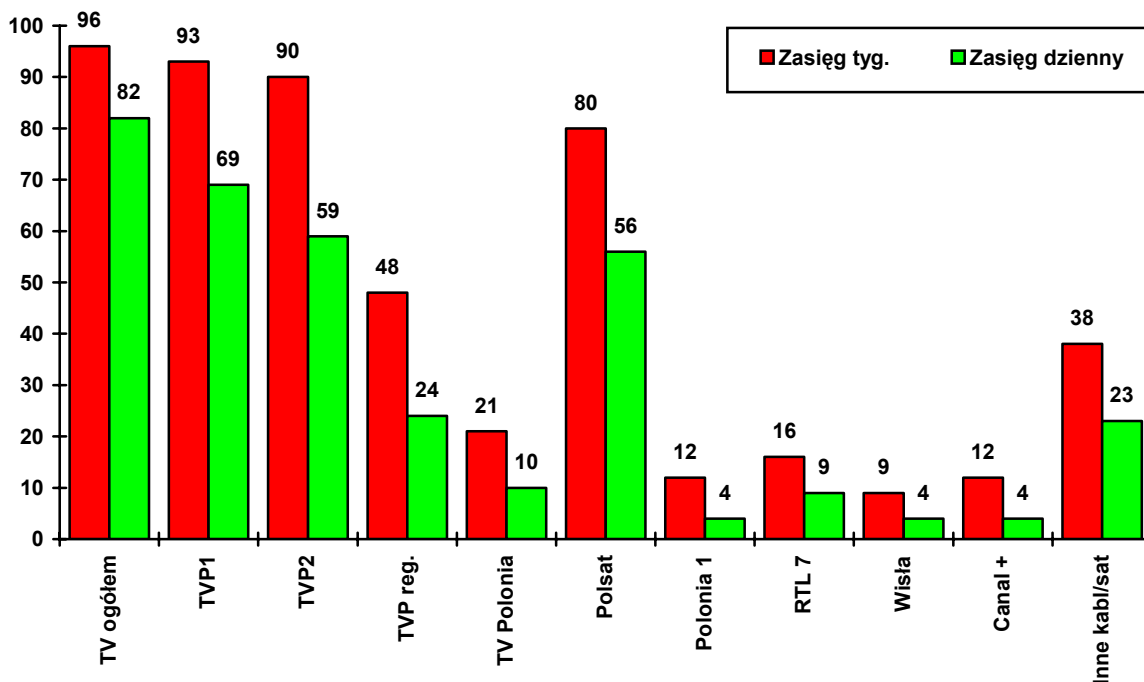
Zmiany oglądalności nadawców telewizyjnych różnych typów w Polsce w ciągu dwóch ostatnich lat (październik 1994 - wrzesień 1996) ilustruje poniższy wykres:



Źródło: OBOP.

W omawianym okresie oglądalność Telewizji Polskiej S.A. zmniejszyła się o prawie 20%, z 88% w październiku 1994 do 70% w III kwartale 1996. Zarówno obecnie, jak i w najbliższej przyszłości, największą konkurencją dla Telewizji Polskiej S.A. będą stacje polskojęzyczne emitujące swój program w sieci naziemnej.

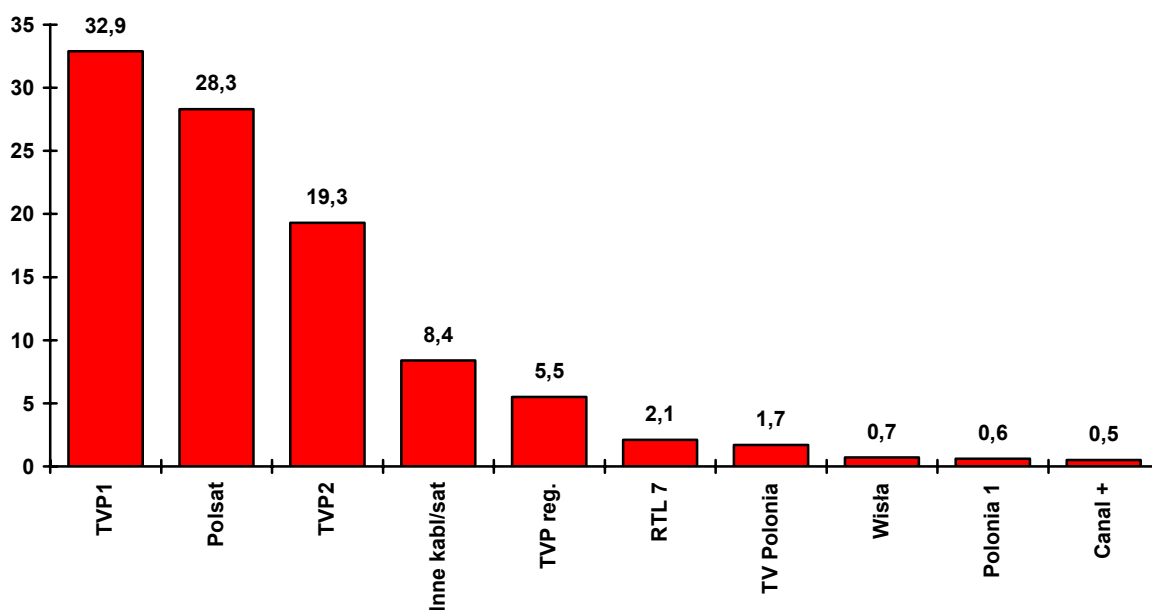
Zasięg poszczególnych nadawców telewizyjnych w marcu 1997 r. ilustruje poniższy wykres:



Zasięg: Odsetek badanych, którzy oglądali program danej stacji przynajmniej przez trzy minuty w okresie ciągłym, przeliczony dla określonego czasu.

Źródło: OBOP, pomiar dokonany w dniach 24-II - 2-III-1997

Lepsze wyobrażenie o pozycji różnych nadawców telewizyjnych na rynku daje pomiar ich oglądalności, rozumianej jako udział poszczególnych stacji w ogólnym czasie oglądania telewizji. Udział nadawców w tygodniowym czasie oglądania telewizji ilustruje poniższy wykres:



Według niektórych prognoz, naziemny program Polsatu stanie się w 1997 r. programem o największej oglądalności, choć oba programy TVP S.A. będą łącznie miały większą oglądalność. Na sytuację pod tym względem wpłynie uruchomienie programów TVN i Naszej Telewizji, zwłaszcza gdyby utworzyły one wraz z TV Wisła sieć sfederowaną. Wtedy rozpocznie się proces, który może zapewnić programom telewizji komercyjnej większą łączną oglądalność od telewizji publicznej.

B. Społeczna recepcja programów i ich zawartości (problem „amerykanizacji” programów telewizyjnych, seksu, gwałtu i przemocy w programach telewizyjnych, inne).

Amerykanizacją programu nazwać można sytuację, w której w ofercie telewizji zaczynają dominować przekazy wyprodukowane w USA, nasycone wątkami i wartościami propagowanymi przez amerykańską kulturę masową. Postępujący proces „amerykanizacji” programu telewizji w Polsce można zauważyć przyglądając się repertuarowi filmowemu.

Poniższe dane porównują udział produkcji amerykańskiej w całości produkcji fabularnej nadanej w Telewizji Polskiej latach 1995-1996:

w godz.

gatunek programu	1995 r.			1996 r.		
	kraj	Europa	USA	kraj	Europa	USA
Program I						
film fabularny	113,0	326,2	465,5	82,6	309,7	531,0
serial fabularny	74,1	133,0	508,3	49,0	98,4	627,5
Program II						
film fabularny	118,5	269,6	265,3	72,1	244,3	248,1
serial fabularny	49,1	184,3	262,7	114,8	127,5	315,9

W Programie I TVP w roku 1996 w porównaniu z 1995 znalazła się mniejsza liczba godzin nadanych filmów i seriali produkcji polskiej i także w nieco mniejszym stopniu dzieł produkcji europejskiej. W tym samym czasie wzrosła, i to bardzo znacznie w przypadku seriali (o około 120 godzin), liczba obrazów wyprodukowanych w USA. Odnotować trzeba ponad dwukrotne, w porównaniu z rokiem 1995, zwiększenie w Programie II liczby godzin nadawania seriali produkcji rodzimej. Towarzyszyło temu jednocześnie zmniejszenie czasu przeznaczanego na emisję polskich filmów fabularnych.

W 1996 r. w Dwójce również zmniejszono liczbę godzin nadawania amerykańskich filmów fabularnych. Jednocześnie jednak nastąpił duży wzrost udziału amerykańskich seriali w ogólnym czasie nadawania. W Programie II w 1996 r. liczba godzin nadanych filmów fabularnych produkcji europejskiej zmalała nieznacznie (15 godzin). W większym stopniu zmniejszyła się liczba godzin wyemitowanych seriali produkcji europejskiej. **Przedstawione materiały dają, jak się wydaje, podstawy do postawienia tezy o znacznym stopniu „amerykanizacji” programu filmowego telewizji publicznej.**

Zjawisko „amerykanizacji” daje się również zauważyć w telewizji komercyjnej. Dla przykładu podajemy udział filmów fabularnych oraz seriali i seriali fabularnych produkcji europejskiej w ofercie filmowej TV Wisła i Canal +.

Telewizja Wisła

Produkcja	...	polska	europejska	USA	inna	suma
filmy fabularne	godz.	19,5	988	257,5	12	387
	%	4,99	25,33	66,54	3,14	
seriale i seriale fabularne	godz.	-	48	390	719	1157
	%	-	4,15	33,73	62,12	

W TV Wisła mamy do czynienia z ogólnie mniejszym stopniem amerykanizacji programu filmowego niż w telewizji publicznej. Zjawisko dotyczy wyłącznie repertuaru filmów fabularnych, gdzie dominuje kinematografia amerykańska. Natomiast pokazane filmy seryjne w większości były kręcone przez różnych producentów.

Canal +

rok 1995

Produkcja	...	polska	europejska	USA	inna	suma
filmy fabularne	godz.	242,8	1340,8	2382	77,7	4043,4
	%	6,0	33,2	58,9	1,9	
seriale i seriale fabularne	godz.	187,5	113,4	364,5	89,9	755,3
	%	24,8	15,0	48,3	11,9	

rok 1996

Produkcja	...	polska	europejska	USA	inna	suma
filmy fabularne	godz.	440,1	1218,8	3447,5	67,1	5173,5
	%	8,5	23,6	66,6	1,3	
seriale i seriale fabularne	godz.	307,8	139,5	479,6	60,8	987,7
	%	31,2	14,1	48,6	6,2	

Nadmierna liczba filmów pochodzących tylko z jednego kręgu kulturowego sprzyja propagowaniu pewnych typów postaw i zachowań oraz specyficznej hierarchii wartości. Widz ma w ten sposób w znacznym stopniu ograniczone możliwości poznania, ewentualnie wyboru, innych kryteriów wartościowania otaczającej go rzeczywistości społecznej.

Masowa obecność tego typu produkcji na ekranie telewizji marginalizuje własne dziedzictwo kulturowe i zagraża poczuciu tożsamości europejskiej.

Przemoc i gwałt w telewizji

Problem wpływu przemocy ukazywanej na ekranie na zachowania i poglądy widzów jest bardzo złożony i zależy od wielu czynników. Jest on na tyle poważny, iż w wielu państwach, także w Polsce, wprowadzono ograniczenia w pokazywaniu drastycznych obrazów, krwawych starć, katastrof, itp.

Niezależnie od ustaleń ustawowych w Polsce bada się, co pewien czas, opinie widzów o programie telewizji publicznej pod kątem obecności w nim scen przemocy i agresji. Pyta się o to, jakie sceny uważane są przez Polaków za drastyczne i czy oglądanie tego rodzaju scen ma wpływ na zachowania i postawy oglądających.

Spośród programów nadawanych przez telewizję największym zainteresowaniem widzów cieszą się filmy fabularne². Badani pytani o to, jaki rodzaj filmu najchętniej by obejrzeli, wskazywali najczęściej komedie (35%) i tzw. filmy rodzinne (33%). Znacznie rzadziej badani mieliby ochotę obejrzeć film o tematyce wojennej dziejący się w realistycznie pokazanej scenerii (10%). Filmy zawierające sceny przemocy - morderstwa, gwałty itp. zyskałyby mniejszą widownię (6%).

Nie można jednak bagatelizować faktu, iż tego rodzaju filmy są szczególnie lubiane przez młodych widzów. W grupie respondentów w wieku do 24 lat miały one 16% zwolenników, wśród nieco starszych, w wieku 25 - 34 lat - 11%.

W programie telewizji publicznej najbardziej drażni respondentów CBOS i OBOP pokazywanie, w różnych audycjach, nie tylko w filmach, scen napadów, morderstw, rozbojów czy strzelaniny. W porównaniu z rokiem 1993 (8%) , w 1996 ponad dwukrotnie - do 21% - wzrosła liczba osób, które denerwuje i oburza przemoc i agresja ukazywana na ekranie. Badania ujawniły, że poczynając od 1990 r. powiększyła się przy czym między 1993 a 1996 r. bardzo gwałtownie - grupa respondentów uważających, że scen brutalnych jest w telewizji publicznej za dużo. Zwiększył się także odsetek widzów, zdaniem których zbyt często pokazuje się w publicznych mediach sceny wojenne oraz sceny zawierające wulgarne słownictwo.

Rodzaj scen drastycznych	jest ich za dużo (w %)		
	1990	1993	1996
sceny brutalne ukazujące przemoc, morderstwa, bójki, strzelaninę	27	26	39
sceny wojenne ukazujące walki, ginących ludzi	22	18	25
sceny zawierające wulgarne słownictwo	20	21	25

Zdecydowana większość (86%) respondentów pytanych przez CBOS w grudniu 1996 r. stwierdziła, że obecnie w telewizji jest za dużo filmów ukazujących przemoc. W 1996 r. 41% odpowiadających uznało, że szokujące ich sceny często pojawiają się w telewizji publicznej. W 1993 r. tę opinię wyraziło 30% pytanych.

Najbardziej szokowały Polaków sceny :

- znęcania się nad zwierzętami 58%
- morderstwa, zabijania, strzelaniny 56%
- wulgarne słownictwo, przekleństwa itp. 47%
- kpienie z wartości religijnych, bluźnierstwa szyderstwa 44%
- sceny przedstawiające nieszczęśliwych cierpiących ludzi 29%
- nagość seks, sceny erotyczne 25%
- widok krwi, operacji, wypadków 20%
- sceny wojenne, bombardowania, walki 17%
- brutalne sceny z przyrody 16%
- katastrofy, kataklizmy 15%
- nie ma takich scen, które mnie szokują 8%

Drażniące odbiorców sceny znajdowały się w różnego typu programach. Niewielu ankietowanych (17%) potrafiło opisać konkretne fragmenty programu, które były

² „Prasa, radio, telewizja w Polsce - Zima 1995/1996” T.III - kwiecień 1996 OBP, UJ sz X.

dla nich szokujące, ale większość (7) wymienionych przez widzów obrazów zawarta była w filmach fabularnych. Ponadto, na ogółem trzynastu pozycji, trzykrotnie wskazano na „Wiadomości”. Zwrócono także uwagę na straszenie w bajkach dla dzieci (np. „Przygody Animków”).

Oddziaływanie programów telewizji zawierających sceny brutalne

Dwa razy więcej przeciwników - 63% niż zwolenników - 30% mają emitowane w telewizji filmy sensacyjno-kryminalne, w których pojawiają się sceny agresji i przemocy. W porównaniu z rokiem 1993 liczba osób przeciwnych pokazywaniu tego rodzaju programów znacząco wzrosła - o 10% - w 1996 r.

Filmy sensacyjno-kryminalne zawierające sceny brutalne:

	1993 r.	1996 r.
zwolennicy	40 %	30 %
przeciwnicy	53 %	63 %

Osoby przeciwe nadawaniu przez telewizję filmów zawierających sceny przemocy i agresji zwracały uwagę na negatywny wpływ, jaki oglądanie tego typu obrazów może mieć na widzów, szczególnie młodszych. Sądziły, że są to filmy uczące okrucieństwa i przemocy - 36%, ogłupiające - 17%, denerwujące, przerażające i wywołujące napięcie - 10%. Zwolennicy drastycznych filmów kryminalno-sensacyjnych postrzegali je przede wszystkim jako dobrą rozrywkę - 16%, ale też jako przestrożę przed popełnieniem przestępstw - 11%. Bardzo rzadko (3%) pojawił się argument przywoływany czasem przez psychologów, że oglądanie podobnych obrazów pomaga rozładować własne napięcia.

W badaniach przeprowadzonych w 1995 r. zapytano respondentów o to, czy telewizja ma na ludzi jakiś wpływ i czy jest to wpływ ujemny czy dodatni. Dominował pogląd, że telewizja wywiera zarówno wpływ dodatni, jak i ujemny - 53%. Zarazem o jej korzystnym oddziaływaniu było przeświadczonych więcej respondentów - 21%, niż o niekorzystnym - 8%. Oprócz ogólnie sformułowanego pytania poproszono badanych, by ocenili, jak wpływa telewizja na podanych dwanaście konkretnych przykładów postaw i zachowań moralnych, społecznych i obyczajowych. Dwie piąte badanych - 41% było zdania, że program telewizji wpływa na wzrost przestępczości, nieprzestrzeganie prawa. Przeciwny pogląd wyraziła jedna czwarta odpowiadających. Ocena względna³ jest więc zdecydowanie negatywna. (- 16%). Negatywne oceny względne, ale na znacznie niższym poziomie (- 3% ; - 2%) przeważają, w opiniach badanych na temat wpływu telewizji na normy życia codziennego. **Niemal jedna trzecia pytanych (32%) była zdania, że program telewizji przyczynia się do zwiększenia brutalności w życiu codziennym oraz upowszechnienia poglądu, w myśl którego o wartości człowieka decyduje jego zamożność (31%). Tak więc w opinii badanych telewizja ponosi część odpowiedzialności za nasilenie się w ostatnich latach negatywnych zjawisk w życiu społecznym i tych budzących największe obaw.**

Wydaje się, że wypowiedzi widzów w badaniach w 1995 r. były wyraźnym sygnałem, że oczekiwania znaczącej ich części nie są w dostatecznym stopniu brane pod uwagę w polityce programowej. Pozyskiwanie widzów, zwłaszcza młodych, wszelkimi środkami, budzi wyraźny sprzeciw widowni.

³ Ocena względna jest różnicą procentową wskazań między kategoriami odpowiedzi „wpływa dodatnio - wpływa ujemnie”.

Świadczą o tym choćby najnowsze, z grudnia 1996 r. wyniki badań. Zdecydowana większość respondentów (86%) stwierdziła, że w telewizji nadaje się dużo filmów, w których znajduje się sceny przemocy. Podobny pogląd, jako uzasadnienie sprzeciwu wobec ukazywania przemocy i agresji na ekranie, wyrażany był w listach od widzów wpływających do KRRiT.

Społeczna definicja przemocy

Określenie „przemoc” w telewizji odnoszona jest przede wszystkim do następujących scen:

- morderstwo lub gwałt pokazany na ekranie	98%
- fizyczne znęcanie się nad kimś	96%
- pobicie jednej osoby przez drugą	82%
- groźby, szantaż, zastraszanie bohaterów	72%
- morderstwo lub gwałt, o którym się mówi, ale nie pokazuje na ekranie	68%
- uderzenie jednej osoby przez drugą	65%

Znacznie mniejszy odsetek pytaných skłonny byłby określić mianem przemocy wulgarne słownictwo - 44%. Ponad połowa (51%) nie uważa tego zachowania za przemoc.

Czy i kiedy pokazywać w telewizji filmy zawierające sceny brutalne

Widzowie z aprobatą przyjęliby wprowadzenie ograniczeń w emitowaniu w telewizji filmów ukazujących przemoc. Dwie trzecie badanych (65%) sądzi, że tego rodzaju filmy powinny być zawsze poprzedzone informacją „film tylko dla dorosłych”, bądź „film dozwolony od lat 18”. Ograniczenia wiekowe akceptowałyby ludzie z wyższym wykształceniem, inteligencja, prywatni przedsiębiorcy, tzw. kadra kierownicza oraz mieszkańcy wielkich miast. Propozycja, by drastyczne filmy nadawane były późnym wieczorem, po 22.00, spotkała się z powszechną zgodą (87%). Najwięcej przeciwników miał ten postulat wśród młodych widzów do 35 lat, uczniów i studentów, w grupie, w której takie filmy są najbardziej lubiane i najczęściej oglądane.

Zdecydowana większość pytaných (85%) uważa za wskazane poprzedzenie emisji filmu informacją o stopniu drastyczności ukazwanej przemocy. Tę propozycję rzadziej poparły osoby mające wyższe wykształcenie, choć ograniczenie emisji filmów zawierających sceny przemocy i agresji wynika z podzielanego powszechnie przeświadczenia, że oglądanie drastycznych obrazów zagraża prawidłowemu wzrostowi młodzieży i dzieci. Ta właśnie grupa społeczna jest bowiem bardziej niż inne podatna na wpływ wzorów i stereotypów propagowanych przez media. Zdaniem 92% pytaných zdarza się często, że dzieci próbują naśladować w życiu zachowania widziane w telewizji. Zatarciu ulega wówczas granica między ekranową fikcją a rzeczywistością.

Gdyby ograniczono liczbę filmów obfitujących w brutalne sceny, to zdaniem 65% badanych zmniejszyłaby się przestępczość wśród nieletnich. Taka decyzja byłaby znacznie mniej skuteczna w zwalczaniu przestępczości dorosłych. O jej pozytywnych skutkach było przekonanych już tylko 35% ankietowanych. Znaczna część rodziców (77%) mających dzieci w wielu 3 - 16 lat stara się ograniczyć swobodny dostęp dzieci do telewizji. Na opiekę rodziców w tym względzie najrzadziej mogą liczyć dzieci robotników niewykwalifikowanych, najczęściej - dzieci inteligencji i osób z wyższym wykształceniem, rolników.

Ograniczenia w nieco mniejszym stopniu dotyczą dzieci starszych, w wieku 13 - 16 lat. Niemal powszechnie rodzice zabraniają swoim dzieciom oglądania filmów zawierających sceny zabójstw, gwałtów i przemocy (89%), pokazujących sceny erotyczne (84%). Bardzo rzadko (17%) dzieci nie uzyskują zgody na oglądanie filmów, w których pojawia się wulgarne słownictwo. Obecne na co dzień w języku potocznym wulgarne słownictwo zdaje się razić już tylko nielicznych.

Z badań wynika, że zmiana repertuaru filmowego w telewizji byłaby zgodna z oczekiwaniami widzów. Z aprobatą spotkałoby się określenie i przestrzeganie zasad nadawania filmów pokazujących agresję i przemoc. Pewne ograniczenia, zdaniem badanych, powinny dotyczyć także telewizji komercyjnej.

Sceny agresji i przemocy pojawiają się także w innego rodzaju programach telewizyjnych. W niektórych krajach określono dość precyzyjnie sposób, w jaki mogą być relacjonowane wydarzenia drastyczne czy starcia zbrojne.

Opinie wyrażane w korespondencji

W minionym roku do Wydziału Skarg i Wniosków napłynęło 205 listów, w których poruszono problem obecności na wizji nadmiaru scen drastycznych, wulgarnych i erotycznych. Ilustracją aktywności autorów mogą być pisma Urszuli Winczury z Lublina podpisane przez 6020 osób, czy Danuty Jarczewskiej z Oławy, która zwróciła się do KRRiT w imieniu 100 osób.

W pismach tych protestowano przeciwko:

- *-przyzwalaniu na szerzenie w środkach przekazu pornografii, narkomanii i rozwiązłości,*
- *publikowaniu kłamstwa lub przemilczaniu prawdy w różnych dziedzinach życia (te postulaty podnoszono w piśmie zbiorowym z Lublina).*
- *proszono o uwzględnienie głosów niżej podpisanych, osób płacących abonament. Uważamy, że jesteśmy dyskryminowani i obrażani programami telewizyjnymi promującymi zło pod postacią:*
 - *filmów pełnych agresji i chamstwa (zabijających wrażliwość młodzieży i dzieci)*
 - *wulgarności języka filmów i programów (efekty tych wzorców słyszymy na ulicy)*
 - *promowania złych wzorców nawet w bajkach dla dzieci (te postulaty podnoszono w liście zbiorowym z Oławy).*

Listy od osób prywatnych najczęściej odnoszą się do poszczególnych programów, np.:

- w piśmie Wiesława Hernackiego z Poznania czytamy: *„W związku ze wzrastającą liczbą scen przemocy emitowanych w telewizji - i to nie tylko filmów fabularnych, ale i co szczególnie niepokoi, bajek dla dzieci, pytam:*
 - *dlaczego wasza instytucja zgadza się na rozpowszechnianie modelu postępowania, polegającego na tym, że czyjeś nieszczęście - wypadek - wywołuje jedynie śmiech i satysfakcję u innych bohaterów - nie pokazując cierpienia poszkodowanego i nie wzbudzając współczucia? (filmy Walta Disneya, „Dobranocka”).*
 - *dlaczego tolerujecie praktykę reklamowania filmów przemocą - pokazując najbardziej drastyczne sceny w czasie między „Dobranocką” a „Wiadomościami” - niekiedy takiej reklamówce towarzyszy komentarz np. „gra idzie o pieniądze, przy których życie nie ma wartości”.*
- *Telewizja Polska jest niewiarygodnie komercyjna - pisze Jerzy Kupczyk z Żagania - te głupkowate seriale, denne, bez żadnej wartości seriale amerykańskie - chyba pozbierane ze śmietnika, te opery mydlane chyba dla kucht i analfabetów...*

- *Dążenie do Wspólnoty Europejskiej nie musi być równoznaczne z zalewem szmiry pochodzenia amerykańskiego i to z najgorszej komercyjnej produkcji - pisze Andrzej Litwak z Łomianek - Może to traktowano jako odtrutkę na kicz radziecki, ale kicz amerykański wcale nie jest lepszy. Ostatnio wylewane są krokodyle łzy na temat bezpieczeństwa., ale zapomina się o tym, że codziennie w godzinach największej oglądalności odbywa się instruktaż, jak należy omijać prawo, bezkarnie zabijać, jak nieważne jest ludzkie życie, jak gwałt, przemoc, i korupcja odnoszą sukcesy. Nie ma dnia, żeby nie było kilku filmów i to we wszystkich programach, na temat gangsterów, głupich policjantów, narkomanów, zboczeńców. To ogląda młodzież i trudno się dziwić, że w życiu coraz częściej naśladuje telewizyjnych „bohaterów”.*
- *Dlaczego telewizja, która chce uchodzić za instytucję kulturotwórczą jest jednocześnie rozsądkiem zepsucia? - pyta Michał Rokosz z Gdańska.*

Najwięcej skarg, ocen, opinii przekazało Stowarzyszenie Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza. Jego członkowie bardzo bacznie obserwowali produkcję telewizyjną pod kątem jej wpływu na edukację młodego pokolenia. Wnioski, jakie sformułowano, były zdecydowanie najbardziej krytyczne pod adresem publicznych mediów. Szczególnie surowo traktowały ofertę filmową Canal+ i to zarówno pod względem zawartości scen brutalnych, jak i nieobyczajnych.

Podobnie wypowiadały się inne ugrupowania, jak np. Diecezjalny Zespół Inicjatywy Akcji Katolickiej z Kalisza, Wspólnota Ruchu Domowego Kościoła z Wrocławia, Towarzystwo Odpowiedzialnego Rodzicielstwa czy przedstawiciele Młodzieżowego Ośrodka Wychowawczego „Herb”.

W tonie łagodniejszym, pewnego zatroskania, zabierali głos Radni Gminy Bemowo - Warszawa, którzy w swej uchwale zapisali konieczność podejmowania działań zaradczych przeciwko nadmiarowi przemocy i seksu w telewizji. Podobnie wypowiadali się nauczyciele z stowarzyszenia „Warsztaty w Drodze”.

W ocenie programów telewizyjnych podnoszą się coraz liczniejsze głosy protestu przeciwko prezentowanej na szklanym ekranie fali przemocy, seksu i wulgarnego słownictwa. Zarysowują się dwie tendencje. Po pierwsze w ogóle wzrosła liczba wypowiedzi na ten temat, a ponadto zaczynają wypowiadać się w tej kwestii różnego rodzaju grupy. Charakteryzując tę korespondencję należy jeszcze zwrócić uwagę, z jakich regionów kraju jest ona kierowana. Najwięcej protestów nadeszło z Małopolski, z dużego ośrodka akademickiego, jakim jest Lublin.

Zauważyć też trzeba, iż ponad połowa korespondentów na pierwszym miejscu w ocenie szkodliwości stawia przemoc na wizji. Na drugim dopiero umiejscawia nadmiar scen erotycznych. Piszących najbardziej niepokoi „telewizyjny instruktaż”. Obarczają oni media odpowiedzialnością za przemoc na ulicach, przypisując telewizji rolę jakiejś koszarnej ściągawki dla najmłodszych przestępców. Zwłaszcza, że większość z nich podkreśla wielką łatwość w dostępie dzieci i młodzieży do najgorszej, bezwartościowej masowej produkcji filmowej w postaci kaset video. Ten aspekt w korespondencji jest bardzo wyraźnie zarysowany.

Z tego też względu protesty piszących, często bardzo oskarżycielskie, podane w formie emocjonalnej, są skierowane przeciwko telewizji publicznej. Telewidzowie w niej właśnie chcieliby widzieć ostoję kultury, enklawę dobrego smaku, form i wychowania. Być może dlatego, że czują się zawiedzeni w swych oczekiwaniach zapowiadają eskalację swego protestu w postaci niepłacenia abonamentu telewizyjno - radiowego lub wyrejestrowania odbiornika telewizyjnego.

Stanowisko KRRiT

W stanowisku z dn. 12 marca 1996 r. w sprawie audycji dla dzieci i młodzieży Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji dokonała przeglądu głosów zaniepokojenia na temat nasycenia tych audycji treściami niewłaściwymi z punktu widzenia rozwoju dzieci i stwierdziła:

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji oczekuje, że nadawcy zaniechają emitowania programów szkodzących moralnemu i psychofizycznemu rozwojowi dzieci. KRRiT spodziewa się, że nadawcy, nie czekając na sankcje uprawnionych instytucji publicznych, we własnym zakresie i interesie podejmą odpowiednie i skuteczne działanie w celu wyeliminowania audycji, które niszczą wrażliwość moralną i zdrowie psychiczne społeczeństwa. Zdaniem KRRiT niezbędny jest wysiłek na rzecz prezentowania audycji upowszechniających zachowania respektujące uniwersalne zasady etyki, służące umacnianiu rodziny i zwalczaniu patologii społecznych. Dobro dzieci i młodzieży powinno znaleźć się na pierwszym miejscu przy podejmowaniu decyzji programowych.

C. Organizacje słuchaczy i telewidzów i ich rola w reprezentowaniu interesu audytorium.

Jedynym stowarzyszeniem odbiorców radia i telewizji, jakie powstało w kraju, jest Stowarzyszenie Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza, powołane w Białymstoku 5 grudnia 1994 r. jako korporacja utrzymywana z dobrowolnych składek. Liczy ono ok. 600 członków działających na terenie całego kraju. Stowarzyszenie to reprezentuje odbiorców zróżnicowanych pod względem wieku od - 26 do 65 lat - o różnych światopoglądach i orientacjach politycznych, których łączy wrażliwość na społeczne i etyczne oddziaływanie mediów.

Cele SORT-u można określić następująco;

- wpływanie na nadawców publicznych i prywatnych, aby tworzone przez nich audycje i programy radiowe i telewizyjne uwzględniały, a także odzwierciedlały obowiązujące normy etyczne oraz wartości, stanowiące o polskiej tożsamości narodowej,
- zachęcanie nadawców do ukazywania w audycjach i programach wzorców moralnych i patriotycznych poprzez nawiązywanie do rodzimej tradycji, kultury i historii naszego narodu,
- udział w tworzeniu świadomej, kompetentnej opinii publicznej, uwrażliwionej na skutki etyczne i wychowawcze rozpowszechnianych w Polsce programów radiowych i telewizyjnych,
- tworzenie mechanizmów społecznej kontroli i krytyki wobec działających na terenie całego kraju nadawców radiowych i telewizyjnych, zwłaszcza w przypadku łamania obowiązującego w tym przedmiocie ustawodawstwa oraz nadawania audycji szkodliwych wychowawczo i demoralizujących społecznie,
- wypracowanie sposobów i metod ochrony podstawowych interesów odbiorców radiowych i telewizyjnych przed nadawaniem przekazów tendencyjnych i kłamliwych, naruszających zasady moralności i godności osobistej: audycji ukazujących przemoc i gwałt, uderzających w godność rodziny, uczucia religijne i narodowe oraz programów naruszających kulturę i poprawność językową lub zawierających inne treści, uznawane za społecznie szkodliwe.

Cele stowarzyszenia realizowane są poprzez przekazywanie społeczeństwu oraz odpowiednim władzom recenzji tych programów, które wzbudzają kontrowersje wśród odbiorców. Opinie te opracowywane są przez grono specjalistów, będących członkami bądź sympatykami SORT-u. Przeprowadzono np. monitoring filmów dziecięcych nadawanych przez Polsat i podjęto próbę uzyskania od nadawcy zmian w programie odzwierciedlających opinie krytyków tych pozycji.

Stowarzyszenie na podstawie listownie zgłaszanych przez telewidzów opinii sporządza wnioski i raporty, które kierowane są do dyrektorów poszczególnych programów radiowych i telewizyjnych, a także do KRRiT. Jak podaje sprawozdanie z działalności Stowarzyszenia w 1996 r., podejmowane są liczne interwencje przeciwko treściom demoralizującym i antyreligijnym, w obronie uczuć patriotycznych i wartości narodowych oraz w sprawach koncesji przyznawanych przez KRRiT. Poprzez swoje koła terenowe Stowarzyszenie prowadzi działalność w terenie, monitoruje audycje, rozprawdza ankiety.

W listach do Krajowej Rady SORT najbardziej krytycznie odnosił się do telewizji i radia publicznego. Szczególnie surowej ocenie poddał również ofertę filmową Canal+ i to zarówno pod względem zawartości scen brutalnych, jak i nieobyczajnych.

Z przedstawicielami tego reprezentanta audytorium telewizyjno - radiowego Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się 20 lutego 1997 r. i zapoznała się z jego działalnością oraz planami na najbliższą przyszłość. W trakcie tego spotkania przedstawiciele SORT-u zaapelowali o działanie na rzecz wprowadzenia w szkołach przedmiotu pn. „wiedza o mediach”.

W interesie telewidza i radiosłuchacza wypowiadają się również gremia, dla których nie jest to jedyny cel działalności. I tu aktywne okazały się samorządy terytorialne. Komisja Kultury, Oświaty i Spraw Socjalnych oraz Komisja Antyalkoholowa Rady Gminy Radomsko wyrażając niezadowolenie w doborze programów telewizyjnych preferujących przemoc, gwałt, prawo silniejszego, niepohamowany pęd do komercjalizacji wszystkich zjawisk życia, postanowiła zwrócić się do Zarządu TVP S.A. o podjęcie stosownych kroków zmierzających do wyeliminowania tych audycji. Zapowiedź podobnego działania znajduje się w pismach Klubu Etycznej Myśli Obywatelskiej „Wspólnota Elbląska”, przedstawiciele Klubu Inteligencji Katolickiej z Wrocławia, Diecezjalnego Zespołu Inicjatywy Akcji Katolickiej z Kalisza oraz Wspólnoty Ruchu Domowego Kościoła z Wrocławia czy Rodziny „Radia Maryja” z Lublina. Również Komisja Krajowa NSZZ „Solidarność” podjęła uchwałę zawierającą protest przeciwko nadmiarowi przemocy w mediach.

Głos zabierały też środowiska odpowiedzialne za edukację młodego pokolenia, np. Towarzystwo Odpowiedzialnego Rodzicielstwa, czy nauczyciele i wychowawcy ze Stowarzyszenia „Warsztaty w Drodze”.

Także młode pokolenie nie pozostaje bierne. Obradujący w zeszłym roku w gmachu Sejmu „Parlament Dzieci i Młodzieży” podjął uchwałę w sprawie zakazu emisji filmów dla dzieci zawierających sceny brutalne.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji utrzymuje kontakty ze środowiskami i organizacjami społecznego monitoringu.

VIII. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ W POLSCE

A. Procesy przekształcania radiofonii i telewizji w Europie

Okres od 1980 r. traktowany jest jako czas szczególnie intensywnych procesów zmian w radiofonii i telewizji w Europie, obejmujących:

1. **Zmiany społeczno-polityczne** związane ze zmierzchem rządów socjaldemokratycznych a jednocześnie rozwojem społeczeństwa postindustrialnego: erozja społecznej prawomocności monopolu radiowo-telewizyjnego, ścisła regulacja i kontrola państwowa (deregulacja, dezetatyzacja sektora audiowizualnego) i związana z tym demonopolizacja radia i telewizji oraz gwałtowny rozwój sektora komercyjnego;
2. **Zmiany techniczne** sprawiające, że brak częstotliwości do emisji naziemnej nie jest już barierą w rozwoju radiofonii i telewizji, a cyfryzacja i kompresja sygnału tworzą warunki do nadejścia ery obfitości programowej; nowe media (teletekst, videotekst, magnetowid, kabel, satelita), konwergencja telekomunikacji, informatyki i mediów elektronicznych jako fundament globalizacji i podstawa wprowadzania Społeczeństwa Informacyjnego;
3. **Zmiany ekonomiczne** - traktowanie mediów jako gałęzi gospodarki, poddanie ich logice gospodarczej i rynkowej; otwarcie na międzynarodowe przepływy kapitału; rozwój przez wykorzystywanie szans biznesowych i metod rynkowych (koncentracja kapitału, dywersyfikacja działalności, komercjalizacja), segmentacja rynku, pluralizm rynkowy a nie społeczno-polityczny.
4. **Integrację międzynarodową** - objęcie działalności mediów regulacją międzynarodową, włączenie ich w proces integracji politycznej, prawnej i gospodarczej. W Europie Zachodniej, a zwłaszcza w Unii Europejskiej, oznacza to dążenie do:
 - tworzenia wspólnego rynku telewizyjnego;
 - wspierania rozwoju europejskiego sektora produkcyjnego;
 - wprowadzenia wspólnych przepisów odnośnie programu i reklamy;
 - wprowadzenia „kwot” produkcji europejskiej;
 - ochrony wolności jednostki poprzez obronę prawa do odbioru oraz do odpowiedzi;
 - ochrony dzieci.

B. Działalność organizacji międzynarodowych

Audiovisual Eureka zrzesza 34 kraje europejskie oraz Komisję Europejską i Radę Europy, stanowiąc najliczniejszą i najbardziej reprezentatywną organizację w europejskim sektorze audiowizualnym; jej zadaniem jest wspieranie i inspirowanie współpracy między krajami kontynentu w zakresie filmu, telewizji i sztuk pokrewnych ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii, co odbywa się głównie poprzez organizowanie szkoleń, spotkań, sympozjów i konferencji oraz umożliwianie kontaktów między instytucjami i osobami, zainteresowanymi taką współpracą. W myśl tzw. Deklaracji Londyńskiej z 1995 r. jednym z naczelných zadań Eureka jest wspieranie współpracy w dziedzinie audiowizualnej między krajami Europy Zachodniej (w szczególności członkami Unii Europejskiej) a krajami Europy Środkowej i Wschodniej, przede wszystkim tymi, które przeżywają trudności strukturalne lub materialne, zagrażające niedotrzymaniem kroku w rozwoju kulturalnym i technologicznym.

Ponadto, poczynając od roku 1996, Eureka została obarczona przez Unię Europejską misją pośredniczenia między europejskim programem MEDIA II a krajami Europy Środkowej aspirującymi do jego członkostwa.

W 1996 r. dokonano szeregu ważnych i pracochłonnych działań o charakterze wewnętrznym w obu organizacjach. Europejskie Obserwatorium Audiowizualne wkracza w 1997 r. w kolejną fazę swej działalności, co zostało poprzedzone wszechstronną ewaluacją, dokonaną przez zewnętrznych konsultantów oraz przez Biuro Obserwatorium pod kierownictwem polskiego przewodniczącego. W specjalnym dokumencie określono nowe zadania organizacji i strukturalne formy jej działania. Obecnie w opracowywaniu jest jej nowy statut. Także wewnątrz Eureka opracowano szereg niezbędnych, a nie istniejących dotąd dokumentów, umożliwiających wielkiej organizacji międzynarodowej sprawne funkcjonowanie.

EURIMAGES jest ogólnoeuropejskim funduszem Rady Europy utworzonym w 1988 r. w celu wzmocnienia europejskiego przemysłu audiowizualnego poprzez finansowe wsparcie produkcji i dystrybucji filmów fabularnych i dokumentalnych oraz wymianę doświadczeń między krajami członkowskimi.

Do EURIMAGES należą: Austria, Belgia, Bułgaria, Czechy, Cypr, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Luksemburg, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

Podstawowym warunkiem uzyskania pomocy finansowej dla filmu fabularnego jest znalezienie koproducentów z trzech różnych krajów członkowskich EURIMAGES, a dla filmu dokumentalnego - z dwóch krajów. Większościowy udział koproducenta nie może przekroczyć 60% budżetu filmu, natomiast udział finansowy trzeciego partnera nie może być mniejszy niż 10% budżetu.

W 1996 r. 6 filmów polskich uzyskało wsparcie EURIMAGES na etapie produkcji oraz 17 filmów na etapie dystrybucji.

European Broadcasting Union (EBU) - Europejska Unia Radiowo-Telewizyjna

Została założona w 1950 r. Jest profesjonalnym, niekomercyjnym związkiem zrzeszającym nadawców europejskich. Organizacja ta ma za zadanie skupiać wysiłki swoich członków na zainteresowaniach, dotyczących zagadnień programowych, prawnych,

technicznych oraz nawiązywać kontakty z innymi związkami nadawców, przygotowywać i podejmować wszelkie możliwe kroki służące rozwojowi nadawania radiowo-telewizyjnego, promować wymianę programów poprzez Eurowizję lub inne formy współpracy pomiędzy członkami, wspierać i koordynować prace związane ze wszystkimi problemami związanymi z nadawaniem, zapewniać wymianę informacji oraz dokładać wszelkich starań aby członkowie przestrzegali międzynarodowych porozumień i innych uregulowań prawnych.

Najwyższym organem kontrolnym EBU jest Zgromadzenie Ogólne, w skład którego wchodzi wszyscy członkowie. Zgromadzenie Ogólne wybiera 15-osobową Radę Administracyjną, która ma uprawnienia wykonawcze. W skład struktury wchodzi: Komitet ds. Programu Radiowego i Telewizyjnego, Komitet Prawny i Komitet Techniczny oraz inne grupy powoływane w miarę istniejących potrzeb.

Program radiowy

Działalność Komitetu ds. Programu Radiowego skupia się na ułatwianiu i upowszechnianiu wymiany programów pomiędzy członkami EBU, promowaniu i opracowywaniu różnorodnych projektów, które w wyniku międzynarodowej współpracy wzbogaciłyby produkcję krajową. Przykładami tego typu działalności są coroczne koncerty, quizy, konkursy chórów, programy poświęcone rocznicom ważniejszych wydarzeń, relacje z zawodów sportowych itp. W Komitecie ds. Programu Radiowego cenione jest doświadczenie i wymiana informacji. Komitet służy jako forum dyskusji i wymiany poglądów dla dyrektorów programowych poszczególnych nadawców radiowych.

Program telewizyjny

Komitet ds. Programu Telewizyjnego i jego zespoły robocze poświęcają wiele czasu wszystkim problemom, które są związane z programami telewizyjnymi różnej kategorii, a w szczególności programom wielostronnej koprodukcji, organizacji ważniejszych widowisk telewizyjnych, wymianie wiadomości itp. Komitet wspiera profesjonalne kontakty i współpracę pomiędzy ekspertami ds. programów telewizyjnych, organizuje seminaria, warsztaty szkoleniowe.

System Eurowizji, który został uruchomiony w 1954 r., umożliwia międzynarodową dystrybucję wiadomości i takich programów jak np. Igrzyska Olimpijskie.

Zagadnienia prawne

Komitet Prawny zajmuje się problemem praw autorskich wszystkich współtwórców programów radiowo-telewizyjnych. Główne zadania specjalistów tej sekcji to pomoc w uzgadnianiu praw do transmisji np. imprez sportowych. W związku z rozwojem nowych technologii muszą oni poszerzać zakres swoich kompetencji, tak aby objąć szeroką gamę problemów związanych z dystrybucją programów drogą kablową i satelitarną.

Komitet Prawny jest obrońcą interesów nadawców, współpracuje ściśle z World Intellectual Property Organisation, UNESCO, Radą Europy, Komisją Europejską. Służy on członkom EBU jako źródło informacji odnoszącej się do prawa autorskiego i praw pokrewnych, nadawania radiowo-telewizyjnego i telekomunikacji.

Zagadnienia techniczne

Członkowie EBU współpracują w ramach Komitetu Technicznego i jego zespołów roboczych. Działalność tego Komitetu koncentruje się na zagadnieniach związanych z rozwojem nowych technologii a także z techniką produkcji programów, nagrywania, jakości przekazu itp.

European Institute for the Media

European Institute for the Media, z którym KRRiT nawiązała w 1996 r. współpracę, powstał w 1983 r. jako organizacja mająca na celu umożliwienie rozwoju właściwej polityki medialnej, która powinna formować się na bazie obiektywnych studiów i otwartej dyskusji. Działalność EIM skupia się na:

- pracach analitycznych i badawczych w zakresie polityki medialnej;
- gromadzeniu dokumentacji i analizie porównawczej rozwoju sektora mediów w Europie;
- tworzeniu forum wymiany informacji i opinii dotyczących zagadnień związanych z mediami;
- promowaniu współpracy z Europą środkową i wschodnią.

Organizacja ta jest kierowana przez zarząd złożony z międzynarodowych ekspertów w dziedzinie mediów. Z Europejskim Instytutem ds. Mediów współpracują między innymi: Unia Europejska, Rada Europy, UNESCO, EBU, Europejska Fundacja Kulturalna. Poszczególne sekcje EIM zajmują się różnorodnymi zagadnieniami. Departament ds. Badań i Publikacji koncentruje się na: polityce medialnej, ustawodawstwie, ekonomice i technologii. Natomiast celem Programu Współpracy Wschód-Zachód jest promowanie współpracy między profesjonalistami z dziedziny mediów z krajów Europy Zachodniej, Centralnej i Wschodniej. Program uruchomił własny system informacyjny z biurami między innymi w Kijowie i w Moskwie. Ta wyspecjalizowana jednostka publikuje własne sprawozdania oraz biuletyny ogólnokrajowe w języku angielskim i w języku danego kraju.

Jedną z inicjatyw EIM jest Europejskie Forum Telewizyjne oraz Filmowe, utworzone w 1989 r. w celu przedyskutowania zadań mediów i polityki medialnej w Europie. Grupy robocze Forum koncentrują się na specyficznych zagadnieniach, między innymi takich jak nowe technologie w dziedzinie komunikacji oraz prawa konsumenta i widza. Spotkania w ramach Forum gromadzą zarówno decydentów, nadawców, producentów, profesjonalistów jak i reprezentantów widzów i związków branżowych z całej Europy. Instytut ds. Mediów służy informacją obejmującą szeroko pojętą problematykę związaną z mediami. Centrum Dokumentacji i Statystyki oraz biblioteka oferują szereg materiałów źródłowych dotyczących ekonomiki, regulacji prawnych, własności oraz kontroli mediów elektronicznych w Europie.

C. Program Unii Europejskiej MEDIA II

Program MEDIA II został przyjęty decyzjami Rady Unii Europejskiej w lipcu (część II - przedprodukcja i dystrybucja) oraz w grudniu 1995r. (część I - kształcenie). Program wszedł w życie w krajach Europy Zachodniej w styczniu 1996r.

Program MEDIA II jest kontynuacją - w zmodyfikowanej formie (zmniejszenie kosztów administracyjnych z 20% do 5% poprzez bezpośrednie związanie struktur zarządzania z Komisją Europejską, wybranie kilku głównych dziedzin, by nie rozpraszać środków) - programu MEDIA I, realizowanego w latach 1991-1995.

Program skupia się na trzech obszarach dziedziny audiowizualnej:

- kształceniu zawodowym;
- przygotowywaniu projektów produkcyjnych, przeznaczonych na rynek europejski oraz światowy;
- dystrybucji europejskich filmów i programów telewizyjnych w skali międzynarodowej.

Pięcioletni budżet programu wynosi 310 mln ECU. Program składa się z dwóch części:

1. MEDIA II - Kształcenie - na tę część programu przeznaczono 45 mln ECU.
2. MEDIA II - Faza przedprodukcyjna i dystrybucja - na tę część programu przeznaczono 265 mln ECU.

Pomoc udzielana w ramach programu MEDIA II ma formę pożyczek zwrotnych bądź dotacji do wysokości 50% kosztów danego projektu. Przedsięwzięcia w dziedzinie kształcenia zawodowego otrzymują bezzwrotne dotacje i mogą, w pewnych przypadkach, być dofinansowane nawet do 75%.

Poszczególne części programu są realizowane na zasadzie przetargów. Warunki uczestnictwa ogłaszane są w różnych terminach w Dzienniku Urzędowym (Official Journal) Unii Europejskiej. Projekty są oceniane (jakość, planowany budżet) przez niezależnych ekspertów, powołanych przez Komisję Europejską ze zgłoszonych przez poszczególne państwa członkowskie list ekspertów.

MEDIA II - kształcenie

W porównaniu do programu MEDIA I środki przeznaczone na wspieranie kształcenia są 7-8 razy większe. Wynoszą one 45 mln ECU na pięć lat.

Ta część programu skupia się na kształceniu w trzech dziedzinach:

- zarządzania: finanse, administracja, kwestie prawne;
- wykorzystanie nowych technologii audiowizualnych;
- pisanie scenariuszy;

oraz na dwóch płaszczyznach:

- kształcenie zawodowe;
- doskonalenie zawodowe.

W 1996 r. na tę część programu MEDIA przeznaczono 2,5 mln ECU, a na kształcenie ustawiczne 5 mln ECU.

Zakłada się, że MEDIA II-Kształcenie będzie uzupełniać się z innymi programami Unii Europejskiej dotyczącymi kształcenia zawodowego, to znaczy, że projekt z dziedziny audiowizualnej może ubiegać się o środki w ramach np. programu LEONARDO.

Kształcenie zawodowe

Projekty programów kształcenia mają składać uczelnie bądź ośrodki kształcenia, które nawiązały współpracę z przedsiębiorstwami działającymi w sektorze audiowizualnym. Można przedstawiać trzy typy programów:

1. Tzw. moduły edukacyjne, będące częścią programu edukacyjnego - mogą one uwzględniać stypendia dla studentów, staże w przedsiębiorstwach, tzw. kształcenie na odległość, podnoszenie kwalifikacji wykładowców poprzez udział w szkoleniach prowadzonych na szczeblu europejskim;

2. Kształcenie podyplomowe w dziedzinie marketingu i nowych technologii (warunkiem jest udział co najmniej dwóch instytucji z dwóch różnych państw oraz dwóch partnerów z sektora przemysłu);

3. Krótkie cykle szkoleniowe.

Projekt tego rodzaju może uzyskać maksymalnie 500 tys. ECU rocznie, natomiast jeden beneficjent nie więcej niż 200 tys. ECU.

Doskonalenie zawodowe

Ta część przeznaczona jest dla osób pracujących zawodowo. Projekty mają dotyczyć krótkich (intensywnych) szkoleń, takich jak warsztaty (np. pisanie i ocena scenariuszy), seminaria, spotkania. Szkolenia te mogą być organizowane przez przedsiębiorstwo, ale prowadzący szkolenie pracownicy tego przedsiębiorstwa nie mogą być wynagradzani z funduszu programu.

Ośrodek prowadzący takie szkolenie może otrzymać do 1 mln ECU, a każdy z uczestników do 500 tys. ECU.

Kryteria wyboru: wykładowcy powinni być jednocześnie aktywni zawodowo, by nie było rozdziału między kształceniem a praktyczną działalnością zawodową; projekt musi mieć wymiar ponadnarodowy, tzn. być dostępny dla zainteresowanych z innych krajów; większe szanse mają projekty z udziałem partnerów z sektora przemysłu.

MEDIA II - Faza przedprodukcyjna i dystrybucja

Faza przedprodukcyjna

Na tę część programu przewidziano 60 mln ECU na pięć lat. Wsparcie na fazę przedprodukcyjną (pod pojęciem „przedprodukcji” rozumie się wszystkie czynności związane z przygotowaniem filmu, aż do pierwszego dnia zdjęciowego: przygotowanie scenariusza, poszukiwanie partnerów, ustalanie planu finansowego, opracowanie strategii marketingowej i planu dystrybucji itd.) ma formę pożyczek zwrotnych do 50% kosztów. Wsparcie obejmuje zarówno projekty przeznaczone do produkcji kinowej, jak i telewizyjnej oraz projekty multimedialne. Przewidziane są trzy rodzaje wsparcia:

1. Dla filmu fabularnego, serialu animowanego, filmu dokumentalnego - jeden projekt może uzyskać do 30 tys. ECU;
2. Dla spółki producenckiej - na przeprowadzenie zmian w zarządzaniu i strukturze, na modernizację (np. na wyposażenie informatyczne), wyszukiwanie partnerów oraz opracowanie scenariusza - pożyczka wynosi do 100 bądź 150 tys. ECU;
3. Dla kilku spółek producenckich z różnych krajów, tworzących tzw. zgrupowanie (plateforme industrielle) w celu realizacji wspólnego projektu, np. filmu animowanego, zastosowania nowych technologii, programów multimedialnych, waloryzacji archiwów - zgrupowanie muszą tworzyć co najmniej trzech producenci niezależni (w przypadku krajów stowarzyszonych nie wyklucza się uczestnictwa producenckich spółek państwowych) z trzech różnych krajów uczestniczących w MEDIA II.

Pomoc finansowa może w tym przypadku dotyczyć bezpośrednio projektu do produkcji lub wzmocnienia struktur i rozwoju działalności, np. w dziedzinie specjalistycznego personelu. Jeśli w zgrupowaniu bierze udział dziesięciu lub więcej partnerów i zamierzają oni przygotować wspólnie 10 lub więcej projektów, wtedy wsparcie może wynieść do 3 mln ECU. Jeśli natomiast liczba uczestników i wspólnych projektów wynosi poniżej dziesięciu, zgrupowanie może uzyskać do 1 mln ECU.

Budżet i kryteria przewidziane dla części MEDIA II - Faza przedprodukcyjna nie zostały jeszcze zatwierdzone przez komitet zarządzający programem.

Dystrybucja i promocja.

Propozycje dotyczące wspierania dystrybucji nie były jeszcze dyskutowane w gremiach Komisji Europejskiej i dlatego mają jeszcze charakter nieostateczny. Głównym celem jest utworzenie sieci dystrybutorów, zachęcanie do inwestowania w ten dział przemysłu filmowego oraz ułatwianie dostępu produkcjom audiowizualnym do rynku europejskiego poprzez promocję.

Wsparcie dotyczy filmu, telewizji oraz video. Będzie miało charakter pożyczek zwrotnych, ale w niektórych przypadkach będą to subwencje np. wykonanie napisów lub opracowanie dubbingu. Należy jednak ciągle pamiętać, że pożyczka zwrotna lub subwencja mogą stanowić tylko 50% kosztów danego przedsięwzięcia. Pozostałe 50% kosztów musi być pokryte przez beneficjenta. Rozważa się wspieranie m.in.:

- ponadnarodowej dystrybucji filmów europejskich;
- grup dystrybucyjnych: co najmniej 3 dystrybutorów z trzech różnych krajów przedstawia pakiety filmów dystrybuowanych wspólnie /do 100 tys. ECU na 4 filmy/
- sieci kin promujących głównie filmy europejskie;
- stworzenia katalogów europejskich filmów video;
- rozpowszechniania niezależnej produkcji audiowizualnej przy udziale co najmniej 2 telewizji z 2 różnych krajów;
- ułatwienia prywatnym producentom dostępu do rynku poprzez wspieranie ich udziału w targach filmowych i telewizyjnych, targach koprodukcyjnych oraz różnych imprezach specjalistycznych.

Warunki uczestnictwa państw stowarzyszonych w programie MEDIA II

Warunki formalno-prawne

Państwa stowarzyszone Europy Środkowo-Wschodniej mogą uczestniczyć w programie MEDIA II na podstawie art. 6 decyzji Rady Unii Europejskiej powołującej program: „Do programu mogą przystąpić stowarzyszone kraje Europy Środkowo-Wschodniej, zgodnie z warunkami ustalonymi w protokołach dodatkowych do układów europejskich w sprawie uczestnictwa w programach wspólnotowych, które zostały bądź będą podpisane”.

Państwo, które chce przystąpić do programu MEDIA II, musi spełnić następujące warunki wstępne:

- podpisanie (i ratyfikacja) Protokołu Dodatkowego do Układu Europejskiego;
- zbliżenie ustawodawstwa do standardów wprowadzonych przez Dyrektywę o Telewizji bez Granic, zwłaszcza jej artykułów 4 i 5, dotyczących większościowego udziału produkcji europejskiej w emisji telewizyjnej oraz udziału produkcji niezależnych;
- opłacenie składki członkowskiej, zgodnie z art. 3a Protokołu Dodatkowego („Wkład finansowy /.../ będzie oparty na zasadzie, że /dany kraj/ pokryje koszty wynikające z jego uczestnictwa”).

Warunki finansowe

Składkę pozwalającą na uczestnictwo w programie kraju nie należącego do Unii Europejskiej obliczano dotąd na podstawie porównania PKB danego kraju i średniej PKB państw członkowskich Unii. Obecnie, dla państw stowarzyszonych, posłużono się metodą stosowaną przy obliczaniu składki członkowskiej w Radzie Europy, czyli biorąc pod uwagę wysokość PKB oraz liczbę ludności.

Zgodnie z tą propozycją Komisji Europejskiej pierwsza roczna składka Polski miałyby wynosić 2,49% rocznego budżetu całego programu. Składki poszczególnych krajów

stowarzyszonych byłyby w następnych latach proporcjonalne do korzyści finansowych uzyskanych w programie. Jeśli w czasie pierwszego roku uczestnictwa dane państwo uzyska wpływy mniejsze niż wysokość składki (po odliczeniu około 3% na koszty administracyjne programu), środki te zostaną wliczone do składki za następny rok.

Uczestnicząc w programie państwa stowarzyszone mogą otrzymać jedynie środki w ramach wpłaconej składki członkowskiej.

Państwa stowarzyszone mogą uzyskać do pewnej wysokości środki PHARE na uczestnictwo w programie i to na dwóch poziomach:

- jako część składki członkowskiej;
- jako bezpośrednie wsparcie dla beneficjentów programu, którzy zgodnie z jego zasadami, muszą zgromadzić samodzielnie 50% środków.

Warunki organizacyjne

Państwa stowarzyszone nie mogą wejść w skład komitetu zarządzającego programem MEDIA II, nawet bez prawa głosu. Komitet, składający się z przedstawicieli państw członkowskich, uznawany jest bowiem za „delegację” Rady Unii Europejskiej. Możliwe jest jednak powołanie odrębnego gremium, złożonego z członków komitetu zarządzającego oraz przedstawicieli państw stowarzyszonych.

MEDIA-DESK

Struktury Media-Desku istnieją w każdym kraju uczestniczącym w Programie Unii Europejskiej MEDIA. W regionach o bardzo rozwiniętym sektorze audiowizualnym istnieją ich oddziały, tzw. Anteny.

Media-Desk spełniają kilka istotnych zadań. Do najważniejszych należy:

- stałe przekazywanie profesjonalistom informacji o możliwościach Programu MEDIA II;
- pełnienie funkcji krajowego centrum informacyjnego ds. polityki audiowizualnej Unii Europejskiej poprzez organizowanie spotkań, przekazywanie dokumentacji, publikacje, informacje o przetargach;
- pomoc techniczna dla osób zamierzających zgłosić projekty, które mogłyby otrzymać pomoc.

Komisja Europejska pokrywa 50% kosztów funkcjonowania Media-Desk w danym kraju, pozostałe 50% zapewniają władze kraju, w którym Media-Desk utworzono. Media-Deski działają w oparciu o prawo belgijskie.

D. Stałe Forum współpracy między krajami Europy Środkowo-Wschodniej

W dniach 15-16 listopada 1996 r. odbyła się w Warszawie konferencja zorganizowana przez KRRiT pod auspicjami Rady Europy z udziałem przedstawicieli ciał regulujących radiofonie i telewizję z Czech, Estonii, Litwy, Łotwy, Słowacji, Ukrainy i Węgier.

Przedstawiciele wszystkich Rad uczestniczących w konferencji wyrazili zgodę na utworzenie stałego mechanizmu współpracy, który miałby formę odbywających się 1-2 razy w roku konferencji, za każdym razem w innym kraju. Zaproponowane zostały też:

- spotkania plenarne,
- spotkania wyspecjalizowanych grup roboczych, poświęcone rozwiązywaniu konkretnych problemów.

Forma spotkań pozostaje do ustalenia, w zależności od potrzeb, przed każdym spotkaniem. Na każde spotkanie zostaną zgłoszone 2-3 tematy wiodące, którym ono zostanie poświęcone, a uczestnicy będą mogli przygotować do niego własne materiały. Padły propozycje następujących tematów:

- zorganizowanie dyskusji na temat problemu kwot kontyngentów programowych. Znamy argumenty naszych zachodnich kolegów na temat możliwości wyeliminowania kwot krajowych, konieczności wprowadzania kwot produkcji europejskiej. Kraje naszego regionu mają odmienne doświadczenia, chociaż muszą brać pod uwagę konieczność uzgodnienia własnych ustawodawstw z Dyrektywą o Telewizji Transgranicznej; dobrze byłoby wspólnie zastanowić się nad określeniem stanowiska krajów naszego regionu w tej sprawie;
- rozszerzeniem tego tematu byłby problem ochrony rynku audiowizualnego; uwzględniałby zarówno temat kwot, jak i uczestnictwo podmiotów zagranicznych w sektorze mediów, w radiofonii i telewizji, przepisy, jakie funkcjonują w tej dziedzinie, jaki stopień ochrony jest stosowany w poszczególnych ustawodawstwach i jaki jest rezultat w poszczególnych krajach;
- temat reprezentacji Europy Środkowo-Wschodniej w grupach roboczych Rady Europy, możliwość dyskusji na ile aktywne są kraje naszego regionu oraz w jaki sposób wykorzystać udział w CDMM i biurze CDMM przedstawicieli Litwy i Polski;
- temat delokalizacji (patrz rozdz. III), jakie wiążą się z nią problemy i w jaki sposób poszczególne kraje dają sobie z nim radę. Użyteczne byłoby otrzymanie dodatkowych informacji na temat programów satelitarnych, które są nadawane z terytoriów uczestników naszego spotkania.

W Radzie Europy omawiana jest sprawa nowelizacji Europejskiej Dyrektywy o Telewizji Transgranicznej, jedną z kwestii omawianych jest sprawa delokalizacji. Polska delegacja biorąca udział w tej dyskusji uważa, że sprawa jest na tyle ważna, że powinna zostać uwzględniona w znowelizowanej wersji Dyrektywy. Europejski Trybunał Sprawiedliwości wielokrotnie stwierdzał prawo strony odbierającej, w takiej sytuacji, do podejmowania kroków przeciwko nadawcy, który celowo dąży do tego, by ominąć przepisy dotyczące nadawania w danym kraju;

- temat podpisania i ratyfikacji Konwencji o Telewizji Transgranicznej przez większość krajów naszego regionu. Jeżeli nasze kraje chcą włączyć się w proces nowelizacji Dyrektywy, to w naszym interesie leży pełne członkostwo w Komisji Stałej, co oznaczałoby, że trzeba podpisać i ratyfikować Konwencję. W przeciwnym wypadku nie będziemy mogli wpłynąć na przyjęcie nowelizacji Konwencji Europejskiej, która w taki czy inny sposób jest dla nas wszystkich wiążąca.

Inne formy współpracy w ramach wspólnej platformy to:

1. Wymiana informacji:

- z dziedziny prawnej, dotyczącej uregulowań i rozporządzeń podejmowanych przez Rady w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Pozwoliłoby to, być może, w przyszłości na zharmonizowanie pewnych rozwiązań i uzgodnień.
- o formach rozwiązywania konkretnych problemów, jakie napotykają Rady w swej pracy. Powszechną praktyką mogłoby stać się przysyłanie egzemplarzy odpowiednich dokumentów innym radom radiofonii i telewizji w regionie, tak by mieć aktualną wiedzę na temat tego co się dzieje w poszczególnych krajach.
- na temat stworzenia centrum informacji o strukturze mediów i uregulowaniach prawnych sektora audiowizualnego krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Inicjatywę tę podjęła już w tej chwili polska Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.

- o procedurach koncesyjnych oraz zmianach w procesie koncesyjnym w wyniku orzeczeń sądowych.
- 2. Pomoc w przygotowaniu kadr profesjonalnych dla sektora audiowizualnego w tych krajach.
- 3. Wymiana grup studyjnych złożonych z pracowników administracyjnych biur rad dla stworzenia im możliwości zapoznania się, w jaki sposób organizowana jest praca w innym organie regulacyjnym. Wymiana taka powinna być zorganizowana w sposób nieformalny, na zasadzie ustaleń między zainteresowanymi krajami.
- 4. Współpraca przy tworzeniu telewizyjnego kanału słowiańskiego. Należy jednak wziąć pod uwagę, że istnieje inicjatywa telewizji Alfa, która proponuje program wschodnioeuropejski; byłaby to telewizja nadająca z Budapesztu. Nie wiadomo, jakim wynikiem zakończą się prace nad stworzeniem tej telewizji.
- 5. Stworzenie mechanizmu wspólnego finansowania działalności forum oraz podpisanie deklaracji o przystąpieniu do forum.

E. Współpraca bilateralna

W planie KRRiT znalazło się przeprowadzenie spotkań bilateralnych z trzema krajami. Są to: Niemcy, Węgry i Czechy oraz spotkanie robocze ze Szwecją. Centralnym punktem takiej wymiany myśli i celem byłoby danie dotychczasowym kontaktom stabilnych podstaw oraz utworzenie odpowiednich mechanizmów współpracy na szczeblu rządowym.